

海南糟粕醋向柳州螺蛳粉学什么？

海南日报全媒体记者赴广西柳州，一探螺蛳粉的成功之道

■ 海南日报全媒体记者 李梦瑶 肖开刚

深读



扫码看更多内容

总策划：曹健 张杰
执行策划：罗清锐
执行总监：刘乐蒙
客户端主编：苏杰德
樊学玲
本版AI图：张昕

“似香似臭，浓烈霸道，很少有哪座城市像广西柳州一样，味道如此令人‘上头’。”

“特地‘打飞的’过来，就为嗦这口地道的螺蛳粉。”11月中旬，一家柳州“网红”螺蛳粉店前，外摆的二十余张桌子座无虚席，来自深圳的张建一家点完餐，正见缝插针地拼桌。

无数食客“为一碗粉奔赴一座城”的同时，过去4年，每年都有超1亿件预包装螺蛳粉快递发往全国各地。柳州螺蛳粉成为全产业链年销售收入超700亿元的国民网红美食。

柳州螺蛳粉的爆火不是一蹴而就的。十多年前的柳州螺蛳粉，也被人评价：“门店虽多，可形不成规模；食者虽众，可出不了柳州。”

从街头小吃到百亿大产业，柳州螺蛳粉为啥能破题“酒香也怕巷子深”；刚刚“出道”的海南糟粕醋又能从中学到什么？近日，海南日报全媒体记者奔赴柳州“取经”。

学功夫：政企协同

从地方小吃到特色产业，打好政策组合拳

一家螺蛳粉企业68万元起家，仅用5年时间产值即达6.8亿元，怎么做到的？这组数据引起了记者的好奇。

“单靠企业自己，不可能发展得如此之快。”回顾创业史，广西螺霸王食品科技有限公司董事长姚汉霖不断强调，“产业做大做强，离不开政府不遗余力的托举。”

2010年，柳州市政府启动“柳州螺蛳粉进京”行动，给予政策和资金支持，开始鼓励螺蛳粉经营者“走出去”开店。“当时螺蛳粉的名气尚未打开，再加上原材料运输不便等原因，这批门店不久就关了门。”柳州市螺蛳粉产业发展中心主任卢世昌坦言，这一次铩羽而归，让他们顿时意识到酒香也怕巷子深。

“出圈”的一个重要机遇，是在2012年5月：凭借在《舌尖上的中国》第一集中短短几秒钟的镜头，柳州螺蛳粉一夜走红。

“我们迅速抓住这波流量，打出一套‘组合拳’。”卢世昌说。2012年9月，一场“万人同品螺蛳粉”活动在柳州举办，创下“最多人品尝螺蛳粉”的吉尼斯世界纪录。与此同时，柳州螺蛳粉美食节一年接着一年办；当地不少赛事、活动也纷纷以“柳州螺蛳粉”冠名。

当时正在柳州经营一家鸡爪加工厂的姚汉霖，从中嗅到了商机。“政府支持力度如此之大，让我开始密切关注螺蛳粉行业的动向。”他注意到，柳州螺蛳粉的名气逐渐打了出去，但外地食客依旧难以吃到，“如果螺蛳粉能以袋装形式生产，将是一个巨大的市场。”

2014年底到2015年初，柳州第一批获得食品生产许可证的袋装螺蛳粉企业相继诞生，其中便包括姚汉霖创办的“螺霸王”。

行业市场有了新动向，“政府之手”随即跟上。2015年初，柳州专门就螺蛳

粉召开了一场产业发展大会，首次提出“产业化、标准化、品牌化、规模化”的发展理念。“此后我们陆续出台了20多项方案和政策，全方位为螺蛳粉产业保驾护航。”卢世昌说。

开辟3个产业集聚区，推动“小作坊”走进“工业园”；举办品牌评比活动，拿出650万元奖励6家优秀企业；加大要素保障，给予厂房租赁补贴、技改资金支持、电商销售奖励……

一系列“放水养鱼”的扶持政策接连实施，推动柳州螺蛳粉产业快速扩容。2024年，柳州螺蛳粉全产业链销售额达759.64亿元。目前，柳州3个螺蛳粉产业集聚区入驻螺蛳粉生产及配套企业110多家。

同样是民间自发口碑传播的地方小吃，柳州螺蛳粉的发展历程带给海南糟粕醋哪些启示？

“糟粕醋产业处于发展起步初期，需要政府部门的大力支持。”文昌市糟粕醋协会会长、海南铺前港食品有限公司总经理张寒冰举例，海南有关部门可以学习柳州螺蛳粉的经验，鼓励糟粕醋经营者“走出去”开店。

不少业内人士也建议，海南糟粕醋产业想要走得更远，还须“政府引导、协会助力、企业唱戏”，通过多方联动形成合力，打造产业聚集区，培育企业龙头，形成统一宣传推广策略，推动糟粕醋产业从“单打独斗”转向“抱团发展”。

今年以来，我省从政府层面加大糟粕醋产业布局。今年6月，《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。7月，海南省政府召开专题会议，提出“培育一批叫得响、有特色的海南糟粕醋品牌”。一系列政策旨在促使海南糟粕醋一步一步“上台阶”。



在定安的一家企业生产车间，浓缩型糟粕醋火锅底料从这里走向全国。

海南日报全媒体记者 袁琛 摄



柳州市螺蛳粉产业园一家螺蛳粉生产企业工作人员在包装螺蛳粉。

新华社发

学气质：形魂兼备

从堂食现煮到袋装速食，掀起一场小吃“工业革命”

地方小吃，极易困于手工制作、产能低下，难以突破地域边界的桎梏。

糟粕醋的天然发酵特性，注定了其对存放温度、时间极为敏感。“传统的水剂版糟粕醋浓度低，长途运输困难，且保质期短。”丰标食品厂（陈妈糟粕醋）负责人潘在贵直言，这是影响糟粕醋“走得更远”的关键掣肘。

同样的问题，柳州螺蛳粉也遇到过。它的破题之道是对小吃产业进行“工业革命”。

早在20世纪90年代，柳州不少企业就已经开始尝试生产预包装螺蛳粉。“但当时完全就是模仿方便面，技术不成熟，配料也只有花生和葱花，相较堂食的口味还原度不到一成。”深耕螺蛳粉行业多年的老柳州人覃胜说。

迈向工业化，关键一步卡在了哪？“与其他方便食品不同，螺蛳粉的配料包有七八种之多，每一种都对应着一条生产线。”姚汉霖说，此前根本没有专门生产螺蛳粉的设备，他们只能一点点琢磨技术改造，“比如我受梅菜笋丝的包装设备启发，改良设计出酸笋酸豆角包装机，让料包的包装产能由每分钟5包升级至55包。”

酸醋生产系统、豆角加工漂烫线、汤料配料加热搅拌罐……在螺霸王全透明生产线旁的企业长廊上，挂满了各种用于螺蛳粉生产的发明专利。

“目前我们工厂有4000多台机器同时运转，它们大多经过技术改造。”姚汉霖介绍，再加上微波杀菌等技术的引入，袋装螺蛳粉的保质期被延长至180天，口感也还原到了堂食的九成。

就在姚汉霖等企业一路技改提质扩能的同时，另一场“从0到1”的突围也在同步进行中。

“第一家螺蛳粉企业申请食品生产许可证时，根本找不到相应的产品标准。”柳州市质量检验检测研究中心副主任林华介绍，为了解决企业市场准入的问题，监管部门只能先指导

企业参考方便食品类的国家标准把握产品质量。

2016年5月，“1.0版”的《食品安全地方标准 柳州螺蛳粉》正式实施。到今天，这一地方标准已迭代至“3.0版”。

标准不仅限于生产车间内。从原料及种养，到生产与经营，再到品牌创造、运用、保护和管理，柳州螺蛳粉逐步构建起一二三全产业链标准体系，涵盖6个子体系571项标准。2022年出台的《柳州市柳州螺蛳粉产业发展条例》，更以地方性法规的形式推动产业规范发展。

“高标准才有高质量。”林华介绍，近几年，预包装柳州螺蛳粉的全国质量抽检合格率始终保持在97.5%以上。

再将视线聚焦海南，一场关于糟粕醋的“工业革命”也已掀起：部分企业引进智能发酵控制系统，研发出适于远距离运输的浓缩、半浓缩等预包装糟粕醋产品，保质期也在不断延长。

但不少业内人士认为，这些还远远不够。比如，目前海南糟粕醋发酵过程中“温控—菌种—发酵周期”等关键加工工艺参数尚不成熟，产品风味波动大，产品质量控制水平也还不够稳定。

技术攻关仍需继续。另一方面，海南糟粕醋的标准化之路也才刚刚起步。

11月底，《海南省食品安全地方标准 海南糟粕醋》正式发布，对海南糟粕醋的术语和定义、技术要求、生产加工过程中的卫生要求和标签等内容予以明确。与此同时，海南省市场监督管理局也委托第三方机构开展了海南糟粕醋全产业链高质量发展标准体系研究工作。

“标准体系的建立，能推动产品走向更大的市场。”张寒冰表示，接下来，文昌市糟粕醋协会也将继续配合相关部门，进一步完善建立科学、统一的行业标准体系，让消费者吃得放心。

学路径：组团出道

从“一碗鲜”到“一条链”，三产融合促“长红”

从一碗粉到一条链，从“出圈”到不断玩出新花样，柳州螺蛳粉的“长红”之路，带给海南糟粕醋不少启发。

一种特色小吃，其产业链供应链优化升级需要久久为功。

柳州市柳南区太阳村镇百乐村，4000多亩竹林刚刚结束一轮竹笋采收旺季；距离百乐村约20公里，柳州螺蛳粉电子商务产业园50多家电商企业的直播间卖着同一款产品……从上游的竹笋、豆角、螺蛳、腐竹等原材料种植养殖、生产，到中游的螺蛳粉生产加工，再到下游的商超、便利店、电商平台等销售渠道，一包包袋装螺蛳粉产销两旺的背后，是巨大的“螺蛳粉+”产业集群。

在潘在贵看来，海南糟粕醋产业要想实现可持续发展，必须延链补链强链，实现从原料供应、生产加工到配送、销售的“协同作战”。他举例说，糟粕醋中的不少配料依赖省外采购，导致企业生产成本较高，这不利于增强产业链。

除了亟待增强的产业链，海南糟粕醋目前还存在消费场景不够丰富、有品类无品牌等短板。面对同样的难题，柳州螺蛳粉也有成功的解题方法。

打造消费场景方面，柳州从一开始就与螺蛳粉深度绑定，专注于讲好柳州螺蛳粉故事。

在螺霸王的生产车间内，游客走过一条近200米长的参观通道，可以看到“一碗粉和九种配料”的全部生产过程。“参观完，游客还能自己动手煮一碗‘定制版’螺蛳粉。”姚汉霖说，每年，这条“工业旅游线路”都会吸引超15万人次前来参观。

在太阳村镇，当地甚至专门打造了一处“螺蛳粉小镇”，通过政府主导、市场运营的方式，建设螺蛳粉文化场馆，推出螺蛳粉主题研学线路，并打造了滑翔伞、露营、热气球等多种文旅业态。“游客过来当然不仅仅是为了吃一碗粉，我们希望能打造更多旅游吸引物和旅游消费场景。”柳州市柳南区文体广电和旅游局副局长吴维乐说。

从品尝柳州螺蛳粉到游览各处景点，2024年，柳州市接待旅游总人数9061.53万人次。

反过来，“嗦粉打卡热”也推动螺蛳粉实体店快速增长。2024年，柳州螺蛳粉实体店营业额达396.9亿元，是袋装柳州螺蛳粉销售收入的两倍多。

品牌塑造方面，姚汉霖认为，从各路资本进入到市场挤掉泡沫，如今依旧存续的企业，都找到了自己的突围之路。

一些企业持续丰富产品品类，如螺霸王先后推出水煮型、冲泡型、自热型螺蛳粉；一些企业深耕细分赛道，将单一产品做精、做深，如广西优粉有限公司从生产螺蛳粉转战生产米粉，研发出新型冻干锁鲜米粉；也有一些企业选择了“借力”，如广西中柳食品科技有限公司与“李子柒”“东方甄选”等网红品牌达成代工合作，去年仅其中一个网红品牌的销售额就达到了3.5亿元。

他山之石，可以攻玉。不少业内人士认为，海南糟粕醋品类延展性与创新空间显著，还可以继续结合现代消费者的口味偏好和消费习惯进行创新改良，开发适配多元餐饮场景的“糟粕醋+”产品；并充分挖掘其文化内涵，将“文化”融入“味道”，打造“海南糟粕醋”文旅IP，以三产融合促产业“长红”。

“柳州在，螺蛳粉就会在。”在姚汉霖看来，正是这种与地域经济文化“共生共荣”的属性，让地方特色小吃拥有了超越时代的生命力。

这句话，同样也适用于海南糟粕醋。当这碗飘香街头的“琼味酸汤”，与一个产业的蓝图、一群人的生计、一座城的发展紧密相连，海南糟粕醋也就真正拥有了不止于“舌尖”、不囿于一时一地的长久生命力。

（本报柳州12月8日电）

