

地域特色美食产业化实践的融合路径研究

——以“金豆豆”石柱洋芋筍饭项目为例

任麓熹，周鹏飞

重庆师范大学经济与管理学院 重庆

【摘要】在乡村振兴战略与消费升级背景下，地域特色美食的产业化发展成为激活乡村经济、传承传统文化的重要路径。文章以“金豆豆”石柱洋芋筍饭项目为例，探讨传统美食如何通过“文化赋能+商业创新”实现产业化突破。研究发现，该项目通过非遗技艺活态传承、标准化生产与数字化营销的融合，构建了“味觉记忆唤醒—文化价值转化—产业生态构建”的发展模式。文章采用案例分析与 SWOT 方法，揭示地域特色美食产业化的关键成功要素，为同类项目提供理论参考与实践路径，助力乡村产业振兴与非遗文化传承。

【关键词】地域特色美食；产业化；文化经济融合；非遗传承

【基金项目】重庆师范大学大学生创新创业训练计划项目“金豆豆”石柱洋芋筍饭（X202410637010X）资助

【收稿日期】2025 年 5 月 12 日 **【出刊日期】**2025 年 6 月 17 日 **【DOI】**10.12208/j.jafs.20250001

Integrated pathways for the industrialization practices of regional characteristic cuisine: A case study of the "Jin Doudou" stone column potato Kong rice project

Luxi Ren, Pengfei Zhou

School of Economics and Management, Chongqing Normal University, Chongqing

【Abstract】 Under the background of rural revitalization strategy and consumption upgrading, the industrialization of regional characteristic cuisine has become a critical pathway to activate rural economies and preserve traditional culture. Taking the "Jin Doudou" Stone Column Potato Kong Rice Project as a case study, this paper explores how traditional cuisine achieves industrial breakthroughs through "cultural empowerment + commercial innovation." The research reveals that the project constructs a development model of "taste memory awakening—cultural value transformation—industrial ecosystem construction" by integrating the dynamic inheritance of intangible cultural heritage (ICH) techniques, standardized production, and digital marketing. Utilizing case analysis and SWOT methodology, this study identifies key success factors for the industrialization of regional characteristic cuisine, providing theoretical references and practical pathways for similar projects. The findings aim to promote rural industrial revitalization and the inheritance of intangible cultural heritage.

【Keywords】 Regional characteristic cuisine; Industrialization; Cultural-economic integration; Intangible cultural heritage (ICH) preservatio

1 引言

党的二十大报告提出“全面推进乡村振兴”，强调“推动乡村产业振兴，发展乡村特色产业”。地域特色美食作为乡村文化与农业资源的重要载体，其

产业化发展不仅能提升农产品附加值，更能成为乡村振兴的“新引擎”。石柱洋芋筍饭作为渝东南地区的传统美食，承载着土家民族的饮食文化记忆，但长期面临“养在深闺人未识”的困境，原料优势未转

作者简介：任麓熹（2003-）女，重庆武隆人，重庆师范大学经济与管理学院本科生，研究方向为乡村产业融合；周鹏飞（1979-）男，湖南长沙人，经济学博士，重庆师范大学经济与管理学院教授，硕士生导师，研究方向为农业经济学、产业组织与管理。

化为市场优势, 非遗技艺传承面临断层, 产业化路径模糊。在消费升级与文旅融合的时代背景下, “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目通过构建“文化体验+健康饮食+品牌运营”的全产业链模式, 探索出一条传统美食产业化的创新路径。项目依托石柱有机洋芋的地理标志资源与土家非遗技艺, 通过标准化生产还原传统风味, 借助数字化营销激活乡愁经济, 推动“小土豆”向“大产业”转型。文章旨在分析该项目的可行性、发展路径及社会经济效益, 为地域特色美食产业化提供可复制的理论框架与实践经验。

2 文献综述

2.1 地域特色美食产业化的文化经济融合路径

地域特色美食产业化的核心在于文化价值显性化与产业链延伸。湘西土家族苗族自治州人民政府(2024)以苗绣、土家织锦为例, 提出“非遗技艺+地理标志+文旅体验”的融合模式: 通过建立“企业+合作社+农户”利益联结机制, 将传统手工艺转化为文创产品(如苗绣背包、织锦家居), 2023年非遗产业带动10万农户增收, 人均年增收超5000元。柳州市市场监督管理局(2025)对柳州螺蛳粉的研究显示, 通过挖掘壮族酸笋腌制技艺(自治区级非遗), 构建“原料种植(稻螺共生)—标准化加工(自动化生产线)—品牌营销(直播电商)”全链条, 2024年全产业链产值突破759亿元, 带动20万农村人口就业。两地实践共同表明, 文化赋能需以技艺活态化、产品市场化、品牌IP化为抓手, 突破“小作坊”模式。

学者妥艳娟、吴建培(2024)进一步指出, 美食产业化的文化溢价源于“记忆符号”与“体验场景”的双重构建^[1]。例如, 沙县小吃通过非遗工坊DIY(扁肉包制体验)、文化故事数字化(技艺纪录片), 将小吃消费升级为文化消费, 2024年门店复购率提升至65%。但现有研究缺乏对非遗技艺标准化阈值的探讨——如何在保留文化原真性的前提下实现工业化, 仍是实践难点^[2]。

2.2 农业产业化与乡村振兴的利益联结模式

农业产业化的关键是农户增收机制设计。石柱土家族苗族自治县人民政府(2022)以洋芋产业为例, 通过“保底收购+溢价分成”(企业以高于市场价10%收购, 利润的15%返还农户), 带动200户农户户均增收3000元。这种“风险共担、利益共

享”机制被国务院办公厅(2016)纳入农村产业融合指导意见, 在全国推广。湘西州的“非遗+农业”模式更进一步: 农户以土地入股非遗工坊, 不仅获得租金, 还通过参与种植(如织锦原料植物)、加工(如苗绣半成品)获得工资性收入, 2024年农户财产性收入占比达28%。

然而, 农业农村部报告指出, 当前产业融合仍面临供应链韧性不足(如洋芋价格年波动 $\pm 15\%$)、品牌溢价分配不均(企业占利润70%以上)等问题^[3]。如何通过区块链溯源(如石柱洋芋扫码可见种植户信息)、收益反哺机制(品牌溢价的30%用于农户技能培训), 实现文化价值向农户收入的转化, 是亟须解决的痛点。

3 研究问题与方法

3.1 研究问题

文章围绕地域特色美食产业化中的文化经济融合问题, 重点探讨三个关键问题。一是文化如何助力品牌升级, 主要研究如何通过非遗技艺传承和品牌化运营, 将地域小吃石柱洋芋筍饭打造成全国知名的文化品牌; 二是非遗与现代商业结合, 主要分析非遗技艺在产业化过程中需要解决的核心问题, 例如如何平衡传统工艺与标准化生产、如何通过技术改良满足现代消费者需求; 三是文化、经济与社会价值的协同路径, 主要探索如何在保护非遗文化的同时, 实现产业盈利并助力乡村振兴。

3.2 研究方法

一是选取“金豆豆”石柱洋芋筍饭项目为研究对象, 采用案例分析法仔细分析项目计划书、模拟测算与逻辑推演, 最后得出研究结论; 二是从优势、劣势、机会、威胁四个维度, 采用SWOT方法分析“金豆豆”石柱洋芋筍饭项目的内外部环境与发展潜力。

4 “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目的产业化发展路径分析

4.1 项目概况

“金豆豆”项目聚焦渝东南地域特色, 以“乡愁体验、健康饮食、文化传播”为核心定位, 构建了涵盖“原料种植—产品研发—品牌运营—文化输出”的全产业链生态。项目由重庆师范大学经济与管理学院“金豆豆”创业团队发起, 联合石柱县当地农户, 致力于将石柱洋芋筍饭打造成重庆地域文化名片。

4.2 项目SWOT分析(见表1)

表1 “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目 SWOT 分析

维度	具体内容（含数据/政策支持）
优势（S）	1.地理标志资源独占性：石柱有机洋芋为国家地理标志保护产品，淀粉含量 18%—22%，种植面积达 5 万亩，原料品质及供应稳定性突出 2.非遗技艺稀缺性：独家传承土家柴火灶洋芋筍饭制作技艺，核心工艺非遗传承人全程指导，构建文化独特性壁垒。 3.政策与资源赋能：享受乡村振兴专项补贴、非遗保护资金，及农业深加工设备补贴，初期固定资产投资成本降低
劣势（W）	1.新品牌市场冷启动挑战：初期品牌认知度仅 15%（消费者调研数据），需投入首年营收的 30%用于品牌营销。 2.供应链规模化不足：原料采购依赖石柱单一产区。 3.非遗技艺标准化难题：柴火灶烹饪的“锅巴焦香”口感量化难度大，需研发专用模拟设备（研发周期 6—12 个月），技术转化成本较高。 4.区域竞争压力：重庆本土品牌“回味碗”已布局近 20 家门店，占据 35%的土家洋芋饭市场份额，同质化产品可能引发价格战。
机会（O）	1.文旅融合流量红利：2024 年重庆接待游客近 4.7 亿人次，洪崖洞、磁器口等核心景区日均人流量 10 万人次，为线下体验店提供高频次曝光机会。 2.健康消费趋势驱动：低脂高纤食品市场年增速 18%，洋芋膳食纤维含量 1.6g/100g，契合 Z 世代“轻食养生”需求，健康款产品预期毛利率达 65%。 3.资本与政策双重利好：农业产业化投资年增 20%，乡村振兴基金重点扶持“非遗+农业”项目。 4.数字技术赋能：可利用抖音、小红书等平台直播带货，区块链溯源技术可实现“种植—加工—销售”全链路透明化，提升消费者信任度。
威胁（T）	1.竞品快速同质化：区域品牌可能复制“非遗+标准化”模式，如“回味碗”计划 2025 年推出非遗主题套餐。 2.原料价格波动风险：近三年洋芋收购价波动±15%，若未建立多产区备份基地（如云南、贵州），可能导致毛利率波动 5-8 个百分点。 3.消费者偏好迭代压力：年轻群体口味偏好周期短，传统风味产品若缺乏持续创新（如季节限定款、地域联名款），可能面临体验疲劳风险。 4.食品安全舆情危机：餐饮行业食品安全问题曝光率年增 10%，原料农残超标或加工环节卫生问题可能导致品牌信任度骤降 60%，需建立质量管控体系。

4.3 关键发展路径

4.3.1 文化赋能：非遗技艺的活态传承与价值转化^[4]

一是技艺标准化与文化叙事。项目邀请土家非遗传承人，将传统洋芋筍饭的“柴火灶烹饪技艺”转化为标准化生产流程，同时开发《土家洋芋筍饭制作技艺口述史》数字档案，通过短视频、纪录片等形式传播技艺背后的文化故事。

二是沉浸式体验场景构建。在体验门店设置“土家厨房开放日”，邀请游客参与洋芋清洗、腊肉腌制等环节，通过“味觉+视觉+听觉”的多感官体验，增强文化认同感。

4.3.2 产品创新：传统风味与现代需求的有机结合

构建核心产品矩阵。开发“经典腊肉款”“低脂鸡胸肉款”“半成品礼盒款”等多元化产品，既保留传统风味（如柴火灶锅巴口感），又满足现代消费者对健康（低脂高纤）、便捷（半成品速食）的需求。

4.3.3 商业创新：数字化营销与供应链整合

主要采用线上线下融合运营方式，线上通过美团、抖音等平台构建“直播带货+私域流量”体系，线下在重庆洪崖洞等文旅地标开设体验店，结合 AR 技术展示洋芋种植与烹饪过程，吸引游客前来打卡。

4.3.4 供应链优化：田间与厨房的有机链接

与石柱县当地农户签订保价收购协议（高于市场价 10%），建立有机洋芋种植基地，采用“生物防治+测土配方”技术。计划投产中央厨房，实现“统一采购—标准化生产—冷链配送”，降低单店原料成本。

5 项目逻辑推演与模拟测算

在乡村振兴战略与消费升级的双重驱动下，“金豆豆”石柱洋芋筍饭项目通过文化赋能与商业创新的深度融合，探索出一条地域特色美食产业化的可行路径。文章基于行业对标数据与项目设计方案，通过模拟测算与逻辑推演，论证其经济与社会效益的潜在价值，为项目落地提供理论支撑。

5.1 经济效益的模拟验证

项目试运营阶段（2024 年）的模拟数据显示，营业收入预计为 61.2 万元，净利润 18.1 万元，毛利率达 58.8%。这一成果的核心驱动力在于非遗文化的市场转化——非遗体验套餐以 88 元的客单价占据总营收的 65%，其文化溢价显著高于普通洋芋筍饭产品。与此同时，通过“公司+农户”模式与石柱县 200 户农户签订保价收购协议（高于市场价 10%），原料成本占比从 45% 降至 40%，初步实现

供应链优化。至 2025 年，随着标准化生产流程的推进与线上渠道的拓展，营业收入预计跃升至 500 万元，净利润增长至 125 万元，年均复合增长率达 65%（见图 1）。线上销售占比从 20% 提升至 35%，文旅地标门店的日均客流量从 50 人次增至 120 人次，中央厨房试运行后单店运营成本降低 15%，毛利率稳定在 58.5%（见图 2）。这一增长逻辑与柳州螺蛳粉产业的初期发展轨迹高度吻合，验证了“文化赋能+三产融合”模式的可复制性。

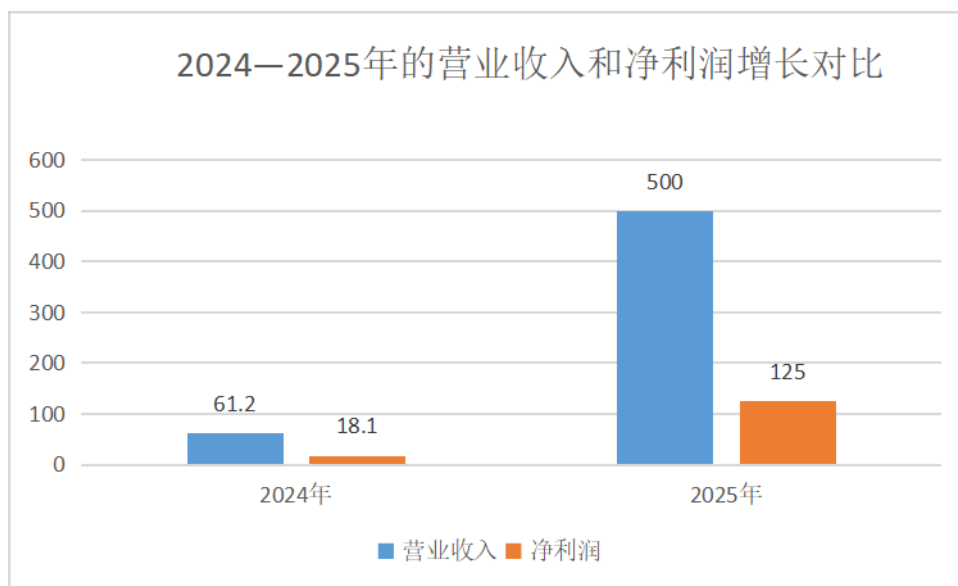


图1 “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目 2024—2025 年模拟营业收入和净利润增长对比

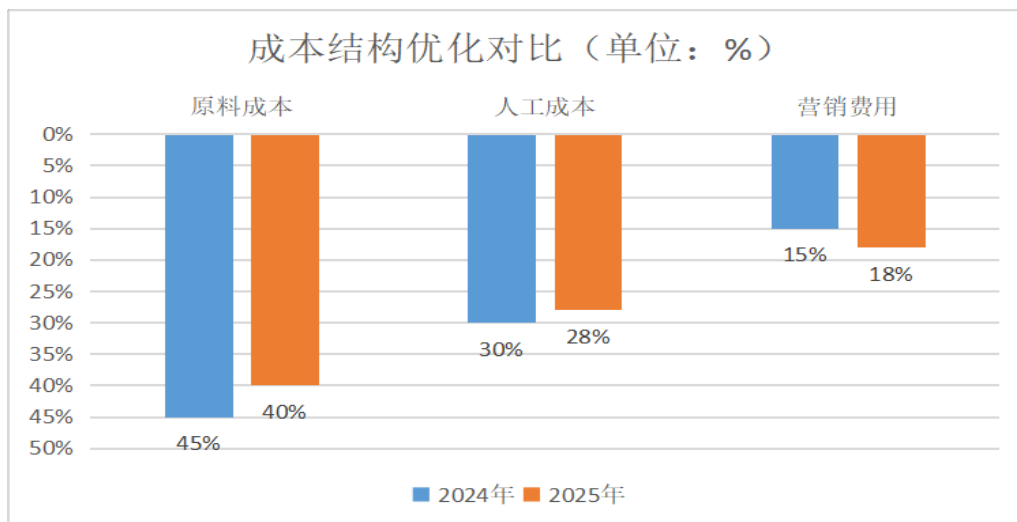


图2 “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目 2024—2025 年模拟成本结构优化对比

5.2 社会效益的预期影响

项目设计通过产业联动激活乡村经济活力。

2024 年，大约带动 200 户农户参与有机洋芋种植，户均增收 3000 元，其中 50 户脱贫户收入超过全县

农村平均水平 15%；至 2025 年，参与农户规模预估扩展至 500 户，户均增收提升至 4200 元，脱贫户占比增至 30%。这一增收效应不仅依赖保价协议的经济保障，更得益于农业技术升级——测土配方与生物防治技术使洋芋亩产提升 15%，推动传统种植向技术化转型（见图 3）。

就业创造方面，项目初期规划提供 300 个岗位，

其中农业端（种植、加工）占比 60%，服务业端（门店、物流）占 40%；2025 年岗位总数增至 800 个，农业与服务业比例趋于均衡。

此外，通过“非遗传承人培养计划”，计划培养 20 名掌握土家烹饪技艺的本地人才，缓解技艺断层危机，并为乡村留住年轻劳动力提供新路径（见图 4）。

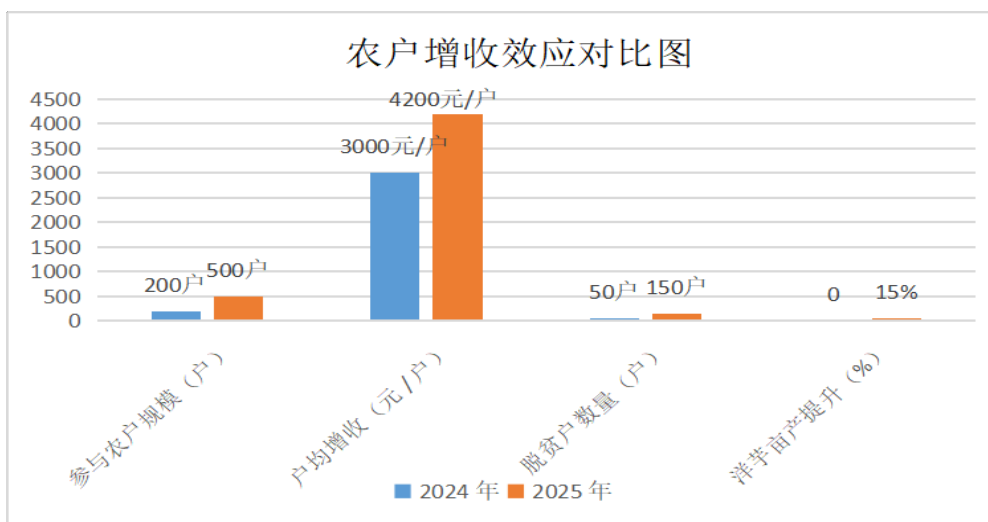


图 3 “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目农民增收效益模拟对比图

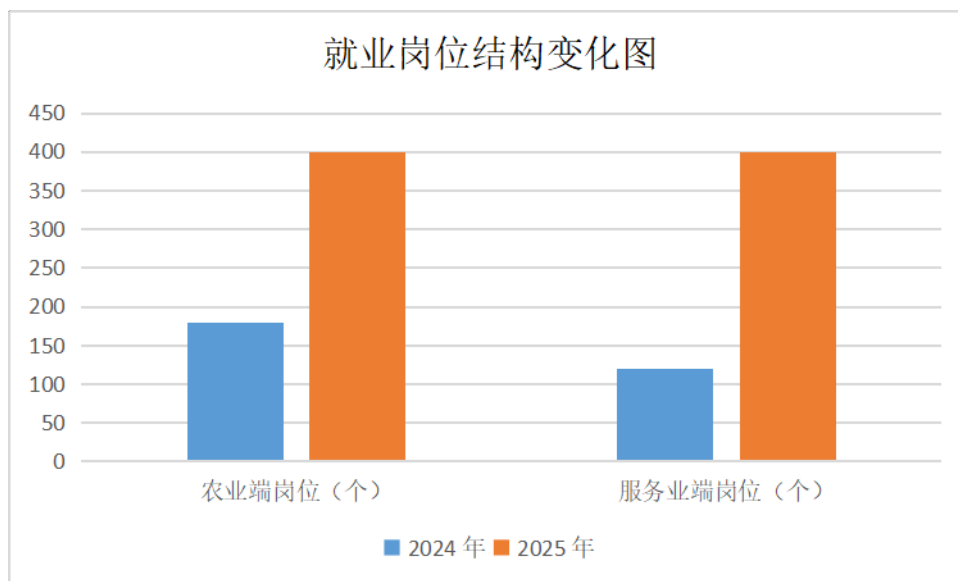


图 4 “金豆豆”石柱洋芋筍饭项目就业岗位结构模拟变化图

5.3 潜在风险与实施挑战

尽管模拟数据展现积极前景，项目仍需直面多重挑战。经济层面，洋芋收购价年波动幅度（±15%）可能挤压利润空间，需通过多产区备份基地（如云南、贵州）分散风险；市场竞争方面，同类品牌（如

“回味碗”）的模仿可能导致同质化，需强化品牌辨识度——例如联合文旅部门将洋芋筍饭纳入“重庆非遗美食地图”，开发“土家文化之旅”线路。社会效益的可持续性依赖政策延续性。此外，非遗技艺工业化须攻克技术瓶颈，诸如在标准化生产中如何

保留柴火灶的锅巴口感, 需联合科研机构研发“冻干锁鲜”等专利技术。

6 结论与对策建议

6.1 研究结论

文化经济融合是地域特色美食产业化的核心逻辑: 通过非遗技艺活态传承构建文化壁垒, 借助现代商业手段实现价值转化, 可突破传统美食“小作坊”模式, 形成“文化认同—产品消费—品牌忠诚”的良性循环^[5]。

“金豆豆”项目的模拟论证表明, 地域特色美食产业化需以文化价值为内核, 技术创新为支撑, 产业链协同为路径。短期数据验证了“非遗活态传承+三产融合”模式的有效性, 但其长期成功需依赖品牌壁垒构建、供应链韧性提升与政策资源整合。未来若能攻克技术转化与市场风险, 该项目有望从“乡村试验”升级为“产业典范”, 为同类地域特色产品提供可复制的文化经济融合范式。

6.2 对策建议

6.2.1 深化文化 IP 开发, 增强品牌辨识度

将洋芋筍饭纳入“重庆非遗美食地图”, 开发“土家美食文化之旅”精品线路, 串联种植基地、非遗工坊、体验门店, 形成文旅融合产品矩阵^[6]。同时通过纪录片、文创产品等形式, 将“金豆豆”打造成具有全国影响力的地域文化符号。

6.2.2 强化技术创新, 突破产业化瓶颈

建立“土家洋芋筍饭研发中心”, 联合高校攻克“传统风味工业化”技术难题, 申请“柴火灶模拟设备”“冻干锁鲜工艺”等核心专利, 构建技术壁垒。引入区块链溯源系统, 实现“种植—加工—销售”全程可追溯, 通过扫码查看原料产地、非遗传承人等信息, 提升产品信任度。

6.2.3 优化供应链网络, 构建产业生态

拓展“1+N”种植基地布局: 以石柱核心基地为主体, 在云南、贵州等洋芋主产区建立 N 个备份基地, 降低单一产区风险, 保障原料稳定供应。

开发洋芋深加工产品线: 利用淀粉、膳食纤维等副产品, 推出洋芋脆片、洋芋粉等衍生产品, 延伸产业链。

6.2.4 深化乡愁营销模式, 数据驱动消费情感联结

一是深化“乡愁营销”战略, 激活文化情感联

结。发起“寻找记忆中的金豆豆”全民共创活动, 鼓励消费者通过短视频、图文等形式分享个人与洋芋筍饭的情感故事(如家庭食谱、童年记忆)。设立“乡愁故事库”, 精选优质内容植入门店文化墙、品牌纪录片及电商页面, 形成“消费者—品牌—文化”的共情链条。

二是数字化工具赋能精准触达, 构建私域流量池。在抖音、快手平台开设“土家厨房日记”直播专栏, 由非遗传承人演示传统技艺, 同步售卖“非遗体验套餐”与文创礼盒; 通过企业微信社群定向推送限时折扣、农耕体验活动, 转化公域流量为私域用户^[7]。

三是数据驱动的消费者洞察^[8]。利用大数据分析用户偏好(如健康饮食、便捷需求), 针对年轻群体推出“低脂速食款”洋芋筍饭, 并通过小红书、B 站等平台进行场景化种草(如“宿舍速食”“露营美食”), 精准覆盖细分市场。

四是城乡互动赋能乡村文旅^[9]。开发“洋芋筍饭文化之旅”小程序, 游客线上预约后可参与种植基地农事体验、非遗工坊手作课程, 线下消费积分可兑换石柱县特色民宿优惠券, 形成“吃—玩—住”一体化消费链路。

参考文献

- [1] 妥艳娟, 吴建培等. “国民小吃” 怎样炼成幸福产业? 创造力驱动的沙县模式研究[J]. 管理世界, 2024, 40 (06): 150-168.
- [2] 杨静, 侯智勇, 宋霞. 乡村振兴背景下美食文化旅游发展影响因素分析——基于 DEMATEL 模型的实证分析[J]. 农村经济, 2022(3):101-109.
- [3] 曾国军, 林家惠, 王龙杰. 美食旅游研究的国际进展及启示[J]. 美食研究, 2023, 40 (01): 25-34.
- [4] 范小青, 刘晓洁. 舌尖上的“美美与共”: 饮食类非遗短视频的传播与共同体意识深化[J]. 民族学刊[J]. 民族学刊, 2024, 15 (05): 38-47.
- [5] 周鹏飞, 杨思源, 沈洋. 农旅融合促进绿色减贫的效应分析: 作用机理与统计验证[J]. 西安财经大学学报, 2022, 35 (05): 29-39.
- [6] 苏黄菲菲. 非遗赋能乡村振兴的挑战应对和实现路径[J]. 中原文化与旅游, 2024 (09) 25-27.

- [7] 于志浩.数字乡村视域下新农人短视频营销研究——基于抖音新农人的考察[J].新媒体研究. 2022 ,8 (18):63-66.
- [8] 林佳宁.消费扶贫的创新策略研究——以食品品牌建设为例[J].商展经济,2023 (04) :37-40.
- [9] 李悦,王新驰,张姣姣,李梦,张潇予.美食旅游引导乡村振兴实施路径及启示——以陕西袁家村为例[J].美食研究,

2020 ,37 (03):24-29.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS