

浓缩汤汁+熟肉制品”于一体的自热方便米线产业链，预计今年底将建成投产。这些可为米线出滇提供新思路。

困难：企业规模小散弱

对策：扶持龙头企业打造品牌

尽管云南米线已有数百年的发展历史，但行业小散弱的现状难以改变。据了解，目前，云南资金雄厚、有品牌意识的米线生产加工企业不多，且大多数加工作坊没有下大力气做好渠道建设、品牌打造等方面的工作。同样，对于米线经营主体，打造属于自己的米线生产加工链条的更是寥寥无几。

参考柳州螺蛳粉近年来的“爆红”之路，云南米线其实也可以从中学到很多经验：当地建设了包括大米、竹笋、豆角、木耳等在内的50万亩原料生产基地，覆盖农业、食品工业、电子商务等多个领域，实现一二三产融合发展。同理，云南米线也需要建立全产业链条、高标准的产业体系，从田间地头的大米种植到生产车间的米线制作，从肉类、蔬菜的统一采购到标准化的烹饪加工，从店面形象到餐食的规范摆放……只有专注产业链上的每一个细节，并实现多业态的有机融合，才能实现米线产业高质量发展，促进云南米线顺利出滇。

而这些离不开龙头企业的带动，更需要打造具有全国影响力的米线品牌。今年1月，《云南省加快推动米线产业高质量发展三年行动计划（2023—2025年）》的出台，为相关企业指明了发展方向。

困难：产品特点不突出

对策：深挖文化价值创新口味

在云南，米线品类众多，各有特色且价格实惠，能满足不同消费者的需求。但放眼全国市场，产业门槛低、缺乏拳头产品、同质化竞争严重，成了制约云南米线拓展省外市场的因素。同时，对于很多省外消费者来说，云南米线与外省常见的米粉没有多少区别，这更压缩了本就存在感低的云南米线的生存空间。

如何破局？有业内专家建议，要从文化传播、品牌打造、口味提升上多下功夫。以在省外颇受认可的蒙自过桥米线为例，为什么要先端上一碟碟小菜、然后是一大碗高汤，将生肉、熟肉、配菜逐一放入碗中？就是要让食客在吃米线的时候，获得更多的体验感和仪式感。如果能讲好过桥米线百年以来的故事，才更容易打开省外市场。记者梳理发现，这项工作各地已经在逐步推进中，以蒙自市为例，2017年6月，“中国过桥米线之乡”蒙自开启了“蒙自过桥米线品牌授权”工作，通过对授权店提出统一标准和要求，市场的品牌效应和行业示范效应正在形成。

以目前较为成功地打入省外市场的米线企业来讲，借助“云菌”“云菜”“云花”“云果”等产业优势，根据当地口味，做好新产品、新口味的研发，或许能让云南米线得到更多人的认可。同样，作为速食系列的云南方便米线，可通过加大研发投入，生产出“爆款”，同样有望受到食客追捧。

本刊记者 王学勇 / 文图