

逢年过节，有300余年历史的花饽饽都是胶东人餐桌的颜值担当。近年来，“新国潮”的兴起给花饽饽带来新的发展机遇，创意十足、造型丰富的花饽饽层出不穷。如今，花饽饽已变身为当地生日宴会、嫁娶典礼、节日庆贺中的潮流单品，成了名副其实的“香饽饽”。花饽饽的成功密码，很大程度是源自“齐鲁粮油”公共品牌的力量。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 王颖颖 张九龙

花饽饽“破圈” 登上央视舞台

2022虎年春节前夕，“齐鲁粮油”旗下市级区域品牌“胶东花饽饽”的两位明星传承人登央视，向全国人民展示这一非遗技艺，为新春佳节营造了麦香十足的喜庆氛围。

一位是林荣涛。在威海市文登区，每年春节前夕是他和80多名工人最忙的时候。他们凭借纯手工技艺制作各式花饽饽，既有“龙凤呈祥”“鸳鸯戏水”“富贵有余”等传统款式，也有深受孩子们喜欢的国产动漫风格，种类多达上百种。伴随央视《新闻直播间》的镜头，这些花饽饽走向了全国。

值得一提的是，这些五颜六色的花饽饽都是用天然果蔬汁调制而成。黄色的是南瓜汁调面，红色的是红曲米粉调面，绿色的则是菠菜榨汁调面。麦香味里混合果蔬味，让口感更丰富；木糖醇替代糖既保证口感又减少糖分摄入，更符合现代人的养生需求。

早先，林荣涛在威海一家食品公司担任技术总监。在“齐鲁粮油”公共品牌推动下，胶东花饽饽品牌越来越响，林荣涛敏锐察觉到市场机遇，辞职自主创业。借助投资资金，他不断扩大花饽饽的生产和推广渠道，生意做得风生水起。

受他影响，儿子林鹏从小就喜欢面点，上学时主动选择了面点专业，如今也成为花饽饽文化传承人及产品研发人员。2020年，在由山东省粮食和物资储备局、山东省商务厅主办的第二届“齐鲁粮油”花样面点大赛上，林鹏所在的山东益养德康食品科技有限公司夺得团体组冠军。父子相承、薪火相传，让这门手艺有了更多盼头和看头。

另一位是迟金艳。除夕中午，莱西胶东花饽饽文化博物馆内一片忙碌。花饽饽技艺传承人、“喜我我”面食品牌创始人迟金艳和她的团队正在央视新闻客户端进行直播并“霸屏”8分钟。

直播中，一团团面经过手工揉制，变成了大小各异、憨态可掬的老虎造型，浓浓的年味扑面而来。有趣的是，“小老虎”们在传统基础上被卡通化，更符合现代人审美，有了“新国潮”的气质。

“在继承中发展，在发展中继承”是迟金艳的基本理念。多年来，她与高校专家反复论证，不断研究改进花饽饽的用料和配方，从原料、工艺、创意三方面做了大胆尝试，让传统文化注入现代生活，推动非遗焕彩上新。

此外，迟金艳还建起一座占地1000余平方米，陈列着数百件精品面塑、花饽饽相关工具及历史文化介绍的花饽饽博物馆。博物馆于2018年正式开馆，如今已成为开展非遗传承的重要平台。

制定团体标准 带动乡村振兴

花饽饽的“破圈”，可以追溯到4年前“齐鲁粮油”公共品牌的打造。2018年，《关于推进山东粮油品牌建设的实施意见》提出，按照“1个公共品牌+N个地域特色产品+N个产业经营主体”的建设模式，科学规划，着力塑造“齐鲁粮油”公共品牌形象，创建一批有一定知名度的地域特色粮油产品或品牌，培育一批实力雄厚的粮油龙头企业。

在政策驱动下，花饽饽迎来了一系列



花饽饽亮相“齐鲁粮油”广州推介会。

『齐鲁粮油』品牌赋能，山东花饽饽势起『新国潮』

利好，走上了高速发展之路。如今，威海“胶东花饽饽”与滨州“粮油金三角”、德州“五星德粮”、临沂“沂蒙花生油”市级区域品牌，如四朵金花开放在山东大地，成为构建“齐鲁粮油”品牌金字塔的核心支撑。

想要真正做大产业，叫响品牌，离不开统一的行业标准。2021年，由山东省粮食和物资储备局提出、山东省粮油经济学会和山东标准化协会归口、山东省粮油检测中心起草，以及多家粮油企业参与起草的山东花饽饽团体标准发布，这是“齐鲁粮油”公共品牌打造以来发布实施的9项团体标准之一。

标准制定的初衷，是为了起到引领作用。“规范生产工艺、保障产品质量以及食品安全，让花饽饽不仅在山东省而且在省外也有好的销售渠道，同时促进一些相对弱的企业提升工艺水平和产品创新。”作为主要起草人之一，山东省粮油检测中心副主任、高级工程师姜洪介绍。

据了解，该标准是在大量调研基础上形成的，抽取了很多样品进行数据采集。其中不仅规定了山东花饽饽的术语、定义、分类、技术要求，以及检验方法、生产过程要求、质量追溯要求、检验规则、判定规则、标志、包装、运输和储存要求，还将花饽饽划分为礼庆、主食、休闲等不同系列，符合市场的实际情况，具有很强的指导性和可操作性。

小产业，大能量。统计显示，目前，仅威海市就有花饽饽生产企业300余家，它们成功带动周边农村2万人实现就地就业，帮助村民每人年均增收约3万元，使4000多户家庭实现脱贫，为推进乡村振兴发挥了重要作用。如今，威海市初步形成了以益养德康、金长林、岚宝食品等为代表的花饽饽龙头企业，产业规模不断扩大，产业链条不断延伸，相关产品已发展成十大系列200多个品种。

新的阵地仍在不断崛起。近年来，威海文登“胶东花饽饽”文创产业基地、非遗传承人林荣涛花饽饽工作室、花饽饽研究院、花饽饽历史文化展馆相继投入运营，为花饽饽的技术研发和非遗传承搭建了平台，花饽饽制作培训也变成了很重要的产业。在龙头地区带动下，淄博、潍坊、泰安等地的花饽饽产业正从无到有、由弱到强，渐成燎原之势。

把握“新国潮” 花饽饽有看头

在消费升级、产业升级的趋势下，传统技艺和老字号品牌都面临新的消费生态，大家都想在传承已有核心竞争优势的基础上开拓创新，成为“新国潮”中的“弄潮儿”。

投资2000多万元，占地15亩、建筑面积1.36万平方米的花饽饽文创产业基地近日在威海市文登区建成开放，除了花饽饽生产加工以外，还拓展了旅游功能，游客能亲自参与制作，亲身感受花饽饽的历史价值和文化价值。“花饽饽+旅游”不仅延长了产业链，而且也

为花饽饽聚集了人气，叫响了名头。只有与时俱进的跨界“潮改”，才能推动花饽饽造型多样化、新潮范儿，被更多年轻人喜爱，成为名副其实的“香饽饽”。更多的玩法，花饽饽的传承人们仍在思考。

亚洲本土大型管理咨询机构和君集团高级合伙人、中国品牌促进会理事贾晓轩，是“齐鲁粮油”公共品牌以及“胶东花饽饽”区域品牌战略规划负责人，对品牌建设做了大量调研及顶层设计工作。他表示，胶东花饽饽的产量和销量与其他区域品牌的产品相比并不大，但是文化属性和文化独特性极强，与山东省作为文化大省的气质相契合，具备“出圈”的条件。

酒香也怕巷子深，为了“出圈”，花饽饽还跟随“齐鲁粮油”行万里路，参加各大推广活动。2019年，第二届中国粮食交易大会在郑州开幕，省内65家企业参会并成功举办“齐鲁粮油”推介会，“喜我我”是其中一家。迟金艳说：“那是我第一次跟团出省推介，通过这个平台，把花饽饽博物馆和我们的产品展现在大家面前，取得了特别好的反响，从此以后场场参加。胶东花饽饽作为粮油产品里的小众产品，需要抱团发展，而‘齐鲁粮油’就为我们这样的中小企业搭建了走出去的桥梁。”

几年来，花饽饽从“养在深闺”到走南闯北，足迹遍布北上广、苏浙粤以及陕西、青海等中西部地区，拉近了与消费者的距离，提升了品牌影响力。

“随着近年来中国品牌的发展、消费者认知的发展，大众现在不光要吃好，还要吃得有格调、有趣、有意思。再加上这些年新国潮兴起，花饽饽赶上了一个很好的机会。”贾晓轩说。

贾晓轩认为，胶东花饽饽提升了整个“齐鲁粮油”的趣味性和文化属性，很容易引起大众共鸣，继而引起互动。当下，胶东花饽饽要把握住“新国潮”的机遇，放大它的文化属性，同大众、年轻人互动，引发“口口相传”的裂变效应。让非物质文化遗产“不显老”。“要先把老的‘壳’剥开，再找到它新的基因，与新的生活方式融合，从而找到更好的破圈机会。”

积极对接市场需求，更新产品供给，顺应时代节奏、创新营销方式，期待更多“齐鲁粮油”变身“香饽饽”。



第二届“齐鲁粮油”花样面点大赛现场的精美作品。



林荣涛接受央视《新闻直播间》采访截图。



花饽饽的颜色由果蔬汁调制而成。