



一个被美好味蕾包裹的美食之城

# 环球美食节演绎“魔都美食 24 小时”

记者 钱鑫

早餐吃个鲁采沂蒙六味大煎饼——手工烙制小米杂粮煎饼,配鲁南6个城市的酱料;午餐来个青山澜蒲烧活鳗配丝苗米饭,粒粒饱满、软糯弹牙的鹤舞稻香农场生态米搭配外焦里嫩、入口即化的蒲烧活鳗,关东风味袭来;休闲下午,来个“法式慵懒”的午后南法下午茶,seul&SEUL 帝王蟹牛油果塔塔——鲜活帝王蟹被巧妙赋予两种口感;晚餐让我们回归中国“胃”,来个中式晚餐:山海潮陈皮灌汤烧鹅和卤水拼盘——烧鹅的灌汤是关键技术,厨师用秘制味汁,将味汁灌入鹅的腹腔,再用针线将开口缝住,使味汁不致漏出。

魔都上海之魅,在于它的摩登,在于它的宜居、更在于它的美食。

上海,这是一个被美好味蕾包裹的美食之城。

日前,2022 第三届“魔都环球美食 24 小时”环球美食节在 LuOne 凯德晶萃广场正式启动。作为本届“五五购物节”构建“2+12+16+X”活动框架中,打响12个标杆活动IP之一,将开展“魔都环球美食 24 小时”主题活动、环球美食之都巡展、RCEP 成员国进口美食展、环球下午茶大赏等活动。

## 魔都美食 打造上海的软实力

2022年1-6月,共有25家全国首店落户上海,其中最大看点集中在休闲餐饮,共有9家,餐饮首店占据落户上海的全国首店的36%。如酝酿一年有余,“蓝瓶咖啡”中国内地首店开门纳客,苏州河畔、面粉厂宿舍旧址,两层红砖斜顶洋房,这个小蓝瓶在魔都始终是掀起了“6小时排队”打卡风。

在这次环球美食节上,数千家餐厅推出促消费、兴市场举措,发布上海环球美食指数、预制菜产业消费趋势报告,推出年度环球美食指南及年度“名店、名菜、名点、名师”榜单等。

作为中国久负盛名的美食之都,上海正全力打造具有全球吸引力的国际美食之都,围绕各国特色美食、餐饮文化、餐酒搭配、风尚茶饮、品质咖啡等,培育一批具有国际水准的环球餐饮美食街、美食聚集

区、特色市集等,创造新供给。打造“环球美食节”等标志性活动,推进环球美食文化、茶饮文化、主厨文化融合交流。加快推进美食产业高质量发展,推动餐饮消费提质扩容,全面提升上海餐饮品牌知名度、餐饮文化融合度、餐饮人才专业度、餐饮产业繁荣度和餐饮消费便利度,吸引更多国际和本土知名餐饮品牌首店落户。本届环球美食节启动仪式现场,来自广东顺德、扬州、淮安、四川成都、韩国、瑞典等“世界美食之都”代表与上海餐饮同仁进行沟通交流,支持上海全力打造国际美食之都。

本届“魔都环球美食 24 小时”环球美食节由上海市商务委员会指导,上海市黄浦区人民政府支持,上海市餐饮烹饪行业协会、上海商情信息中心主办, LuOne 凯德晶萃广场、百联·联华·i 百联合作。

环球美食节现场活动将持续3天,后续线上线下活动系列活动将持续到十月底,为消费者带来一场又一场的从“味蕾”到“视觉”的盛宴,魔都环球美食 24 小时不同圈层节点连接,助力上海全力打造国际美食之都。

## 上海环球美食消费指数全国第一

上海环球美食消费额占餐饮总消费额比例为18.3%,环球美食消费规模指数居全国第一,北京、广州、深圳、成都等城市紧随其后,并呈现出多元化、品质化、数字化的消费发展趋势,这是美团发布《2022 上海环球美食消费指数报告》(以下简称“报告”)中透露的信息,深度剖析上海环球美食消费规模、空间分布和行业发展趋势。报告显示,从空间分布来看,上海的黄浦区、静安区、长宁区、虹口区和



徐汇区等中心城区环球美食门店分布密度更大,从时间维度来看,七夕节、暑期等节假日期间,环球美食的消费规模增长显著,而上海市民更热衷在午餐和晚餐选择环球美食。

在多元化、品质化的消费趋势下,上海环球美食餐厅品类更多元,小众环球美食品类增长最快,巴西菜、中东菜、西班牙菜同比增长超过2倍;除了吃得好之外,消费者更注重环球美食餐厅的情感和社交价值,Z世代更追求新品拔草和高人气,银发族更注重适合家人朋友聚餐带来的情感体验。

值得注意的是,近三年环球美食餐厅的数字化水平从2019年的35%增长至2022年的85%,增幅明显。“突如其来的疫情,让更多上海餐饮商家看到线上外卖、推行‘堂食+外卖’双主场的重要性,数字化也成为环球美食餐厅的重要发展趋势。”美团外卖上海负责人徐乔表示,今年5月以来,不少以堂食为主的黑珍珠餐厅也上线了外卖。

报告显示,今年3-7月上海新上线外卖的环球美食商家占新上线商家总量同比提升5%;而3月前未上线外卖的环球美食小店中,有31%在7月底之前完成了上线,远高于全国19%的平均水平。

今年6月,美团外卖发布了上海“全城必点榜”,上百家国外品质餐厅品牌入榜,涵盖了法国菜、日本料理、墨西哥菜等十余个环球美食菜系。报告显示,入榜商家日均曝光人数环比入榜前增长10%、日均点击人数环比增长20%、日均GMV环比增长44%。

## 十位环球美食大使的“舌尖宣言”

来自久席的吴小卫、山海潮的肖日泉、宜家的惠志良、名厨本帮馆的陈建新、外滩林家一的丁海东、樽宴的李新宇、鲁采的王太震、ALIMENTARI的孙新元、胆道的严嘉俊、食庐的孙晓阳……在启动仪式现场,第三届环球美食节评选的十位环球美食推广大使和一位公益大使也发表了“舌尖宣言”。这十位环球美食推广大使是来自外滩·林家一、樽宴、鲁采、ALIMENTARI、宜家、胆道等餐厅的主厨。

在本次“魔都环球美食 24 小时”上,首次出现的公益大使则是来自熊爪咖啡的残障咖啡师陈莹莹。今年7月,美团与熊爪咖啡共同推出全国首个盲人咖啡“种子店”,由盲人双胞胎兄弟担任店长。美团以数字化助力残障人士就业,通过语音识别技术,盲人咖啡师可以通过“听”的方式快速、准确地核销线上订单。

## 魔都美食 24 小时 一次饕餮之旅

早餐、午餐、下午茶、晚餐四餐开启环球美食之旅。

“打工人”的中西融合早餐:鲁采沂蒙六味大煎饼、毅园藜麦米面包,定位健康属性。宜家瑞典生腌三文鱼塔塔配牛油果和健康燕麦麦道的北欧菜式,清爽又解腻。

午餐是“精致白领”一天的补充能量时段:来个日式定食午餐,青山澜蒲烧活鳗配丝苗米饭——鹤舞

稻香农场生态米搭配蒲烧活鳗,关东风味袭来。

休闲下午茶最能体现魔都的小资情调:seul&SEUL 帝王蟹牛油果塔塔——鲜活帝王蟹被巧妙赋予两种口感。

晚餐最能抚慰我们的中国“胃”:来个中式晚餐,樽宴黑松露鳕鱼狮子头汤——鳕鱼的细腻感再加入黑松露恰到好处香味。山海潮陈皮灌汤烧鹅和卤水拼盘——烧鹅的灌汤是关键技术,鲜味都保留在鹅的腹腔。□

## 到家美食 “宅生活家”的抚慰

在“懒人经济、宅经济”及疫情常态化的催化下,方便、快捷的到家美食已然成为了刚需,催生出“懒人”首选的线上外卖,以及“宅生活家”喜爱的预制菜及环球食材。

美团还发布了《2022 上海环球美食消费指数报告》,美团外卖数据显示,今年3-7月上海新上线外卖的环球美食商家比去年同期提升了5个百分点;而3月前未上线外卖的环球美食小店中,有31%在7月底之前完成了上线,远高于全国平均的19%。作为注重生活品质的国际化城市,上海市民对外卖的需求早已从简单的果腹转向高品质餐饮体验享受。今年6月,美团外卖发布了“全城必点榜”,榜单里上百家国外品质餐厅品牌,涵盖了法国菜、日本料理、墨西哥菜、巴西菜等十余个国外菜系。据统计,正式发榜后,入榜商家日均曝光人数环比基期增长10%、日均点击人数环比基期增长20%、日均GMV环比基期增长44%。

同期,现场还展示了来自全球的环球优质食材及预制菜,为“宅生活家”们足不出户实现全球选材,实现了“高质量、高效率”新厨房时代。

## 好料助推美味之旅

现场既有全球“蛋白质专家”泰森、始于1948年的银鹭农场提供的优质食材,还有莫顿盐业、李锦记提供的好料。□

专注于东南亚传统调味料的水妈妈(Sui Ma Ma)等多元风味。更有“预制菜第一股”味知香、“川人川味”紫燕食品、锦江御味等丰富方便“宅生活家”的“高效厨房”。□好吃离不开好喝,跨界乐创新0酒精饮品将在活动期间进行首发,更有金枫酒业以太湖糯米为核心酿造原料。捷强\_法国DIVA波尔多打造全球顶尖的草饲牛肉专注于向世界推荐最顶级和最优质名庄。

7月起,上海味道和光明农业发展集团联手推出“环球干饭人,干出国际FAN”活动,在线召集环球美食达人,通过投票评选出最有趣、极富趣味的环球米食料理。

