

## A 追我的人，排到了省外

与各类食材百搭的独特风味，让糟粕醋从海南火到全国

说到我的出身，不得不提文昌市铺前镇，几乎家家户户都有我的身影，特别是在三婆家，我住了好多年。

1979年开始，李肖云的奶奶三婆就把我装进推车里，沿街叫卖。到了2008年，叶美娥接过三婆的手艺，在海口开了店，成为海口较早的几家糟粕醋实体店之一。

在叶美娥印象里，我一直很火，因为老客带来新客，她从未发愁过生意。但在海口市张娅眼里，我的爆火是从这几年才开始的，因为她不论是在海口，或出差其他城市，总能在一些热闹的地段发现我的踪迹。

2020年，投资人林冠看中了我，他加盟“铺前三婆”，和李肖云一同运营。他们做市场调研发现：糟粕醋火锅店先是在三亚遍地开花，而后在北京、上海等一线城市出现。2020年至2021年间，三亚至少涌现了50家糟粕醋火锅店。

近几年，我发展的势头更猛了。美团数据显示，除北京、上海等地已经有了大量糟粕醋火锅店外，“重口味地区”云贵川渝等地也零星有了店面，此外，还有不少地区显示“即将开业”。

说起来，我在海南已经存在了上百年，牢牢抓住一群又一群食客的胃，但为何近几年突然被广泛传开，并迅速走红消费市场？

听听林冠的分析，除了消费群体的年轻化占比扩大导致的消费迭代加速外，食物风

味、地域环境、市场营销、媒体影响力等因素互相交织造成了这样的结果。

俗话说，要想抓住一个人的心，先要抓住他的胃，我深谙此道。如螺蛳粉一样，我风味独特，有着极高的辨识度。我采用酿酒过程中酒糟发酵产生的酸醋作为汤料，可搭配鱼、鸡、牛肉、海菜、贝类等，作为底料，我可以将配菜的鲜衬托得淋漓尽致。

不少餐饮品牌也为我的走红添了一把火。2022年10月，盒马特地在火锅季推出海南糟粕醋锅底，上线仅仅两周就跃居锅底销量第二名。

盒马火锅锅底负责人赵建建对我评价很高：“虽然海南糟粕醋在全国市场上比较小众，但它口碑极高，且与海鲜高度适配，具有和绝大多数食材都能百搭的特性。糟粕醋锅底一经上市，就收到了很好的市场反馈。”

如今海南旅游愈发火热，听说许多有影响力的网络博主为我打起广告。比如在社交平台小红书上，目前推荐我的笔记有9万多条，比让人耳熟能详的菌汤火锅（共计6万多条笔记）热度还要高。看到刷屏的消息，就算没尝过的网友，也好奇地想买来试试，这不，流量就转为了销量。

叶美娥对此深有感触：“这两年，来店里吃糟粕醋的外地顾客越来越多，也不乏网红来探店、做直播。”为了给食客更好的用餐环境，叶美娥今年还把店铺重新装修了一番。

## 火锅界「黑马」过关斩将，带着地道海南味勇闯全国

# 糟粕醋「过海」记

■ 本报记者 邱江华

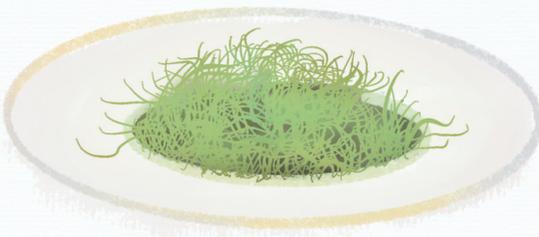
我不是香水，但富有前中后调——前调偏酸，中调微辣，后调清甜，细品还有浓郁的酒香，层次变化明显的味道让许多人着迷，与各类海鲜搭配，更让人“上头”。没错，我就是海南特色美食糟粕醋。

6月26日中午12时许，海口市龙华区义龙后路的铺前三婆糟粕醋店，挤满了人，他们都是奔着我而来。

这是一家开了16年的老店，一直以来，我都是“招牌”。我的“吸粉”能力让店主主人叶美娥非常自豪：“高峰时期，即便堂食的桌子坐满了，点餐台旁仍排起长队，一天能卖出上千碗。”

与此同时，在定安县雷鸣镇山地村的一处工厂里，叶美娥的女儿李肖云正忙着与采购商洽谈合作，他们把我做成了火锅底料等便携袋装食品。也正因此，我得以从海南走进北京、上海、广州等地消费市场，见识到了更大的世界。

从只有在海南能吃到的地方特色美食，我摇身一变，成了“可以快递的海南风味”。但是，餐饮界太“卷”了，消费者喜好迭代，新品层出不穷，如何才能角逐更大的市场？



## B 风来了，我要飞得更高

袋装技术让糟粕醋走出海南，但前路依旧困难重重

别看我现在很火，在过去很长一段时间，我也曾陷入发展的迷茫，对于那时的境况，借用李肖云的话就是，“门店虽多，但形不成规模；食者虽众，仍出不了海南”。

读大学时，李肖云一有空就来店里帮忙，那时，不少外地顾客在品尝我的味道后，想带一些回家乡，却因难以常温保存，不得不放弃带走我的想法。

“这么好的东西，却带不出海南。”我和李肖云都感到遗憾。何不改良工艺，延长我的保质期？

2020年，李肖云大学毕业后，和林冠成立了定安啊喂食品技术有限公司，并投资建起3000平方米的厂房，推动我走上规模化生产之路。他们不断提升制作工艺、物理杀菌、真空包装等技术，研发出我的另一种形象——袋装糟粕醋。

如今，这个工厂日产浓缩糟粕醋火锅底料4吨，年产值超千万元，产品不仅供应国内市场，还远销泰国、马来西亚、新加坡、澳大利亚等国家。

在海南，还有不少企业为推动我走出去、让更多人喜欢而努力。在文昌铺前陈符林糟

粕醋科技有限公司，他们研发了糟粕醋面、糟粕醋鱼汤饭、糟粕醋文昌鸡等创新产品，并通过直播带货、短视频科普等方式，不断打响我的名气，让“订单追着生产跑”。

以“铺前三婆”“陈符林”等为代表的本土糟粕醋品牌发展势头迅猛，无疑搅热了市场。不过，要想让我去闯荡更广阔的天地，这还远远不够。

这条路，注定困难不少。比如我的产量供应不足，业内不完全统计，目前省外有约30家工厂在生产糟粕醋，而海南却不超10家，且大部分厂家生产的是火锅底料，产品形式较单一，产量远远无法满足全国市场需求；再如生产规模较小，大多数还停留在小作坊的模式，以街头小店居多，未形成稳定的供应链……

许多人爱我，源于我独特的味道，而这种酸辣甜的复合味型，依赖于菌种发酵的控制和管理，没有统一生产标准，各生产厂家往往依靠传统经验发酵，这就可能导致各批次口味良莠不齐。

愿意尝鲜的年轻人，对我的认可程度较高。但在省外市场的进一步推广上，我也面临着一定局限。文昌铺前陈符林糟粕醋科技有限公司销售经理张伶说，主要是因为目前品牌影响力和产品服务范围仍有限。

## C 我的未来不是梦

效仿螺蛳粉，让美食与城市互相成就

为了考察我在外地发展得好不好，林冠几乎每个月都出省跑市场。在一些餐饮店，他发现我并不是孤身“闯江湖”，一些“海南老朋友”如什锦酱、椰子饭、薏米等，总是与我搭配着被端上餐桌。

“这说明借助糟粕醋，更多的海南美食正进入大众视野。”林冠很看好我，认为我能带动海南美食文化走出去。海南应该以更大的力度打造糟粕醋产业，使之渗透到更大的消费市场。

在“如何让地方小吃走出去”这个问题上，柳州螺蛳粉可谓走在前列，它已经实现从一种地方小吃发展到撑起柳州经济的地方产业。

作为“前辈”，螺蛳粉的“出圈”经验能带给我许多启发。其实和我一样，螺蛳粉早期仅用于堂食，流行于诞生地及周边地区，后来得益于政府与企业的合力推动，其门店逐渐从柳州走向国内。

与此同时，伴随着多项行业标准相继发布、龙头企业发展壮大、线上营销造势、文旅融合等多重因素助力，螺蛳粉彻底走红消费市场。如今，提到螺蛳粉，人们就会想起柳州，反之亦然，螺蛳粉显然已经成为柳州的符号。

“柳州螺蛳粉被国内外的食客喜爱认可，是政府引导、企业为主、社会参与、开放融合的格局下的一种地方美食的逆袭。”林冠对比我的现状，认为我仍处于产业发展初期，还在“野蛮生长”。

“参考螺蛳粉的发展轨迹，眼下最重要的是希望有关部门能尽快制定糟粕醋地方标准。”李肖云也为我发展出谋划策，她相信，地方标准出台后，生产企业就有了统一的安全标准，能解决产品质量参差不齐的问题。

她进一步出招，希望政府部门能为打造糟粕醋品牌出招助力，比如举办糟粕醋评比活动、打造区域公共品牌、设立糟粕醋美食节等，如此一来，既把握住了旅游流量，又深度传播了海南糟粕醋文化。如螺蛳粉之于柳州一样，让大家一提到糟粕醋，就会想起海南。

为了让我不断“出圈”，海南一些企业也在不断创新。正如海南省酒店与餐饮行业协会名厨委执行主席、海南特级琼菜大师邢海涛所说：“企业必须有自己的卖点。”

我欣喜地看到，“陈符林”根据不同用户画像开发了不同的产品，有针对餐饮门店的商用装，有针对C端用户的家庭装，也有针对旅游用户的预包装，主打的就是差异化，用市场需求倒逼研发和服务。

而在“铺前三婆”，林冠和李肖云最近正忙着研发新品，除了火锅，他们还把我做成饮料冰沙、甜品等，有时他们一天要试吃几十款新品……

如今我在消费市场上愈发火热，不过相比螺蛳粉，还有巨大的发展潜力和空间，在许多从业者看来，我是“小荷才露尖尖角”。

我偶尔也会担心，大家对我的新鲜感会逐渐消退。张伶告诉我，不用担心，企业正在努力开发更多产品，容纳更多本地传统食材，输出更多地方特色和文化内涵，助力我走得更远。

这些，都让我充满希望，越来越多的力量正在涌入，把我推向更大的舞台。我也期待着有一天能成为海南的美食名片，让人们提起糟粕醋，就想到海南。

(本报海口6月27日讯)

本版手绘：杨干懿

深读 海南日报 融媒体工作室



扫一扫看视频  
《品尝火锅界“黑马”糟粕醋——这一口“封神”》

执行总监：许世立 刘乐蒙  
视频编导：刘乐蒙 刘婧姝  
视频文案：刘婧姝  
视频拍摄：刘乐蒙 陈海冰  
视频出镜：欧英才 刘婧姝  
视频剪辑：陈海冰