

山东大馒头『高光』时刻频现

背后是产业化和品牌化支撑的底气

记者 王颖颖

山东馒头为什么这么大？

“以前去山东同学家里玩，对山东的大馒头印象深刻。好大一个！吃的时候像吐司一样切成片，纹理看起来很紧实，吃着也很劲道，还有淡淡的自然的甜味，感觉山东大馒头就像山东人一样实在。”陈蕾老家在江苏，多年前在山东求学，聊起对山东的印象，大馒头令她念念不忘。

去年，演员黄渤曾发微博称“馒头枕头，傻傻分不清”，引发网友纷纷晒出同款比头还大的馒头。

山东大馒头能有多大？

2013年，威海市级非遗胶东花饽饽习俗传承人林荣涛曾耗时一个月，用200多斤面做成了三米多长的《李龙王》，龙身飞旋，四个龙爪上各呈一个大寿桃，“当时是8个壮汉抬上山的，一亮相就轰动全场。”

2020年，在第103届全国糖酒商品交易会上，重达200斤的巨型胶东花饽饽《五谷丰登》吸引众多参会者驻足围观。

那么，山东大馒头为什么这么大？

中国食文化研究会专家委员会委员吴澎介绍，这和大馒头的美好寓意有关。山东一般在年节做大馒头，主要是取其团团圆圆、大发大有之意，同时赋予了喜馍馍、福馍馍等寓意，更多作为年节礼品。

除了大，山东大馒头还花样多。

从2019年1月份“齐鲁粮油”在北京开展的首场中国行推介会，到今年8月份的“齐鲁粮油”中国行呼和浩特推介会，十余场推介会上都有花饽饽的身



近日，山东大馒头又双叒叕火了。在“齐鲁山海行”山东好物专场活动中，由带货主播与胶东花饽饽非遗传承人合作的花饽饽鱼受到直播间粉丝喜爱，相关产品一上架就被抢购一空。

近年来，山东大馒头、胶东花饽饽已成“热搜”常客，因为它的大，因为它的花样多，更因为它饱含的家乡味……全媒体时代，当传承300余年的文化底蕴与产业化、品牌化相碰撞，乘着“齐鲁粮油”公共品牌打造的“东风”，山东大馒头想不火都难。



第二届“齐鲁粮油”花样面点大赛上的精美作品。



“齐鲁粮油”中国行太原推介会上的花饽饽。

影。不仅有“福寿有余”“寿比南山”“龙腾盛世”等传统主题的魅力展现，还有卡通人物、可爱动物、奥运吉祥物等与时俱进、紧跟潮流的创意造型，花饽饽一直是参会人员关注的焦点。

匠心妙手+天然优势造就花样馒头

今年8月份，在某短视频平台，一位网友上传了自制的牡丹花馒头，着实惊艳，引来近70万网友强势围观点赞。该视频被不少官微转发，全网播放量超600万次。网友纷纷感慨：“山东的馒头也太卷了。”这里的山东馒头即花饽饽。

其实在山东，许多网友表示，自己的奶奶和妈妈都拥有这一项从不声张的神技能。“虽然没有热门视频里这么惊艳，但是逢年过节，面鱼、寿桃、开花馒头等都少不了，从小吃着长大的，”家在胶东的李女士说。作为一位妈妈，李女士也会在节日给自己的子做花饽饽，增加“仪式感”，同时也是对花饽饽这一传统技艺的传承。

在莱西，胶东花饽饽文化博物馆将花饽饽文化的传承做到了极致。馆内陈列着数百件精品面塑、花饽饽相关器具及历史文化介绍的展板。青岛喜我我食品有限公司总经理迟金艳是这个博物馆创始人，她希望通过这种面向社会展览的方式，把胶东“花饽饽”的故事传播出去。近年来，她也经常跟随“齐鲁粮油”的脚步走出山东，向天南海北的人推介花饽饽。

精益求精、勇于创新是花饽饽匠人的精神。他们用执着和分享的匠心呵护着花饽饽这一技艺的传承。

吴军响是青岛盛客隆食品有限公司的技术总监。六七年前，出于对花饽饽的喜爱，他开始学习这门技艺。“从揉面开始，先把基本功练扎实，再就是练

手法、技巧。面饹多久、蒸多久也是有讲究的，否则蒸出来的馒头不好看。可以说‘三分看七分练’‘三分做七分蒸’。”专心学习了一个多月，克服了揉面的枯燥和反复练习的辛苦，吴军响终于可以开始独立制作花饽饽。随着经验的积累，他现在也能根据大众的喜好、潮流趋势去创作一些更新潮的产品。

胶东花饽饽已经有300多年历史，饱含着人们对美好生活的祝福，多出现在结婚、生子、祝寿等各种庆典的餐桌上，造型寓意丰富，2009年被列为山东省级非物质文化遗产。它代表了齐鲁地方风情，舌尖上的乡愁。一代代传承下来的技艺加上天然传统的口味，在“齐鲁粮油”品牌建设的助推下，山东大馒头、胶东花饽饽正被更多人知道和了解。

胶东花饽饽能作为一门技艺得以长久传承，并引发天南海北山东人的共情，技巧花样为外，内在的独特味道才是根本。位于黄河下游的山东有着得天独厚的自然条件，大部分区域处于北纬35度到北纬38度之间的“黄金优麦区”，独特的地理环境和气候条件，成就了山东粮食独有的品质。

产业化、品牌化给足走红底气

做花饽饽早已不是一项生活技能，就像吴军响说的，“那时候只是感兴趣，没想到现在可以成为一个很好的职业。”在山东青岛、威海等地区，花饽饽已完成从科研生产到大型工厂再到博物馆的全产业链，并通过电商、直播等渠道宣传销售。

今年年初，市级区域品牌“胶东花饽饽”的两位明星传承人还登上央视，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。

此外，在2019年和2020年，山东省粮食和物资储备局主办了“齐鲁粮油”花样面点大赛，吸引了全国各地的面点高手同台竞技，精巧的制作技艺和栩栩如生的展品吸引了人们的驻足围观，胶东花饽饽在比赛中大放异彩。目前，第三届“齐鲁粮油”花样面点大赛也在筹备中，报名作品中各种与时俱进的花样主题，让大赛更具期待。

花饽饽的名声日益响亮，产业日趋成熟，得益于“齐鲁粮油”公共品牌的持续打造。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。“胶东花饽饽”作为区域粮油品牌之一，近年来跟随着“齐鲁粮油”中国行的脚步走南闯北，提升了知名度的同时销路也不断扩大。

2021年，借“齐鲁粮油”公共品牌打造之势，山东花饽饽团体标准发布，除规定了山东花饽饽的术语等基本要求外，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，且对规范生产工艺、保障产品质量以及食品安全，促进企业提升工艺水平和产品创新具有积极作用。

以威海为例，经过近年来的品牌打造、宣传和推广，“胶东花饽饽”已成功获得国家注册商标，生产企业已发展到100余家，产品扩展到10大系列200多个品种，花饽饽礼仪、观赏和食用价值越来越得到推广和加强。随着文登花饽饽产业园、花饽饽文创基地等项目的建设，以及花饽饽标准化、规模化生产，花饽饽正成为胶东地区富民产业、乡村振兴和传统饮食文化传承的“金饽饽”。