

新华社记者 王菲菲 柴婷

一提起山西,人们就会想到老陈醋。颗粒饱满的高粱,在经验丰富的老师傅们手中,要经历“蒸、酵、熏、淋、陈”5步、82道工序,少则一年,多则10年甚至更久,方能酿成有着“酸、香、甜、绵、鲜”独特滋味的山西老陈醋。

山西有着3000多年制醋史。山西老陈醋凝结着黄土高原上特有的风土人情,成为山西熠熠发光的文化名片,也是致富一方的产业。近年来,山西老陈醋在秉持传统工艺的同时,顺时而动、守正创新,酝酿出更加动人的新味道。

科技赋能 激活“健康味”

醋是用来调味的,但在山西,也可以用来喝。

在位于山西省清徐县孟封镇的晋言居醋业有限公司,总经理郭晓冬给记者端出一盒“口服醋”：“这款山西老陈醋富含总黄酮、川芎嗪等对身体有益的物质,是可以直接饮用的。”

要想生产这样一款产品并不容易,需严格遵循纯粮酿造、全大曲发酵,并选择一年中温度最适宜的季节进行酿造,再历经5个年头的“冬捞冰、夏伏晒”,最后留下的老陈醋只有最初的三分之一。

“家有二两醋,不用去药铺”,山西人对醋的保健效果的认可由来已久。近年来,一些醋企开拓思路,加大科研投入,陆续推出醋保健品和药食同源产品,更大程度激发山西老陈醋的健康功效。

在食醋发酵科学与工程山西省重点实验室,科研人员正针对食醋酿造机理解析、食醋智能酿造关键科学技术和食醋营养健康与标准体系等进行研究。

“我们正努力挖掘老陈醋的营养价值,从基础护肝到抗氧化,让醋从单纯的调味品向营养健康食品以及保健食品的方向演化。”实验室主任郑宇向记者介绍了最新研发并上市的党参黄芪醋、苦荞杜仲叶醋、枣花蜜青稞醋等药食同源功能醋。他举例说,普通的山西老陈醋总黄酮含量约为60mg/ml,而苦荞杜仲叶醋的总黄酮含量可以达到200mg/ml,具有很好的抗氧化功效。

除了运用科技手段挖掘山西老陈醋健康功效,不少醋企也在探索传承传统工艺的同时,采用自动化、信息化手段,提升酿造技术水平。

走进紫林醋业股份有限公司酿造车间,没有传统醋厂里呛鼻的酸气,30台不锈钢机器一字排开24小时工作,几名工人不时查看数据,这是该公司最新研发的“老陈醋智能化酿造一体机”,可将五大工艺中的“酵、熏、淋”一起完成。

“将老师傅的经验、技术数据化,实现自动感应和调控,产量总体提升了10.2%。”紫林醋业副总经理闫裕峰说。

既有坚持传统手工酿造的“小而美”,也有不断进行机械化、智能化探索的“大而强”,各类企业共同助力山西老陈醋产业发展壮大。

作为山西老陈醋的发源地,清徐县设立醋产业发展基金,组建醋产业发展联盟,食醋年产量近80万吨,醋产业链实现产值65亿元,辐射带动近10万劳动力就业。



这是食醋发酵科学与工程山西省重点实验室(7月11日摄)。

新华社记者 柴婷 摄

老陈醋“酿”出新味道

——山西老陈醋产业发展观察

文化提香 散发“自信味”

暑期,东湖醋园内游人如织。“盼了好久,今天终于来了。”北京师范大学第二附属中学的学生张天赫非常兴奋,吃饺子蘸山西老陈醋是他的最爱,但醋究竟是怎么酿成的却不清楚。一下大巴车,他就迫不及待开启了探秘之旅。

跟随着讲解员的脚步,穿梭在一个个生产车间,热气腾腾的高粱、“咕嘟咕嘟”冒泡的酒精发酵、夏伏晒“温室”里的酸爽,都让张天赫啧啧称奇：“没想到山西老陈醋要经过这么多道工序,真是佩服老祖宗们的智慧。”

为全面展示山西老陈醋传统生产技艺和历史文化内涵,山西老陈醋集团创立了这一工业旅游项目。今年上半年,东湖醋园累计接待游客10万人次。

“卖醋的同时卖文化,让产品的附加值大大提升,对醋文化和品牌的宣传作用巨大。”东湖醋园旅游部负责人连佳说,很多人通过参观醋园了解并爱上了山西老陈醋,不少人成为醋园的“铁杆粉丝”,只要来山西,就会来闻闻醋香,还有不少人从游客变成了经销商。

其他一些主要醋企也纷纷创办了自己的醋博物馆、醋园等,并在平遥古城、太原古县城等热门旅游地设立老醋坊,向游客打开一个了解山西醋文化、深度体验国家级非遗技艺的窗口,既带动了体验式消费,又进一步塑造了区域品牌形象。

深度挖掘醋文化,一批网红

产品不断涌现出来:走在各类醋园内,不少游客手里都握着一支老陈醋冰激凌,陈醋与奶油的结合激发出奇妙的口感;特色醋宴品类繁多,醋香肘花、老醋熏鱼、醋泡核桃等,不仅保留着传统美味,还充分发挥了醋的康养价值;而每到中秋、端午等传统节日,老陈醋月饼、粽子、元宵等更是日益热销……

源远流长的醋文化不断赋予企业创新的灵感和自信,人们感叹,在山西万物皆可醋。“一方面,老陈醋的酸能够中和一些传统食物的甜腻,但更多的是,人们品尝的是一种文化。”连佳说。

为进一步传承、弘扬醋文化,清徐县积极探索将醋文化融入舞蹈、歌曲、影视等作品,已与太原幼师合作创排醋题材舞蹈,并谋划拍摄《老醋坊》电视剧等文艺作品。

近年来,山西老陈醋也渐渐走出国门,将中国醋文化带到了国外。“随着麻辣烫、烤鱼、火锅在韩国的流行,年轻人对中国老陈醋的接受度越来越高。我一年能卖一万多箱。”做了10多年中韩贸易的权海天说。目前,山西老陈醋已出口到美国、加拿大、澳大利亚、日本等30多个国家和地区。

“尽管饮食习惯不同,但外国人也对山西老陈醋的酿造工艺所折服,成为外国人认识和了解中国文化的一个窗口。”山西老陈醋集团副总经理刘斌说。

品牌打造 增添“时尚味”

尽管山西老陈醋久负盛名,但山西醋产业一直以来却面临“只见陈醋,不见品牌”的尴尬。随着调味品市场竞争愈发激烈,不少醋企主动寻求转型,瞄准细分市场,从产品设计到包装更加贴合年轻人的审美和现代消费需求。

在位于晋中市榆次区的山西海霖食品有限公司,一袋袋小巧的醋包从机器中跳跃而出。不久后,它们将被打包发走,成为很多餐饮企业和品牌方便面、自热火锅、螺蛳粉里面的料包。

公司负责人李爱强说,公司原本也生产大包装老陈醋,2017年瞄准市场机遇转型专做小醋包,去年销售额达1000多万元,开辟出了一条新路。

“我们正在做减法。”山西省美锦醋业股份有限公司总经理彭仕颀说,目前美锦醋业一期10万吨已经投产,专注中高端市场打造品牌,开发更多可以直接饮用的醋品。

调味品也可以很时尚。不少醋企在包装上做文章,提高品牌知名度和认可度。晋言居醋业聘请专业设计团队,将脸谱元素融入产品包装设计的一款“脸谱醋”颇受欢迎。“打破了人们对调味品包装的传统印象,颇具观赏价值,符合年轻人的审美。”郭晓冬说。

品牌的打造离不开过硬的产品质量。投资1.5亿元的国家级食醋产品检验研究中心不久前落户清徐,进一步提升了区域品牌竞争力,筑起产品与消费者之间的信任桥梁。

近年来,随着网络购物的发展,醋企纷纷搭上网络快车,积极探索新零售营销方式。

在“清徐乡村e镇”,年轻的主播们正在聚光灯下卖力推介着各个醋企的产品。据清徐县醋产业发展和研究中心刘小刚介绍,清徐县食醋相关企业达81家,但拥有电商运营团队的不到10家。“政府牵头搭建的乡村e镇平台,助力醋企开拓网络销售渠道。”他说。