

从一粒米中,看市场与产业的融合

◎ 记者 王珏



9月23日,“慈城年糕”品牌正式起航。如果仅仅看一个产业的整合发展,它和众多的发布会并没有什么区别。但是将它放进整个农村产业发展的大环境里,它或许可以给我们产业大融合一些思考和借鉴。

在“慈城年糕”的品牌里写到,“慈城年糕”将赋予慈城年糕新的定义和市场。

说是新的,那么它原来有什么呢?首先,慈城年糕一直有外观洁白如玉,口感柔滑,糯而不粘,浸煮不糊的特色。所以它本身有着产品识别度。其次,它已经形成了不同系列的年糕品种,例如方便年糕、精致年糕、炒年糕等。再次,它已经拥有各类年糕生产厂家。

在慈城,从一粒米到我们的餐桌,它会途经很多风景。它可能会经过第一轮选美,看看是否



洁白细腻,是否香气扑鼻,然后就会进入浸、磨、蒸、舂、印等10多道工序,最后以完全不同的样子走上我们的餐桌。

走过的风景越多,留下的文化足迹也就越多,无论是人,还是物,都是如此。而这也正是我们可以去实现一、二、三产融合的节点。

说回到慈城年糕。

慈城年糕的起源与当地的传说相关。其中,春秋时期名臣伍子胥发明年糕的故事,逢年过节春年糕(“糕”为“高”的谐音)企盼来年步步高的美好祝愿,文人墨客借糕思喻写诗作词的喜怒哀乐,成为当地民间不竭的文化遗产。去了解慈城年糕的故事,那是历史的回溯与文化的沉淀。

如今慈城水磨年糕手工制作工艺已列入浙江省非遗名录。如何讲好故事,是文化助推产业发展的路径。

年糕一直是慈城镇的支柱性产业。作为中华民族的传统美食,在这里经历了从传统小作坊到现代化大生产的过程,也正在经历从单一小产品向效益型大产业的跨越。如今慈城镇有“塔牌”、“义茂”、“冯恒大”等年糕生产公司,据慈城镇农村发展局领导所说,全镇10家主要年糕生产企业销售额将近亿元。

“冯恒大”创办的慈城年糕历史陈列馆,如今是古镇游的特色景点,年接待游客在2万人次以上。

“塔牌”公司为了确保原料质量,在镇上建立了3000亩的水稻种植基地。该公司的年糕产品远销国外。

“义茂”公司,从韩国引进全国首条先进的自动化年糕加工生产线,使年糕的生产将更加现代化。

从种植,到生产,到美食。我们可以看到的是一条产业联动之路。而产业源于生活的需要,所以我们看到的也是一条对美好生活的向往之路。

所以,新的定义与市场,是文化需求与生活需求的结合,是产业与市场的融合。

近几年,我们可以看到许多舶来食品大行其道,是它们真的比我们美味吗?有一个形容食物的美味的词叫“落胃”。意思就是一个食物,吃到我们的胃里会觉得很舒服。我想在我们的身体里更加适应的必定是我们自己的传统食品,那种食品的记忆是沉淀在我们的血脉之中的。



那为什么那么多人对韩国年糕、日本年糕趋之若鹜呢?究其原因:一是它们满足了我们的视觉需求。研究日韩年糕的包装,我们可以发现它紧紧抓住年轻人的审美,将年轻人的审美特色融合在包装之中,使包装成为年轻人的社交语言之一。然后,对于他们来说,年糕不仅仅是年糕,年糕总是带着“伴侣”而来。例如寿喜锅风味的日式年糕、韩式年糕锅等。年糕是以年糕为主的菜肴或者其它食品。也许,在视觉与味蕾之外,还有一种审美的盲目跟从。这种跟从的形成离不开文化的渗透。



“慈城年糕”新的定义与市场,无疑是文化的大梳理和产业的大集合。当我们有足够的“原材料”时,我们要思考的是如何用这些原材料,做出一道“大菜”,一道“生活”与“市场”都会买单的“大菜”。从产品本身看,其中包括产品本身的创意创新,产品使用方式以及推广渠道的改革,以及不同产品之间的跨界合作等。从产品的消费群体看,包括对文化和理念的接受,对产品的喜爱程度以及对于寄托于美食之上的生活方式表达。

著名民间文艺家冯骥才说:“年糕是慈城食文化的历史名牌,是先人留给我们的遗产。”那么传承与创新,是接得住历史的源远流长,是走得出新生活的步伐与节奏。

这次“慈城年糕”品牌起航,是一、二、三产业融合的一次尝试。作为一种农特产品,它和我们中国农村很多农特产品有着相似的历程,如何让农特产品走出乡村,走向更广阔的市场,我们可以拭目以待。