

不离土不离乡 在家就业奔小康

阜宁大糕： 刻在年味里的那口甜

□记者 周创 实习生 李育焱

守老规矩也玩新花样

“没想到‘统一’江苏年味的竟是一块阜宁大糕！”今年春节期间，这句调侃在社交平台上炸了锅。起初是盐城网友随口聊起年货，结果评论区里IP遍布江苏各地，从苏南到苏北，清一色晒出同款大糕，才惊觉这款有着云片糕、玉带糕、步步糕等诸多别称的传统糕点，竟是实打实的江苏“省糕”。

有人开玩笑说这是江苏孩子的“过年仪式感”；也有外省打工人真情实感“种草”：“今年公司发的年货是阜宁大糕，本来没抱期待，结果一口就沦陷，现在逢人就安利。”

一边是家乡人的“年味纽带”，一边是外地人的“火速圈粉”，这块白如雪、薄如纸、软如绵、甜如蜜的大糕，到底藏着多少故事？

刻在骨子里的年俗记忆

“当一个盐城小孩开始掏家里的大糕吃，证明家里没有零食了！”这句玩笑话，道尽了大家对阜宁大糕“难舍难分”的真实情感。而之所以能成为梗，恰恰说明它在大众记忆里的“存在感”有多强。

“大年初一，不吃大糕不能说话。”在盐城乃至苏北不少地区，这个老规矩至今还在许多家庭里雷打不动地延续着。这口“开年第一甜”，是刻在很多江苏人骨子里的年俗记忆。

有人回忆小时候被爸妈逼着吃大糕的“无奈”，直呼是春节限定版“流程”；可一旦离开家乡，那份曾经“吃腻了”的味道，又成了魂牵梦萦的念想。

刚参加工作的盐城姑娘王玥笑着说：“过年那几天走亲访友，亲戚们总往我手里塞大糕，吃多了是真腻。可过完年回苏州上班，没几天就忍不住翻出大糕尝尝。”

阜宁大糕的江湖地位，可不是一天炼成的。相传乾隆皇帝曾尝过此糕，赐名为“玉带糕”。2011年，它获国家地理标志保护产品认证；2016年，又入选江苏省非物质文化遗产名录。如今，它是游子行囊里的乡愁，是亲友间的祝福，是无论走多远，一尝就能想起家的味道。

江苏欧尼亚食品有限公司负责人李芹，就是这门手艺的“守艺人”之一。企业旗下的“李八味”品牌，如今已是阜宁大糕的代表性品牌之一。“阜宁大糕的销售旺季在春节，但平时生意也不算冷清。”李芹告诉记者，每年节假日前后，总有不少人来买大糕，“大多是在外工作、求学的盐城人，离家时带几盒，一方面是怀念这口家乡味，另一方面也想让同事、同学尝尝我们盐城特产。”

据2023年数据，阜宁县阜宁大糕年产量超1亿斤，年销售额超15亿元。其中不少销量来自在外游子的“乡愁订单”——这帮“嘴上说不要，钱包很诚实”的年轻人，用真金白银撑起了家乡非遗的半边天。

在欧尼亚食品的生产车间里，机器轰鸣却井然有序，工人们穿着无菌工装，熟练地操作着设备，从糯米筛选、研磨，到搅拌、压制、切块，每一道工序都一丝不苟。但细心观察就会发现，有些“老规矩”，从来没有被改变过。

“选材上，我们始终坚持用优质糯米和纯正猪油，这是阜宁大糕的灵魂，少了一样，味道就不对了。”李芹告诉记者，除了选材，“捂糕”这道传统工序，也被完整地保留了下来。“大糕压制成型后，不能立刻食用，必须经过‘捂糕’，让它的口感慢慢沉淀。”她介绍，传统的做法是用草席把大糕包裹起来，放置两天左右；而在现代化车间里，他们采用恒温恒湿的无菌空间进行“捂糕”，既严格保障了食品安全，又让大糕的口感更细腻、更绵柔，“老工艺的精髓没变，只是用更科学的方式，让这份美味更稳定。”

守住老规矩的同时，阜宁大糕也在不断“玩新花样”。“以前大家吃的大糕，

都是芝麻、八宝这些传统口味。”李芹说，为了吸引更多年轻人，企业投入大量精力研发，坚果味、蔓越莓味等新潮口味应运而生，甚至还推出了无糖版本，满足了减脂人群、老年人的需求。

更有意思的是，阜宁大糕还解锁了“新吃法”。过去久放变硬的大糕，通常通过油炸做成“脆糕”。如今，用空气炸锅无油烤制的版本，不仅保留了酥脆的口感，还减少了油脂摄入，相关教程在小红书等社交媒体上收获了大量点赞，吸引不少年轻人跟风尝试，让这道“老味道”焕发了新活力。

为了迎合这一趋势，欧尼亚食品专门增设了脆糕生产线，还通过短视频平台直播宣传，如今线上销售额已占到总销售额的20%。李芹表示，今年公司还计划加大研发投入，在减糖和药食同源方面做文章，推出标签更简洁、配料更纯净的产品，让非遗美食更贴合现代健康需求。

让旧手艺再“扎新根”

“现在企业最缺什么？”被问及一个略显“扎心”的问题，李芹的回答很干脆：“缺人。”

“我们企业带动了不少附近居民在家门口就业，但在管理、销售、研发人才上，始终存在缺口。”她坦言，这是个普遍困境。不仅是企业缺人，整个非遗行业都面临传承人短缺和断代的现象。近些年，经阜宁大糕协会统计，阜宁大糕生产企业及作坊数量大幅减少，曾经有近200家，如今仅有70余家。

“1983年，我的父亲就开始制作大糕。”李芹说：“从父辈三五个人的家庭式小作坊，到如今销售额2000万元的行业标杆企业，我亲眼见证了一块糕如何从乡间灶台，一步步走进商超货架、电商直播间。”她最大的心愿，就是让这门老手艺稳稳传下去，并且传得更好，走得更远。

为了让阜宁大糕继续扎根新一代，地方政府和协会也是“操碎了心”。频频组织企业亮相“苏超”文旅集市、国际农交会等展会，让阜宁大糕走出盐城，走出江苏，甚至“秀”到国际舞台上。

在阜宁马家荡穆沟古村，还设置了大糕造物局，以文旅融合为桥梁，用年轻化、多元化的表达，把一块糕做成有颜值、有体验、有故事的文化符号。游客在这里不只买糕、尝糕，更能亲手参与制作，把非遗的

温度与匠心，揉进属于自己的记忆里。为这门老手艺、这块甜糕“保驾护航”，说到底，是在进行一场关于非遗传承的接力赛。而它的意外“出圈”也在说明：真正的老手艺，不怕被调侃，只怕被慢慢遗忘。

当调侃变成想念，当乡愁有了载体，那些“刻在DNA里”的记忆，终将成为我们与传统文化之间，最柔软也最坚韧的纽带。这股甜蜜老味道，也将继续在烟火人间里，步步登高、岁岁留香。

(本版图片:记者 周创 摄)

产品打包工序

车间生产中

无菌车间

整理大糕

江苏欧尼亚食品有限公司