

庆祝建军90周年

宝丰酒业举办老战士联谊会

本报讯 7月30日上午,由市民政局主办、宝丰酒业集团承办的平顶山老战士联谊会在市平顶山宾馆3楼会议室举行。在联谊会上,十余位鹰城老战士齐聚一堂,纷纷讲述自己的参军史,活动现场掌声不断。

据了解,为了庆祝建军90周

年,市民政局和宝丰酒业集团特地邀请我市参加过越战等战斗的十余位老战士开展联谊会。在现场,很多老战士在讲述战争情况时情绪激昂,再现了那一段峥嵘历史。

1974年参军、参加越战、荣立三等功的老革命刘先生告诉记者,他很荣幸能参加这样的联

谊会,今年已经61岁的他对现在的生活很满意。他说,宝丰酒业集团能组织这样的联谊会,让他感到十分欣慰,这说明宝丰酒业集团不仅是当地的爱心企业,也是爱军拥军的良心企业。

宝丰酒业集团董事长王若飞告诉记者,他十分高兴能够

组织这场老战士联谊会,因为宝丰酒业的前身是解放军鄂豫陕军区“第五军分区酒局”,无论企业如何发展,根都在部队。因此,在建军节来临之际,宝丰酒业集团特地准备一些礼品,慰问老战士,对他们的付出表示衷心的感谢。★(张五阳)

“一笼小确幸”食物中毒原因查明

本报讯 “一笼小确幸”食品安全事件有了最新进展。7月28日,上海市食药监局发布通报,“一笼小确幸”的中央厨房(上海雨丰餐饮管理有限公司)在未取得即食食品加工资质的情况下,超过许可核准范围加工即食食品。上述食品在中央厨房的加工过程中受到沙门氏菌的污染,配送至“一笼小确幸”餐厅门店后供消费者食用,引起了食物中毒。

涉嫌超范围经营加工食品

上海市食药监局在通报中称,在“一笼小确幸”餐厅用餐后发生胃肠道不适,发病人员的主要症状为发热、腹泻,截至7月28日中午,共有71人到医院就诊,大部分病人的发病时间为7月16日至19日。

“一笼小确幸”上海市各餐厅门店食材大多由中央厨房供应,该中央厨房食品经营许可证核准项目为冷加工半成品和热加工半成品。监控视频显示,中央厨房加工的用于制作“拿破仑”点心产品夹心的奶油芝士酱(属于即食食品)配送至门店后,由“一笼小确幸”餐厅现场加工制作成“拿破仑”点心产品;中央厨房还加工熟制烧鹅、叉烧等供应门店。部分“一笼小确幸”餐厅门店涉嫌超范围经营冷加工糕点等。

据了解,宝山区市场监管局和相关区市场监管局将对上海雨丰餐饮管理有限公司、上海业孜餐饮管理有限公司的违法行为依法从严进行查处,并将向社会公布处理结果。

明厨亮灶真正落地路漫漫

据了解,“一笼小确幸”9家涉事门店及中央厨房实现了“明厨亮灶”,但企业自主监控没有得到很好落实。中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬曾表示,明厨亮灶是国家对于厨房更加阳光化、透明化的一个举措。整体方向是对的,但要真正做到真正完全落地还需要时间和过程,法律法规的落地以及如何处罚等都需要进一步跟进监督。

中国烹饪协会副会长冯恩援认为,明厨亮灶不是一劳永逸的事情。明厨亮灶是老百姓了解情况的一个窗口,也是企业规范行为的社会监督,但是存心作假的事情是亮灶也看不见的,是灯下黑的事。消费者虽然有知情权,但这不等于说消费者看见的就是安全的。“食品安全要真正落实,还需要注意以下几点。第一,严格监管,打击违法违规行为;第二,社会共治,监管部门、企业、工作人员等都要对群众负责;第三,大力倡导食品安全制度的落实,加强企业自查,行业自省;第四,职业道德教育和诚信经营继续往前推动,全体职工都要有食品安全意识和良心品质的社会责任,加强整体素质的提升,因为法律也解决不了一个人内心世界的全部。”

事件回顾

7月22日,上海多家“一笼小确幸”门店几乎同时闭店,且均对外称闭店原因为内部整顿。在这之前,有不少网友反映,前往“一笼小确幸”门店就餐后,开始出现腹泻、发烧等不适症状,并怀疑“一笼小确幸”的食材不新鲜。

7月23日上午,“一笼小确幸”官方承认上海门店集中闭店整顿的事实,称正在积极配合调查发生在上海门店的食品安全事件。与此同时,“一笼小确幸”还遭到了业内餐饮平台的“抛弃”,当日,信报记者在大众点评网站输入“一笼小确幸”,均无法查询到任何信息,该商户已被这些网站或平台悄然下架。

上海市食药监局接到消费者投诉后,立即组织该餐厅中央厨房所在地宝山区市场监管局和门店所在地区市场监管局开展调查处置,责令“一笼小确幸”全市9家门店及中央厨房停止生产经营,采取查封相关食品及其原料等控制措施,并对本起事件的原因展开调查。(苗雪艳)

河南省面点创新成果展在郑州举行

□记者 耿剑

本报讯 7月29日下午,河南省面点创新成果展在郑州举行。当天省内数十家餐饮企业展示了百余种不同类别的面点,吸引了众多业内人士参与,我市一鼎鲜酒店面点师赵小广现场拜师学艺,有幸成为河南省豫菜文化研究会面点专业委

员会会长吕顺增16位学徒中的一员。

精致的菠萝包、可爱的田园苹果、诱人的鱼肉馄饨……在河南省面点创新成果展现场,大家不仅观看了我省诸多面点高手的杰作,还有幸品尝了不同风味的面点。

面点是中國烹饪的重要组成部分,素以历史悠久、制作精

美、风味各异、品种繁多闻名于世。河南的面点文化底蕴厚重,源远流长。此次河南省面点创新成果展恰逢河南省豫菜文化研究会面点专业委员会成立一周年,省内多个城市的面点高手汇聚一堂,切磋手艺,交流经验,在一个多小时的经验交流中,大家观看了拉面、油炸糖球等表演,达到了共同提高

的目的。

河南省豫菜文化研究会面点专业委员会会长吕顺增曾获得中国烹饪大师、中国面点大师、全国餐饮业一级评委、国家高级烹饪技师等荣誉,为更好地发扬传承河南面点,吕顺增现场举办了收徒仪式,我市一鼎鲜酒店面点师赵小广有幸成为其16位学徒中的一员。

蛋饺炖鱼丸:家宴中的一道美味

□耿剑/文 张鹏/图

本报讯 “大厨做的鱼丸比超市买的好吃多了!”7月29日上午,在南湾甲鱼村假日酒店学习现场,市民品尝现做的鱼丸后纷纷称赞。

7月29日上午,本报《我在后厨等着你》栏目带领市民来到位于建设路西段的南湾甲鱼村假日酒店,酒店大厨赵伟和厨师周勇现场向市民展示蛋饺炖鱼丸的制作过程,并详细讲解了制作鱼丸和蛋饺的方法,有的市民拿笔详细记录操作过程,也有市民现场全程录像,唯恐遗漏制作细节。

制作开始前,周勇先将所备的原料逐一介绍,鸡蛋、拌好的肉馅、新鲜的鱼、葱姜水、鸡汤、枸杞、葱花、盐、味精、鸡粉、色拉油等,然后又介绍了如何去鱼刺、做鱼丸;赵伟则详细介绍了如何做蛋饺。



市民现场学习制作鱼丸

蛋饺炖鱼丸制作过程

第一步:把采购的新鲜鱼去头,然后沿鱼尾处片开,去掉鱼中间的一条大刺,将两侧片掉

后,用刀沿鱼尾向鱼身方向刮倒鱼肉,将鱼刺去除,鱼肉入碗。

第二步:将适量鸡蛋清加入去过鱼刺的鱼肉碗内,加入适量盐,用筷子顺时针方向搅拌,搅

拌期间方向不能换,直到有黏稠感即可加工鱼丸。

第三步:用汤锅接一些热水,将搅拌过的鱼肉挤成丸子形状,放入锅内备用。

第四步:将平底不粘锅加热,用蛋黄摊饺子皮,在即将煎熟前放入肉馅,用筷子折叠,在锅内完成整个蛋饺,蛋饺的数量根据用餐人数确定。

第五步:将提前备好的鸡汤加热,然后放入调料,加入鱼丸、蛋饺炖熟即可,出锅前放入葱花、枸杞。



消费人群和结构生变倒逼啤酒业改革

在消费升级以及消费人群和消费结构双双变化的背景下,国内啤酒行业正在抱团寻求突围的新战略。

南方都市报记者从日前召开的“中国啤酒新文化国际峰会暨中国纯生啤酒20年发展论坛上获悉,由中国酒业协会和珠江啤酒作为倡导者,联合中国食品发酵工业研究院及各大啤酒集团,正式在本次峰会上共同提出了中国啤酒“品类创新+文化创造(1+1)”战略发展模式。

国内啤酒业抱团推新战略

对于中国啤酒市场容量而言,目前正处在阶段性的顶部。

国家统计局数据显示,2016年我国啤酒产量4506.4万千升,比上年同期下降0.1%(按照初报数为-4.4%),啤酒总消费量为4541.9万千升,比上年同期增长

0.1%。2017年1—5月,我国啤酒产量1758.7万千升,比上年同期下降0.7%。

而来自行业的非官方统计数据也显示,2016年啤酒产量行业统计数为4141.67万千升,同比下降3.7%,啤酒总消费量为4117.2万千升,比上年同期下降3.5%。

在此背景下,新战略被赋予了特殊使命。

中国酒业协会理事长王延才坦言,品类创新和文化创造将有助于推动中国啤酒业迈向中高端,在推动产业优化和升级的同时,为国际化铺路。

“品类创新,意在寻找消费者潜在的需求,激活消费者的需求痛点,保持产品生命力,不仅要开发不同功能、不同概念、不同属性的产品,还要借机沉淀出忠实消费群体;而文化创造,则需要开展消费观念的引导、品牌形象的植入、消费环境的营造

等,去提高中国消费者的本土文化自信,深入消费者心中,形成稳定的需求。”中国酒业协会常务副秘书长兼啤酒分会秘书长何勇指出。

消费人群和结构生变倒逼改革

在何勇看来,我国啤酒市场正在呈现以下趋势,这是促使行业推出新战略的根本原因,首先,目前国内啤酒行业正面临外因与内因的共同作用,外因方面,消费者结构正在变得碎片化和个性化,人口结构领域的老龄化问题也在影响啤酒行业的消费;内因方面,整个行业面临如何增加消费黏性的问题,也就是说啤酒消费文化有待加快培育。

数据显示,2016年我国60岁以上人口2.3亿,比上年增长

4%,占总人口的16.7%,比上年提高0.6个百分点。据联合国统计,到本世纪中期,中国将有近5亿人口超过60岁,超过美国人口总数。这部分人目前仍是中青年,是啤酒消费的生力军,如何维护稳定这批既有消费人群是啤酒企业应该考虑的问题。

据悉,中国酒业协会在考虑GDP、人均可支配收入、饮料酒消费量、啤酒消费量和其他相关因素后,通过啤酒消费模型测算得出,近5年,我国啤酒消费量将维持在4600万千升—4800万千升;进口啤酒仍将持续增长,将占中国啤酒消费总量的5%;工坊啤酒(手工啤酒)有望进一步发展,约占市场总消费量的3%。未来,我国啤酒业在3—5年内将会处于分化阶段,碎片化的消费需求将促进产品结构调整,而调整又将促进产业新格局的形成。(马建忠 章梦娅)