

味美浙江·幸福味蕾

编者按:

对美食的追求,本质上是对甜美、美好生活追求。对于居住在养老机构的老人来说,临近一日三餐的时光,厨房里升腾起来的,就是一种对美好“夕阳”生活最朴实的向往。

与此同时,餐饮作为传统消费“四大金刚”

之一,是促消费、惠民生、稳增长的重要领域,也是拉动内需的重要力量。4月以来,一场场美食与厨艺共鉴、文化与特色共赏、视觉与味觉共享的饕餮盛宴在浙江接连上演,不断掀起餐饮热、消费潮。

全省养老机构厨艺大比拼:
打造“舌尖上的快乐晚年”

本报讯 通讯员毛行健报道 挥勺、抡锅、浇汁、上色、摆盘……日前,2023年浙江省首届养老机构厨艺大赛火热开赛,来自全省各地的50家养老机构、上百位选手齐聚杭州、同台竞技。比赛现场,各位大厨在灶台前有条不紊地进行着每一道工序,在他们精心烹饪下,简单的食材不久就变成了一道道色香味俱全的“作品”。

成功从海选赛中脱颖而出的50家单位可以说是卧虎藏龙,他们的选手经过严

格的海选赛评审,最终进入决赛,个个身怀绝技,在比赛现场展现出了精湛的刀工、娴熟的颠勺、精准的火候、精美的摆盘,把厨房的灶台变成他们展示风采的舞台。

本次大赛竞赛项目分为菜单设计、规定菜制作、自选套餐制作、菜品展示、特色菜制作表演赛五项内容。既考验选手的个人能力,也对所属养老机构的膳食文化底蕴提出了要求。

比赛结束后,裁判组从设计理念、菜

品种感、质感、观感、营养卫生和现场操作等6个方面进行严格打分。“本次大赛的规定菜是糖醋里脊,别看这道菜家家都会烧,但要做到酸甜酥脆还是比较考验厨师水平的。”本次大赛裁判长、浙江省劳模、“浙江杰出工匠”厨艺大师屠杭平说。

除了烧得好吃,还要摆得好看。各支参赛队伍在烧制完成之后,还需结合各养老机构核心文化和地方美食特色,将自选套餐和自制菜品摆放在规定展台,展现各养老机构的独特风采。

苔菜拖黄鱼、海宁缸肉、南汁汤溪丸子……全省各地养老机构的美食汇聚于此,展示着各地养老膳食服务的独特魅力。在杭州市社会福利中心的展台上,一道名为“喜上枝头”的菜品吸引了不少嘉宾驻足欣赏。数颗果型饱满、栩栩如生的荔枝挂在枝头上,鲜嫩欲滴、令人垂涎。“这道菜由虾泥和鱼茸为主料,配以马蹄,外裹脆花颗粒炸成荔枝形状,口感鲜嫩细腻。”杭州市社会福利中心的潘大厨介绍道。

对于居住在养老机构的老人来说,几乎是每天的头等大事,所以养老机构的大厨们如何掌握好“美食”技艺,是需要不断修炼与精进的。“近年来,全省养老机构的服务水平在不断跨越式提升,但餐饮服务的满意度却往往是内部测评中最低的,是我们管理服务者的痛点和难点,亟需改进。同时我们 also 看到,全省养老机构厨艺水平参差不齐,厨师缺乏互相交流学习,迫切需要增强他们的责任感和厨艺水平。”承办方杭州市社会福利中心党委书记、主任孙晓冬表示,承办本次比赛的初衷是为了通过以赛促学、以学促用,让所有参赛选手感受到提升烹调技艺的乐趣,也让大家互学互促,给今后进一步为老年人提供美好餐饮服务,打开新思路、获取新力量。

数据显示,截至2021年底,浙江省常住老年人口1252万人,占比19.1%。预计到2025年60周岁及以上常住老年人口将达到1550万人,占比25%。保障广大老年人吃饱吃好、吃得营养健康,让老年人更有尊严、更健康、更幸福地生活,是每一位养老服务者的心之所向,也是浙江省高质量发展建设共同富裕示范区的重要内容。



带动消费超3亿元

“味美浙江”系列活动掀起美食狂欢



“味美浙江”餐饮消费欢乐季系列活动现场。

本报讯 通讯员赵海燕报道 全省累计举办餐饮消费相关活动200余场,现场参观超千万人次,直接消费金额超3亿元……7月3日,省商务厅公布为期近三个月的“味美浙江”餐饮消费欢乐季系列活动收官数据。在“味美浙江”餐饮消费欢乐季系列活动推动下,我省各地不断掀起餐饮热、消费潮。

4月以来,一场场美食与厨艺共鉴、文化与特色共赏、视觉与味觉共享的饕餮盛宴在浙江接连上演,以舌尖上的特色“浙江味”,满足群众多样化个性化的饮食消费需求,通过为其提供健康放心的饮食环境和多元新潮的消费体验,助推人气、消费双提升,真正做到“餐饮为消费赋能”。

放眼浙江,各种餐饮促消费活动精彩纷呈。比如,杭州市举办的烟火杭州潮市集在“五一”假期吸引客流10多万人,带动消费额达300万元;为期4天的烟火杭州“悦享潮集”吸引客流达20万人次,销售额超200万元。

以美食为集结号,各地纷纷搭建赛事平台,名厨现场展示厨艺,一较高下,在浙菜的传承与创新中引领新“食”尚,进一步打响浙菜知名度。从台州市来看,当地以

“味美浙江·鲜甜三门”为主题,先后举办首届小海鲜烹饪大赛、传统小吃评选大赛、2023首届三门县餐饮名店名厨评选等。

为促进消费市场更加红火,让民众实惠消费、快乐消费,我省积极推出一系列餐饮专项措施和配套政策。发放消费券让利消费者与商家,贯穿“味美浙江”系列活动,是“餐饮乐民”的一大体现。温州市指导饿了么等平台发放“美味温州消费券”,总核销金额1300余万元,惠及1.8万商户。宁波市在“味美浙江·百县千碗”活动期间配置100万元消费券,共吸引18万人次市民和游客参加,带动老外滩街区销售额环比增加33%,展位销售额同比增长83%。

餐饮业的火热风潮不仅席卷了相关产业链供应链,也涌向商圈、民宿、景区等领域,带动文化、旅游、体育、零售等多业态共同发展。比如,金华市举办的餐饮业助农共富直通车,首次“发车”便帮助农户销售滞销土豆1万斤。嘉兴市开展第五届海盐稻田龙虾文化节、第五届由桥龙虾文化旅游节等,实现本土龙虾自供自足、自产自销,其中,海盐稻田龙虾文化节龙虾日均销量超5吨。



▲比赛现场

田园生活

武义大田:
又到蓝莓丰收时
尽情享受好时光

本报讯 通讯员谢逸楷报道 日前,蓝莓成熟丰收之际,金华武义县大田乡,重启因疫情停办三年的特色品牌节庆蓝莓文化旅游节,诚邀八方来客到大田休闲度假,尽情享受美好时光。

当前,随着气温逐步升高,尤其叠加暑假旺季,文旅消费市场迎来日益旺盛的复苏势头。第六届武义大田蓝莓文化旅游节以“共绘美好‘蓝’图,共富‘莓’好大田”为主题,配套推出多项面向消费市场的行动,意在抢抓市场全面复苏窗口机遇,扎实推动“共同富裕”,打造展示“千万工程”成就的鲜活窗口。

作为富民增收的标志性产业,蓝莓产业与大田乡经济发展深度绑定。近年来,大田乡坚持“生态养生庄园、山水秀美大田”总目标,“温泉名城后花园”总定位,把发展蓝莓产业作为支撑乡村振兴的重点工作,通过深化党建联建

机制、构建乡村片区组团发展模式、打造产销共助平台等务实举措,形成独具特色的“蓝莓+”乡域经济发展模式,推动了全乡1000多亩蓝莓实现亩均产值2万~6万元、全乡农户年均总收入2500多万元。

“产业振兴是乡村振兴最重要的一环。”武义县人大常委会相关负责人表示,通过这些年的接续奋斗,大田乡蓝莓产业已初具规模,并取得了一定的发展成效。武义县将继续支持大田乡立足蓝莓产业优势,在乡村经营、人才引进等方面工作重点发力,不断挖掘培育出更多特色业态,让更多创新创业的种子在大田的田间地头生根发芽、开花结果,真正打造出一个人民群众更加满意的乡村振兴样板地和共富高地。

本次活动由武义县文化和广电旅游体育局、武义县大田乡人民政府主办。

“特种兵式”旅行后,“松弛感”旅行火了
暑期旅游市场体验感成重要需求

■许健楠

前段时间,主打高性价比的“特种兵式”旅行火爆,年轻群体日行数万步,花最少的时间和费用,游览最多的景点。随着暑期档来临,不少人的旅行方式正在悄然改变,“松弛感”旅行越来越受到青睐。

当下旅行更注重体验感

“行程太赶,吃不消,不会再体验‘特种兵式’旅行了。”说这话时,金华网友“王大锤锤锤”正在韩国旅游。两个月前,她体验了一把“特种兵式”旅行,一天跑了8个点位,累得够呛,“体验感较差,一直在路上”。暑期这趟出国之旅,她选择随遇而安,把节奏放慢,“松弛感”对于旅行来说相当重要。

金华某旅行社负责人“牛排”从事户外旅行13年,在他看来,随着时间变得宽裕,游客需求也在改变。

“以横店影视城为例,过去游客逛完景点后就离开了,行程比较赶。最近很多游客逛完景点后,希望留出一两天自由活动,去横店逛逛夜市,或找找地方特色的

早餐店吃早餐,感受当地独特的烟火气。现在的游客越来越注重旅行的体验感。”

从“特种兵式”旅行到“松弛感”旅行,金华另一旅行社负责人葛建国对这一现象深有感触。“‘特种兵式’旅行是旅行需求突然释放的一种表现,特别在年初时表现明显,不少年轻人一两天内打卡多个城市,走马观花,体验感不算好,更多的是满足走天涯的内心愿望。”除此之外,那段时间,类似项目的夕阳红旅游专列也很火爆,今天到甘肃,明天到新疆,走得越远越好,走的城市越多越好。但一番喧嚣之后,游客的需求和心理逐渐产生变化。

精神需求是旅行内驱力

在“牛排”看来,当下旅行方式的转变,与暑期档特点吻合。这段时间的旅行需求几乎都是学生在带动,时间相对宽松,家长一来希望孩子在学习之余得到休息,二来希望孩子在旅行中学而思、有所获,很少安排太满的行程。

“越来越多客户来电咨询时更关注当地住宿条件怎样,玩几天合适,有哪些好玩的项目,追求愉悦感和体验感。”葛建国经手的

项目里,就有金华游客结队去淄博吃烧烤,去贵州看“村超”,主打体验感和参与感。

旅游市场的这一变化让不少城市“闻风而动”,西安的商户推出兵马俑DIY体验项目,景德镇冒出不少手工制作陶瓷的体验馆……

浙江师范大学旅游研究中心主任马远军认为,随着社会发展,人们的旅游方式也在发生变化,从过去的观光旅游,逐渐转变为休闲度假,两者区别很大。观光旅游主要目的是欣赏风景、游览名胜古迹、了解当地文化,体验当地的历史和人文景观,走访更多地方,追求高性价比;休闲度假旅游主要目的是放松身心、享受休闲时光、增强身体健康和调节心理,强调自由和松弛感,游客可以自由安排时间,选择适合自己的活动。

“生活节奏越来越快,大家放松身体和调节心情的需求与日俱增,精神需求是‘松弛感’旅行火爆的一大内在驱动力,拼命工作、旅行躺平的大有人在。”对于旅行,马远军赞同一家主流旅游平台的四个观点:跟谁玩比去哪儿玩重要;遇见有趣的灵魂;假装做个当地人;与当地人玩出彩。