

大足“非遗”美食名录

■ 市级非遗

大足冬菜酿造技艺
邮亭鲫鱼制作技艺

■ 区级非遗

三驱田凉粉制作技艺
回龙干巴牛肉制作技艺
雍溪王氏豌豆饼制作技艺
大足古龙芽绿茶手工制作技艺
龙水余胖子凉糕制作技艺
吉希手工挂面制作技艺
龙水余胖子凉虾制作技艺

大足黄良松腌腊食品传统制作技艺
大足李氏福寿挂面制作技艺
邓鼎计川味调料制作技艺
咏喜泡菜传统制作技艺
尊香园灰包松花蛋制作技艺
彭记老巷传统手工月饼制作技艺
大足胡月月饼手工制作技艺
大足老张家黑山羊肉烹制技艺
大足老坛酸菜制作技艺
大足蜂蜜传统酿制技艺
大足宝顶豆瓣酱传统制作技艺

大足“非遗”美食 破圈之路

□ 新渝报记者 陈浩

非物质文化遗产是一个国家和民族历史文化成就的重要标志，是优秀传统文化的重要组成部分，也是展现区域人文的“活标本”。

整个长江流域孕育了丰富多彩的非物质文化遗产，位于长江上游的重庆市大足区拥有73项非物质文化遗产，能“吃”的就占近三分之一，主要集中在传统技艺和民俗两大版块，是巴渝文化在大足的生动展现。

随着国力的迅速提升，国人的文化自信不断增强，而文化中的“食”最能吸引大家，越来越多的国人也逐渐爱上“非遗”美食。但“非遗”二字并不是美食的“金钟罩”，就拿大足“非遗”美食来说，一些传承人坐在家就能接单，但还有一些产品虽然颇具特色，却销量不佳，有价无市。大足“非遗”美食在走市场化道路中，部分已逐步“破圈”，然而有些还在原地踏步。



邮亭鲫鱼



余胖子凉虾



回龙干巴牛肉

新闻深一度

大足“非遗”美食 还需接地气谋创新

“非遗”从生活中来，就要到生活中去。对于“非遗”来说，应用是最好的传承。记者通过走访调查发现，大足的“非遗”美食呈现出参差不齐的发展现状，表现在以下两点：

一是规模化、产业化差距大。以大足冬菜、古龙茶叶、邓鼎计川味调料等为代表的“非遗”美食制作技艺已形成规模化、产业化、标准化的生产模式。珠溪镇是大足冬菜的主要种植基地，全镇冬菜种植面积达5000亩，其中核心区面积3000亩，年收益达1000余万元。而三驱田凉粉、雍溪王氏豌豆饼、大足蜂蜜等传统技艺发展就不太理想，大多数还停留在初加工阶段，以家庭作坊为主，产量提不上去，成本降不下来。

二是市场营销差距大。以古龙茶叶、大足冬菜、邮亭鲫鱼为代表的“非遗”美食项目市场表现力极佳，以邮亭鲫鱼为品牌的餐饮店早已开遍大半个中国，众多城市都能看到邮亭鲫鱼的身影。古龙茶叶更是稳中求进，年产值达1200万元，合作茶园近4000亩，带动当地300余名闲散劳动力就近就业。以三驱凉粉、吉希手工挂面、大足老坛酸菜为代表的传统非遗美食在市场表现力上不尽如人意，最低年销售不足5万元。

大家都在积极地面市，为何一些“非遗”美食项目并没有争得一席之地呢？

“掌柜人是核心，能明显感受到，发展不错的项目，老板都懂市场、懂管理、懂商标、懂品牌。”大足民间“非遗”推广人李方戌告诉记者。

“就拿彭氏老巷月饼来说，他们受季节性影响很大，可是项目负责人懂营销、懂品牌，每年核心售卖期仅一个月，年销售就能达100多万元。”李方戌告诉记者，“下一步，如果打破季节限制的话，未来彭氏老巷月饼前景相当不错。”

李方戌还告诉记者，“发展不如人意的，一方面是传承人年龄大，文化程度低，囿于传统的营销模式，不能积极想办法宣传，拓宽销售渠道。另一方面是部分传承人兼多职，重心不在产品上，自然也发展不起来。”

“酒香不怕巷子深”在如今的市场已经不适用了。

陈学文告诉记者，打铁还需自身硬，产业发展的核心自然是产品、内容本身，那些在市场上做得风生水起的“非遗”美食项目，无不在产品自身上下功夫，其品尝性、观赏性、时代性缺一不可。再看其他发展缓慢的“非遗”美食，缺乏创新意识，这是其不受青睐的“硬伤”。

除此之外，许多“非遗”美食在产品设计上不能与时俱进，比如有些“非遗”美食包装还在采用传统设计模式，非常“原生态”，做工粗糙，不精美，完全没有融入时代元素。

那非遗美食如何激发市场新活力？答案是：传统不守旧，创新不忘本。

“要想项目发展好，‘非遗’传承人的主观能动性和产品创新是核心，‘非遗’作为一个传承与生存需要兼顾的产业，应在跨界合作上深度融合，相互助力，共赢发展。”陈学文说，要探索“非遗+旅游”“非遗+互联网”“非遗+产业”“非遗+演艺”“非遗+电商”“非遗+扶贫”等多种发展模式。“非遗”不是“阳春白雪”，不应束之高阁，反而需要通过接地气、谋创新的方式来实现自我“供血”。

“非遗”+文旅 再造新市场

“你好顾客，现在就餐需要等位哟，你们可以先称鱼。”

“我这边先给你预定，现在过来没有空位。”

7月1日晚，记者走进刘三姐邮亭鲫鱼餐馆，只见前台服务员繁忙且有序地接待客人，整个就餐区域座无虚席，未预定的客人要等待30—50分钟才能拥有“一席之地”。

“来我们这里吃饭的大多都是慕名而来的外地游客，吃大足邮亭鲫鱼是他们来大足旅游打卡的项目之一。”刘三姐鲫鱼店店长告诉记者。

邮亭鲫鱼名声大噪得益于邮亭镇得天独厚的区位优势。邮亭是旧时下至重庆、上达成都的必经驿站，来往游客众多，邮亭鲫鱼的好口味得到一致好评。在1990年前后，重庆、成都以及川渝两地的一些县市餐饮市场上，刮起了一股“邮亭鲫鱼风”。

2013年底，随着渝蓉高速重庆段通车，从成渝高速下道的游客锐减。如何“吃住”游客经济，成了以刘著英、陈青和为代表的邮亭鲫鱼老板们一直思考的难题。

“想要获得他的心，就要稳住他的胃，我们要主动出击。”市级“非遗”传承人刘三姐鲫鱼老板刘著英告诉记者，游客不来，就到他们身边去。2015年，刘著英陆续在重庆主城区开设分店，高速下道口在哪里就把店开到哪里，同年还在大足新城开设分店。通过“非遗”品牌赋能和网络媒体宣传，把邮亭鲫鱼融入大足旅游，“来大足旅游必吃邮亭鲫鱼”已成为外地游客默认的旅游项目。

“品大足石刻，吃邮亭鲫鱼，巴适！”来自巴南的游客正是被短视频吸引而来。如今，刘著英的邮亭鲫鱼店已开到成都、杭州等地。

仅仅在店里品尝还不够，如何让游客把邮亭鲫鱼的美味带回家，带向全国？

“顾客来店里面品尝了邮亭鲫鱼后，还可以购买秘制调料，按照我们写的烹饪方式制作，和在店里面就餐的味道相差不远，在外想念这个味道的乡亲也可通过网购品尝美味。”另一位市级“非遗”传承人陈青和说道。

2000年，陈青和创办重庆市邮亭鲫鱼酿造公司，重点生产鲫鱼调味品和配料。如今，该公司生产的邮亭鲫鱼调料包已远销全国及海外。

细梳大足“非遗”美食，除了邮亭鲫鱼制作技艺外，在市级非物质文化遗产中，大足冬菜制作技艺同样秉承着继承传统、改革创新的精神，通过与文旅融合，在市场上大放异彩。

“非遗”+创新 走出新风尚

“老板，来一碗蔬菜凉虾，多加红糖。”进店顾客向老板余亮“点菜”。记者走进位于大足商贸中心的“余胖子凉虾”总店，座无虚席，老板余亮夫妇不忙不乱。

大足制作凉虾的历史久远，最早可追溯到清末民初，当时龙水多为打铁制铁工人，夏季天气炎热，祖辈挑个担子就到街头去卖凉虾，因为甜的红糖水和用糯米做的凉虾有一定的果腹之效，可以为工人师傅们补充体力并解暑。

“2015年当兵退伍回来，不知道干什么。后来我学习制作凉虾的技艺，便有了余胖子凉虾。”余亮告诉记者。

重庆卖凉虾的人很多，仅大足市场，凉虾摊贩就遍布大街小巷，如何让众多凉虾中脱颖而出并做出品牌？这成为余亮夫妇一直努力的方向。

“创新才是出路，但是如何创新、怎样创新，我们一头雾水。”余亮回忆道，“不知道怎么创新，就先出去学嘛。”

2015年开始，余亮夫妇每月都会外出学习，跑遍重庆、四川、湖北大部分城市，品尝当地凉虾并研究当地凉虾的做法及吃法。

“市面上的凉虾都是白色的，产品单一，是否可以研发出彩色的凉虾？”余亮有了这个想法。

经过反复试验，蔬菜凉虾应运而生。由绿叶蔬菜提取制作的绿色凉虾、火龙果提取制作的粉色凉虾、芒果肉提取制作的黄色凉虾，让凉虾变得五彩缤纷，一经推出便深受消费者喜爱，不仅从口感上能感受凉虾的美味，更是在视觉上锦上添花。

由于彩色凉虾制作可复制性强，没过多久，市面上效仿的商家比比皆是，彩色凉虾不再具有核心竞争力。余亮夫妇再次盯准了传统技艺的优势。“文化创新才是凉虾的核心竞争力。”余亮说。

2020年，余胖子凉虾制作技艺被列入大足区第七批非物质文化遗产代表性项目名录。对余亮来说，这无异于在火势正旺的灶台下又添了一把火。不仅在大足火，还火到了重庆主城，不少主城区市民慕名而来只为品尝一碗。

近年来，余胖子凉虾除了在口味上下功夫，还十分注重品牌打造。

截至目前，余胖子凉虾已从原来的1家门店发展至现在的5家，分别在大足城区、龙水城区、江北观音桥香港城、沙坪坝好吃街、南坪万达广场，员工共30余人，年均销售额达到300万元。

余胖子凉虾以其独有的古法传统工艺与现代创新相结合所创造出来的产品，奠定了广受消费者喜爱的地位，是重庆人民消暑解渴的佳品，更是巴渝文化在美食创意演变中的独特体现。

小产品做出大市场，不仅仅是余胖子凉虾，大足三驱田凉粉、雍溪王氏豌豆饼制作技艺、吉希手工挂面制作技艺等非遗美食都在传统技艺的基础上发挥自身优势，敢于创新，在传统与创新碰撞的过程中，让非遗文化得到传承及弘扬。

“非遗”+场景 创造新财富

“盐与肉的比重适当，过少或过多都影响口感，盐过多时会导致水溶蛋白质流失，营养成分降低，出肉率也会下降。”回龙干巴牛肉制作技艺区级传承人姚志勇提着正在腌制的牛肉条向记者介绍。

民国时期，大足回龙“四季香”饭店的干巴牛肉远近闻名，由于方便携带、品质出众，成了馈赠亲友的佳品。2017年9月，回龙干巴牛肉制作技艺被列入大足区第六批非物质文化遗产代表性项目名录。

但是，因其制作成本高，售价昂贵，一直叫好不叫卖。通过多年实践，姚志勇父子逐渐摸索出发展回龙干巴牛肉的方法。2015年，姚志勇创立了“回龙干巴牛肉”，立志打造本品牌，传承推广传统制作技艺。

“我们推广的方式很简单，就是让干巴牛肉与特定场景结合起来，产生口碑效应。”姚志勇说，“第一个场景，我们选定的就是结婚酒席。”

“现在镇上结婚办酒席，都会用到我们的牛肉，大家觉得没有干巴牛肉不成席，它已经是婚庆餐桌上必备的美食之一了。”姚志勇自豪地说。

根据人群不同，姚志勇对干巴牛肉的场景定位也不同。针对节庆人群，定制独一无二的礼盒包装；针对年轻人，定制牛肉条小包装，打造开袋即食的“休闲零食”；针对家庭用户，推出“拿手好菜”牛肉块等等。

目前，回龙干巴牛肉年销售额已达百万，线上销售占七成，并通过互联网让干巴牛肉“走”上了千家万户的餐桌。“能成为大家口口相传的‘美食’，我感到特别开心。”姚志勇说。

2022年，姚志勇在传统干巴牛肉制作的基础上，结合重庆特色，研发出口味多样的“棠梨牛肉粉”，打算让其以多种形式流传下去。

除此之外，大足邓鼎计川味调料制作技艺、大足宝顶豆瓣酱传统制作技艺、大足老张家黑山羊肉烹制技艺等，都在通过创新性转化、创造性发展、创意性场景，让传统非遗以各种形式走上市民餐桌。

这些在特定的地域、人文及历史环境中生成并传承的非遗美食，不仅丰富了重庆人的美食地图，更彰显着重庆人独特的精神特质，为更好地了解巴渝文化奠定了历史基础。

“大足区以美食为主的非物质文化遗产总计21个，占总数量的29%，所涉及的美食琳琅满目，色香味俱佳，欢迎来大足品非遗美食，感受千年巴渝文化。”大足区非遗办副主任陈学文说。

(本版图片均为资料图)