



# 入选“上海味道”的餐厅实现 0 关店

## 优质食材、餐饮零售化、餐酒服务助力上海打造国际美食之都

### 上海成世界美味聚集之城

上海已成为世界上汇聚世界各地口味餐厅最多的城市:上海拥有来自 6 大洲超 40 个国家的 22 万家餐厅,超过 40 种菜系。今年上半年,上海首店经济也继续领跑全国,新开店首店 513 家,其中餐饮业态首店 325 个,占比超 60%,同比增长 70%。

面对餐饮消费全新升级,传统的本帮菜也通过传承和创新重塑海派新味:从菜味一直“轧”得精准的周舍到今年开业的悦味·创意本帮菜,“海纳百川,经典传承”一直是上海菜非遗文化传承人周元昌大师的经营理念;民间本帮菜“三巨头”之一,兰心餐厅的藜心臻品,用全新的方式彰显本帮菜的魅力,以更符合年轻人的口味和需求。

各地特色菜系也更凸显地方特色:湘菜餐厅凤凰湘湘,以纯天然绿色原生态健康食材,采用流传百年官府湘菜的独特烹饪手法,完美呈现湘菜之精髓。鲁菜系的鲁菜以高品质的胶东海鲜,充满美感的餐厅空间,带来了不一样的海的味道。

众多世界口味的餐厅,也让众多中国消费者足不出国、尽享世界美味:上海首家秘鲁餐厅——COLCA 秘鲁西班牙餐厅,以传统秘鲁风味,融合现代西式烹调手法,选用进口空运食材原料,让嘉宾品尝到纯粹的秘鲁风味。随着首店与日俱增,新天地、陆家嘴、北外滩等地标成为了餐饮业首店首选,如新天地开出了 Lenotre 雷诺特法式甜点、BUTTERFUL & CREAMOROUS 黄油与面包、Shake shack、L'ECLAIR DE GENIE 等。

### 世界食材助力上海味道

餐饮口味优劣,很大程度上取决于食材的品质和多样性。如何让更多的优质进口食材走进更多的餐厅?

上海商情信息中心对历年上榜餐厅进行调研,其中餐厅对于进口食材的使用率占到总量的 15%-20%,主要集中在牛肉、海鲜、火腿、乳酪制品、调味品等品类:本帮菜餐厅思澜梧逸的法式鹅肝肴肉、9 年生百合与伊比利亚火腿的冷盘、南非鱼子酱素烧鹅等,呈现出全新的海派融合菜;出现在西餐厅的高端食材鱼子酱,经进博会引入中国后走向“亲民”,京帮菜餐厅晟永兴带来了“堆满鱼子酱”的片皮烤鸭,本帮菜餐厅 HOMES 带来了融合了鱼子酱的老酸奶鱼子酱,咸酸甜的口味,口味独特性;毛豆阿姨酒家采用新鲜优质的银鳕鱼为料,肉质更加细腻鲜嫩,有别于传统青鱼草鱼的粗柴口感;HOMES

晨报记者 钱鑫

自 2018 年起,超过 300 家上海优质餐厅上榜“上海味道”,已成为了上海餐饮的风向标。疫情后,入选“上海味道”的餐厅不仅实现了 0 关店,更有超 50% 餐厅有升级、开店计划,今年前三季度,入选餐厅营业状况均呈稳步增长。这是近日从第四届“世界食材·上海味道”餐饮潮流发布暨上海味道·上海酒单首发仪式上上传出的信息。据悉,该活动由上海市商务委指导,上海市餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心主办,众多中国烹饪大师、沪上知名餐厅主厨、主理人、中外知名酒庄、优质食材商及零售渠道代表等共同探讨,如何推动上海成为国际美食之都。



飨宴则选用东海鲟鱼代替青鱼,肉质比青鱼肉更为紧实鲜香。

上海商情信息中心还曾举办了“上海味道·妙可蓝多之夜”,特邀中国烹饪大师周元昌与中国烹饪大师锦江洲际翁建和大师,共同探讨奶酪芝士产品在中餐业的创新应用,将妙可蓝多奶酪运用到中式餐饮中,推出了芝香脆皮黄鱼、芝香槟榔芋麻球、百香果冰糕配芝士棒等多道创新芝士菜肴。

事实上,中西合璧的食材结合及烹饪方式也已成为餐饮行业的新潮流,比如从奶酪饼、芝士奶盖茶、芝士糯米鸡等,到后来的中国传统节日小吃——青团、月饼、粽子与奶酪的融合。除了甜品烘焙领域以外,奶酪在中餐领域中的身影也变得越来越常见。妙可蓝多 CEO 任松先生表示,奶酪非常适合加在中餐里的馅料菜品及凉拌类菜品中,如今已有越来越多的中餐中,运用了奶酪。奶酪在传统中餐中大有可为,各种奇思妙想也助力今后的中餐产品的创新。

而一些西餐,也因采用了更多本土优质食材,由此带来了更多的口味,也降低了成本:R è ve Kitchen 创意法式料理以法式的传统原材料和烹饪手法制作,这道美食因为海狮金橄榄油带来丰富润泽的底味,将菌菇新鲜与鹅肝的馥郁完美调和,融汇成中外人士均赞不绝口的精美享受。

禾煜结合多年在供应链端及产

销一体化的实际经验,提出了“阳光物产,直供健康”的发展理念,目前,禾煜已在福建、云南、东北以及新疆等多个优选原料产地建立了自有基地。今年,禾煜斥资 1 亿元在新疆巴楚县建立生产加工基地,以“粮食之母”藜麦为切入点。目前,在很多中餐厅中,更多的藜麦做为新食材在餐饮上创新应用,藜麦色拉、藜麦叉烧、藜麦大焗虾成为了很多追求健康消费的食客的最爱。

### 餐饮零售化

#### 从“有限场”到“无限场”

笋干菜独有的香味,肥瘦相间、色泽鲜亮的五花肉,浓郁的汤汁吸收了梅干菜和笋干的鲜味,混合了五花肉满满的胶原蛋白,淋上一勺瞬间注入了笋干菜扣肉的灵魂。沪上知名餐饮品牌绍兴饭店与顶新集团旗下餐饮零售化平台集食美为盒马独家研发的一款特色冷鲜面——“笋干菜扣肉拌面”,已正式在盒马全线上市。这款产品出自上海味道“嗨 100 榜”入榜餐厅,是上海味道平台推动餐饮零售化发展的成功案例。

自 2018 年起,“上海味道”历经 3 年发展,参评入选餐饮品牌已超 300 余个,覆盖餐饮门店两千余家,吸引数十家传统零售、电商渠道、优质食材企业共同参与推动。

据上海商情信息中心主任原立军介绍,随着餐饮零售化格局的更新迭代,“上海味道”也一直致力于

为人榜餐厅品牌搭建从“名菜”到热卖“爆品”的零售化解决方案,绍兴饭店“笋干菜扣肉拌面”正是一次积极的探索,未来将会有越来越多餐饮品牌通过“上海味道”平台走向零售。餐饮零售化,能把餐饮企业的特色产品或食材进行食品工业化,从而转变成零售形态进入市场,由此实现了用户粉丝的二次价值转化和品牌的跨渠道延伸。

餐饮是厨师烹饪出来的,而零售则是由机器生产加工出来的,如何做到还原到店吃到的味道,这必须要在烹饪与加工之间进行不断的磨合。记者了解到,这次推出的笋干菜扣肉拌面,远赴浙江上虞寻觅与其适配的笋干菜,融入其中。在口味上经历了数十次的尝试,才调和出最能还原绍兴饭店这道名菜的口味比例。原立军介绍说,“餐饮零售化是个永恒命题,我们将在还原口味、控制成本、严格品控、生产加工供应链等方面进行进一步的尝试。餐饮零售化,也将助力更多的餐饮企业完成从‘有限场’到‘无限场’的转变,从而开辟出全新的发展模式。”

据悉,叮咚买菜也对外宣布,将投入数亿元,打造快手菜高端自有品牌“叮咚王牌菜”,并向全行业发出“王牌菜征集令”,号召餐饮、预制菜、调味料等全行业的优秀企业参与“叮咚王牌菜”的海选。叮咚买菜快手菜商品采购负责人欧厚喜介绍,“叮咚王牌菜”是叮咚买菜的自有品牌,专注于研发“在家不易烹

饪”的餐厅大菜及地方特色菜,主打“让厨房没有难做的大菜”。叮咚买菜将利用海量的消费大数据、最新的市场需求、最严的品控团队、最全面的供应产业链,为预制菜行业赋能,通过餐饮零售化的方式,让预制菜成为广大消费者触手可及、耳目一新的美味。

### 引入侍酒服务 提升餐酒体验

在西餐中较为普遍的侍酒服务,也开始走入了更多的中餐厅。洋为中用,引入侍酒服务,餐酒专业的搭配,进一步提升了餐饮体验,也助力上海餐饮进一步和国际接轨。

今年,上海味道全新升级推出“上海酒单”评选,上海一些高档餐厅如 Hakkasan、上海苏宁宝丽嘉酒店-LAGO 意大利餐厅、Stone Sal 言盐西餐厅、HIK9 厨、1515 牛排馆等西餐厅,及遇外滩、东方宴会、九储堂、甬府、恒悦尚品、菁禧荟、广舟等中餐厅纷纷参与。

据了解,侍酒师这一新兴职业虽由西餐引入中国,但随着中餐服务意识的升级,较多中高端餐厅纷纷引入侍酒师这一服务。餐饮用酒的选择也更趋于专业,如美国贝拉格天堂黑皮诺干红、来自中国宁夏贺兰山东麓产区的西鸽酒庄、波尔多有机葡萄酒法国翡马酒庄的干红,日本我山清酒、金枫石库门黄酒等纷纷出现在很多餐厅的酒单上。

本次上海酒单还颁发了葡语国家推荐酒单,上榜品牌也在现场进行了展示,此次合作开启上海味道沪澳联动的第一步。12 月上海味道还将走进中国澳门,为上海味道进入大湾区打响首站。

亚洲知名的葡萄酒赛事之一——上海国际葡萄酒品评赛 SIWC,到今年已经是第 15 年,上海外高桥集团股份有限公司副总经理、上海市外高桥国际贸易营运中心有限公司董事长张浩昨日介绍说,上海国际葡萄酒品评赛获奖酒与“上海酒单”同期发布,是我们首次尝试与上海商情信息中心跨界合作,后续 SIWC 获奖酒将在“上海酒单”上榜餐厅等进行专属展位展出,并联手推出“美食+美酒”的特别菜单搭配推荐等系列活动,从而为获奖酒提供具有更有效的推广平台。

据悉,SIWC 始终致力于帮助国内外酒庄拓展中国国内和国际市场,通过专业贸易服务促进国际贸易往来并推动国内消费升级,在促进上海口岸进口酒类贸易繁荣发展的同时,也为促进上海国际消费中心建设发挥了积极作用。2021 年上半年,上海自贸区保税区域葡萄酒进口额占全国 24.7%。11 月,上海外高桥集团股份将首次携 SIWC 获奖酒走进第四届进博会食品及农产品展区。