

水酥饼的改进与创新

——让非物质文化遗产美食焕发生机并向海外推广

周校竹

(云南财经大学, 云南省昆明市, 650221; 3559987373@qq.com)

摘要: 本文就水酥饼的改良及创新进行了全方位深入研究, 细致研究了几个关键点, 它稽考了水酥饼的历史, 探析了其独特的风味成分和充裕的营养价值, 还给出了一系列可行的创新及发展战略, 在市场宣传营销方面, 依靠严密的市场调研, 精准抓住市场定位, 用心塑造富有吸引力的品牌形象, 并采用各种途径实施广泛传播, 进而有力提升水酥饼的市场竞争实力。公司依旧积极摸索水酥饼的国际化路径, 当中包括跟国际合作伙伴开展跨文化交流及合作等关键做法, 强调了水裂作为非物质文化遗产的重大意义, 且给出了合理的保护手段和系统的文化传承计划, 以保证这一传统瑰宝能够延续且发展下去。

关键词: 水酥饼; 改良创新; 非物质文化遗产保护; 文化传承; 海外传播

1 水酥饼的传统工艺与特点

1.1 水酥饼的历史

作为一项具有深远历史渊源的非遗美食, 水酥饼传统工艺与特点值得进一步研究, 查找水酥饼的历史, 会发觉其起源及发展跟中国传统饮食文化息息相关, 水酥饼的历史追溯源头到古代, 经过一辈辈匠人的不断传承和革新, 慢慢形成了别具一格的制作工艺与口味。

传统的制作工艺是水酥饼形成特色的关键, 这道工序一般是有选料、配料、和面、制皮、包馅、烘烤等, 说到选料这方面, 制作水酥饼, 基础为优质面粉、猪油及精选馅料, 配料需根据季节、地域以及口味进行细微调整, 以实现面皮与馅料的完美融合, 面团和面皮制作过程是工艺跟经验的结合, 目的是做出既薄又有韧性的面皮, 工匠们娴熟地把馅料包入饼皮内, 搞出饱满且不易弄破的形状, 水酥饼接受烘烤的加工, 外皮变得金黄又酥脆, 口感层次多样。

这些传统技艺跟特色的留存与承继, 不仅让水酥在饮食文化里成了宝贝, 还为后面的改良和创新打下了可靠根基。

1.2 水酥饼的风味与营养价值

作为属于非遗范畴的美食, 水酥饼的风味及营养价值需深入挖掘, 从风味的角度看, 水酥饼靠外皮酥脆、内馅松软这一特色出名, 这种独特的风味组合归因于其精湛的制作工艺, 经对风味成分分析可知, 水酥饼的风味主要源自原料里的天然香料以及烘焙时产生的独特风味物质, 它们一块儿造就了水酥饼别具一格的诱人风味。

就营养价值这方面而言, 水酥饼同样十分出色, 该原料富含着多种营养成分, 如蛋白质、碳水化合物、脂肪跟矿物质, 这些营养成分在烘焙期间保存得挺好, 尤其是里面所含的某些微量元素和抗氧化剂, 对人体健康有着积极意义, 适当吃点酥饼能满足口腹之欲, 还可为人体补充必需的营养。

为了进一步改善水酥饼的口味和营养成分价值, 不妨考量在原料选择和生产工艺方面实施改进与创新, 经由选择品质更佳的原材料并添加一些具保健功能的配料, 可以让水酥饼的口味多样化, 增进其营养价值水平,

我们还能试着改良生产工艺，采用现代食品加工手段，增强水饼的生产效率与产品的质量，这些举措将推动水酥这一非遗食品更好地“活起来，走出去”，前往更无垠的市场与消费群体。

按照世贸组织统计得出的数据，全球商品贸易已从2020年大流行病刚开始时的19万亿美元影响中渐渐恢复，到2023年差不多达到25万亿美元，由于地缘政治冲突以及通货膨胀等要素，增长率存在一定波动，传统制造业的贸易份额出现下滑，数字产品、新能源以及服务贸易已成为增长的主要驱动力。基于这样的背景，跨境水果贸易作为国际贸易的关键组成，近几载呈现平稳增长的势头，伴随全球消费者对健康饮食日益看重，对新鲜水果的需求急速上升，推动跨境水果贸易走向繁荣阶段，就贸易量而言，跨境水果贸易的总量以及增长率展现出良好态势，特别是与周边国家和地区贸易活动[1]，主要的贸易伙伴有东南亚、南美等水果生产强国，市场覆盖广且呈现多元分布。

从2018年起至2023年，全球跨境水果贸易年均的增长幅度为15.2%，贸易额从1450亿美元攀升至1870亿美元，虽说2020年第一季度因大流行病引起的物流中断现象，同比降低了15%，但受冷链技术进步以及区域贸易协定的推动，贸易自2021年起步入加速复苏阶段。贸易量年均的增长百分比为3.8%，体现出量价共同攀升的市场特性，2023一整年，东南亚水果出口额突破200亿美元，占据全球热带水果贸易份额的60%以上，中国跟越南之间的跨境水果贸易出现爆炸式增长，2023那一年，广西凭祥口岸水果的进出口量为325万吨之多，在中越水果贸易总量里占比达到60%[2]。值得一提的是，2024年起始的9个月，越南从中国进口水果价值超50亿元人民币，跟去年同一时间段相比增长24%，中国温带水果凭借价格上的优势，占据越南42%的市场份额，这些数据证实，中越水果贸易不只是规模大，而且拥有巨大的增长潜力，中国水果出口至东南亚面临当地竞争、物流存在瓶颈、政策形成壁垒、品牌较为弱势、汇率有波动、结算有风险等挑战，阻挡了跨境水果贸易的进一步发展。

2 水酥饼的改良与创新策略

2.1 原料的选择与优化

作为一种带有非遗标签的美食，水酥饼的革新与改良是传承及发展的关键部分，在原料筛选与优化方面，应采用多种办法来提高水酥饼的品质与口感。

选用优质原料并进行标准化处理是保障水酥饼质量的基础，凭借严格的筛选举措，筛选出质量上佳、达标的原材料，像质量佳的小麦粉、新鲜植物油这类，创建完备的原材料标准化体系，严格对原材料采购、储存、加工等环节进行把关，保障每一批原材料质量和稳定性达标。

新食材的引进与尝试给水酥饼的创新增添了新活力，以传统水酥饼为基础，踊跃探索新食材的搭配及运用，如采用营养丰富的坚果、干果等充当馅料，既丰富了水酥饼口感的层次，又促使其营养价值得以提升[2]，试着采用现代食品加工技术对新配料进行加工与优化，让其更顺畅地融入水酥饼的生产流程里。

依靠这些改进及创新策略的落实，顺利提高了水酥饼的品质与口感，更贴合了现代消费者的需求，这不仅对水酥饼这一非遗食品的传承、发展起到积极作用，也为其“活起来、走出去”给予了坚实支撑。

2.2 工艺的改良与创新

进行传统水酥饼生产期间，多数采用手工工艺，鉴于现代科学技术的不断进步，传统工艺的继承跟更新变得极为关键，倘若想实现水酥饼的优化跟创新，肯定要在保持传统工艺的根基上，引入现代的科技途径，进而提升生产效率以及产品质量。

传统工艺的传承是创新的根基，水酥饼别样的口感和风味是其独特制作工艺造就的，包含原材料的甄选、面团的制造、馅料的调制和烘焙方式，这些传统工艺要得到恰当的保护传承，以保障水酥饼的独特性不被破坏掉。

现代科技于烘焙过程中的应用为水酥饼创新给予了有力支撑，依靠引进自动化生产线，可实现水酥饼的批量式生产，以此提升生产的效率，压减人工费用[3]，还能利用像微波烘焙、真空包装这类先进的食品加工技术，进一步增进水酥饼的口感，提升保质期长度，同时利用在线检测技术查核食品安全工作[4]。

在实践中，同样存在一些成功的案例，诸如山西太谷饼生产企业：太谷饼是拥有几百年历史的传统点心，其传统的制作手段为手工操作、炭火烘焙，属于典型靠大量人工的产品，手工制作的效率欠佳，产量上扬缓慢，随着用人成本大幅上扬，太谷饼的生产成本大幅攀升，市场上高品质太谷饼一直都供不应求。企业引入了太谷饼全自动化生产线，含有隧道式太谷饼烘烤炉及其配套的功能单元，功能单元囊括太谷饼成型单元、第一翻饼机、太谷饼定型单元、第二翻饼机等相关设备，借助两台翻饼机把太谷饼成型、定型、蒸烤窑三种设备连接起来构成一条全自动生产线。极大提升了太谷饼的生产效率，把生产成本给降低了，该生产线把太谷饼成型与蒸烤工艺采用导热油加热，传送带连贯输送，靠全自动程序生产太谷饼，留存着传统食品色、香、味的典型风格，同时省下了大量用电，把用电成本和人工成本给降低了，促使太谷饼的综合生产成本大幅削减，这些创新实践不光增强了太谷饼的市场竞争力，也为它的传承与发展赋予了新的活力。

3 水酥饼的市场营销与品牌建设

3.1 市场调研与定位

在开展水酥饼改良创新活动的时候，市场营销跟品牌建设不可或缺，为了把这一非遗食品有效推向市场，必须进行深度的市场调研，达成精准的市场定位。

市场调研的核心是充分把握消费者的需求与偏好，凭借对目标消费群体的细致分析，可把握他们对水酥饼的接受程度、口味的喜好方向、购买动机等关键要素，同样要考察消费者对非遗食品的认知及态度，进而更恰当地调整产品策略和传播策略。

以完成的市场调研为基础，跟着制定市场细分及定位的策略，市场细分目的为把潜在消费者划成若干个具备相似需求与特征的子市场，以此助力企业更准确地瞄准目标市场[5]，依照水酥饼的特性，我们可从地域、年龄、消费能力等维度出发进行市场细分。

市场定位是在市场细分这个基础上开展的，对于水酥饼市场定位，可采用明确的产品定位方式，像“融合传统与现代的非遗美食”或“健康又好吃的小吃”，使水酥饼在竞争激烈的市场中脱颖而出成为焦点，结合具体的营销及推广途径，诸如水酥饼文化故事的传播扩散、线上线下互动活动体验等，进一步提高品牌影响力以及市场竞争力。

3.2 品牌塑造与传播

在水酥饼的改进与创新过程中，品牌塑造与传播策略尤为重要。鲜明的品牌形象和品牌故事，具有吸引力的品牌形象塑造力，可以显著提升水酥饼的市场竞争力，帮助水酥饼这种非遗食品“活起来，走出去”。为了实现这一目标，我们需要深入挖掘水酥饼的文化内涵，结合现代营销理念，打造独具特色、易于传播的品牌形象。

首先，要注重水酥饼的历史渊源、制作工艺和独特口味，突出其非遗价值。通过设计具有辨识度的品牌标识、包装和宣传品，使水酥饼在众多美食中脱颖而出。同时，打造品牌故事，讲述水酥饼的传承历史、制作工艺和创新发展，增强消费者与品牌之间的情感联系。

完善多元化营销渠道是实现品牌广泛传播的关键，要充分借助线上线下的资源，构建多层次营销网络，依靠社交媒体、短视频平台等渠道实施内容营销，展示水酥饼的制作环节、食用场景实例、消费者评语等，引来潜在消费者的留意，可开展像品鉴会、文化沙龙这类活动，邀请消费者体验水酥饼别样的魅力，进一步优化品牌形象[6]。

4 水酥饼的国际化发展路径

4.1 跨文化交流与适应

作为一种饱含深厚历史底蕴的非遗美食，水酥饼走向国际的发展路径值得钻研，在现今跨文化交流不断频繁的阶段，若想达到“活起来，走出去”的状况，首先要分析各个地方饮食文化的差别，这种分析不但牵扯到

口味倾向、食材选定,还囊括了饮食习俗、餐饮思想等诸多范畴,通过深度掌握目标市场的文化特性,可为水酥饼的国际化调整给予有力支撑。

就产品口味的国际化调整策略而言,应采用灵活各异的途径,可以留驻水酥饼的传统风味,迎合对异域文化有着强烈兴趣的消费个体;能结合当地的食材和口味偏爱,实施适度的创新改良,在欧美这一市场,可斟酌降低含糖量,添加健康成分,以贴合当地消费者对健康饮食的追求;在东南亚市场当中,可以去尝试结合当地特色的香料跟配料,打造具有当地地域风味的新型水酥饼[7]。

国际化发展时也需重视品牌建设与营销推广,经由参加国际食品展会、同当地知名企业携手、开展文化交流活动等手段,增加水酥饼的国际知晓度,进一步深挖其海外市场潜力,采用现代科技手段,诸如社交媒体做营销、电商平台搞推广等,也能切实触碰到更广泛的消费人群,加快水酥饼的国际化步伐。

4.2 国际合作与营销

就国际合作而言,水酥饼改良创新项目积极开拓多种合作模式,项目组凭借与国外科研机构、名厨以及饮食文化推广机构的紧密协作,持续汲取国际上先进食品科学技术与传统烹饪技艺的要义,在持守水酥饼独特风味的基础层面上,增进产品的国际品质水平,这种跨文化范畴的交流与合作,不但充实了水酥饼的文化底蕴,也为水酥饼拓展海外市场铺就了坚实基础。

就营销层面而言,项目团队采用了一系列战略做法,项目组凭借参加国际食品展会和文化交流活动,呈现水酥饼的独特风采,引发海外消费者的注目,采用现代社交媒体和网络营销阵地,开展线上宣传相关活动,提高水酥饼品牌的知名度及影响力,项目组依旧积极和海外经销商开展合作,构建稳定的销售通路,保障水酥饼平稳进入海外市场,实现连续售卖。

5 水酥饼的非遗保护与文化遗产

5.1 非遗保护的重要性及措施

水酥饼作为一类传统非遗食品,留存着浓厚的历史文化底蕴,其进行非遗保护的重要性显而易见[8],从文化价值的维度讲,水酥饼不单单是一种吃食,更是一种文化遗产与对外展示,它蕴含着各式各样的制作工艺、配料与口味表现,凸显了当地特色及民俗风采,做好水酥饼非遗项目的保护,对传承与维护地方文化意义重大。

就落实保护措施而言,可以从诸多层面做起,理应制定相关的政策法规,把水酥饼等非遗项目纳入保护清单,且给予资金补助和政策扶持,支持传承人开展传承事宜,不妨设立非遗保护专项基金,支持水酥饼等传统食品制作技艺的传承、宣传推广及产业化进程。

社会层面也应积极参与到非遗保护工作里,各类文化单位、媒体和民间团体可借助举办展览、展示、讲座等活动,让更多人知晓水酥饼这一非遗美食并有所认识,也能开展非遗走进学校、社区等相关活动,向年轻一代传授水酥饼制作手艺与文化底蕴,培育他们对传统文化的兴趣及热爱[9]。

从传承人自身这一层面,也应当承担起非遗保护的责任义务,传承人能积极参与政府及社会组织组织的非遗保护活动,把自身技艺与经验教予更多人,还可一直创新与改进制作工艺,以顺应现代消费者的口味偏好和市场变化,进而有助于水酥饼等非遗美食的可持续发展[10]。

5.2 文化遗产与教育培训

在尝试水酥饼改良创新探索的过程里,文化遗产跟教育培训的重要意义不可忽视,传统技艺传承及其有关机制是使水酥饼这一非遗美食“活起来、走出去”的关键环节,若想顺利传承水酥饼制作技艺,首先需明确且尊重它那独特的文化内涵和历史价值,然后开展教育培训项目的设计与推行,把这些有价值的知识与技艺传递给更多的群体。

从文化遗产这个方面讲,可以运用口传心授、师徒传承等多种途径,维持技艺的纯粹模样和延续势头,还能凭借数字档案、网络教学平台等现代科技手段,进一步拓展传承的渠道及范围,这些手段不仅对保护水酥饼制作技艺的多样性有好处,也为其创新发展夯实了坚实基础。

于教育和培训范畴，要去设计有针对性的有效安排，这涉及制定精准的教学目标，选定合适的教学内容跟手段，搭建合理的考核架构，利用实践操作与理论教学结合的途径，协助学员全面把握水芹饼制作技艺，造就学员的创新理念与市场适应能力，举办国际合作与交流类活动，邀请海内外专家实施授课指导，也是促进教育培训水平提升的有效途径。

6 结论

本文对水酥饼进行了全面深入的探讨。从历史的角度，回顾了水酥饼的历史，分析了水酥饼的风味特点和营养价值。在继承传统的基础上，注重创新，提出了原料选择与优化、技术改进等策略。为增强市场竞争力，在营销推广层面，借助市场调研明确定位，致力于品牌的塑造和传播。同时，还积极探索水裂国际化发展道路，倡导跨文化交流与国际合作。尤为重要的是，鉴于水酥饼作为非物质文化遗产的重要地位，强调了对对其进行保护的必要性，并制定了相应的保护措施和文化遗产计划。总之，本文全面论述了水酥饼的各个方面，旨在促进其更好地发展和传承。

基金项目

云南财经大学 2025 年度大学生 SRTP 项目 “科技助农让非遗美食活起来走出头一水云酥”

参考文献

- [1] 黄永林. 非遗传承主体与保护主体的责任与协同[J]. 民俗研究, 2024(6): 12-19+153.
- [2] 赵金波, 李春英, 赵百慧. 夏威夷坚果营养功能的文献综述[J]. 中国食品工业, 2023(24): 69-73.
- [3] Yang Bo. 自动化技术在食品工业生产过程中的应用[J]. 中国食品工业, 2024(9): 125-127.
- [4] Guo Qian. 机械自动化技术在食品安全生产中的应用探讨[J]. 中国食品工业, 2024(2): 65-67.
- [5] Zhang Wei. 非遗元素融入文化创意产品设计的路径研究[J]. 包装工程, 2024, 45(16): 346-349.
- [6] Wan Na. 数字化赋能聊城非遗美食品牌整合营销路径研究[J]. 中国食品, 2024(18): 151-153.
- [7] 孙震. 习近平文化思想视角下文明交流互鉴的理论依据、功能点及深化路径[J]. 中共云南省委党校学报, 2024, 25(5): 11-21.
- [8] 杜倩雯. 新时期非遗文化创造性转化与创新性发展研究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2024(10): 136-139.
- [9] Luo Xiaoqing, Li Xiaoyuan. 文化教育视角下高校非物质文化遗产融入思政教育的价值与路径[J]. 通化师范学院学报, 2024, 45(11): 120-126.
- [10] Yang Shuqiong, Liu Guijia, Xia Xianzhi. 深度合作，多方共赢：构建政、校、行、企一体化的吉安采茶戏非遗传承人培养模式[J]. 福建茶叶, 2024, 46(11): 175-177.