



■本届啤酒节云集了千余种风味小吃。然而这些风味美食多来自国内,德国烤肠等前几年曾经来参节的洋美食今年已没了踪影,酒城洋美食水土不服原因何在?

■曾引进德国烤肠的一啤酒馆负责人说,由于口味不同,加上食品运来后成本很高,价格比较高,导致效益很不好,所以就不来了。

“嫁接”的生意挺火,“纯种”的门前冷落

洋美食缘何水土不服?

文/本报记者 刘玉彩 片/本报记者 盛文静



◀啤酒城的美食最常见的是烤肉串。

●专家建议

饮食有文化差异
洋品牌需本地化

五大洲的啤酒来了,不少市民呼吁五大洲的美食也应该来。市民张先生说,他到啤酒城逛了一圈,发现大都是烤肉串、铁板鱿鱼等常见的国内小吃,平时就能买到,再说光吃肉串也觉得有点腻了,想换点洋货解解馋,但转了一圈没找到。

啤酒节指挥部相关负责人告诉记者,之前有不少大棚在引进啤酒的同时,也把当地的特色美食引进来了,但是因为不受欢迎没有效益而消失了。不过,国内特色美食却非常受欢迎,相比之下,青岛当地的美食要逊色一些。

对此,青岛大学市场营销系的于老师认为,啤酒因为具有相通的工艺,各国人争相尝鲜,这也是青岛啤酒节能够实现全球共享,打造“啤酒世博”的重要文化背景之一,而美食则不同,各国人很大的文化差异就在饮食上,国外美食入驻啤酒节后,如果不尊重本地的特色则很难受欢迎。从这个程度上讲,打造“美食世博”不是很现实。

遗憾 千余美食聚集酒城
国外品牌没几个

进入啤酒城,从啤酒世博广场向西走,未见其身,先闻其香,浓郁的烤鸭味、香脆的铁板鸡排、甜蜜的糖香……各种珍馐的美味混合着扑面而来,让人垂涎三尺,三条小吃长龙整齐地展现在眼前,足足会集了千余种美食。

25日上午,在阿拉伯烤肉摊位前,小伙一边伴随着乐声跳着舞,一边烤着一排大肉串,不少游客围过来掏钱尝鲜。“我们的烤肉具有阿拉伯风味,原料比较特别,已经来这五六年了。”阿拉伯烤肉的老板告诉记者,他们的烤肉具有阿拉伯烤肉风味,现在已经将阿拉伯烤肉注册为商标了。

记者围着啤酒城转了一圈发现,阿拉伯烤肉、巴西烤肉、韩国打年糕等,这些美食品牌多来自国内,因嫁接了国际风味而得名。然而真正的国外美食却少之又少。

探究 口味不同价格高
洋美食经常不受待见

记者了解到,在啤酒城内,一些展销类产品尽管品质不错,顾客却看者多买者少。“我的所有产品都是从台北空运来的,但卖得并不理想。”在美食区展销台湾特产的周老板的产品买卖并不理想。记者了解到,该摊位提供的主要有阿里山茶等台湾特产,相比之下,像阿里山山粉圆、起司棒等直接食用的特产比较受欢迎。

“德国烤肠我们也曾引进过,但效益不好,所以就不来了。”提起国际美食的引进,德国科隆巴赫啤酒馆的葛恩峰告诉记者,在2008年啤酒节时,为了让游客充分体验异国的美食风情,他们还专门请来德国厨师,为游客制作纯正的德式烤肠、德式面包等。但是可能因为口味不同,加上食品运来后,成本很高,价格比较高,导致效益很不好,所以就不来了。