



## 舌尖上的安徽毛豆腐

在《舌尖上的中国》播出后“大火” 日平均销量翻20倍

### 毛豆腐日平均销量激增20倍

《舌尖上的中国3:转化的灵感》中,对毛豆腐的制作作了详尽的介绍,而该毛豆腐便出自我省休宁县。记者发现,片子一经播出,对毛豆腐的销售的确带来不小影响。

在淘宝网上,名为“mrckl”的店主告诉记者,可能由于受《舌尖上的中国》的影响,最近一周左右,店内毛豆腐的销售明显要好于之前。在成交记录中,自5月18日开始至今,几乎每天都有“慕名”的客人“拍”毛豆腐,而据“mrckl”说,这

是之前不曾遇到过的。

而在另一家“古徽州特产店”,店主陈金民说,最近一周毛豆腐的销量是之前三个月销售总量的1.5倍。打开历史成交记录,5月22日一天就卖出了16盒毛豆腐,而追溯到《舌尖上的中国》5月16日播放毛豆腐之日起,六天时间累计已销售42盒。而记者留意到,从2月27日到5月17日,该店毛豆腐的销量才不过28盒。日均7盒的销量虽不多,但相比较之下,已是之前80天时间内的20倍。

陈金民说,近日毛豆腐旺销的确和央视播放的纪录片有关,“以前一个月都卖不了一盒,现在每天都有数十人询问购买。”但他稍有遗憾的是,因为毛豆腐的新鲜,很多地方的客人想购买,他们都没法发货,“保鲜期一般在两三天,远地方寄过去肯定变味了。”

近几天,由于销量猛增,一些店主正在尝试利用最为便捷的快递,“比如北京、山东、广东、福建等地,顺丰快递正常情况下都是次日就能到的。”

### 网友对毛豆腐“情有独钟”

据淘宝的数据显示,14-18日,淘宝零食特产地区共成交1625556笔生意,而微博上,网友更是对我省毛豆腐“情有独钟”。

网友“好想当米虫”:都是《舌尖上的中国》惹的祸,姐从安徽买到了这片子中所说的毛豆腐。油炸配辣酱,果然别有滋味啊!

网友“YAN同学”:对“毛豆腐”的味道很好奇!

网友“amy酱哦”:《舌尖上的中国》害我食欲大开,看到什么都想吃,话说好久没有吃过毛豆腐了。

网友“君子moni”:看到第三集毛豆腐的时候,崩溃了。我好想吃,口感和味道都很独特,颠覆了豆腐的传统。

网友“Wling-李竞”:昨天去佰家什味,想点毛豆腐就没有点到,服务员的说法是“昨天就没有了”。

网友“amy-zhuzhu”:看了《舌尖上的中国》,好想尝一下毛豆腐的味道啊,有谁吃过?

“

一部美食纪录片《舌尖上的中国》,不仅让夜间的电视荧屏火了起来,也带动了淘宝网购物火爆。而其5月16日第三集有关我省休宁毛豆腐的介绍,更让之前不温不火的安徽毛豆腐的日均销量,一下翻了20倍。

记者 丁林

### “走出去”还有望出现“带头人”

毛豆腐一方面旺销,而另一方面,因一部纪录片带来的繁荣,也不得不让人思考。陈金民说,有时夜里十一二点,都有人来“拍”货,“估计是看完电视后,即兴上网准备淘一盒尝尝鲜吧。”

省餐饮行业协会秘书长余林明,并没有因为近期毛豆腐的旺销而欢喜雀跃。在他心中,带有安徽特色的小吃更应“走出去”。在接受记者的采访过程中,余林明字里

行间,都急切盼望能有一个“带头人”站出来,将毛豆腐推广出去。

他说,毛豆腐是安徽的一大特色,在我省的黄山一带比较流行,具有浓郁的地域特色。如何才能和臭鳃鱼一样,走出黄山,在全国闻名,余林明一直在思考。他认为,毛豆腐一直没有成功推出去,受多方面条件的局限。一方面,毛豆腐有自己的特性,属于新鲜产品,不易制作和保存。“工

艺上的难度,是最大限制。”陈金民说,由于制作毛豆腐需要较高技艺,目前当地还是手工作坊制作。“技术难关攻克后,如何规模化生产,乃至后面的营销推广,都需要深入研究。”

余林明说,现今的毛豆腐,主要体现在街头小摊点上,“还没有当产业来做。”他也盼望,有朝一日,毛豆腐能和赤豆糊、八宝粥一样,在日常的超市中和市民见面。