

# 乡村乡见

“朕在泡”的小乡愁与大商机——

## 小泡菜+互联网, 传统产业爱穿时尚新衣

文: 今日女报/凤网记者 李立 图: 受访者提供

著名作家贾平凹曾说, 人的胃是有记忆功能的。在现代都市生活中, 一坛散发着浓浓乡愁和老家味道的泡菜似乎已经如同人们远去的少年时光般一去不复返。是啊, 如今还有几个人能静下心来, 去做一坛酝酿着乡愁的泡菜呢?

先别急着惆怅——在被戏称为“泡菜重镇”的四川省成都市, 就有这样一家专注于传统产业的互联网科技企业。在他们的巧思下, 长相千篇一律的土陶泡菜坛穿上了熊猫装和“龙袍”, 造型或呆萌, 或时尚; 曾经似乎是妈妈们才能掌握的高深泡菜技艺, 如今连十指不沾阳春水的都市白领也能轻松复制……他们想把中国的泡菜文化、工艺、产品进行产业化创新, 想把泡菜打造成为又一张亮眼的民族产业名片——这家名为“朕在泡”的公司立志做新时代下中国泡菜的“革命者”和“先驱者”。那么, 根植于乡村和传统的泡菜, 会有这么大的产业驱动力吗? 近日, 今日女报/凤网记者在成都采访了“朕在泡”创始人康艇。



把传统泡菜做出文艺小清新范儿, “朕”的泡菜不止是味道好。



扫一扫 分享美味泡菜故事

### 家乡泡菜, 承载乡愁的“万亿级产业”

一位留学海外的四川游子, 因饮食不惯、肠胃不适, 十分想念家乡的味道。为此, 擅长陶瓷手工艺的父亲亲手为女儿做了一个泡菜坛, 母亲将泡菜水用瓶子密封, 连带着对女儿的思念寄往国外。女孩在社交网络上晒出了这个盛满父母浓浓爱意和满满乡愁的泡菜坛, 不仅勾起了很多在外漂泊的人的愁思, 也吸引了“朕在泡”的创始人康艇。

在此之前, 康艇和他的团队曾

策划以酱油、醋、豆瓣、豆腐乳等传统酿造类产品为产品线, 以三国文化为载体的“诸葛酿”品牌。

“诸葛酿”这个项目我们做得比较成功, 包装上也非常有特色。在做“诸葛酿”的过程中, 我们察觉到中国传统文化和工艺所蕴含的巨大商业价值和文化价值。”康艇告诉今日女报/凤网记者, 相对于已经被成功申请为世界非物质文化遗产并早就进入产业化时代的韩国泡菜, 拥有3100年历史

的中国泡菜却并没有进入品牌化时代。受食材、制作方法的限定, 中国泡菜的生产无法标准化, 更不具备国际竞争力。但就是这看似平凡无奇的中国泡菜, 却是一个“万亿级”的产业项目——“韩国泡菜一年的全球出口额能达到1000亿美元, 而中国仅一个眉山泡菜园, 其每年的泡菜辅料就要卖到200亿, 泡凤爪等休闲食品一年单品也能卖到七八个亿, 证明市场有这个需求。”康艇说。

### 温柔“朕在泡”: 让年轻人DIY“妈妈的味道”

包括泡菜坛、泡菜水、泡菜专菜等在内的“朕在泡”系列产品一经推出, 就在市场上受到了年轻消费者的热捧。

家住成都市青羊区的易秋雨是名“90后”, 在微信里看到好友晒出的“朕在泡”熊猫泡菜坛以及好友亲手制作的诱人泡菜后, 易秋雨当天也去“朕在泡”秀丽东方专卖店购买了“朕在泡”系列产品。“我那个朋友从来没下过厨房, 她都能做出这么漂亮的泡菜, 我也想试试。这个泡菜坛和泡菜母水太方便了, 工作人员告诉我, 只要将母水倒入坛中, 加上稍作晾晒的新鲜蔬菜, 几个小时便能吃到正宗的四川泡菜。”

从一开始, 康艇和他的团队就决定要把“朕在泡”泡菜的品牌做起来。他们创立了泡菜基金, 搭建起泡菜社交平台, 并创立“康嘻开黄腔”自媒体, 通过微信、商城、公众号、第三方电商平台等互联网手段进行推广。

2017年3月, 位于成都市瑞联路优品道广场的“朕在泡”中华料理店正式开业, 作为泡菜主题餐厅, 这是“朕在泡”旗下独特的体验式营销O2O实体店。“它既有餐饮收入的价值, 又是泡菜文化体验馆, 同时还是中国新鲜泡菜缔造者——‘朕在泡’产品的线下销售渠道。”康艇介绍, “朕在泡”目前正通过欧洲商会办理欧盟标准, 方便今后将产品更好的推向海外市场。

根植于乡村、土地和传统的泡菜, 如今引爆了网络、城市 and 年轻人群体。但康艇告诉今日女报/凤网记者, 未来, 他又将把泡菜产业做回乡村。

“我们想依托中国厚重的泡菜产业文化, 打造一个集泡菜原材料种植、生产、展示、体验、销售、文博、技术保护、文化交流、主题旅游等为一体的‘中国泡菜第一村’——泡菜文化产业的‘田园综合体’。”康艇说。

在康艇的设想中, 他将寻找一个传统泡菜产业文化浓郁的乡村, 依托自然的乡村环境、清澈的水源, 结合地区产业发展的需要, 用产业旅游化、旅游主题化、主题产业化的创新思想, 开创“都市生态产业旅游”新模式, 建设中国第一个“乡村泡菜文化产业旅游区”。

“让游客在优美的乡村环境里, 参观、体验农作物采摘, 泡制泡菜、制作陶器……感受泡菜生产工艺的全过程, 并能购买到真正的纯手工、原生态绿色产品。”目前, 康艇和他的团队正在进行乡村选址, “泡菜是中国传统饮食文化的代表, 我们想把它打造成又一张让人引以为傲的民族产业名片”。

### 川盐和山泉, 炮制美味的“东方魔水”

泡菜好吃, 但对繁忙的都市人来说, 做泡菜并不是一件容易的事。没有掌握技艺, 最后就会腌制得不伦不类——而做一坛成功的泡菜, 最重要的是泡菜的“母水”。

在康艇家中, 就有一坛随母亲陪嫁而来的泡菜母水, “用它做的泡菜非常好吃, 就像传家宝一样”。

“过去, 我们从隔壁老奶奶家要点泡菜母水, 自己泡就好, 但在城市这个方法行不通。”康艇说, 想吃新鲜泡菜, 一要掌握制作泡菜母水的技术, 二要不嫌麻烦, “现在很少有人能专门抽出半天时间来制作泡菜母水, 而且一方水土养一方人, 比如用北京的水做

不出四川这边的味儿。”

泡菜母水的研制, 耗费了康艇和团队大量精力。在进行市场调研后, 他们选择开发腌制素菜(含酸辣、酸甜、玫瑰三种口味)和荤菜的泡菜母水, “酸辣口味针对南方市场, 北方人则更喜欢酸甜”。

经过不断尝试, 开发团队研制出了一份独特的泡菜母水: 用四川德阳宝峰山山泉加上特制红糖、四川新繁的香蒜、四川虾子椒和红花椒, 还有自贡深井盐自然发酵而成, 同时还解决了泡菜水胀瓶、生花、变味等问题。康艇坚持古老的酿造技术, “不加色素, 通过胡萝卜等蔬菜提色”。



一份独特的母水, 是菜成关键。

在申请通过泡菜母水国家标准时, 康艇发现, 国家没有这类标准。因此, 康艇和他的团队也成为了我国泡菜母水行业标准的制定者。

### 熊猫与龙袍, 新型泡菜坛“很中国”



做好泡菜, 要有好的坛。熊猫坛、龙袍坛, 哪一款到了你?

潮湿温暖的成都平原, 自然馈赠的丰富食材在天府之土肆意生长, 鲜嫩饱满的应季蔬菜适合被制作成多种传统腌菜, 泡菜就是其中的翘楚。

工欲善其事, 必先利其器。

一坛好泡菜, 有深邃的井盐坐镇, 有天府的物产为凭, 加之千年以降的食俗时间温度的拿捏, 但要想“泡菜隔坛香”, 秘诀还在于要有一个古朴脱俗的泡菜坛。

康艇告诉今日女报/凤网记者, 避光和密闭性是一个好泡菜坛的关键: “最佳配置是以陶土为原料, 上烧炼制而成的传统四川泡菜坛。这种坛子两头小、中间大, 坛口外有坛沿可以用水封口。一来隔绝外界空气, 防止微生物入侵; 二来泡菜发酵过程中产生的气体也可以通过水槽以气泡的形式排出去。”

在四川乡野, 农家人用的泡菜坛都是土陶坛, 埋在房前屋后的土地里, 下埋半截, 上露半截。但对于生活在现代都市的年轻人来

说, 这种朴实无华的土陶坛远远不能满足他们对美观、时尚、新奇的追求。

康艇和他的团队经过精心策划, 选取国宝大熊猫和龙袍造型作为泡菜坛的主要设计元素。“提到中国, 很多人第一个想到的是熊猫, 而熊猫也是四川的代表; 宫廷风的龙袍造型和‘朕在泡’的品牌风格很符合, 也能让人联想到故宫。”康艇说。

为了更好地诠释泡菜坛的设计感, 也为了让腌制泡菜的效果更好, 团队最终选定由福建德化和景德镇的两家工厂制作“朕在泡”泡菜坛。最后制成的泡菜坛维持了传统的基本形状, 但经艺术化改造而成的“熊猫坛”和“龙袍坛”则彰显了浓郁的中国风。



康艇(中)正在寻找建设“乡村泡菜文化产业旅游区”的合适之所。在他看来, “泡菜之乡”不仅要有好山水, 还要有一群将泡菜味道根植于记忆的年轻味蕾。