



打造我们自己的味道

“上海味道”将有标准体系

晨报记者 钱鑫

阿拉魔都真是一个海纳百川的美食天堂：从洋房私厨菜到东瀛日料，从四川火锅到法式大餐，从百年老字号到阿拉斯加海鲜宴……2019 年，“上海味道”将如何站在更高的起点,全面升级？日前,上海市餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心共同打造了上海餐饮标准评价体系，推出上海餐饮优质品牌。据悉,通过该上海餐饮评价体系,将推出“上海味道·嗨 100 榜”,建立适合中国口味的美食指南。一方面可以为大众提供精确的、物有所值的餐厅介绍，另一方面也可以对标国际评价标准体系，打造真正意义上的“上海味道”。



“舌尖上的上海”很丰富

上海是全国餐饮业最为集中、各地风味最齐全、烹调技术力量最雄厚的地区。各流派菜系菜肴共生共存、餐饮口味潮流也几度更迭融合,传统正餐、快餐小吃、休闲餐饮、国外餐饮百花齐放：传统正餐类多为老字号餐饮品牌，老正兴、绿波廊、杏花楼、功德林、德大西菜社、红房子西餐等，历史悠久、文化底蕴深厚；快餐小吃类既有以小杨生煎、大壶春、鲜得来等为代表的地方风味小吃，也有麦当劳、肯德基等为代表的国外连锁快餐；小龙虾、串串、米粉、烧烤等各地美食也让上海的夜宵市场分外丰富；在海派石库门、法式小洋楼之间，还藏着有特色的食肆，与商场里的餐饮店构成“舌尖上的上海”：从阿拉斯加深海帝王蟹到北海道海胆刺身，从 3D 五感餐桌到弄堂柴火馄饨，从洋房私厨预约订制到掌上点单火锅上门，上海作为国际一线消费城市，各色美食从来都是魔都日常生活中一张诱人的名片,24 小时美食不断,只有你想不到的,没有吃不到的。

舌尖上的消费,全国第一

在吃这件事上，上海人从不马虎：不仅爱点外卖，也喜欢出门就餐。阿里本地生活服务公司近日根据旗下“口碑”和“饿了么”上 350 万户商家 2018 年销售数据，对全国本地生活服务行业进行线上线下全方位解读。数据显示，上海市民“吃喝玩乐”消费在全国名列前茅，餐饮消费力更是排名第一。阿里本地生活数据显示,2018

年,不论是饿了么 APP 上的外卖餐饮，还是口碑 APP 上的到店餐饮，都呈现出消费总额大幅上涨趋势。在全国,上海、北京、杭州是全年本地生活餐饮消费力最高的三个城市,其中上海排名第一。

上海餐饮消费，也从追求吃饱的果腹时代,经历了求新、求奇、求贵的炫耀时代，进一步向体验时代进行升级。“80 后、90 后”逐渐成长为社会主体，同时也成为餐饮消费的主力军。根据中国烹饪协会发布的相关报告，“80 后、90 后”人群消费占比突破行业整体 80%。作为引领消费升级的新型消费者,他们对餐厅菜品特色、品牌定位、就餐环境及体验都提出了更多的要求。此外，新消费主体的消费需求不断升级和不断更新将成为常态。

在菜品层面，特色化品类和健康品类受到很多消费者的欢迎。一些带有地方化或情怀化菜品的餐厅，或者与 IP 跨界合作、推广创意菜等具有个性特色的餐厅开始流行。近几年，各种区域性菜系不断向全国蔓延，如主打西北菜系的西贝凭借差异化的品类定位已逐渐受到消费者追捧，增长迅猛。另外,IP 餐饮也成为新风貌,熊本熊咖啡馆、Teddy Coffee Shop、海贼王主题料理、Line friends café & store 等 IP 主题餐厅也通过借助特色化的 IP 形象和菜品,吸引了大量客群。

“80 后、90 后”消费者越来越重视餐厅品牌的品质。据艾瑞咨询消费者调研结果显示，餐厅的口碑评价成为消费者选择餐厅时最先考虑的因素，而口碑评价的背后则代表着消费者对品牌品质的诉求。

用标准来评价上海餐饮

促进上海餐饮品牌的建设,结合上海餐饮特点，上海餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心共同推出 2019“上海味道”餐饮数据化评价体系规范。餐饮评价及推广活动扩容至沪上百家餐饮企业，覆盖中西美食、主食美点、休闲风尚新餐饮。基于第三方美食评价平台大数据采集管理，把大众反馈作为重要信息和判断来源之一，“上海味道”评价体系数据标准化、规范化,更具公信力;同时,将绿色健康食材选用纳入评价体系，“上海味道”水准国际化；注重餐厅文化和品牌建设，“上海味道”影响力全球化。关注全球食材、本地品牌,建立适合中国口味的美食指南，一方面可以为大众提供精确的、物有所值的餐厅介绍，一方面也可以通过滚动式的榜单促进餐饮企业精益求精，成为大众公认的品牌。

日前,在“2019 上海味道”启动仪式上，上海市餐饮烹饪行业协会名誉会长沈思明、上海良友油脂集团股份有限公司总裁马伟军、上海金枫酒业股份有限公司副总经理邓广寿、光明乳业（集团）有限公司副总裁严海波、中国盐业集团有限公司陈锐部长、金文食品总裁童卿等领导作了主题发言，沪上 30 余家餐饮企业高管也来到现场助阵第二季“上海味道”。

以“六大维度”来对标上海味道

2019 年,上海味道将站在更高的起点,全面升级。上海商情信息中心主任原立军介绍了 2019“上海

味道”活动及嗨 100 榜进程：“在成功举办首届‘上海味道·美食地图’活动的基础上,2019‘上海味道’全面升级,上海市餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心携手业内知名餐饮供应链企业金文食品将共同打造上海餐饮标准评价体系，推出上海餐饮优质品牌。通过上海餐饮评价体系，由资深餐饮行业专家组与业外观察团组成‘上海味道’评委会，推出‘上海味道·嗨 100 榜’，通过制定专项标准、实地考察、暗访监察、专业评审各环节推出一批年度‘嗨 100’上榜餐饮品牌。”

通过“品质”、“特色”、“服务”、“设计”、“文化”、“时尚”六大维度评价标准，均衡传统与现代社会发展，关注更多海派餐饮环境、文化、服务、品牌内涵要素,综合提升评判标准与全景视角，同时突出“主厨文化”。活动全程将通过融媒体、新媒体相结合、微信票选等形式，全方位推广。

上海部分老字号餐饮品牌企业存在面临主厨后继乏人的窘境,而上海美食的传承是一代代名厨匠人的担当，在一代代主厨名师传承中坚持走“改良、创新、融合”之路,培养全社会尊重厨师的良好氛围,提高厨师的社会地位。让上海味道、海派风味更为厚重丰富。作为“上海味道”年度推广大使，御璟轩总经理张国荣表示,作为餐饮行业代表，将大力推广海派名厨,做匠人,守匠心,积极推广海派餐饮文化。

时代焕新，传统老字号企业在日趋激烈的行业竞争中加速转型升级,品牌金枫、海狮再次拥抱“上海味道”。上海良友油脂集团股份有限公司总裁马伟军表示，良友海狮将同心铸造,智创未来,全力加速提升服务能级,推广全民营养用油、健康用油。上海金枫酒业股份有限公司副总经理邓广寿认为，作为金枫酒业旗下高端品牌，老字号石库门将焕发新魅力，美好品质需求让酒香更沉淀,更悠远。

今年,更有光明、中盐加入今年的品牌强大阵营。光明乳业（集团）有限公司副总裁严海波介绍，作为光明乳业旗下高端品牌，瀛丰五斗手工有机稻米，将重新思考稻米文化，一心一意,只为一粒米。

老字号品牌矩阵全面进行突破创新，在精品化、高端化、年轻化、时尚化方面发力升级，适应消费新需求。开辟海派菜与食材品牌互融共创的发展新模式，传播海派餐饮技艺、文化，探索弘扬海派美食文化最佳路径，焕发食材产业新时代新意。

解放 70 周年，美食巡礼启动点亮传新意，上海市餐饮烹饪行业协会名誉会长沈思明介绍说，上海解放 70 周年之际，餐饮行业能做什么？这也是上海市餐饮烹饪行业协会在思考的方向，在 70 周年之际,以“上海味道”美食巡礼,受四方检阅,以“上海味道”提品质，优服务、创新品,促进行业发展,全力服务进博会。

【相关链接】

上海味道美食地图 10 月亮相

今年 10 月,2019 版“上海味道美食地图”将全新推出,链接不同餐饮品牌的多场景化产品，通过上海美食地图及嗨 100 榜单公信力保证，让入选餐厅获得更多消费者的信赖，推出积极响应上海市政府关于打响“上海服务、上海购物”品牌号召，成为真正让大众放心品鉴的美食地图。

同期印制手绘精彩的 2019 版

“上海味道·美食地图”，将在旅游界、购物节、进博会期间在社区、餐厅、景点全面发送。上海味道海派餐饮推广活动历时半年,以“上海味道·美食地图”为契机,吸引沪上百家知名餐饮企业全程参与。业内人士表示，上海味道评价体系规范、嗨 100 榜、上海味道美食地图，有望让“上海味道”真正走向全国、走向世界。