

□崔寿伟 记者 陶秋凤

1月13日,江苏省文化和旅游厅公布第六批省级非物质文化遗产代表性传承人名单,“何老大”酱油酿造技艺传承人何春蓉名列其中。在建湖县芦沟镇的“何老大”酱醋厂晒场上,近千口酱缸静列其间,醇厚的酱香承载着跨越百年的技艺。这份最新的省级认可,不仅为何春蓉的坚守写下注脚,也照亮了这位从城市白领转身为酱园“女当家”的传承之路。



接过重担 守住老味道的“根”

“从一粒黄豆到一滴酱油,需日晒夜露三轮春秋。”这句老话,何春蓉从小听到大。1923年,她的曾祖父何振圆在镇江开始制酱,后因时代变迁举家迁至建湖芦沟。在这里,何家人适应当地水土,改良技艺,创办“何记酱园”。从此,酱醋酿造的技艺与匠心,便在这个家族中代代相传。

何春蓉是听着酱缸里的故事、闻着酱香长大的。“父亲总说,这缸里的不仅是酱,是生计,更是祖辈的心血和信誉,是咱家的根。”何春蓉抚摸着身边一口已经用了三十多年的老酱缸,缸壁被岁月打磨得温润光滑,“每一口缸都有它的脾气,就像人一样。”

2010年前后,随着父亲何祝年事渐高,传承的重担自然而然地落在何春蓉肩上。当时,她在市区有着稳定工作和舒适生活。回乡,意味着放弃已经习惯的城市节奏,重新融入乡土,变成需要全天候待命的“酱园当家人”。几乎没有太多犹豫,何春蓉做出了选择。

“很多人不理解,觉得我放弃太多。”何春蓉坦言,“但每次回家,看到父亲在晒场里越发蹒跚的背影,看到这些沉默的酱缸,我就知道,该回来了。这不仅是家业,更是一份不能断在我们这代人手里的责任。”

然而,传承之路并非简单接手。老员工王长青在酱园工作了近四十年,他回忆道:“春蓉刚回来时,我们这些老人心里也打鼓,一个年轻姑娘,能吃得这苦、弄得懂这老法吗?”这份疑虑,很快被何春蓉的行动打消。

百年「何老大」第四代传承人获评省级非遗代表性传承人 酱缸边「女当家」的守业与创新

破解危机

“老手艺”里悟出新道理

真正的考验在何春蓉接手后第一个梅雨季到来。连绵阴雨导致一批酱料发酵异常,香气不足且带异味。这场质量危机,让整个酱园蒙上阴影。

“那几天,整个酱园的气氛都很压抑。”何春蓉回忆道,“工人们焦急,父亲眉头紧锁,而我更是彻夜难眠。”

“问题出在哪里?”她一头扎进车间,对照祖传的工艺流程笔记,一遍遍检查每一个环节:选豆、浸泡、蒸煮、拌曲、入缸发酵……每一道工序她都亲自复核。最终,她将目光锁定在“制曲”这一关键步骤。

传统制曲过程中,老师傅对温度、湿度的把控全凭经验和感觉。然而那一年气候异常,梅雨提前且持续时间长,车间温湿度控制出现了细微偏差。正是这细微之差,影响了微生物菌群的活性,导致发酵不力。

找到症结,如何解决?是简单放弃这批价值数十万元的原料,还是想办法挽救?

何春蓉决定迎难而上。她请来江南大学食品发酵专家。在综合传统经验与现代科学分析后,一个大胆的“抢救方案”逐渐成形。“我们首先对发

酵车间进行微环境改造,增加温湿度精准调控设备。”何春蓉介绍,“然后采用传统‘浇淋’工艺的强化版,增加对酱醅的翻动和氧气供给,刺激有益微生物复苏。”最后,延长日晒时间,用最本源的阳光和空气能量,去缓慢唤醒酱醅的生命力。

那段时间,何春蓉几乎住在晒场。“她比我们这些老伙计去得还早,回来得还晚,一缸一缸地记、看、闻。”王长青感慨地说,“那股劲头,让大家觉得,这关必须闯过去。”一个月后,这批濒临报废的酱料奇迹般“复活”,酿出达标的好酱油。

“开缸那天,父亲尝了一口,点点头说‘成了’。那一刻,我眼泪一下子就出来了。”何春蓉说,“不是因为这批酱油值多少钱,而是我们守住了‘何老大’的魂。”

这场“由坏变好”的攻坚战,不仅挽回损失,更让何春蓉和整个团队对古法技艺的理解产生了质的飞跃。“我深刻体会到,坚守传统不等于故步自封。”她说,“真正的传承,是深入理解其原理,并能灵活应对变化。这次经历,也坚定了我基于传统的创新理念。”

守正创新

老字号飘出新香味

经此一役,何春蓉带领“何老大”走上守正创新之路。她恪守“春曲、夏酱、秋油、冬醅”古训,坚持晒足180天、只取头道原油。

“很多人问我们秘诀是什么,其实很简单,就是‘坚守’二字。”何春蓉说,“祖先留下的手艺不能丢。但我们要用现代人更能接受的方式,让这份老味道传播得更远。”

她将传统工艺标准化、数据化。在保持核心酿造环节纯手工古法的同时,引入现代检测设备,对菌群活性、氨基酸态氮等关键指标进行精准监控,确保每一批产品的品质恒定如一。她还建立完善的产品追溯体系,消费者扫描二维码,就能了解手中的酱油从选豆到灌装的全过程。

与此同时,何春蓉积极推动产业链的升级。她创新建立“支部+公司+合作社+农户”模式,通过何老大大豆专业合作社,带动周边近千户农户订单种植优质大豆。这不仅保障了原料

的纯正与稳定供应,更直接促进农民增收,农民人均纯收入超2万元。

在产品创新上,她带领团队走进高校院所,与江南大学、江苏省农科院等学校、机构合作,研发了更多适合现代消费习惯的系列产品。除了传统的生抽、老抽,还开发低盐酱油、红烧专用酱油、拌面鲜酱油等,满足不同消费群体的需求。

市场拓展方面,她不仅稳固建湖本地“家家餐桌标配”的地位,还积极开通电商平台,尝试直播带货。“何老大”的产品香飘上海、苏锡常等地,甚至远销海外。

如今,“何老大”已成长为年产值超5000万元的省级龙头企业。“祖先的手艺不能丢,但要用现代方式,让老味道走得更远。”何春蓉说,而在她身后,那片晒场上的酱缸,正静静酝酿着一个百年的芬芳。

(本版图片由受访者提供)