

C 财富边上

一碗牛肉面里的国计民生

□张嶷

最近去兰州出差,少不了要吃“兰州拉面”。

作为兰州市第一批文化遗产,兰州牛肉面的制作工艺有不少讲究,普通兰州人都能说出个“一清二白三红四绿五黄”来:一清指清汤,要用熬煮了很长时间的牛骨汤做汤头,但是一定要将汤中的浮沫处理干净,汤要清澈见底;二白指白萝卜,白萝卜切薄片,要透光,不然无法入味;三红指辣椒油,香而不烈,每家面馆都有自己的辣椒油配方;四绿指蒜苗和香菜;五黄指面条,面条发黄是因为加了蓬灰水,这让面条变得更加筋道,可以拉得细而不断。

根据粗细及宽扁程度的不同,牛肉面可以分为毛细、一细、二细、三细、宽、薄宽、韭叶子等多种,每个食客根据自己的喜好要求拉

面师傅拉出相应的面型。虽然兰州的牛肉面馆遍布大街小巷,但价格基本相同,无论哪种面型都是7元一碗,不过碗里只有很少的牛肉丁,大多食客会额外要一小碟牛肉片佐餐。

牛肉面有多深入兰州人的生活呢?一位当地朋友讲了个故事,上高中时,有个同学放学后发现自己的自行车丢了,他情急之下立刻奔向附近的牛肉面馆,仔细一找,发现自己的车果然就在那里,车锁还没完全撬开。事后问他为何如此神机妙算,他一摆手:小偷也得吃面嘛。

换个角度来说,牛肉面涨价都会惊动政府出面限价。2007年,因为原料价格上涨,有些面馆对面价进行了调升,于是其他面馆也跟风涨价。牛肉面本来就自来水和天然气一样是生活必需品,连听证会也没有就涨价,一下就触及到了民生问题。

很快兰州市物价局联合四部门,印发了一纸限价令:“普通级大碗牛肉面不得超过2.5元,小碗和大碗的差价为每碗0.2元。”那如何判别大小碗呢?早在2000年,甘肃省质量技术监督局就制定并实施了兰州牛肉拉面的标准,对牛肉面中的面、肉的数量给予明确规定。消费者如果发现牛肉面馆牛肉分量缩水,是可以拨打电话向质监部门举报的。

限价令一出,争议很多,不少外地媒体都认为,政府限价违背了市场经济规律,退回了“计划经济时代”。当地市民虽然支持限价,但因为限价令的约束力终究有限,最后也就不了了之,牛肉面的价格也该涨就涨,直到去年,涨为了7元一碗。

作为兰州市名片,游客来兰州总是要吃一碗牛肉面,但7元一碗又没多少利润可赚,于是兰州高端酒店曾推出过298元一碗的牛肉面。“我陪几位外地老板吃过一次,从食材上来说,面条卖到这个价位也有它的道理。”上面这位兰州朋友说,这面分为三小碗,头一碗配的是冬虫夏草,第二碗配的是西洋参,第三碗才是牛肉片。

民族的就是世界的,兰州牛肉面不仅在大江南北开设了若干分店,拉面师傅也走进了不少穆斯林国家。网上有这么个传说,伊拉克战争期间,有人去那里经营餐饮,把一辆废弃的装甲车改装成了牛肉面的流动摊点,跟着美军部队,美军打哪儿,便坐下来吃碗热腾腾的牛肉面。

这事很快让敌军知道了,于是便和美军商议,打仗归打仗,但能不能让我们也吃上碗牛肉面,大家吃面的时候都不开枪。好嘛,事情若真是这样,兰州牛肉面可以说超越了种族和国别,提名个诺贝尔和平奖都不算过分吧。

(上接B01版)

这位编剧强烈的“不舒适感”,在《琅琊榜》的投资人柯利明看来,一切都理所当然。

“三五年以后,你能看到一个可以工业化生产的影视公司,而我现在布局的就是一个工业化生产的体系。”柯利明在接受记者采访时这样说。

柯利明是投行出身,他的职业习惯是用模型提前规避风险,这也让他用投行思维去投资电影。“作为一个产品设计师和投资人,我看剧本时就想着有一天把它制作出来会是怎样的呈现,我一定要考虑到我的产品怎么样让观众疯狂地去购买,哪些地方让他们特别喜欢。所以我知道我这个电影推出来后本身就有潜在的消费者在那里,然后我会思考如何唤醒他们的营销氛围,同时让消费者买得起,钱花得满意。”

凭着在圈子里积累的资源,柯利明基本都能以低于市场价拿到好的版权,比如业内价格是1000万元,他可能花五六百万元甚至三四百万元就能拿到。

但在孙骁骥眼里,这完全是另一回事,“如果大IP被市场简单地认可为粉丝多、有群众基础这样的标准,那么我认为这其实是件挺可怕的事儿。”

刘玮说,关注大IP代表的主流观众群大多是80、90后,他们追求轻松、愉悦、猎奇、浅层的娱乐享受,而代表中国主流文化价值的精英人群却不一定买账。今年,由网络漫画小说改编而成的电影《滚蛋吧肿瘤君》代表中国电影出征奥斯卡,就有些贻笑大方。

在刘玮看来,大IP产业这种完全市场化的行为对中国电影市场发展有不利的一面,“你总不能拿《泰囧》代表中国电影去戛纳参赛吧?”

刘玮在戛纳电影节上注意到,国际电影界对中国的印象还停留在张艺谋的《红高粱》时代,中国影视业亟需一些代表中国主流文化的影视、纪录片去影响世界。

错过《夏洛特烦恼》的齐鲁影业,改走国际化路线,在创下口碑后再考虑商业化。这家2013年才成立的创业公司,投资的纪录片《孔子》(国际版)前不久刚在英国上线。今年,齐鲁影业投资拍摄了《孔子》(国际版),就恰恰是考虑到《孔子》这类题材的纪录片在国际的影响力。

“国际买家对这类题材非常感兴趣。”刘玮说,目前《孔子》的预售版权已经卖给了英、美、法、德、澳、日六国,对韩国的版权也在洽谈中,通过这种预售版权已基本收回投资。

六七十元一个的面包排长队买,可惜用的面粉全是进口的一家面粉厂的“高大上”选择

从小麦里榨出油来

“一粒小麦从进磨到变成包装好的面粉产品,要在45分钟的时间里,走过48道工序。”10月初,在肥城富世康制粉有限公司生产车间,生产部经理尹衍峰向记者介绍了目前他们的小麦加工技术。

“经过这些工序,小麦胚芽、粗面、精面粉与麸皮就被层层剥离,成为进一步深加工的原材料,或直接推向市场。”尹衍峰说。

富世康车间里的生产设备和是国内制粉厂的标配,只生产白面和麸皮的时代已一去不返。

“粗面可以用来加工板材,或用于工业、饲料生产;麸皮主要用来生产饲料;精面则直接被送入各地销售点,用来加工主食。”尹衍峰告诉记者,告别了粗放式生产方式后,制粉厂也开始有意选择一类产品创造更高的附加值。

富世康选择了小麦胚芽。尽管1951年就有人发现了小麦胚芽的价值,可实际进入工业化生产的时间并不长。现代科学研究测定,小麦胚芽中含有人体必需的8种氨基酸,特别是赖氨酸的含量占18.5%,比大米、白面高出6~7倍。当中国进入注重营养摄入的时代,特别是对生产企业而言,高营养同时也就意味着高附加值和高商业价值。

于是,从小麦胚芽粉到小麦胚芽油等,各种小麦胚芽产品陆续面市。

“以前小麦加工过程中,小麦胚芽都藏在麸皮上,一块卖给饲料企业。”富世康一名员工告诉记者,当他所在的企业,决定用小麦胚芽榨油,着实出乎了他的意料。

与其在同类产品的市场上和竞争对手厮杀,不如开拓更有价值的新战场。正是在这样的考虑之下,富世康开始考察论证新产品战略的可操作性。

“我们共投资1.2亿元,新上了以生产小麦胚芽制油为主要内容的高端食用油生产线。”10月8日,山东富世康工贸有限公司董事长冉德成告诉记者,为此他们还成立了自己的生物科技分公司,主攻高端食用油的研究和生产。

当本报记者进入其高端食用油生产车间,其生物科技公司总经理戴先锋又告诉记者,他们刚又安装了新的生产装置。通过这套装置,他们可以把液体小麦胚芽油加工成粉末,“既可以用来做糕点,又可以作为全脂奶粉的粉末油脂,附加值就更高了。”

消费者教育

“100斤小麦胚芽只能榨出5斤油”,富世康一名员工告诉记者,这就注定了这种油相对高昂的市场价格。据记者了解,一盒一斤装的富世康小麦胚芽油,标价就达到100元以上。

“价格倒是其次,更重要的是老百姓能否接受这种油的消费。”冉德成在接受本报记者采访时承认,对他们开拓的新战场而言,消费者教育将是一个长期的过程。就目前而言,这种小麦胚芽油还很难形成较大的销量。

“肥肉”都让进口面粉吃了

实际上,比起小麦胚芽油,烘焙用面粉



家庭烘焙的兴起,给了传统面粉企业向高附加值产品跨越的契机。(资料片)



如今制粉企业对小麦的加工,早已脱离白面加麸皮的时代。饺子面粉、面包粉和糕点粉等等专用面粉,已经越来越多地出现在市场各个角落。

技术与需求的变革,也推着制粉企业开始尝试把小麦“吃干榨净”,在高中低各个端口布局产品。不过,一直以来就在中低端面粉市场厮杀的国内制粉企业,要完成向高附加值、高端产品的跨越,要迈几道槛呢?

本报记者 刘德峰

却多标注其所用的面粉是从国外进口而来的高端面粉。

以统一集团在台北“国父纪念馆”附近开的面包坊“昂舒巴黎”为例,其最贵的一款面包“艾蜜莉的红酒枕头”,重1200克,售价680元。这样的面包,用的是法国的Viron面粉。这种面粉是法国一流烘焙坊采用的面粉,比一般面粉市价贵四倍。

而在北京,最贵的面包一个六七十元,照样有人排队等着吃。这种面包用的面粉,同样来自法国。

“不是我们生产不了烘焙专用面粉,是我们采购的原材料满足不了烘焙专用面粉的条件。”富世康一位聂姓负责人告诉记者,烘焙专用面粉多是高筋粉,这样才能满足烘焙类产品的口感,以及内部脉络的丰富性需求。

“丹麦、北美等地,是这类高筋麦、优质麦的主要产区。”她告诉记者,这也就意味着,国内生产专用面粉使用的小麦也多依赖于进口。另有专业人士称,在中国加入WTO之后,由于广东省地处沿海,有充足的进口小麦来源,其高档专用粉的生产能力一直居全国首位,基本垄断了国内高档面包专用粉及糕点粉市场。

随着对外开放程度提高,国内企业进口国外优质小麦已不是难题。不过,“虽然在价格上,高档专用面粉要比普通面粉高出2-3块钱/斤,但要注意到的是,原材料成本也高出不少。”业内人士透露。

最现实的选择

作为全国小麦制粉行业中的50强企业,富世康也曾试图进入这一领域。可基于泰安的小麦生产基地,目前还没能产出高筋麦,而且经过市场调研他们也发现,如果用进口原材料来制作高档专用面粉,投入产出比也并不诱人。

“我们在调研时也发现,现在有越来越多的八零后、九零后群体,喜欢自己在家烘焙。”上述聂姓负责人表示,而家庭用面包粉和糕点粉,则不需要顶级的高筋粉。基于这一市场趋势,生产家庭用专用面粉,对富世康这样的企业而言,也就成了最现实的选择。

的市场已渐渐火了起来。据相关统计,2013年全国规模以上饼干及其他焙烤食品制造业总资产产约为669.3亿元,利润总额113亿元。2014年上半年,焙烤食品制造业累计完成主营业务收入,占食品制造业总额的12%,同比增长12%。

这对国内的制粉企业而言,同样是一个追逐高附加值、高端转型的机遇。不过记者也发现,城市中的品牌烘焙连锁经营企业,