

# 兰州牛肉面： 从黄河之滨走向世界餐桌

新华社北京11月12日电(记者 徐皓夫 李杰)《参考消息》近日刊发文章《兰州牛肉面：从黄河之滨走向世界餐桌》。文章内容如下：

兰州人的早晨，从一碗牛肉面开始。世界认识兰州，也从一碗面“拉”开序幕。在中国，牛肉面以独特醇香的口感征服了无数食客的味蕾。随着共建“一带一路”倡议深入推进，从繁华的东京街头到浪漫的巴黎小巷，兰州牛肉面的身影愈发频繁地出现在世界餐桌上。从兰州牛肉面创始人马保子肩挑担子在街市上叫卖，到牛肉面走向世界，这碗面究竟有何“魔力”，如何成为持续彰显中华饮食文化的又一张亮丽名片？

## 地道美味征服海外食客

在阿尔及利亚首都阿尔及尔，虽已至深夜，来自中国甘肃的赵军仍在自己的牛肉拉面餐厅后厨忙碌。这间面积200多平方米的餐厅，共两层，墙面装饰的中国风景名胜画卷，既承载着赵军的乡愁，也吸引着众多外国食客驻足。

“在阿尔及利亚，有人用翻译软件告诉我，这是第一次品尝到这么美味的食物。”赵军说。因为食客喜爱，赵军每天营业到凌晨3时，在店内实行两班倒。“我起初挺不适应，我们家乡人都习惯早上吃牛肉面，但当地人更喜欢在中午、晚上吃。”

牛肉面在海外广受欢迎，也引来众多外国企业加盟。“我20年前来过兰州，当时就爱上了这种美食。一碗牛肉面不仅能填饱肚子，背后还有更大的价值。”法国维布雷公司董事长米歇尔·马克顿时隔多年再访兰州，前来洽谈牛肉面业务。“我们提出中法兰州牛肉拉面产业链基地的设想，希望法国政府给予支持，将兰州牛肉面非遗文化与欧美的流动餐车文化相结合。”

“兰州牛肉面口味上的兼容性及其背后极具包容的饮食文化，使其能突破地域限制，逐渐走向世界。”甘肃金味德拉面文化产业集团有限公司董事长梁顺俭借助海外经营的经验，参与到这次合作中。2008年，梁顺俭创办“金味德牛肉拉面”品牌，2009年在日本东京开设海外第一家加盟店。如今“金味德”已在世界50多个国家注册并开展业务。

“西亚传人的小麦，多种原产自‘西域’的香料以及属于草原游牧民族生活必需品的牛肉，在‘丝路重镇’兰州汇集成一碗兰州牛肉面，这些食材大都源自古丝绸之路沿线。”梁顺俭说，在咸、鲜、辛辣、微麻四种基本味觉基础上，兰州牛肉面可依据食客偏好增添佐料、配菜，“定制”个性化口感，这些特点有助于兰州牛肉面“出海”。

在照片墙(Instagram)上搜索关键词“兰州牛肉面”，来自世界各地的“打卡照”映入眼帘，蒸腾的热气、鲜亮的色彩，让人感觉香气快溢出屏幕。据甘肃省商务厅统计，兰州牛肉面已在美国、澳大利亚、加拿大、日本、新加坡、马来西亚等全球50多个国家开店600余家。在优兔(YouTube)上，一档美国纪录片栏目聚焦甘肃兰州牛肉拉面职业培训学校，其摄制的有关兰州牛肉面的纪录片广受网友关注。网友伦纳德·珀尔曼评价称：“我现在就想去这个城市学习制作牛肉面，与其在美国开一家面馆，不如在美国开设这所培训学校的分校。”

美国作家沈恺伟看到拉面师傅的制面手艺后惊叹不已，漂洋过海奔赴甘肃兰州，在甘肃顶顶兰州牛肉拉面职业培训学校学习拉面技术。他在游记中感叹：“关于手工拉面的一切，我都了解了。但我依然是外行，只能说是业余拉面选手。”

“在我们这里，部分外籍学员从事餐饮行业，学成后将兰州牛肉面作为‘新招牌’引入餐厅；部分学员是美食爱好者来此体验；还有许多食客赶来‘打卡’。”甘肃顶顶兰州牛肉拉面职业培训学校校长李兆宏说，该校成立于2012年，10多年来累计培养兰州牛肉拉面专业人才近万人，培训来自美国、法国、意大利、瑞士等40多



英国旅游博主司徒建国(右)到甘肃顶顶兰州牛肉拉面职业培训学校学习制作拉面。受访者供图

个国家的230余名外籍学员。“中国的文化实力越来越强，中国的饮食文化也被更多外国人关注。”梁顺俭认为，中国美食在国际上的流行与中国的经济发展和国际影响力提升息息相关。

## 海外需求“抽”长产业链

2020年12月，甘肃省首个兰州牛肉拉面产业园建成投运，集线下实体店连锁经营和线上预包装产品营销为一体，约8万平方米的园区内已有甘肃陇萃堂、思泊湖、金城虎、甘肃穆青等十余家企业签约入园，预计年产值可达百亿元。

“海外用户能直接从淘宝、拼多多等国内各大购物平台订购兰州牛肉面专用的调味品。我们通过第三方物流企业合作，将产品交至韩国、日本、加拿大等海外餐饮店和个人消费者手中。”甘肃春马食品有限公司负责人陆钟林说，便捷的物流使得海外拉面餐饮企业也能用上陇原大地的好食材。

甘肃春马食品有限公司起初并没有主动寻求拓宽海外市场。陆钟林坦言，得益于海外客户需求“推着走”，公司逐步成为一家供应链生产型企业，“我们的产品采用兰州老师傅的配方，并通过现代技术改造传统食品作坊式生产工艺。原材料有天水甘谷的线辣椒、酒泉的板椒、陇南的花椒、民勤的孜然和小茴香。我们保证原产地品质，也保留兰州牛肉面的正宗口感”。

众多餐饮经营者分享的兰州牛肉面出海成功秘诀，都在于牛肉面的“离土不变味”，而这背后是便捷物流的保障，优质原材料的供应。“食材是地道美食的第一道保障，从源头控制好原材料的标准，实现产业化、标准化的种植养殖，才能保证兰州牛肉拉面的正宗味道。”梁顺俭认为，传统餐饮食品行业的工业化、标准化将有力促进牛肉面出海。

同时，为解决人才短缺问题，牛肉面职业教育体系不断完善。李兆宏介绍，“兰州牛肉拉面”作为专项职业能力，有全国统一执行的考核鉴定标准，参照施行多年的《兰州牛肉拉面制作专项职业能力考核规范》，由专项职业能力考核备案机构定期考核。

“我们的高级培训班吸引了多个国家的学员，精通外语、精通拉面、精通管理，是我们现在对海外人才的培养方向。”为了解决兰州牛肉面传授难、学成慢的问题，梁顺俭创办四所兴陇兰州牛肉拉面职业培训学校，并与院校合作创办兴陇牛肉拉面国际商学院(大专)，将兰州牛肉面职业推入高等职业教育序列。自成立以来已累计培养了4万余名海内外学生。

## 精准定位年轻消费群体

“为什么澳大利亚有很多越南河粉店、日本拉面店，而兰州牛肉面馆却寥寥无几？”38岁的年轻创业者查理自小离开甘肃兰州来到澳大利亚生活，但故乡之情

让他始终放不下对甘肃美食文化尤其是兰州牛肉面的偏爱和思念。

2019年，没有经验的他在墨尔本创办了第一家“壹碗中国兰州牛肉面”，在海外的兰州人很少，就靠一碗牛肉面让外国人了解我的家乡。其实兰州有丰富的饮食文化等待被更多人发现。万事开头难，只要有人去做，就一定可以将其推向世界”。

如今，查理的餐厅内外外国食客占比达到70%，第四家门店也在今年9月初开业。店内除了兰州牛肉面，还有黄焖羊肉、杏皮茶等甘肃招牌美食吸引食客前来。在精心制作的菜单上，黄河母亲雕塑、黄河楼、中山桥等兰州地标的卡通形象常引起外国食客关注并询问来源与寓意。

“店内的管理团队均为‘95后’，我们重视品牌在社交媒体上的推广，经常在国内外各平台设置话题，以丰富的形式与热心网友互动，分享兰州牛肉面文化知识，提升品牌曝光度。”为深度绑定海外客户，查理为自己的牛肉面餐厅开发了会员专属软件。从开发企业卡通形象，到设计文创手提袋，再到举办传统节日文化表演，查理正在努力引导海外饮食文化新潮流。

“兰州牛肉面在海外越来越受欢迎的背后，是中华美食文化走向世界的缩影。一碗兰州牛肉面不仅展示了中华美食的多样和独特，也反映了古老美食逐渐年轻化的趋势，因为新一代全球消费群体对美食口感更加包容，对优质美食的探索欲望更强烈。”查理向记者介绍，“壹碗中国兰州牛肉面”已收录至《2025澳洲美食指南》，逐渐走进海外主流大众的视野。

当总结八年来的创业经验，“甘记兰州牛肉面”创始人甘露认为，由于精准定位年轻消费群体，她的企业在澳大利亚的一众牛肉面店中脱颖而出。

因为在墨尔本大学念书时，对学生群体最为了解，“95后”的年轻创业者甘露将首店选址在莫纳什大学校园附近。如今，甘露曾经的商科毕业项目已发展为遍及大墨尔本地区多个大型购物中心和商业街区的12家店铺。

“我们也拓展了一些新的招聘渠道，比如年轻人喜欢用社交媒体，我们就在小红书等平台上招人。”甘露说，无论人才管理还是市场营销，都需要不断创新。例如，在门店装修中使用开放式厨房，让外国顾客可以直观地看到拉面的全程。

“店内消费者以20岁到50岁的人为主。值得一提的是很多年轻家庭都对兰州牛肉面感兴趣。”甘露向记者介绍，兰州牛肉面使用绿色、高品质的食材，让大部分家长放心供孩子食用。同时，兰州牛肉面出餐速度快，适应现代快节奏的生活，也成为“讨喜”的一大优势。澳大利亚广播公司ABC评价道：“甘女士代表了正在改变澳大利亚中餐业发展的新一代移民。”

## 中国足协确定亚足联俱乐部赛事名额分配原则

新华社北京11月12日电 中国足球协会12日发布公告，宣布了协会在2025-2026赛季亚足联俱乐部赛事中拥有的参赛名额，并确立了这些名额的分配原则。

公告介绍，经亚足联确认，中国足协在2025-2026亚足联俱乐部赛事中将拥有2个亚冠精英联赛的直接参赛名额和1个亚冠精英联赛的非直接参赛名额(须参加附加赛)，同时拥有1个亚冠二级联赛的直接参赛名额。足协根据亚足联俱乐部参赛准入手册相关规定，并结合足协现有的职业联赛和杯赛体系，确定了参赛名额分配的具体顺位。

其中，2024中超联赛冠军为第一顺位，2024中国足协杯冠军为第二顺位，两队都将获得1个亚冠精英联赛的直接参赛名额；2024中超联赛亚军，为第三顺位，将获得1个亚冠精英联赛的非直接参赛名额；2024中超联赛季军为第四顺位，将获得1个亚冠二级联赛的直接参赛名额。如2024足协杯冠军为联赛前三名，参赛名额按照顺位依次分配，同时2024中超联赛第四名为第四顺位。

根据亚足联相关规定，亚冠精英联赛冠军可获得一个亚冠精英联赛直接参赛名额，并且应为第一顺位，亚冠二级联赛冠军可获得一个亚冠精英联赛非直接参赛名额。如中国足协下属俱乐部获得2024-2025赛季亚冠精英联赛和亚冠二级联赛冠军，参赛名额应结合中超联赛、足协杯成绩及上述顺位重新分配。

中国足协在公告中表示，竞赛成绩达标的俱乐部须通过亚足联俱乐部赛事准入后方可参加2025-2026赛季亚足联俱乐部赛事。如有俱乐部准入未达标，将由2024中超联赛排名前50%且已通过准入的俱乐部按照2024中超联赛排名依次递补参赛。

## 重庆石柱：“冷莼菜”成“热产业”

新华社重庆11月12日电(记者唐奕)“莼菜的特点就是有一层晶莹剔透的果胶包裹，果胶越好，价值越高。”在重庆市石柱土家族族自治县冷水镇八龙村青坪莼菜专业合作社的莼菜田边，种植大户许先林一边用指尖拨弄着一小簇新鲜莼菜一边说。“眼下莼菜采摘已经收尾，虽然还有出芽的，但是快进入休眠期了，目前最重要的就是保水养田。”

莼菜是一种多年生水生宿根草本植物，对水质、土壤等生态环境要求非常高。石柱县位于重庆东部武陵山区，其气候条件和水质条件适宜莼菜种植。在当地，作为一种珍贵的食品，莼菜料理方式多种多样，其中以能够保留果胶的凉拌莼菜最为常见，当地人称之为“吃冷莼菜”。

许先林告诉记者，合作社有莼菜基地550亩，可以实现莼菜销售年收入近400万元，带动本村136户农户实现增收。

“很多村民都靠种莼菜赚了钱。”冷水镇党委书记向建波说。近年来，冷水镇采取“企业+农户+订单”模式引导周边乡镇和本地群众大力发展莼菜产业，同时积极构建“产、供、销”一体化体系，延伸产业链条，提升产品附加值。仅在八龙村，莼菜的种植面积就高达4000亩，莼菜产品不仅销往四川、江苏等地，还远销日本、韩国等海外市场，年销售量达3200吨。

石柱县委农工部中心主任王小军说，石柱县莼菜产业经过30余年持续发展，目前全县种植面积1.4万亩，综合产值3.5亿元。

尝到了增收的甜头，村民们种植莼菜的热情高涨。“我们鼓励引导村集体兴办企业，抱团发展，延伸产业链，让更多的村民受益。”王小军说。

“这是我们公司今年收购的最后一轮莼菜了，今年我们共收购了200吨。”莼小丝食品公司销售经理孙红告诉记者，她是石柱本地人，之前一直在外地打工，四年前返乡入职了这家企业。她没想到小时候觉得不起眼的莼菜，现在居然有这么好的销路。

王小军说，石柱县已培育莼菜加工企业11家，开发莼菜食材、莼菜休闲食品、莼菜美容护肤等系列产品35种，打造出“石柱莼菜”“莼小丝”“福吉利”“墩子坪”等多个石柱本土精品品牌。2024年，石柱莼菜被纳入重庆市6个具有“西部辐射力”的“土特产”品牌重点培育。

石柱县人民政府副县长王淑蓉说，当前县里以互动体验、休闲观光、康居养生为主题，逐步完善莼菜农业园区休闲设施，进一步挖掘莼菜产业文旅融合资源，“要把‘冷莼菜’做成武陵山的‘热产业’，让老百姓都享受到产业振兴的成果。”