

法国奶酪与中国味蕾这样浪漫邂逅(上)

本报记者 彭训文 杨俊峰 史志鹏 高 乔

今年是中法建交60周年。不久前，在对法国进行国事访问时，习近平主席在中法企业家委员会第六次会议闭幕式上的致辞中指出，中方愿继续积极利用“从法国农场到中国餐桌”全链条快速协同机制，让奶酪、火腿、葡萄酒等更多法国优质农产品出现在中国老百姓餐桌上。

随着中国消费者生活水平日益提高，法国奶酪从人们感到有些陌生到逐步被许多消费者熟知。近日，记者采访了法国奶酪制造企业颂味佳集团，探寻奶酪如何从法国农场到中国餐桌。

诞生：

从一滴奶到一块酪

一块正宗的法国奶酪，如何从奶变酪？回答这个问题，得从一棵草、一头牛说起。

法国巴黎西南部莫莱夫里耶市，尼利耶农场的广阔草地绿意盎然。不远处，整齐敞亮的畜棚中，奶牛正在悠闲吃草。奶制品加工坊就在一旁。

农场中，农田里种植燕麦、大麦、黑小麦等饲料作物。为保证原生态，这些作物不使用化学合成的农药及肥料；干草烘干室，热空气蒸腾，加快着牧草的干燥速度，尽可能保留牧草的营养价值；牲畜粪便还田，成为作物生长的肥料。一个有机循环这样形成。

从种植牧草等奶牛饲料作物，到选择优质奶牛品种精心饲养，再到挤奶、鲜奶初加工，运送至农场附近的加工厂，鲜奶经历消毒、凝结、沥干、脱模、成熟等制作流程，蜕变成各色奶酪。奶酪的诞生历程，形成了法国奶酪从农场到工厂的“锁鲜”产业链。

“奶酪是牛奶的精华，制作一块优质奶酪的核心，是确保优质奶源。”法国颂味佳集团亚太和非洲区域总经理让·巴蒂斯·范·埃尔斯·德·安德烈介绍。颂味佳创立于1956年，是目前全球规模最大的奶酪制造企业之一。“我们在法国加工的所有奶酪产品，牛奶原料都产自法国，我们一直努力保持奶源的本地加工。整个集团89%的牛奶原料，来自乳制品厂70公里半径范围内，67%来自乳制品厂30公里半径范围内。通过与奶源地的紧密合作，我们更好地保证奶源的高品质。”让·巴蒂斯·范·埃尔斯·德·安德烈说。

“与农场保持密切沟通，是我们保证奶酪原料品质的秘诀。”让·巴蒂斯·范·埃尔斯·德·安德烈说，公司制定了一整套所有牛奶供应商都必须遵守的奶源质量和生产条件规定。公司的乳制品资源协调员每天与农场主联系，他们每年至少访问农场一次，评估所产牛奶的质量，并根据农场需要提供技术支持。

在牛奶变成奶酪的过程中，由于发酵时间、使用的发酵菌类型、凝固和成熟过程以及压制方式等生产工艺的差别，软质奶酪、凝乳酶奶酪、蓝纹奶酪等不同品种的奶酪应运而生，各不相同的口味和口感，俘获了偏好不同的食客。作为世界上奶酪种类最多的国家之一，法国拥有1200多种细分品类的奶酪。

“没有奶酪的一餐饭，就好比一位美丽的姑娘少了一只眼睛。”在著作《美味的哲学》中，法国美食家布里亚·萨瓦兰曾这样形容奶酪在法国饮食文化中扮演的重要角色。

作为一个在法国生活20多年的侨胞，《法国侨报》总编辑钱海芬已逐渐习惯食用奶酪。“在法国，我仿佛置身于一个奶酪的海洋，丰富多样的品种、不同奶酪独特的香气和口感，让我每次品尝奶酪都成为一次‘味蕾的探索’。”钱海芬说，像中国人钟情茶文化一样，法国人对奶酪的制作工艺有着严格要求，法国奶酪文化蕴含着法国人对奶酪的深厚情感。对法国人来说，奶酪不仅是一种富含营养的美味食品，更是富含法国文明“养分”的文化载体。

从1997年进入中国市场，到建立奶酪生产工厂、研发符合中国人口味的奶酪产品……作为一家在中国市场深耕近30年的外资企业，颂味佳集团率先在中国市场开创奶酪棒品类，与法国奶酪文化在中国的传播同频共振。让·巴蒂斯·范·埃尔斯·德·安德烈说，漂洋过海的奶酪产品，不仅将法国奶酪特有的美食文化带给中国消费者，也让法中两国人民在这个过程中增进了理解和包容。

跋涉：

跨越重洋运抵中国工厂

法国海港蒙图瓦德布雷塔尼，货轮往来频繁。作为法国与中国海运航线的重要节点，这里见证着中法货物运输网络的繁忙。在法国各地奶酪加工厂完成初加工的天然干酪，包装好后通过货车运送到这里。卸车、装船，货船一路向东，跨越茫茫大洋，奔向中国。经过约2个月航行，船抵达天津港。

货轮尚未靠岸，查验准备工作早已展开。天津新港海关查验一处进口查验八科副科长陶东川告诉记者，中国对进口乳品等实施准入管理。干酪进口需要经过受理申报、单证审核等环节，很多工作在线上就能完成。

货轮抵达后，海关电子系统经过分析，判定进口产品查验项目及内容。如果确定需要现场检查，海关工作人员将对产品进行标签检查、感官检验、标签送检等查验，对符合要求的评定为合格，对不合格的将采取整改、退运、销毁等措施。

今年3月底，天津海关制定了服务天津高水平对外开放的24条措施，智慧口岸、智慧监管模式等建设再提速。陶东川介绍，近年来，新港海关严格落实“现场值守+预约查验”机制，保障通关顺畅。借助“船边直提”这一通关模式，货物到港后可第一时间由社会车辆提离，缩短提箱等待时间；各查验现场安排人员加班值守，将查验准备工作前置，货物做好随到随验“零等待”。

迎着渤海湾初升的朝阳，一辆辆卡车鱼贯驶入天津港码头的智能闸口，司机输入系统提前生成的预约号码，闸口横杆抬起，车辆直接进场。司机使用的是天津港集装箱进口提货单电子化平台。几年前，天津港集装箱货物流转需要用到设备交接单、装箱单、提货单等纸质单证，如今均已实现电子化，集装箱作业全过程实现了“无纸化”。

世萌（天津）国际货运代理有限公司调度员潘国平十分感慨：“之前，我们得有好几个人专门负责这事，先派人取纸质提货单，办公室再给司机报计划，然后派人送回，司机拿着提货单才能去码头提货。原来需要几个人干的活儿，现在一个人就能搞定，节省了大量的人工和时间成本。”

人员少跑路，背后是数据多跑路。天津港近年来加强数字基础设施建设，兴建了190座5G基站，通过物联网技术，连通“人、车、箱、船、机、场”六大要素，万物互联初具规模。“外来集卡司机驾车进入现场，不需要携带任何专业感应终端，只依托微信导航小程序和电子小票预约系统联动，就能实现米级定位精度，自动规划路线，精准引导车辆快速到达指定作业位置。”天津港第二集装箱码头公司总经理杨荣说。

载着干酪的货车驶出码头，一路向西，10分钟便到达此行终点——位于天津经济技术开发区睦宁路上的颂味佳邦士食品有限公司。早已在此等候的工作人员快速卸车，把干酪装进仓库。

“原料好，做的奶酪才能好。”颂味佳邦士食品有限公司工业总监孙立告诉记者，从在法国农场给奶牛挤下新鲜牛奶，到送往当地工厂加工，制成干酪用船运往中国，前后大约需要4至5个月时间。随着中法奶酪经贸合作不断加强、中国海运能力提升和海关通关便利化建设深入，如今原料运抵时间已大幅缩短，“以前有的时候厂里需要等着原料运来，现在可以提前计划，按需送达”。

探索：

寻找更适合中国人的味道

来自遥远法国的奶酪，怎么制成符合中国消费者口味的奶酪？

颂味佳集团研发部国际项目的负责人埃尔·霍夫·塞勒，家住法国巴黎附近，20多年前第一次被派到颂味佳邦士食品有限公司提供技术支持时，就开始思索这个问题。

1997年，法国颂味佳集团在天津建立独资企业——邦士食品有限公司，这是中国第一家由外商投资的奶酪生产企业。当时，中国奶酪文化尚待起步，这家企业被人们寄予很大期望。这家公司后来也的确不负众望，在中国市场推出了成长奶酪杯、奶酪棒、杯装奶酪甜品以及创新奶酪片等产品。

“那是法国奶酪在中国‘冒险之旅’的开端。”

作为一名生物化学博士，埃尔·霍夫·塞勒初到中国就发现，中国人与欧洲人在奶酪口味的喜好上有很大的差异。他说，奶酪是一种发酵食品。在法国，有一些品类发酵时间很久，口感、风味比较强烈。例如，在阿尔卑斯山附近、瑞士跟法国交界的地方，很多味道独特的奶酪，受到法国人欢迎，但中国消费者不太能接受这种强烈的发酵味道。

找到一种更适合中国人的味道，成为中法奶酪研发人员首先要解决的问题。他们针对不同类型消费者开展测试，通过将酸、甜、咸等味道分类，让消费者根据自己喜好对味道浓度打分。经过多轮测试，大家终于有了一些发现。

“在欧洲，奶酪可以作为餐前餐后小食，或者作为烹调食材进入日常三餐，口味偏淡而微咸；在中国，谈到奶酪首先想到的是零食，所以人们更喜欢轻甜、浓香、绵软的口味。”颂味佳邦士食品有限公司总经理潘文娟说。

接下来，“怎么吃”又成为问题。2004年，邦士公司准备推出一款“棒状奶酪”。通过市场调研，研究人员遇到一个新难题：中国父母十分介意

孩子用手拿着奶酪食用，认为这不卫生。怎么在一个柔软的奶酪里添加一根能够手持且不易滑落的手柄，这个看似简单的市场需求，实际是一个需要突破的技术难题。“这些小问题其实非常难解决，从口味口感的调整，到‘手柄’的加入，我们不断调整，花了4至5年时间，终于开创了奶酪棒这个品类。”埃尔·霍夫·塞勒说。

虽然在奶酪口味、食用习惯或观念上存在一些差异，但中法研发人员始终保持着良好的沟通和合作关系。颂味佳邦士食品有限公司研发部负责人任迪说，双方有时会意见不同，有时还会争论，但都是从中国消费者需求考虑问题，我们都尊重消费者的测试结果、尊重科学，方法同事经常提供很多技术支持。

“我与中国同事努力构建一种属于中国的奶酪文化。”埃尔·霍夫·塞勒认为，经过20多年，中国奶酪文化不断发展。“比如芝士片，它使用比较咸、发酵的奶酪材料制作，最初中国消费者不太能接受。如今，中国很多地方都在卖芝士片，这说明中国消费者对奶酪的接受程度在不断提升。”



扫码观看视频

链接

●60年来，中法双边贸易额比建交之初增长了近800倍，达789亿美元

●中法双向投资额累计已超过260亿美元，2000多家法国企业深耕中国市场，中国已经成为法国在欧盟外的第一大贸易伙伴，法国是中国在欧盟的主要贸易伙伴

●中国法国工商会针对在华法国企业的2023年春季调查显示，与上一次调查相比，会员企业表示未来3年在中国发展业务的意愿提升，47%的会员企业计划在中国进一步投资

策划：李晓宏 胡继鸿 严冰
视觉：潘旭涛

图①：颂味佳集团展示的奶酪产品。 钱海芬摄
图②：中法奶酪工程师在颂味佳邦士(天津)食品有限公司讨论。 崔新耀摄
图③：邦士(天津)食品有限公司车间生产的奶酪产品。 企业供图
图④：法国颂味佳集团亚太和非洲区域总经理让·巴蒂斯·范·埃尔斯·德·安德烈介绍公司发展历程。 钱海芬摄