

兰州"牛大碗"真的很牛 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/282/2021_2022__E5_85_B0_E5_B7_9E__E7_89_9B_c123_282465.htm 兰州“牛大碗”真的很“牛”？有史料记载，兰州牛肉面创始至今已经有1000多年的历史（传说起源于唐朝），目前牛肉拉面与敦煌莫高窟、《读者》杂志并列为甘肃三大名片。兰州人每周平均吃牛肉面3.25次/人，外地在兰人员3.44次/人，每年光吃牛肉面至少要花掉3.6亿元。在兰州1200多家牛肉面馆中，金鼎等大企业每年经营收入4000万元以上（据《兰州晨报》）。牛肉面，一直都被当作兰州的招牌和名片，兰州也曾经因为牛肉面而在中央电视台魅力城市的评选中获得了“美食城市”的称号。然而最近的两件事，却使兰州人颜面无存：先是台湾要举办“二00六年国际牛肉面节”，台北向兰州发出了邀请函，兰州竟然没有一家牛肉面企业愿意参加，理由是“没时间”。接着是“2008北京奥运会推荐食谱菜品展”中入选的“牛大碗”竟然出自新疆！究其原因，还是兰州牛肉面企业不愿申报。兰州“牛大碗”还真的很“牛”？在市场经济条件下，品牌战如此激烈的今天，“酒香不怕巷子深”的时代已经一去不复返了，我们的企业更应该有这样的品牌意识。瞧瞧，“2008奥运会推荐食谱菜品展”，还有“2006国际牛肉面节”，这都是兰州“牛大碗”走向全国乃至全世界的大好时机啊，可惜我们的牛肉面企业就这样眼睁睁的看着如此良机从眼前划过，真是让人汗颜！而与此同时，新疆、河北、青海等地牛肉面企业却争着要去参加“国际牛肉面节”，有的甚至愿意掏10万元的冠名费，打着兰州牛肉面的牌

子去参加。为什么会出现如此状况？我想，一方面是政府牵头组织不力，没有起到很好的引导作用，再加上行业协会也没多大反应，牛肉面企业就不可能有足够的积极性；另一方面则是兰州牛肉面企业在做大做强品牌上仍然存在一定的欠缺，缺乏品牌整体意识，考虑的是自身地域特点，提不起此类国际性活动的兴趣。当今的经济发展如此迅速，我们有千年历史的“牛大碗”更不应该“裹足”不前了吧？如何把“牛大碗”做大做强，如何让“牛大碗”走得更远，政府和企业都应该思考一下。如果真有那么一天，人们都不知道牛肉面故乡在哪的时候，兰州人就真“丢人”丢大了！100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com