

美食达人走进闽菜文化博物馆

谈闽菜初印象 话新闻闽菜发展

福州聚春园集团
FUZHOU JUCHUNYUAN GROUP

舌尖上的博物馆

董克平(左一)在闽菜文化博物馆内了解八闽美食。



董克平与美食达人了解佛跳墙制作技艺。

记者 全怡月/文 林双伟/摄

福州晚报讯 昨日，“闽味100”系列活动举行。著名美食评论家、《舌尖上的中国》美食顾问董克平及来自全国十大美食热门城市的美食达人，组成“闽菜朋友圈”，走进闽菜文化博物馆，在参观中感受源远流长的闽菜文化，深化新闻闽菜行业交流互动。

闽菜文化博物馆是中国第一个以闽菜为主题的博物馆，由福州聚春园集团有限公司投资并运

营。馆内集中展陈一千多件馆藏作品，以场景复原、数字互动、菜肴仿真、文物、书籍等表现手段，多维度打造具有闽都特色的闽菜历史文化空间，展示闽菜文化，具有研究、交流和服务等功能，是福建省文化名片之一。

逛馆期间，通过讲解员介绍，美食达人们深入了解闽菜的食材食源、饮食风俗、故事轶闻，以及闽菜文化的起源、演变、发展，感受闽菜饮食文化的博大精深。

相较于传统闽菜，衍生发展而来的新闻闽菜，在食材新鲜、味觉

鲜美等基础之上，具有菜式面貌“焕新颜”、烹饪技艺“有创新”、文化宣传“增流量”等特点。

组成“闽菜朋友圈”的美食达人们通过搭建新闻闽菜文化传播载体，利用自身网络流量发出声音，开辟闽菜网络“出圈”新路径，拓宽闽菜影响力。

在参观博物馆的闽菜悠远展区时，董克平对闽菜的历史深有感触。“福建临海，全省八山一水一分田，对于传统耕作来讲不是一个好地方，但是地形的复杂，地貌的多样，为餐饮业提供了丰富

的原材料。”董克平说，飞禽走兽、山珍海味、菜蔬瓜果、溪江鱼鲜等为闽菜的多样性提供了坚实的物质基础。

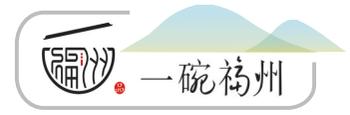
董克平表示，唐、宋移民，把中原饮食文化带入福建，而福建相对封闭的地理环境让这些文化在很大程度上得以保留，近代以来，福建华侨又把一些南洋饮食习惯带回家乡，融汇在闽菜体系中，古今中外多种元素在福建大地上存留、发展、融合，形成当今闽菜的百花齐放格局。

闽菜在不断发展中如何扩大

受众面?“生活水平提高了，饮食水平也在提高，饮食精致化是当代高品质精致生活的重要内容之一。”董克平说，地方风味精致化，不是要否定地方风味，也不是要改变地方风味，而是提高地方风味在主流消费阶层的适应能力，提升地方风味的消费层次，打开地方风味上升成为精致美食的通道。“这一方面理顺了，做好了，就是对家乡味道最佳最有效的推广。”董克平表示。

近日，省政府办公厅印发《福建省加快新闻闽菜创新发展三年行动方案(2023—2025)》，明确提出支持新闻闽菜创新发展，发挥闽菜文化博物馆等平台阵地作用，建设一批具备浓郁闽味文化和菜肴特色的闽菜馆。

接下来，福州聚春园集团将贯彻落实省委省政府、市委市政府闽菜发展相关部署，把闽菜文化博物馆打造成闽都饮食文化的展示窗口，积极推介闽菜文化，提升闽菜文化的知名度，助力我市申创“世界美食之都”。



第二届福品博览会人气火爆

“十福”云集 好吃好玩好看的都有

记者 江海/文 受访者供图

一起给年味儿加点好滋味，让人们的吃喝住行“福”气满满，激起新一轮八闽消费热潮。12月1日至3日，由中共福建省委宣传部、福州市人民政府、福建省商务厅、福建省工业和信息化厅、福建省农业农村厅等单位指导，厦门会展集团、福州建发会展主办的第二届福品博览会在福州海峡国际会展中心举办。记者获悉，恰逢周末，福博会人流量持续上升，预计三天有望迎来10万客流。

“十福”云集

八闽风物激起新消费热潮

“这是我第二次参加福博会，感觉种类更全了，展品也更加精致。”昨日上午，市民杨女士带着全家老小，来福博会逛展。从福州“三宝”，到龙岩山珍，再到漆艺、石雕和陶瓷制品，这里福建特产一应俱全，让她流连忘返。

本届福博会的展览规模达6万平方米，围绕十大主题，打造一个综合展区和三大专业子展。其中，展区规模达2.5万平方米的综合展区，以宣传推广“福”文化、福品为使命，在上届“六福”的基础上策划打造福味飘香、福享食尚、福茶生活、福见商旅、福农优品、福贸名品、福潮国风、福运可漆、福家福居、福汽

满满“十福”展区，营造“福”消费氛围。同时，展会以品类细分打造第四届中国预制菜产业博览会、中国(福建)国际烘焙休闲食品博览会、2023中国福建漆艺博览会三大专业子展。

省商务厅相关负责人表示，展会聚焦我省“一县一品”及各地市“福”字号优品，助力乡村振兴和“福”消费升级的深度融合，也为各地市企业搭建展示产品与服务优势的平台，荟萃我省鞋服、户外运动用品、家居休闲用品、轻工消费品等外贸传统优势产业，促进商品要素资源在更大范围内畅通流动。

美味飘香

烘焙休闲食品引领“食”尚

“真香啊!”在福博会展区东侧，路过的参观者们纷纷停下脚步，探寻香味的来源。而这香味，正是来自烘焙休闲食品展位。

作为第二届福品博览会的三大子展之一，中国(福建)国际烘焙休闲食品博览会通过展销和引流双向促进，“线上+线下”双线融合，开拓多元消费渠道，推动极具福建特色国货新“食”尚，设置展区面积达6000平方米，国际标准展位近200个，集中展示烘焙和休闲类食品及多元要素采购和消费场景，与双节促消费结合，着力打造包容度广的品



▲中国(福建)国际烘焙休闲食品博览会招牌面包大赛评选现场。

▲中国(福建)国际烘焙休闲食品博览会招牌面包大赛获奖选手。

牌展会平台。

展会还同期举办“酥福烘焙节”创意市集。记者在现场看到，“酥福烘焙节”创意市集携手知名供应商百胜、六意等，以及嘿贝野 HeyBagel、壹刻蛋糕 1cake、未芝 Wageke Bakery等知名烘焙品牌，现场展示各种招牌面包，展现烘焙产品带来的幸福生活模式。值得一提的是，本次市集不仅限于展销和售卖，更多是作为年轻人展示、交友、记录生活的重要场所，着眼于让烘焙食品产业链走进更多消费者的目光里。据悉，话题“福州酥福烘焙节来了”，还登上抖音福州热度榜第四名。

跨界混搭

本土食材面包独具风味

如同每一家知名餐厅都有自己的招牌菜，每一家面包品牌也有自己主打的招牌面包。本次中国(福建)国际烘焙休闲食品博览会邀请了多家面包品牌，举行招牌面包大赛，并邀请来自“世界面包大使”中国区的资深面包大师和福建烘焙协会的专家老师，从外观形态、内部组织、口感特色三大方面，一起评选出最能代表福建面包水准的“2023福博会招牌面包”。

“福建本土有很多优质的食材，如桂花、茉莉花、李干、橄榄、鱼丸等，不仅极富营养价值而且具有

独特风味。选手们可以大胆发挥创造力和想象力，将这些特色食材融入面包作品中，这不仅是一种文化意义上的弘扬与传播，也是传统食材与现代面包的创新性融合，更容易吸引福建本土顾客。”全国轻工技术能手、第二十四届全国焙烤职业技能竞赛(福建赛区)面包技能比赛冠军、评委林嘉润说。

最终，选手们的表现果然不负众望。来自糖克拉的养生藜麦大红袍面包、来自未芝点心的64层手撕包、来自布列德的潘妮托尼、来自壹刻蛋糕的芝士火腿吐司和来自嘿贝野的茉莉花茶麻薯贝果分别获得第一名至第五名，把福建的烘焙文化带进更多人的生活中。