



成都市郫都區安德鎮，係「郫縣豆瓣醬」的核心產區。都江堰支流走馬河、徐堰河橫貫全境，這裏氣候濕潤、土地肥沃，非常適宜各類微生物的繁衍，好似一座天然「酵池」。智能化翻曬、成品自動包裝、AGV機械人叉車……走進四川省丹丹郫縣豆瓣集團股份有限公司生產車間，一股現代化氣息撲面而來。300餘年來，郫縣豆瓣歷經手工作坊到現代化企業，傳統生產到智能化製造的變遷，成功獲批國家地理標誌保護產品，入列國家級「非遺」名錄，成了響噹噹的中華「老字號」，並煥發出了新的活力。

●文/圖：香港文匯報記者 李兵 成都報道



機械臂正在抓取瓶裝郫縣豆瓣。

四川省郫縣豆瓣股份有限公司陽光曬場



四川成都市郫縣位置示意圖

### 數字郫縣豆瓣醬

年產量	100萬噸
年產值	100億元人民幣
品牌價值	661.09億元人民幣
品牌建設	國家級「非遺」，國家地理標誌保護產品，中華「老字號」
市場份額	85%
銷售區域	全球80多個國家和地區
豆瓣企業	70餘家
基地建設	蠶豆、辣椒種植面積超50萬畝
帶動就業	超2萬人

# 川菜魂「智造」增產連五洲

## 四十年從「手作」到現代化工藝 產量勁增近兩千倍

「木杵從缸周入、缸心出，每缸需翻攪12次以上，這樣才能拌和均勻，確保發酵質量。」郫縣豆瓣傳統製作技藝國家級代表性傳承人張安秋向香港文匯報記者介紹，「晴天曬、雨天蓋，白天翻、夜晚露」的古法技藝傳承至今，一年釀一級豆瓣需翻攪4,380次，三年釀特級豆瓣則至少需翻攪13,140次。

### 獨特風味流傳三百餘年

今年68歲的張安秋，15歲開始在豆瓣廠打工，1978年進入四川省郫縣豆瓣股份有限公司（原國營郫縣豆瓣廠）工作直至退休。在郫縣豆瓣非物質文化遺產技藝體驗基地，順着張安秋手指的方向看去，4,000餘口醬缸整齊排列，那一抹耀眼的「中國紅」令人十分震撼。

在「時光牆」前，張安秋講述了一則郫縣豆瓣起源的民間故事：清朝初年，福建省汀州永定縣孝感鄉翠亨村人陳益謙來郫縣（今郫都區）定居。入蜀途中，他和同伴攜帶的蠶豆因連日陰雨而生霉，但不忍丟棄。於是，將其置於田埂上晾曬後以鮮辣椒拌而食之，竟意外發現味道鮮美無比，於是美其名曰「辣子豆瓣」。

清嘉慶八年（公元1803年），陳益謙後裔陳逸仙在郫縣開設「順天號」醬園，開始大批研製、生產和銷售「辣子豆瓣」。咸豐三年（公元1853年），陳氏後人陳守信潛心研究、定型工藝，開設「益豐和號」醬園，郫縣豆瓣就此誕生。

「蠶豆需經脫殼、挑選、撈煮、浸泡、拌粉、製曲、發酵，辣椒亦需經歷清洗、挑選、宰製、發酵等工序，然後再將兩者混合進行第三次發酵。」張安秋介紹，郫縣豆瓣製作需經三次自然發酵，在翻曬過程中「吸日月之精華，納天地之靈氣」，最終形成獨一無二的「川菜之魂」。

### 「智改數轉」破規模瓶頸

郫縣豆瓣作為中華「老字號」，在新時代面臨三大瓶頸：一是發酵過程受天氣、溫度影響極大，風味不穩定，難以實現標準化生產；二是發酵周期長、產能低，無法滿足市場規模化需求；三是開放式生產易受污染，食品安全難以保障。「上世紀八十年代，父親創辦了一家醬園，屋後是廠房、屋前是門店，總共不過五六個人。」四

川省丹丹郫縣豆瓣集團股份有限公司總經理岳鵬介紹，他是一個典型的「創二代」，從小在父親的醬園玩耍，十來歲時便開始當「店小二」，目睹了父親在增產量、拓銷路等方面遇到的困境。

如今，走進四川省丹丹郫縣豆瓣集團股份有限公司生產車間，現代化的氣息令人耳目一新：條池取代陶缸，容量由80公斤增至12噸左右；機器取代人工翻攪、包裝、碼垛，效率提高數十倍；曬場頂棚自動開合，既滿足了日曬夜露，還能防塵；MES生產管理系統實現數字化、智能化生產……

歷經300餘年發展，郫縣豆瓣經歷了陶缸翻曬（1.0）、條池翻曬（2.0），現在逐步過渡到生產自動化（3.0），正邁向生產智能化（4.0），這便是「川菜之魂」的前世今生。

上世紀八十年代，郫縣豆瓣的總產量不過500噸左右，到2025年年底總產量突破了100萬噸。四十年間，產量增長近2,000倍，這完全得益於生產工藝的不斷現代化。2024年《成都市郫縣豆瓣產業發展促進辦法》正式出台，積極鼓勵和支持郫縣豆瓣生產經營企業實現智能化改造和數字化轉型。

### 年銷量破億瓶 暢銷80多個國家和地區

目前，全球每10瓶豆瓣醬有8瓶來自郫都，年銷量破億瓶，產值超160億元，遠銷80多個國家和地區。郫縣豆瓣生產企業達70餘家，蠶豆和辣椒種植基地達兩萬多畝，直接和間接帶動近兩萬就業。

「不管技術如何變，但核心工藝不能變，既保證了傳統風味兒，也讓產量、質量得到了大幅提升。」張安秋說，郫縣豆瓣「智改數轉」證明「老字號」在保持內核的前提下，完全可以擁抱現代化、面向市場化、走向國際化。



## 車間變景點 遊客紛打卡

綠綠的身子，頭頂圓帽，一「把長箭」背在身上……由蠶豆、辣椒、缸蓋等元素組成的鵝城牌郫縣豆瓣卡通形象「豆豆俠」屹立在陽光曬場前，吸引了無數遊客打卡。「豆豆俠」的身後，是一座佔地約18,000平方米的智能化陽光曬場，整齊地排列着700餘條酵池。「一個熟練工每天最多能承擔400口缸的翻曬任務，每口缸容量約0.08噸，總量約32噸。」郫縣豆瓣傳統製作技藝國家級代表性傳承人張安秋介紹，每條酵池容量多達12噸，整個曬場儲量近萬噸，需300人進行翻曬，「你看，四五台機器便承擔了全部翻曬任務。」

### 品牌美譽度提升 直接帶動消費

自2020年完成技改後，四川省郫縣豆瓣股份有限公司廠區變景點、車間變景點。遊客不僅能了解「翻、曬、露」的古法釀造全過程，還能親手參與翻缸、調配等工序，現場體驗豆瓣咖啡等創新產品。「目前，每年遊客接待量超4萬人次，不僅提升了品牌美譽度，還直接帶動了消費。」四川省郫縣豆瓣股份有限公司總經理冉易說，「技改+文旅」讓企業成功轉型升級，2025年總產值近5億元人民幣。

四川省郫縣豆瓣股份有限公司所在的「中國川菜產業城」，匯集食品加工企業70餘家，構建起了一條工業旅遊環線。如今，當地還開發出豆瓣宴、豆瓣魚等200餘道特色菜餚，串聯起飯店、農莊架構起了一條「川菜尋香之旅」精品線路。



郫縣豆瓣傳統製作技藝國家級代表性傳承人張安秋演示豆瓣翻攪要領。

## 「定製化」打通市場 「中國紅」香飄全世界

「郫縣豆瓣被譽為『川菜之魂』，隨着川菜風靡世界而走向全球。」郫縣豆瓣傳統製作技藝國家級代表性傳承人張安秋說，郫縣豆瓣第一次走出四川、走向海外的具體時間已無法考證，但批量出海源於上世紀九十年代，一位川菜大師將郫縣豆瓣帶到了日本。

據「一代儒廚」張中尤回憶，1984年四川赴埃及首都開羅進行文化交流，他第一次將郫縣豆瓣帶出了國門。1987年至1989年，他在任中國常駐聯合國代表團廚師長期間經常用到郫縣豆瓣，「彼時，還不能直接從內地採購，每次都得通過香港轉運至紐約。」

「銷往日本等區域的產品，實施了超細研磨工藝，適配壽司、料理。」張安秋介紹，針對全球不同的目標客戶，郫縣豆瓣實施了「定製化」策略。香港文匯報記者在採訪中發現，



「定製化」在不同廠家有着不同的體現：銷往歐美地區的產品，降低了鹽分和辣度，包裝上印有搭配建議；銷往東南亞區域的產品，辣度反而增強，還多加了醋來適應當地人的重口味……

### 知識產權是國際化保障

「知識產權是企業的『護身符』，也是國際化的根本保障。」四川省郫縣豆瓣股份有限公司運營主管覃泓銘介紹，郫縣豆瓣不僅擁有國家地理標誌產品保護，還入選中歐地理標誌互認清單，並積極主導制定豆瓣及川菜調味料國際標準，為郫縣豆瓣「走出去」保駕護航。

目前，郫縣豆瓣遠銷日本、美國等80餘個國家和地區，這一抹「中國紅」香飄全世界。

海外消費者手拿郫縣豆瓣與工作人員合影。

## 「豆瓣咖啡、雪糕」新品層出不窮

從北宋文廟紅牆到川西民居梁家大院，漫步在成都郫都區唐昌古鎮的青石板上，彷彿穿越回到了唐宋時期。在古色古香的翰林書院歇腳，一杯印有「郫縣豆瓣」的黑色咖啡格外引人注目。

傳統豆瓣何以與洋咖啡搭界，這能喝嗎？正當記者心裏犯嘀咕時，遊客李女士剛飲完一杯。她一邊擦嘴一邊笑着說，「第一口是咖啡的香，咽下去之後，嘴裏慢慢冒出豆瓣的鹹鮮，越喝越有味道！」

四川省郫縣豆瓣股份有限公司總經理冉易介紹，「豆瓣咖啡」採用「噴霧瞬時乾燥超微粉研」技術將半固態郫縣豆瓣製成粉末，再與咖啡進行數次配比試驗，最終實現味覺的「黃金平衡」。自去年10月在唐昌古鎮翰林茶咖首發以來，「豆瓣醬香+咖啡醇香」的奇特組合，便成了一款深受消費者喜愛的網紅產品。

在「豆瓣咖啡」走紅之後，四川省丹丹



### 別拘一格的豆瓣咖啡

郫縣豆瓣集團股份有限公司研發的「豆瓣雪糕」亦悄然上市……豆瓣月餅、豆瓣牛肉醬、豆瓣蘸料等100餘款以郫縣豆瓣為核心原料的新產品不斷湧現。在包裝上向「輕」出發，「擠擠醬」系列採用小口徑擠壓式包裝，不僅乾淨衛生、易於保存，更精準擊中了露營、郊遊、戶外野餐等新興消費場景。同時，郫縣豆瓣與寬窄巷子跨界聯名，與土耳其菜混搭……「郫縣豆瓣+旅遊」「郫縣豆瓣+賽事」「郫縣豆瓣+文創」等新業態、新模式層出不窮。