

中国旅游的四大名吃之一。老孙家羊肉泡馍被评为“陕西十大文化符号”之一，民间流传着“到西安看兵马俑，吃老孙家羊肉泡”和“不到西安就不算到中国，不吃老孙家羊肉泡馍就不算到西安”等说法。

记者了解到，老孙家羊肉泡馍制作技艺始终与回族同胞的宗教信仰、传统生活习俗紧密结合，博采东西方食材和加工技艺的长处，是丝绸之路开辟后农耕民族和游牧民族不同文化相互碰撞的结晶。老孙家的牛羊肉泡馍及清真菜品选料慎重，食材严格用清真原料。牛肉为本地秦川牛牛肉，羊肉选陕北羊肉，而且从采购到加工、烹饪，已形成一套标准化制作体系，仅选肉和骨肉处理就包括五个步骤、九个环节，同时非常注重保持饮食最初的味道。由于始终坚持传统技艺，老孙家牛羊肉泡馍及清真菜品长期以来形成了有别于西安其他清真餐饮店的独特风味。

## 陕菜有望驶入新赛道

西安饮食牵手益海嘉里，显然是2022年下半年陕西餐饮界最大的新闻。西安饮食作为陕菜的代表与龙头企业，也是西北地区规模较大的餐饮上市企业，旗下拥有众多老字号品牌、特色美食、烹饪技术团队，特别是老字号节令特色产品、春节年夜饭、蒸碗等预制菜品在本地深入人心，双方通过产业合作，将能很好地发挥各自优势，实现在资源、渠道、人才、品牌等方面整合优化，为陕西预制菜快速发展赋能，将陕西名优菜品、小吃发扬光大、走向全国。

记者了解到，受疫情影响，仅2022年，西安饮食所属各餐饮网点80余天暂停堂食营业，几乎覆盖全年营业时间的四分之一，每轮疫情后市场疲软，递延损失影响更大。特别是2022年12月疫情管控全面放开后，社会面大规模“爆阳”，生产经营面对空前压力，消费市场持续低迷。尽管如此，面对餐饮市场的新发展、消费者对美好生活的向往以及中国人就餐场景、社交场景的变化，西安饮食对餐饮市场未来的发展仍持乐观态度。

值得注意的是，眼下受到资本热捧的预制菜，是国民经济发展到一定阶段以后，人们对餐饮的一种新的体验方式和消费需求。有资料显示，在美国，预制菜的份额能达到整个餐饮的70%以上，目前我们国家只占到15%，预制菜市场在未来发展中潜力巨大。西安饮食对预制菜的前景很有信心，并认真分析研判预制菜市场发展中机遇与风险，合理产能设计、产品研发、渠道建设，尽力避免盲目投产、同质化竞争、品牌不明显、文化引领不够等很多弊端，联手陕西深鲨集团、每一天便利店等省内预制菜企业、新零售渠道、物流供应链等，更好地整合陕西预制菜产业资源，共同推进陕西预制菜产业发展。

这两年国家大力发展农村设施农业，发展农村冷链，普及农村电商，这些都给预制菜的流通铺设了很好的渠道。基于此，西安饮食已经形成了一个完整的应对思路。基于预制菜的发展，西安饮食还将进一步拓展乡宴市场，打造陕西农村红白喜事、寿宴、满月宴席等一站式供应体系，创新餐饮消费业态和市场需求，快速地让西安饮食旗下家喻户晓的老字号重新回到老百姓的视野中，回到市民的一日三餐中来。

此外，记者还了解到，2023年，西安饮食将继续抢救恢复知名老字号品牌，适时恢复曲江春、和平餐厅、解放路饺子馆等品牌，全面振兴和丰富陕菜品牌，促进老字号品牌矩阵化发展。

“作为国企，发展陕菜，发展预制菜，满足老百姓对美好生活的向往，一直是西安饮食促消费、保民生工作的重要抓手。”靳文平说，西安饮食上下对未来发展充满信心，将继续以突围的姿态，洞悉需求，主动响应，敏捷前行，始终坚持以“陕菜振兴”为己任，当好振兴陕菜发展的领头羊。

## 作者简介

刘朝琿 陕西胤华东方文化发展有限公司董事长。中国艺术经济研究院研究员，艺术金融博士