

这碗琼味酸汤
已销往

B 当传统酸汤遇上工业思维

标准化“智”造让正宗味道酸香远飘

在传统作坊固守匠心时，一批企业正用科技的力量，让这缕酸香飘得更远、更久。

“有了‘身份证’，我们的糟粕醋就可以出口到国外了！”7月21日，位于万宁阳光金鹿工业园的海南永芳食品有限公司（以下简称海岛永芳）拿到了《食品安全管理体系认证》和《HACCP 体系认证》两张“身份证”，负责人张寒冰难掩激动。

去年11月，海岛永芳落户万宁阳光金鹿工业园。这家年轻的糟粕醋企业拥有1000平方米的糟粕醋生产车间，洗米、蒸煮、发酵、灌装……流水线上各环节生产作业有条不紊地进行。

“工厂日产能5吨，主要销往北京、上海、杭州、内蒙古、云南等十多个省区市。”张寒冰介绍，海岛永芳联合海南省粮食科学研究所，将古镇百年沿袭下来的发酵工艺与现代生物发酵技术融合，将糟粕醋保质期从7天延长至12个月。经实验室驯化的菌种，能精准把控酸度和醇香。标准化的工艺、配方和流程，替代了传统酿造方法的经验依赖，通过技术的力量把传统美味稳定地传播出去、传承下去。

按计划，在“正宗铺前味”的基础上，海岛永芳还将研发多种口味的糟粕醋产品，满足不同地区消费者的需求；并将根据年轻人的喜好，探索开发“糟粕醋凤梨饮”等多种口味的果饮。

此外，海岛永芳还计划进军国际市场。“7月份已经向美国、加拿大、澳大利亚供货，主要面向华人超市

和当地火锅店。”张寒冰说。

与张寒冰共同打造海岛永芳糟粕醋品牌的金鹿投资集团有限公司董事长叶茂，正是看中了糟粕醋产业的广阔前景。

“你看，这一盒糟粕醋里，满满装着大海的味道。”叶茂展示即将上市的盒装即食型糟粕醋。除了传统的酒糟包、辣椒酱和米粉外，盒内还有可速食的鱼饼、蟹柳、裙带菜、虾米等丰富配料。

叶茂透露，在万宁阳光金鹿工业园，不仅有规范的米粉加工厂、海产品加工厂，还有肉食品加工厂和斑兰食品加工厂，糟粕醋上下游产业及配套产业已初具雏形。

“糟粕醋不仅仅是火锅汤底，它的应用场景非常广阔。做好糟粕醋，对海南特色食品加工业来说前景无限。我们希望用工业化思维发展糟粕醋产业，让食客吃到正宗、健康的糟粕醋，打造海南特色美食文化IP。”叶茂表示。

作为海南糟粕醋工业化先行者之一，定安县雷鸣镇的“铺前三婆”糟粕醋已尝到了广阔市场的甜头——借助“工业化生产+电商销售”的发展模式，实现年产能4000吨，销售额突破3000万元，跃升为省内糟粕醋行业龙头品牌，去年还将糟粕醋火锅底料出口到美国市场。

目前，“铺前三婆”糟粕醋在定安的二期项目即将投产，万吨级产能蓄势待发。厂房内一台台崭新的现代化设备，预示着产业更可期的未来。



日前，在文昌铺前的一次长桌宴上，中外游客品尝糟粕醋美食。海南日报全媒体记者 李天平 摄

C 地方风味能否升级为自贸港“名片”？

以文化发掘为核心加速糟粕醋口碑破圈

糟粕醋产业的蓬勃发展，还得益于省委、省政府的高度重视。

今年6月23日，《文昌市关于加快推进糟粕醋产业高质量发展三年行动方案（2025—2027年）》印发，提出到2027年全市产业集群总产值突破10亿元的目标。7月初，海南省政府召开专题会议研究推动糟粕醋产业高质量发展相关事宜。

政府的强力支持令行业振奋。在文昌市锦山镇，文昌市泰盛食品有限公司负责人吴多杰信心满满：“中国火锅底料市场份额8000亿元，糟粕醋作为新晋网红，潜力巨大。”

风口已至，糟粕醋行业如何迎风起飞？“糟粕醋发源于铺前，而且消费者普遍的认知是‘铺前的糟粕醋最正宗’。”有从业者认为，在练好“内功”、避免价格“内卷”的同时，还应抓住地域特色形成集聚化、差异化发展。

对此，文昌正以点带面，铺开新的发展图景——打造糟粕醋形象展示窗口。在海南环岛旅游公路木兰湾段，4层的铺前糟粕醋文化体验馆已初具雏形，计划在今年国庆节期间开放。“让游客在山海风光间体验糟粕醋的风味，亲身感受糟粕醋的传统文化。”定安啊喔哦食品技术有限公司董事长林冠说。

通过产业集聚发展带来丰富的消费体验。文昌已集聚7家加工企业、31家作坊及130余家餐饮店，形成“前店后厂”的特色产业带和“堂食+电商”的消费矩阵。

“把文昌打造成全省糟粕醋产业集聚区、文化展示中心、消费体验中心。”文昌市副市长韩亮表示，当前，要通过培育龙头企业、成立糟粕醋行业协会、发掘非遗代表性传承人等多种措施，促进糟粕醋产业提质升级。

一个品牌的长远发展，背后往往有核心文化或动人故事的支撑。

文昌市委常委、副市长魏波认为，要深入挖掘糟粕醋蕴含的历史文化、民俗文化、地域文化、华侨文化、南洋文化等内涵，讲好“踏浪南洋”“渔家酿造”“百年酸汤”故事。

那么，糟粕醋这碗酸汤，如何借助文化的力量，从地域美食升级为全国乃至全球的流行单品？或许可以从柳州螺蛳粉与泰国冬阴功的发展轨迹里探寻成功密码。

柳州人“嗦粉”的生活习惯由来已久。直到2014年，柳州第一家袋装螺蛳粉企业诞生，以标准化生产

和产业链思维改造传统小吃，让这碗粉突破了地域限制，成为“可以邮寄的乡愁”。

2024年，中国螺蛳粉行业市场规模达850.8亿元。上游，65万亩竹笋、豆角种植基地遍布柳州周边县乡，带动30多万人就业，户均年增收超3万元；中游，163家配套企业专攻酸笋发酵、腐竹炸制；下游，螺蛳粉主题乐园、文化展览馆将工厂变景区，游客既能参观自动化生产线，也能亲手煮一碗粉。一条深度融合的产业链，支撑螺蛳粉产业一路“狂飙”。

再把视线从国内转向国外。从夜市小摊到高级餐厅，从日常饮食到国宴庆典，泰国冬阴功“通吃”。据统计，2024年，冬阴功相关搜索量在抖音平台累计近11亿次；在全球复合调味品市场中，冬阴功汤料同比增长66%，成为泰国食品出口的新增长点。

冬阴功之所以能成为全球认知的文化符号，得益于泰国政府将冬阴功纳入国家文化战略，通过系统性推广提升其国际地位。

2024年，冬阴功申遗成功，被列入人类非物质文化遗产代表性名录，在世界舞台上获得了更多的认可和尊重。此外，泰国国际贸易促进厅也积极推动冬阴功相关产品进入周边国家市场，结合电商营销强化品牌认知。

这种“非遗背书+产业扶持”的组合策略，使冬阴功成为泰国文化软实力的重要载体。

在海南大学国际传播与艺术学院院长郑立波看来，海南作为最高水平开放的自贸港，亟须高辨识度的饮食文化符号，而糟粕醋完全有潜力成为一个符号。

他建议，文昌需要讲好糟粕醋的“三个故事”：以口述与史料追溯糟粕醋起源；讲述传承人家族坚守匠心的历程；记录企业与名人品尝背后的口碑传播。做好“三个规划”：构建铺前镇区域整体规划，融合古镇、渔港与乡村特色；规划重点标志物，树立文化地标；规划糟粕醋体验区，增添沉浸式消费场景。完成“三个联结”：联结海南文化根脉，打造本土文化聚集区；联结各地消费者，塑造自贸港文化符号；联结全国、东南亚，搭建起世界文化交流的桥梁。

“糟粕醋承载着海南风土与智慧，具备产业发展和文化输出潜力，有望成为‘国民级酸汤调味品’和自贸港一张闪亮的‘文化名片’。”郑立波说。

(本报海口8月12日讯)

“东走西走，不如铺前与海口。”这句流传于海南文昌市铺前镇的俗语，道出的不仅是对故土的眷恋，更藏着一份当地人的独特记忆——酸辣鲜香的糟粕醋。

数百年前，铺前渔民巧用酿酒余下的酒糟，经二次发酵、稀释熬煮，化“糟粕”为神奇，酿出一道融合醋香、米香、蒜香与椒香的琼岛之味。

当下，这碗酸汤已展现出惊人的市场爆发力——短短几年，店面从岛内开到了北京、上海、杭州等地，产品出口至美国、加拿大、澳大利亚等国家；糟粕醋火锅底料销量在电商平台名列前茅，被老饕们誉为“中国冬阴功”。

海南糟粕醋能否借助新的风口，从承载乡愁的地方风味，跃升为国民单品，甚至自贸港的文化名片？近日，海南日报全媒体记者深入糟粕醋发源地文昌铺前，并走访定安、万宁等地，探寻这碗酸汤的“出圈”密码与未来之路。

制图 肖迪

地方风味、国民单品、文化名片——
糟粕醋的三重跃升A 当老店开启“时间魔法”
“天热微酸，天冷略辣，吃得出手工发酵的灵动”

7月19日，文昌铺前胜利老街。大雨敲打着百年骑楼的窗棂，却浇不灭暑期游客的热情。下午2时许，已然过了饭点，林花糟粕醋店内依旧座无虚席。

“老板，我要4份海鲜全套糟粕醋，再来两个薏粑。”来自内蒙古的崔女士熟练地点完餐，见缝插针给一家老小找了座位。这已是他们暑期第四次光顾这家店，“夏天吃一口糟粕醋，酸酸辣辣，总也不腻”。

店外雨声沙沙，店内人声鼎沸。64岁的林花望着雨幕回忆道，30年前她还是挑着担子沿街叫卖的小贩，风里来雨里去，一碗糟粕醋卖5毛钱。靠着勤劳与坚守，她攒钱买下铺面，“林花糟粕醋”的名声渐起。

2019年，连通海口与文昌的海文大桥通车，铺前旅游业升温，糟粕醋一夜爆火。

“凌晨1点还在排队！”林花的儿子何金岳为此辞去深圳的工作，返乡成为“醋二代”。

如今，林花糟粕醋的生意版图不断扩大，从岛内延伸至北京、上海、杭州等地。

北京市朝阳区霄云路上，“文昌打边炉·正宗铺前糟粕醋”的红色招牌格外显眼。

“2019年，我们开了北京第一家糟粕醋火锅店。”店老板张宁是个糟粕醋资深爱好者。2017年，一次偶然的机会，他在林花的店里品尝了糟粕醋涮海鲜，当下就爱上这一口独特的酸香咸鲜，“糟粕醋的辣味掩盖了鱼虾的腥味，酸味又激发出海鲜的鲜甜”。

为了将糟粕醋引入北京，张宁与林花谈起了合作。

7年间，张宁从林花家进货糟粕醋，从海南聘请琼菜大厨，开发出“糟粕醋+椰子鸡”“糟粕醋+脆皮东山羊”鸳鸯锅等融合菜品，吸引了很多在北京打拼的海南人来此“寻味”乡愁。

今年4月，张宁的糟粕醋新店在朝阳区驹子房路开业，不少老客前来捧场，“现在每个月要从文昌进4次货，每次约500斤糟粕醋”。市场的旺盛需求，是对糟粕醋品质最好的肯定。张宁评价林花家生产的糟粕醋：“天热微酸，天冷略辣，吃得出手工发酵的灵动。”

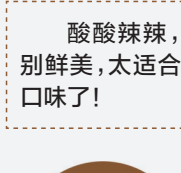
对林花糟粕醋来说，像张宁这样的合作伙伴还有不少。他们索性开起了加工厂，一瓶瓶糟粕醋从900多平方米的两层厂房流向更多餐桌。

从小跟着母亲林花一起做醋、卖醋，何夏玉深知“品质就是生命线”的朴素道理。

在她们的经验里，糟粕醋的酿制自有一套“法则”：大米酒由自然发酵，经多次蒸煮后，加入糖、盐调味，再辅以植物油、蒜泥等简单原料，就能制成酸香鲜辣的糟粕醋。“夏天发酵25天以上，冬天要发酵1个月。”何夏玉说。

如今，作为林花糟粕醋加工厂的管理者，何夏玉依旧恪守母亲的“时间魔法”。为此，今年春节旺季，当工厂产能突破日均12000单时，她选择拒绝新增订单，“追求产量失了品质，就丢了林花的初心”。

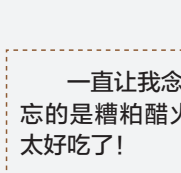
大咖种草

新东方教育科技集团董事长
总裁俞敏洪糟粕醋给人味蕾
的口感比较丰满，推
荐更多的人来品尝。

女排前手杨婷玉

酸酸辣辣，又特
别鲜美，太适合我的
口味了！

歌手蔡国庆

糟粕醋火锅，好
吃好吃！

演员耿乐

一直让我念念不
忘的是糟粕醋火锅，
太好吃了！

网友上头



自贸港观察

扫码了解
糟粕醋的“发家”史总策划：曹健 张杰
执行策划：罗清锐
执行总监：许世立
客户端主编：王丹南 孙婧
长图文案：王丹南
长图设计：肖迪
封面设计：肖迪