

新春走一线



彭记坊董事长彭强建： “以客户为中心” 应对市场之变

近日，大湘菜报走进湖南预制菜代表企业彭记坊。在生产车间满负荷运转的繁忙景象中，董事长彭强建正带领企业进行一场深刻的战略反思。他强调，必须将“以客户为中心”从口号转化为贯穿研发、生产与服务的实际行动，才能在不确定的市场中保持竞争力。

彭强建重点剖析了一个案例：彭记坊产品曾在某餐饮连锁渠道下架，企业却未能及时获知。他视此为警钟，认为暴露出客户管理机制的缺失。“必须建立系统化反馈机制，重要客户变动要第一时间响应。”在他看来，未来企业的竞争，是极致性价比、用户体验与品质的综合比拼。

为此，彭记坊启动了一系列变革。团队深入家庭调研真实烹饪场景，并向目标客户赠送样品，直接获取口感、配比等反馈。彭强建强调，产品定位与定价“应由市场决定”。

这一转型建立在彭记坊坚实的实业根基上。作为农业产业化国家重点龙头企业，企业拥有从田间到餐桌的全产业链能力，在宁乡建有7万平方米现代化工厂，并拥有约3万亩种植基地。

核心技术是其重要护城河。通过“液氮速冻”与“二次生物发酵”两项专利技术，企业在保持菜品风味的同时，实现酱腌菜亚硝酸盐含量几乎为零。其王牌单品“香芋排骨”年产值已突破亿元。

面对社区团购等新业态冲击，彭强建坚持企业家必须深入一线，持续学习。他坚信，无论环境如何变化，“给企业钱的只有客户”。彭记坊正以一场深刻的自我革新，证明将客户真正放在心里，是企业走向未来最可靠的路标。

■文/何婷 摄/傅景阳

敬告读者

春节假期期间，本报出版计划调整如下：
2月17日休刊，2月24日恢复正常。祝广大读者春节快乐，阖家幸福！

本报编辑部

湘容和首届年猪文化节顺利举办 湖湘年味温暖京城



2月4日，由湘容和品牌主办的“首届年猪文化节”在北京海泰大厦隆重举行。活动以“寻味湘情·京城团圆”为主题，通过复刻湖南传统年俗、呈现地道杀猪宴、组织互动体验等方式，为在京湘籍人士与美食爱好者打造了一场沉浸式湖湘年味盛宴，也展现出湘菜文化在北京餐饮市场日益增强的感染力与品牌号召力。北京湘菜协会主要负责人、在京湘籍知名人士、大湘菜报媒体代表等嘉宾亲临现场。

湘容和品牌创始人龙斌在致辞中阐释了举办年猪宴的初心：“猪是团圆菜，宴是团圆局。我们希望通过这一口肉香，连接大家对家乡的记忆，让团圆在这里延续。”本

次年猪宴的菜单设计也极具湖湘特色与吉祥寓意，从餐前小食、开胃冷碟，到“鸿福齐天全家福”“富贵土猪蒸团鱼”“聚福拆骨肉炒澳鲍”等热席，以及“福运杀猪粉”“金禧糖油粑粑”等主食甜品，每一道菜均以传统手法烹制，选用黑猪肉、阳雀湖辣椒等优质食材，呈现原汁原味的湘土风味。

本次活动不仅是一场美食盛宴，更是一次成功的文化输出。湘容和凭借对湖湘年俗的深度还原、对食材本味的坚守以及对消费场景的情感化营造，进一步展现出湖湘饮食风俗对京城餐饮消费风向的示范效应，推动湘菜从口味认同迈向更深层次的文化共鸣与情感联结。 ■文/邓执君

浏阳立春千人宴：非遗扣肉席唤回传统年味



2月4日，正值立春，一场以“扣肉年夜饭”为名的千人宴席，在湖南新聪厨食品有限公司浏阳总部前坪热闹开幕。千余名社区居民、网友、媒体代表及各界嘉宾围桌而坐，在蒸腾的烟火气与非遗民俗表演中，共同体验了一场融合传统与现代的“百姓年宴”。

活动在激昂的浏阳非遗舞龙狮表演中开场，龙狮吐出的“百姓宴中国年”春联点明活动主题。现场设有扣肉工艺展示区、年货市集及多种民俗互动游戏区域。厨师公开演示浏阳市非遗产品——扣肉炸制的关键步骤，金黄酥脆的香气吸引众人驻足品尝；一旁的春联书写、趣味套圈等游戏，则让大人和孩子沉浸于久违的乡土年节气氛中。

“随着时代发展，年味渐淡，但人们对

温情与团圆的向往从未消退。希望通过这场扣肉年夜饭活动，让传统年味回归现代生活。”聪厨食品董事长唐步聪表示，此次宴席主打浏阳蒸菜、扣肉、土猪肉等食材均来自企业自身的产业链条，2026年正值企业返乡创业十周年，借此千人宴机会，特别感谢当地政府、社区居民及员工家属的长期支持。

“好像回到了小时候村里办酒席，热闹又暖心！”席间，一位古港社区居民感叹道。通过网络直播观看的网友也纷纷留言打call：“隔着屏幕都闻到了年味”“传统习俗原来可以这么鲜活”。在非遗技艺与现代生活的交汇点上，一缕浓厚绵长的年味，正袅袅升腾。 ■文/许伟哲