

# 江西安福火腿产业提档升级

无论走到江西省吉安市安福县的哪个乡镇,热闹集市上总有一缕缕浓郁的火腿飘香扑面而来。这是安福火腿的独特气息。

安福县坐落于罗霄山脉北麓,年均气温17.7摄氏度、湿度75%左右的独特气候,为制作火腿提供了绝佳环境。眼下正值火腿自然发酵的黄金时节。还在百米外,咸香就已飘入鼻息。记者循着气味来到这座山城小县,探寻安福火腿产业延续千年的奥秘。

## 千年技艺一脉传

俗话说,人间千百味,不如一碗腊味香。在安福,餐桌上少不了火腿。这份钟爱,源于千年传承,源于纯正原料,更源于一代代手艺人的坚守。

翻阅县志可知,安福火腿先秦时称“火胾”,盛于明清,1915年在巴拿马万国博览会上斩获金奖。“每一条火腿都是一部历史。”江西省非遗安福火腿制作技艺代表性传承人刘骋昌说,“它承载的不仅是技艺,更是一方文化。”

十里村又叫“火腿村”。发酵工坊里,刘骋昌手持20厘米长的竹签,穿梭在火腿间,身后跟着9位农户,有的模仿他插签的动作,有的认真做笔记。“我太爷爷就做火腿,这门手艺刻在安福人骨子里。”他捏着竹签,三次刺入不同部位,闻后露出笑容:“三签皆香,这才是地道的安福味道。”刘骋昌说,火腿从家家户户的必备佳肴成长为富民产业,有市场就有人愿意学,就有传承的价值。

走进安福县金品火腿厂智能发酵车间,一排排火腿正在“温床”中静静发酵。“我们只选用本地‘安福米猪’的后腿,皮薄肉嫩,肌间脂肪分布均匀。”老师傅彭小强轻按猪腿:“望、闻、切、切,这是祖辈传下的四字诀。”

传统不意味着守旧。在烘干车间,工程师们在调试新建的智能发酵系统。“这套系统能实时监测温湿度,让发酵更可控。”金品火腿厂厂长姚伟说,“这是我们与江西农业大学合作的新工艺,在保持传统风味的同时,将发酵周期缩短了20%。”他拿出一份检测报告说:“通过‘低温腌制+中温脱水’工艺,替代了原来的‘常温腌制+烟熏脱水’,火腿亚硝酸盐最高为1.62mg/kg,远低于国标30mg/kg,可达到生食标准。”

在新落成的安福县火腿文化展示馆,从先秦腌缸到现代工艺,从古法工序到陈年火腿,完整展示了这一美味的千年传承。安福县委书记谢启龙介绍,县里围绕火腿启动了“六个一”文化工程——一部宣传片、一本文化手册、一个展示馆、一条主题街、一系列体验活动、一批传承人故事,“不仅要做好产业,更要讲好火腿故事”。

## 政策支撑产业兴

腊肉不再是冬日专属,安福火腿也实现了四季生产、常年飘香。

在安福工业园区的福荣食品加工厂,负责人宋建平穿着防护服在发酵坊里检查火腿发酵情况,眼里满是期待:“去年5万条火腿销售一空,今年这批正值最佳发酵期,风味成型后市场肯定更俏。”

火爆市场背后,是安福县直面产业瓶颈、以精准组合拳推动逆势突围的不懈努力。早在2001年,县供销社就注册了“安福火腿”品牌。那些年,火腿产业逐步壮大,正规加工企业100余家,从事腌制的小作坊1200余户,“安福火腿”成为响当当的中国地理标志证明商标,年产值2.4亿元。

然而,由于管理滞后,2021年底,产业一度滑坡,销量骤减三分之一,从业村民和企业忧心忡忡。

一个山城小县能打响一个富民产业,何其不易!面对困难,当地政府主动扛起责任,从规范生产标准、强化质量管控,到优化工艺



截至2025年底

安福火腿年产量 25.5万条

产值 近2亿元

目前

安福火腿已出口到 15个 国家和地区

年出口额突破 2000万元

图① 在安福县金品火腿厂室外晾晒场上,工人在翻晒火腿。刘丽强摄(中经视觉)

图② 安福县火腿作坊内,手工制作者在加工切削火腿外形。周秋贤摄(中经视觉)

配方、拓宽销售市场,一系列精准施策接连落地,让濒临困境的传统火腿产业重焕生机。

核心一招是重塑品牌管理体系。县供销社从私营企业回购“安福火腿”商标,授权给火腿协会会员规范使用;推动协会修订章程、完善管理机制,建立严格的品控与准入标准,确保每条走出安福的火腿经得起检验,彻底扭转了行业无序竞争局面,让品牌公信力重新树立。

品质是产业的生命线。该县制定了从养殖、加工到成品的全链条标准溯源体系,推动《江西绿色生态“安福火腿”团体标准落地实施,让每个环节都有章可循。

清晨6点,浒坑镇安福米猪养殖基地里,农场主刘桂贤正在给猪群喂青饲料:“每头猪都有‘身份证’,从出生到出栏全程可追溯。”从养殖溯源到加工管控,完整体系让火腿品质有了保障。

生产周期长、资金占压大,是不少产业的老难题。如今,真金白银的政策正把“痛点”变成“转折点”。“以前最愁周转不过来。”冬冬家家农场主管冬文说,“2023年县里推出针对性金融扶持政策,让我们敢放开了干。”养殖“安福米猪”的农户每户奖补200元,火腿生产企业按年产量奖补1万元到5万元不等。“实实在在,敢投了,也敢创新了。”姚伟刚投入300万元搞技改,新建智能晾晒棚、发酵车间,产能预计提升30%。

为破解农产品“低质低价”老问题,该县科技局牵线多家企业与江西农业大学等高校合作,围绕火腿做产业链。青年企业家刘熹的电商公司另辟蹊径,瞄准年轻消费者开发火腿粽子、火腿月饼。

功夫不负有心人。截至2025年,全县火腿产业协会会员企业恢复到26家,年产量25.5万条,产值近2亿元。今年元旦假期,该县火腿产业协会带着12家企业赴深圳展销会,当场签下3家合作商,签约金额1200万元。

## 香飘四海万家尝

火腿冬茸羹、清蒸安福火腿片、火腿蒸春笋……在武功山景区推出的“一桌福宴”12道菜中,火腿就占了4道。来安福的客人,必尝火腿。

这些年来,安福火腿在各类博览会、展销会上屡获殊荣,与浙江金华火腿、云南宣威火腿并称“中国三大火腿”,先后获得中国名牌、中国驰名商标、江西老字号、江西省著名商标等荣誉,制作工艺入选江西省非物质文化遗产代表性项目名录。

格林村只是墨脱县发展茶产业的一个缩影。2013年,墨脱县将茶产业确立为农牧特色主导产业,并制定了《墨脱县茶叶产业发展总体规划》。截至目前,墨脱全县已建成高标准高山有机茶园103个,总面积约1.9万亩,受益群众上万人。该县建设了茶产业标准化体系,建立茶叶领域团体新技术标准18项,完善茶叶产品质量安全追溯体系。目前,全县5家茶企获食品生产许可SC认证,完成有机茶认证面积2500亩。

如今的墨脱县,处处可见郁郁葱葱的茶园和忙碌的采茶人。墨脱全县可采茶面积已达1.6万亩。自2015年第一批茶青采摘以来,全县已累计采摘茶青430.18万斤。

墨脱县农业农村局(乡村振兴局、科学技术局)局长次仁乔介绍,墨脱茶产业已连续2年实现亿元产值和百万斤茶青的“双突破”,2025年,墨脱茶产业带动户均增收5000余元。

自2011年起,墨脱县累计投入资金1.69亿元,实施茶产业提质增效、茶叶标准化生产加工等项目22个,不断提升茶叶产能。目前,全县已建成茶叶加工厂10处、21条生产线,全自动智能化流水线5条和标准化生产线16条,日均可处理茶青8000斤以上。

走进林芝墨脱茶业有限公司现代化生产车间,智能机械臂精准完成萎凋、揉捻、发酵等工序。各项参数实时在屏幕上跳动,5G物联网系统让传统制茶工艺在科技赋能下焕发新机。该公司总经

理香也怕巷子深。为了扩大品牌知名度,多年来,安福县有一套自己的打法。火腿产业被连续纳入全县农业主导产业“十四五”“十五五”规划,每年100万元专项品牌推广资金,专门支持企业“抱团出海”。《安福火腿品牌提升三年行动方案》出台后,宣传标识和口径统一了,企业不再各喊各的号子。县里还主动靠上“井冈山”区域公用品牌这艘大船,安福火腿由此进入全省农产品品牌矩阵,省级展销、电商直播等渠道红利落到了企业头上。2025年,文旅消费季、美食节、火腿烹饪争霸赛等10余场活动轮番登场,一个个热气腾腾的消费场景,把“流量”实打实地换成了“销量”。

“嘉宾品尝后都为我们点赞!”负责展销的县乡村振兴发展服务中心副主任周共辉仍喜不自禁。2025年12月,香港第十五届亚洲知识产权营商论坛上,“井冈山区域公用品牌·吉安地理标志”展台亮相,安福火腿作为吉安六大产品之一参展。同样在2025年,安

福火腿进入了美国曼哈顿的米其林餐厅,与鹅肝、松露同框,每份售价128美元;在法国巴黎举行的国际美食博览会上,安福火腿与伊比利火腿同台首秀,获得国际评委一致好评。安福火腿,越来越多出现在世界各地的餐桌上。

“走出去的关键是找准定位。”安福县商务局局长朱娟说,“我们突出安福火腿的独特工艺和健康属性,与国际高端食材市场形成差异化竞争。”目前,安福火腿已出口到15个国家和地区,年出口额突破2000万元。

一条火腿,千年光阴。2亿元产值、15个国家和地区、25.5万条年产量……这些数字背后,是安福人代代相传的坚守,更是一个山区小县以匠心对话世界的勇气。从先秦“火胾”到曼哈顿米其林餐厅,从农家灶台到巴黎博览会,安福火腿走的不是简单的美食之路,而是一条产业自我革命、品牌破圈出海的突围之路。

千年味道,正飘向更远的远方。

福火腿进入了美国曼哈顿的米其林餐厅,与鹅肝、松露同框,每份售价128美元;在法国巴黎举行的国际美食博览会上,安福火腿与伊比利火腿同台首秀,获得国际评委一致好评。安福火腿,越来越多出现在世界各地的餐桌上。

“走出去的关键是找准定位。”安福县商务局局长朱娟说,“我们突出安福火腿的独特工艺和健康属性,与国际高端食材市场形成差异化竞争。”目前,安福火腿已出口到15个国家和地区,年出口额突破2000万元。

一条火腿,千年光阴。2亿元产值、15个国家和地区、25.5万条年产量……这些数字背后,是安福人代代相传的坚守,更是一个山区小县以匠心对话世界的勇气。从先秦“火胾”到曼哈顿米其林餐厅,从农家灶台到巴黎博览会,安福火腿走的不是简单的美食之路,而是一条产业自我革命、品牌破圈出海的突围之路。

千年味道,正飘向更远的远方。

# 墨脱茶香出山谷

本报记者 代玲



目前  
西藏墨脱县  
可采茶面积  
达 1.6万亩  
已建成茶叶加工厂  
10处  
生产线 21条

图为墨脱果果塘茶园。本报记者 代玲摄

理德吉卓嘎介绍,这是西藏首批全自动智能化茶叶加工流水线,有效提升了当地茶产业的整体生产水平和规模。作为西藏唯一入选“农业产业化国家重点龙头企业”的茶企,林芝墨脱茶业有限公司还在政府支持下积极加强品牌建设与市场拓展,已在拉萨、广州等设直营门店9家,线下合作经销商90余家,电商平台3家,累计销售额超1亿元。

墨脱县制定了推进茶产业高质量发展发展的奖励政策,对在茶青收购、品牌打造、吸纳劳动力等方面作出贡献的企业给予奖励,有效激发经营主体活力。与此同时,墨脱县依托各类节庆积极举办茶文化活动,鼓励茶企参加茶博会、茶博会等拓展品牌影响力。2017年以来,墨脱红茶、绿茶、砖茶、白茶、藏茶等累计共获得全国性茶叶博览会各类奖项68项,品牌知名度逐年提升。

依托建成的高山有机茶园和优美的自然风光,墨脱县探索茶旅融合道路,打造出了缥缈茶园、果果塘茶园等为代表的生态旅游景观,形成了农旅品牌创建、农产品加工、品茶体验、农产品销售为一体的“全链条”农旅融合发展体系。甘登乡副乡长兼格林村党支部书记张金定介绍,依托缥缈茶园,格林村去年累计接待游客8.5万余人次,餐饮住宿及茶青、林下等销售收入150万元。

西藏民族大学财经学院院长陈爱东曾就墨脱茶产业发展进行了专门调研。他认为,从实验性茶园到亿元产值产业,从传统农耕到全链条现代化生产,墨脱县茶产业的发展历程生动诠释了高原特色农业在科学规划与持续投入下的成长路径,也展示了西藏县域经济的发展活力。

## 点评

# 全链思维锻造核心优势

刘兴

从传承千年的乡土滋味,到中国地理标志证明商标的闪亮名片,安福火腿走出一条产业自我革命、品牌破圈出海的发展之路。

产业突围,靠系统思维破解深层困局。面对无序竞争、公信下滑、品质失范等瓶颈,安福没有止于救销量、稳企业的短期应对,而是打出品牌重塑、标准制定、政策扶持、科技赋能、市场开拓的系统性组合拳。回购商标,理顺品牌体系;出台全链条标准,筑牢品质底线;推出专项政策,打通发展堵点。既整治了行业乱象,更构建起长效发展机制,实现标本兼治。

产业提质,靠全链统筹锻造核心优势。安福火腿的升级,绝非单一环节的优化,而是上下游贯通的整体协同。上游守护

安福米猪种质资源,建立全程可追溯养殖体系,把牢品质源头;中游坚守古法工艺,融入现代科技改良生产,兼顾地道风味与市场需求;下游擦亮金字招牌,抱团开拓国内外市场,延伸精深加工与农文旅融合业态。一条完整可控、韧性强劲的产业链,由此成型。

产业困强,靠整体效能书写乡村全面振兴答卷。如今,安福火腿年产值突破2亿元,带动近万人就业,产品远销15个国家和地区,品牌溢价超三成。从“单一种养”到“全链增值”,从“低价混战”到“标准引领”,产业生态的良性循环已然形成。一条火腿,串起种植、养殖、加工、文旅的乡村产业链,更印证了一个朴素而深刻的道理:乡村产业做大做强,靠的是一招一式,而是全链思维的系统发力。