

# 绩溪县徽菜产业现状及对策

孙时银

(绩溪县临溪镇人民政府,安徽绩溪 245399)

**摘要** 本文介绍了绩溪县徽菜产业发展的现状与优势,针对其存在的问题进行了分析,并提出了建议,包括实行产业化连锁经营模式、打造区域公共品牌、发展快餐产业和烹艺工业化、建设饮食文化基地、推进文旅融合发展、推广“互联网+徽菜”新模式等,以期对绩溪县徽菜产业的发展振兴提供参考。

**关键词** 徽菜产业;餐饮业;三产融合;现状;对策;安徽绩溪

**中图分类号** F719.3 **文献标识码** A

**文章编号** 1007-5739(2021)23-0224-03

**DOI**:10.3969/j.issn.1007-5739.2021.23.089

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



绩溪县是中国徽菜之乡,徽菜产业成为绩溪标志性产业<sup>[1]</sup>。为全面推进乡村振兴、加快推进乡村产业建设、有效推进徽菜三产融合发展、打造特色产业链,本文开展了徽菜产业调研,对进一步做大做强徽菜产业进行了探索。

## 1 徽菜产业现状与优势

### 1.1 徽菜产业具有良好的发展基础

绩溪是徽菜的主要发祥地,徽菜在历史上曾风靡我国大部分地区,发展徽菜是推进乡村产业发展的有效路径之一。目前,绩溪已获“中国徽菜之乡”“中国厨师之乡”“全国美食地标城市”“中国徽菜标准化示范基地”等称号,具备打造特色产业链的基础。

### 1.2 徽菜食材资源丰富

徽菜原料遍及绩溪各地,燕竹笋、香菇、梅干菜、粉丝、蕨菜等种植业特色原料主导品种已形成一定规模,年总产量达3.5万t以上。绩溪黑猪、小黄牛、土鸡、兔子、山羊、石斑鱼等养殖业特色原料正在规范化发展。全县年饲养绩溪小黄牛逾5000头,年出栏绩溪黑猪逾1万头,年加工火腿5万只以上,年饲养土鸡20万羽。

### 1.3 徽菜产业初具规模

徽菜产业涌现了一批知名餐饮业酒店,如国际大酒店、徽顺大酒店、绩溪饭店等;涌现了42家徽菜食材加工企业,如徽都徽菜、徽和天下、大会山农特等。绩溪火腿、绩溪炒粉丝、臭鳊鱼等系列原料食材和熟食菜品,已实现规模化、工业化生产加工,遍及全国的1200多家徽菜餐馆。

### 1.4 具备人才资源和研发能力

安徽徽厨技师学院(徽州学校)培养的逾1万名徽厨活跃在全国各地餐馆,直接或间接地推介绩溪徽菜和徽菜原料。绩溪县人力资源和社会保障局开展“徽厨回家”活动,举办厨师培训班,培养徽厨队伍。绩溪涌现了一大批杰出的徽菜文化代表性非遗传承人、国家级烹饪大师、徽菜烹饪大师以及民间高手。全县从事徽菜烹饪的人员多达1.5万人。

## 2 徽菜产业发展存在的问题

### 2.1 全国餐饮业市场竞争加剧

近年来,川菜、湘菜、粤菜等菜系发展迅速,“互联网+”、快餐、连锁、主题餐厅、大众餐厅等现代餐饮新业态异军突起,给徽菜餐馆式就餐方式带来挑战,徽菜餐饮企业经营压力越来越大。

### 2.2 徽菜产业处于松散状态

目前,徽菜餐饮企业一般都是在市场上采购食材,尚未建立自己的徽菜食材基地。同时,徽菜食材加工企业生产的食材销售不畅,农民种养殖徽菜原料也时常出现销售难的问题,整个徽菜产业链处于松散无序的状态,尚未形成三产融合发展的格局。

### 2.3 徽菜道地食材日益稀缺

许多徽菜菜品,以绩溪本地独特的动植物资源为食材,而这些食材原料日益稀缺。同时,化肥、农药等的使用以及杂交种的推广,导致有机、道地、获得地理标志认证的土种食材日益稀缺,难以满足正宗徽菜发展的需要。

### 2.4 徽菜品牌知名餐饮企业稀少

作为八大知名菜系之一的徽菜,尚无类似重庆火锅、四川火锅、沙县小吃等能够叫响全国的知名餐饮企业。徽菜企业仍处于小而散、低而弱、“单兵作战”的

**作者简介** 孙时银(1968—),男,安徽无为,农艺师,从事农业技术推广工作。

**收稿日期** 2021-04-20

状态,致使其知名度不高、市场占有率有限。

## 2.5 徽菜品牌宣传意识薄弱

当前,众多的徽菜餐饮企业,并未把菜品与徽州独有的民俗风情、饮食文化联系在一起加以推介和宣传,导致徽菜菜品难以对旅游者的餐饮消费产生较强且持久的吸引力。

## 3 绩溪县发展徽菜产业的建议

### 3.1 实行产业化连锁经营模式

通过组建合作性质的股份制徽菜集团公司,实行品牌店规模经营,统一运营“绩溪徽菜馆”区域公共品牌,向全国进行连锁推广。通过这种方式将绩溪徽菜产业的一、二、三产有机联结起来,形成规模化、标准化、产业化、集团化运营体系。产业化连锁经营模式既能解决徽菜餐饮企业地道徽菜食材原料供应问题,又可以解决绩溪本土徽菜原料生产、加工、销售问题;既可以推进徽菜产业链上下游协调运营,又可以促进徽菜产业一、二、三产融合发展;既可以保障徽菜菜品原汁原味,又可以提升徽菜餐饮市场的竞争力。

**3.1.1 组建绩溪徽菜集团有限公司。**通过引导扶持,坚持自愿互利的发展原则,发挥市场主体作用,培育徽菜产业集群龙头企业。联合本土徽菜餐饮企业及外地徽菜企业,与徽菜原料生产企业、加工企业共同组建绩溪徽菜集团有限公司。按照徽菜产业链一、二、三产业的功能,集团公司下设由徽菜餐饮企业组成的绩溪徽菜馆管理有限公司、由徽菜食材加工企业组成的绩溪徽菜食材有限公司、由徽菜原料种养殖企业组成的绩溪徽菜原料有限公司等3个有限公司。依据现代企业制度组建的徽菜集团有限公司是股份制合作投资生产经营主体。集团公司通过3~5年培育后正常运营,其他徽菜餐饮、食材加工、徽菜原料企业入股,按照投资占比持有公司股份并分红。徽菜集团公司投资建设旗下3个公司,由集团公司统一管理运营,公司之间签订供销合同,明确数量、质量和价格,实行产业化订单经营。

**3.1.2 徽菜集团公司运营模式。**成立“绩溪徽菜馆同业联合会”并注册集体商标“绩溪徽菜馆”区域公共品牌。徽菜集团公司组建后,与“绩溪徽菜馆同业联合会”签约,统一运营“绩溪徽菜馆”品牌,会同相关部门统一制定“绩溪徽菜馆”品牌标准、菜品标准、食材标准和管理标准等系列标准,在全国实行加盟连锁推广。加盟“绩溪徽菜馆”徽菜企业享受系列优惠政策,由徽菜集团公司统一供应价廉物美的绩溪正宗徽菜食材及原料。徽菜集团公司通过旗下3个子分公司协调运营,统一运营管理全县徽菜产业。依托打响徽菜餐饮

(三产)带动徽菜食材加工(二产),通过做强徽菜食材加工(二产)带动徽菜原料生产(一产),通过做优徽菜原料生产(一产)带动农民增收,最终实现一、二、三产业融合发展的目标。

### 3.2 打响“绩溪徽菜馆”品牌

把“绩溪徽菜馆”作为绩溪徽菜区域公共品牌,融入丰富的徽菜文化体系,统一向全国市场拓展,重振绩溪徽菜的辉煌<sup>[2]</sup>。依托龙头企业徽菜集团公司,打造徽菜示范店、形象店、旗舰店,建设和经营徽菜肉馆、徽菜鱼馆、徽菜山珍馆、徽菜面馆等品味多样的特色菜馆。徽菜馆的建筑风格、装饰装修、餐具使用,乃至工作人员的着装、礼仪等各方面均要统一体现徽菜文化特色。树立品牌意识,发扬徽菜老字号,在传承徽菜名品、名点的同时,开发推出新的徽菜菜品。

### 3.3 传承开发徽菜知名菜品

在传承传统品牌徽菜菜品的基础上,开发创立新品牌徽菜,拉动徽菜产业发展。支持收集和挖掘古徽州地区尚未被发现和普及的区域色彩浓厚的民间特色徽菜菜品,并对其进行研究、开发、推广,以充实地道徽菜品种。鼓励吸收利用其他菜系的烹饪技艺及食材,使徽菜包容兼收,通过开发和丰富徽菜新品种,使徽菜产业保持繁荣景象。

### 3.4 扶持发展徽菜快餐产业

随着现代生活节奏的加快,快餐越来越被大众所接受。大力发展徽菜快餐业,充分利用“中心厨房”、现代包装、贮存和冷链运输等技术,开发出荤、素、汤搭配的快餐系列产品。开发真空包装的单个徽菜快餐盒饭、为特色消费群体设计徽菜快餐集成及按徽文化设计整桌徽菜快餐等系列产品。

### 3.5 研发推动徽菜烹艺工业化

深入研发和制定中国徽菜菜谱标准、烹饪操作工艺流程,研发徽菜工业化技术和方法,为发展徽菜快餐创造条件、提供支撑。在对绩溪一品锅、臭鳜鱼、刀板香、干锅炖等传统徽菜进行工业化生产的基础上,总结经验,扩大应用领域和范围,发展徽菜传统名品和徽菜名点等。

### 3.6 打造徽菜饮食文化基地

建设各类徽菜饮食文化基地,把绩溪县建成长三角地区著名的“徽菜养生之乡”“美食休闲之都”。建设“中国徽菜博物馆”,将徽菜宣传、演示、制作、品尝、研学、DIY、餐饮、购物等链接成徽菜饮食文化新业态。开发各类美食主题街区,营造绩溪县徽菜文化氛围,以满足广大徽菜食客和过往游客的需要。连续举办徽菜美食文化旅游节,宣传、展示徽菜文化;定期开展特色

菜肴和名优小吃评比活动;定期开展徽菜大厨大赛等活动,形成浓烈的徽州文化和徽菜文化氛围,真正让绩溪县成为徽菜餐饮文化基地。

### 3.7 推进徽菜文旅融合发展

依托绩溪名人故里、徽菜之源和厨师之乡的优势,引导徽菜餐饮企业积极跟进旅游快速发展态势,抢占发展先机,在各线路、节点布设徽菜馆、徽菜店、农家乐等,为广大游客供应可口的徽菜食品,并以此为窗口宣传徽菜、传播徽菜文化。发挥徽菜特色餐饮的魅力,让更多游客品尝特色徽菜的美味,参与各类徽菜餐饮活动。依托文化旅游产业融合发展,打造绩溪中国徽菜美食城、伏岭徽菜特色小镇、绿色食品产业园徽菜产业集聚区<sup>[3-4]</sup>。

### 3.8 推广“互联网+徽菜”新模式

加快发展“互联网+徽菜”,助推徽菜产业发展。开设“中国徽菜网”网站,系统介绍绩溪徽菜生态资源、发展历史、徽厨徽菜、名人轶事、传承发展、精品新作、特色山珍以及传统工艺,让世界各地全方位认识绩溪

(上接第220页)

和大米359万t,较2016年同期增加15.3%;累计进口金额为164068.2万美元,较2016年同期增加16.3%。

#### 11.2 出口数据

2017年11月中国出口稻谷和大米149032t,较2016年同期减少122.1%;出口金额为7267万美元,较2016年同期减少17.7%。2017年1—11月累计出口稻谷和大米1127714t,较2016年同期增加152%;累计出口金额为54497.1万美元,较2016年同期增加57.6%。

## 12 12月

#### 12.1 进口数据

2017年12月中国进口稻谷和大米43万t,较2016年同期减少3.3%;进口金额为21935.7万美元,较2016年同期增加7.8%。2017年1—12月累计进口稻谷和大米402万t,较2016年同期增加13%;累计进口金额为186003.9万美元,较2016年同期增加15.2%。

#### 12.2 出口数据

2017年12月中国出口稻谷和大米69170t,较2016年同期减少86.5%;出口金额为5190.5万美元,较2016年同期减少56.9%。2017年1—12月累计出口稻谷和大米1196884t,较2016年同期增加147%;累计出口金额为59687.6万美元,较2016年同期增

加57.5%。徽菜、品味徽菜、喜爱徽菜、留恋徽菜。利用新浪、搜狐、网易、腾讯、SNS(社交服务网站)、Myspace、人人网、开心网、QQ、MSN,以及绩溪政府网、旅游网等网络渠道宣传徽菜,上传徽菜制作、展示的视频等;设立徽菜微信公众号、徽菜微博、徽菜App等,实现信息资源实时、实地、实景传递和共享,并邀请名人通过微博、博客等分享绩溪徽菜的心得体会、意见和建议等;设立电商平台,在淘宝、京东等电商平台开设网店,售卖徽菜产品;建立包括徽菜生产、加工、制作、销售各环节的物联网系统,让徽菜产品质量可追溯。

## 4 参考文献

- [1] 范风华.绩溪县徽菜产业现状分析与发展对策研究[J].安徽农业科学,2018,46(14):219-222.
- [2] 屈桂春,陈麦池.徽菜与安徽餐饮业品牌化研究[J].牡丹江师范学院学报(哲学社会科学版),2014(6):42-43.
- [3] 沈东生.新时期下的徽菜文化及其旅游开发[J].商场现代化,2011(5):96-97.
- [4] 孙克奎.黄山市徽菜发展建设的SWOT分析[J].黄山学院学报,2013,15(2):14-17.

加57.5%。

## 13 结语

近几年,我国通过转基因大米的研究及探索,在大米生产上已经能够做到自给自足<sup>[1-2]</sup>。据联合国粮食及农业组织报告显示,2017年,全球五大大米生产国为中国、印度、印尼、孟加拉国、越南<sup>[3]</sup>。我国近14亿人口,平均每人一年能分配100kg大米,从市场角度来看,在供大于求的时候,将超出部分售出才是正常的选择<sup>[4]</sup>。然而我国仍然向国外进口大米。原因是我国在2001年加入世界贸易组织后开放了大米市场,根据协议,中国需要每年按照粮食消费量的5%从国际上购买大米,并且在这个配额内可以享受较低的关税。我国之所以作出不符合市场原理的决策,是为了完成与世界贸易组织签订的协议。

## 14 参考文献

- [1] 郑红明.2018年中国稻谷(大米)产业报告[N].粮油市场报,2018-10-27(T18).
- [2] 卢景波.中国水稻产业:供需、流通与未来政策导向:在首届国际水稻大会之世界大米贸易大会上的发言[J].中国稻米,2002(6):11-13.
- [3] 周惠,曾晓虹.2017年国内稻米市场形势分析及2018年展望[J].农业展望,2018,14(3):4-9.
- [4] 高鸣,寇光涛,何在中.中国稻谷收储制度改革研究:新挑战与新思路[J].南京农业大学学报(社会科学版),2018,18(5):131-137.