

山川有味

□ 梁 婧

# 面食山西

山西的面，是揉进黄土高原肌理的生活底色，是淌在三晋儿女血脉里的文化基因，更是在时代浪潮中生生不息的经济活水。

从北魏《齐民要术》的古方面法，到街头巷尾的烟火灶台；从非遗代表性传承人的指尖乾坤，到特色产业蓬勃生长——一碗山西面，揉出千年匠心，煮出人间烟火，盛满了三晋大地以食兴业、以文兴产的发展希望。

## 扎根

清晨，太原老城区，白雾从面馆灶台升腾而起，传统面食制作技艺省级非遗代表性传承人韩林保的案板前，榆木抿尖床的纹理已被手掌摩挲得温润如玉。与抿尖面、猫耳朵打了一辈子交道，他守着长辈传下来的“面要硬，水要少，醒面要够，揉面要到”14字秘诀，也守着山西面食刻在骨子里的讲究。

豌豆粉与小麦粉的精准配比，三揉三醒的耐心等待，是一碗抿尖面筋道爽滑的根基，揉拐在铜筛孔上的轻拢慢捻，更是指尖功夫——力道轻了面丝不成形，重了便会断，无数细如银丝的面丝跃入沸锅，恰是山西面食手工技艺的精妙所在。

猫耳朵的制作，更是一场指尖芭蕾。揪下一小块荞麦面团，以拇指为笔，轻触面、重发力、轻收尾，0.3秒内，一块平平无奇的方块便卷曲成玲珑的猫耳状。韩林保案板上深浅不一的凹痕，是几十年如一日推捻留下的印记，他每小时能推出几千个形制统一的猫耳朵，误差不超过1毫米。

有人问他，机器做猫耳朵又快又齐，何必

费这个功夫？

他总摇摇头，“机器做的是形状，手做的是味道、是心劲儿。山西的面，少了这份手作的温度，就少了魂”。

以指尖守护技艺，以匠心传承味道，这样的手艺人遍布三晋大地。

张春娥的面点作坊一到腊月总是蒸汽氤氲，她带着儿媳揉面、捏花、点红，做霍州年馍。传统酵头发面需要3天，儿媳嫌慢想改用酵母，张春娥却执意坚持用老酵头蒸：“麦香更浓，年味更足，这是霍州年馍的根。”如今，她既守着老手艺，又跟着儿媳学做真空包装，让霍州年馍走出了大山。

晋阳文食体验店里，韩福元师傅坚守着晋祠桂花元宵十几道制作工序，一泡、二淘、三晾、碾米、炒作、做馅、滚制，少一道工序都不行，每年元宵节前后，店里一天能卖出超万颗元宵。

面艺师闫锦超6岁学艺，历经数十载打磨，将拉面、削面与舞蹈、打击乐融合，拉出60米长的龙须面。他独踩轮车削面这门绝活，让山西面艺走上了国际舞台。“山西的面，不只是一碗饭，更是一门艺术，我要让全世界都看到山西面的魅力。”闫锦超说。

这些手工艺人的指尖，揉的是面团，更是岁月；捏的是面食，更是匠心。他们让山西面食的根，在黄土大地上扎得更深、更牢。

## 融入

一碗刀削面，削出三晋风光；一碗莜面栲栳栳，蒸出文旅新篇。山西人懂面，更懂如何让这碗面走出灶台，走向文旅融合的广阔天地。

在千年古城平遥的街巷深处，总少不了卖碗托的小摊。这道以荞麦面为主料的小吃，是平遥人最日常的味觉慰藉。把半透明胶状面坨划成菱形小块，浇上醋、蒜泥、辣椒油，再撒些香菜，一碗酸辣爽口的碗托便成了。用小棍挑起，碗托在碗中微微颤动，入口滑溜溜地钻进喉咙，荞麦的清香混着醋的酸香与辣椒的焦香，瞬间唤醒味蕾。

在城墙根儿卖了十几年碗托的王俊花最懂游客心思，她在小摊旁还摆着平遥牛肉搭配着卖，食客或坐或站，品着美食，赏着千年古城，体验独一份儿。“来平遥的游客，不光想尝味道，更想感受文化，碗托加城墙，能让他们记住平遥的样子与味道。”王俊花笑着说，每到旅游旺季，摊子上的碗托根本不够卖，搭伴

的小袋平遥牛肉也能销售一空。

近年来，山西省文旅厅以“食在山西”为核心，将非遗面食打造成文旅融合的“美味密码”，还与多部门联合开展“品鉴山西美食、晋享山西味道”等餐饮品牌推广活动，让游客的舌尖记住山西，让文化传承在烟火气中找到新的生长点。

山西省烹饪餐饮饭店行业协会会长王中华对此深有感触：“山西面食有文化、有技艺、有特色，是文旅融合的绝佳载体，把‘以赛促销、以赛促产’作为抓手，推动‘晋材晋用’，让山西优质食材与精湛面食技艺深度结合，让游客因面而来，因味流连。”山西省饭店业商会正联合各地餐饮企业在景区打造“山西面食体验区”，让游客亲手揉面、削面、捏花馍，把“吃面食”变成“玩面食”，让文化体验更有温度。

面食技艺展演，是山西文旅推介的“必备环节”。2025年夏天，中国非遗面食大会在大同古城落幕，这场以“美食品鉴+技艺展演+文化体验”为特色的盛会，让山西面食成了“视觉盛宴”。非遗代表性传承人、面点师傅们轮番上阵，独轮车头顶双刀削面、踩高跷呼啦圈剪刀面、龙须拉面、吹面气球、关公扯面等绝活轮番上演。100余种特色面点、非遗面食及小吃汇集现场，单日卖出3万多份美食，让市民游客沉浸式感受山西面食的神奇与魅力。

以面为线，山西更串起了一条条特色文旅线路。山西省文旅厅在2025山西非遗消费季期间发布5条非遗美食线路，将猪肉臊子刀削面等特色面食与各地景区、非遗体验点串联，让游客“边走边吃，边走边学”。一碗面，带动了周边的住宿、购物、体验消费，让乡村农家乐火了，让古城小店旺了，让三晋大地的烟火气真正成为文旅经济的新增长点。

直播带货、工厂溯源等数字化营销手段，则让这些承载着乡愁的山西味道跨越地域限制，走进更多消费者的零食包。荣欣堂太谷饼以抖音电商为突破口，邀请达人走进生产车间记录非遗工艺，电商年销售额攀升至3000多万元，成为老字号触达年轻用户的典范。当刀削面遇上文创，当老味道遇上新电商，山西面食在守正创新中，变得更年轻、更时尚，也更有吸引力。

## 前行

黄土高原的风拂过千亩麦田，太行吕梁的雨露浸润沃土，滋养出晋地颗粒饱满的优质小麦与莜麦，磨出的面粉筋

道醇香，成了山西面食的“第一口鲜”。这份天赐的食材禀赋，让山西面食成为中华美食里的独特风景。

可令人惋惜的是，纵使品类繁多、滋味地道，山西面食却多是散落在街头巷尾的小店，难以形成品牌合力。山西面食如何能诞生如兰州牛肉面般的全国性品牌？

好味道想要香飘全国，品牌化是必经之路，而品牌的根基，终究得落在“品质”二字上。山西人深谙品质是立根之本，也是面食产业的发展基石：临汾襄垣的麦农成了面粉企业的签约农户，专种优质强筋小麦，让每份面粉都有品质溯源；刀削面的面坯厚度，皆制定统一规范，让地道晋味有标可依、可复制可推广；霍州年馍更是走出百余家工坊抱团发展的路子，将传统花馍打造成文化佳品，2024年总产值超2亿元，用过硬品质让小小年馍成了乡村全面振兴的“致富馍”。守住品质根基，便是守住了山西面食的核心竞争力，为品牌出圈埋下伏笔。

有了品质打底，山西本土品牌开始向全国进军，在探索中破难题、蹚新路。2005年，太原街头的顺溜刀削面小馆，率先踏上品牌化探索之路。面对手工技艺难以标准化、外地分店难守原味的行业痛点，品牌坚守“一斤面三两水，三醒四揉”的传统工艺，又斥资打造中央厨房，让卤汤、配菜实现标准化生产，既留住晋味本真，又破解了规模化发展的难题。如今，顺溜刀削面已在全国开了百余家分店。“我们的面，在上海、广州都很受欢迎，这说明山西面食能走出山西，关键在品质和标准。”顺溜刀削面创始人郑宇说。

不止于此，晋祠桂花元宵入选“山西非遗好物”，襄垣手工挂面、闻喜花馍接连出圈，李小磨等品牌瞄准年轻群体，研发低糖杂粮面、新潮口味面，让年轻消费者为山西面食买单，老味道吃出了新时尚。

这些探索，让山西面食走向全国市场的路径逐渐清晰。从守住食材与工艺的品质根基到本土品牌勇闯市场、创新求变，再到特色品类抱团发展、打造名片，山西面食正以稳扎稳打的姿态，破解“有品类无品牌”的发展困境。

一碗山西面，揉进了三晋千年的文化底蕴，煮出了人间烟火的温暖滋味，更筑就了产业振兴的美好梦想。它是山西人三餐四季的日常，是非遗传承的鲜活载体，更是乡村全面振兴、文旅融合的重要抓手。如今，这碗面正乘着产业化、品牌化的东风，在时代浪潮中乘风破浪，阔步前行。

# 非遗老街年味浓

王金虎

“老街长巷，黄河大集，开集喽……”随着一声嘹亮的呐喊，威鼓擂响、秧歌扭起，山东省东营市利津县老街长巷非遗文化街新一天的喧腾就此拉开序幕。

老街长巷位于黄河之滨、渤海湾畔，这片土地镌刻着黄河文明与盐铁经济的双重烙印，见证了黄河故道的兴衰交替，被誉为“黄河尾闾文化化石”。

作为重要的黄河古渡口，老街长巷曾是原山东八大盐场之首永阜盐场的腹地。当地流传着一句老话：“章丘七七七、潍县八百八，不如利津县一个东北角。”见证了当时的繁荣。

后因黄河水患，永阜盐场被淹没，这条老街逐渐沉寂。在岁月中留存下来的南岭豆腐、北岭丸子、南岭酱醋声名远播，炒蝎豆、煲其子、烧扒饥等工艺代代相传，老扬琴、“黄河夯号”韵味独特。然而，许多

老传统、老手艺也曾一度面临失传的困境。

老街如何焕发新生？利津县聚焦非遗保护与活态传承，引入35个非遗代表性项目长期入驻，布设21家特色非遗店铺，设立流动摊位90余个，将老手艺、老工艺深深嵌入古巷的肌理。

老传统遇上新文旅，生意日益红火。在老街的“乐承书院”非遗工坊内，黄河澄泥印非遗代表性传承人张金霞正手持刻刀，指导游客体验雕刻。“黄河澄泥印的制作包括揉制、压坯、雕刻、抛光以及烧制等20余道工序。”张金霞说，这些复杂的工艺流程让澄泥印变得硬度高、易于雕刻。

“马年到了，我想用这块黄河泥做一个‘马踏飞燕’造型的泥印，寓意马到成功。”游客兰姗姗兴奋地说。为迎接新春旅游旺季，工坊巧妙融合马元素，黄河文化与春节主

题，推出一批特色澄泥印产品，最火爆时1天出售近千件。

老街上，利津水煎包、南岭豆腐的叫卖声此起彼伏。隔老远就能闻到香味的，莫过于老曲家的古法酱醋。“从我曾祖父那辈起，就自家酿酱醋，挑着扁担走街串巷，慢慢形成了独门手艺。”古法酱醋传承人曲国栋说，“纯粮酿造的酱醋，要经过润粮、蒸料、制曲、发酵、淋油等几十道工序，无任何添加，色泽亮、酱香浓，健康又营养。”

“哎嗨哟，艰苦呀奋斗哟，奋发呀图强啊，自力呀更生哟，丰衣呀足食哟嘿……”一阵高亢的“黄河夯号”猛然响起，引得不少游客驻足。“这是流行于黄河下游各县区的民歌，是黄河滩区群众在筑房台、修堤坝的过程中所唱的劳动号子。”现场的张希彬老人向围观游客讲解道。

与铿锵有力的“黄河夯号”不同，婉转悠扬的老扬琴，是当地人闲

暇时最爱哼唱的小调。南岭村自古就有逢年过节唱老扬琴的习俗。村里老人回忆，一进腊月，随处可闻琴声，观众常常里三层外三层，即便风雪交加，男女老少也听得入迷。久而久之，南岭村成了十里八乡的“戏窝子”。“过去这片土地泛着一层白花朵的盐碱，种啥啥不长。人均1.2亩地，一年到头亩收入不到1000元。”南岭村党支部书记陈召荣说。如今，当地成立了10支演出队伍，年均演出400余场，为村民提供200余个就业岗位，参演村民每月能增收600多元。而各个非遗工坊也给村民带来了就业创业的机会，绘就了“一巷非遗活，万户炊烟兴”的文化惠民画卷。

孩童的嬉闹、老扬琴的悠扬、“黄河夯号”的浑厚，交织在一起，回荡在这条已有近800年历史的老街长巷中……

# 抓住晨光四小时

体验，哈尔滨早市里那份对抗严寒的滚烫热闹，为都市人提供了不同选择。让打工从日常角色压力中抽离，获得片刻轻松。这时的消费，是为好心情和松弛感买单。

当基础需求被满足，更高层次的追求便浮现出来，这就是文化体验。博物馆的清晨专场、福建等地打造的早市文化节、东北地区火遍互联网平台的早市，实质上是在提供一个在地文化的沉浸式体验机会，这符合体验经济的逻辑。

晨间经济的繁荣，也离不开城市生态。从“早安昆山”的规模化餐车到重庆推行的分时电价，都是通过降低小微经营者的成本，来激发晨间市场活力。当晨间烟火得以健康自生地持续运转，最终便会惠及整座城市。

晨间经济是片待深度开发的“活力蓝海”。最终考验的并非单纯的商业技巧，而是一座城市的细腻洞察和共情，能否让匆忙者感到支持，让孤独者获得充实，让迷茫者收获惊喜，这些细微时刻，正是晨间经济最坚实、也最温暖的基石。

当我们的城市开始用心经营晨间“黄金四小时”，把早晨视为一个值得精心设计、充满情感价值的完整生活单元时，我们收获的将不仅有经济数字的增长，更有一种温暖人心的力量。

晨间，城市开始苏醒。手握咖啡狂奔的上班族、送完孩子在早餐摊用餐的“宝爸”“宝妈”、捏着零花钱挑早餐的学生……晨间4小时，正演变为一种覆盖各年龄段的早间经济。

据统计，2025年广东早间经济规模已突破800亿元，带动就业超120万人；杭州推出的“晨间CityWalk52种玩法”，将晨练、早茶、逛展串联成新生活方式。

年轻人追求效率，也愿意为一杯精品咖啡驻足。在格式化的通勤节奏中，年轻人试图为自己争取一片“心理自留地”，他们手握的不仅是一杯咖啡，也是开启新一天的仪式感。晨间消费的密码，不仅仅在于卖什么，还在于能否接住群体在晨间的需求与渴望。撬动黄金时段，光靠摊位上的油条、包子和豆浆是不够的，需要创新。

首先是效率的竞赛。商家深谙此道，清晨所售卖的商品背后，其实是一套时间解决方案。当上班族在地铁口以最短动线完成取餐、付款、打包，当杭州的“5分钟巴士”实现公交与地铁的无缝对接，背后实则是“交易成本”在起作用。通过优化流程，将顾客清晨最宝贵的时间成本降至最低。

然而，若仅停留于效率，便低估了晨间的深层价值。在不同情境下，人们对相同

王梅梅