作为内陆山区县，平江把休闲食品做成超500亿元产业，产品销往160多个国家和地区，带动20多万人就业——

“土特产”不土 “小零食”不小

湖南日报全媒体记者 李勇 王胜红 姜鸿丽 徐典波 见习记者 刘澳京 大湘菜报记者 何婷

不沿边、不靠海，地处湘鄂赣交界的平江，凭什么把酱干、火焙鱼这类乡土小吃，做成突破500亿元的休闲食品产业，产品销往160多个国家和地区，带动20多万人就业？

汨罗江，这条自东向西流淌的“逆行”之河，沉淀了屈原的精神印记，也滋养出平江人敢闯敢试、务实肯干的性格底色。传承百年的酱干手艺，在一代代手艺人手里迭代新生，从乡间集市的土特产，成长为风靡全国的国民零食。全国每卖出3包辣条，就有1包产自平江；全国九成辣条企业老板，是平江人。

平江县委书记黎朝晖介绍，2025年，平江县GDP达540.56亿元，稳居湖南省县域经济前十方阵。作为县域支柱，休闲食品产业逆势上扬，现有规模以上食品工业企业167家，去年总产值突破500亿元，食品工业税收达4.1亿元，占全县工业税收40%。从深山小作坊到全球货架，平江走出一条把“小零食”做成“大产业”的特色路径。



11月19日，平江县麻辣王子2厂。

1. 一块酱干探路，老手艺转型闯出新赛道

平江休闲食品产业的根，扎在平江酱干里。

清咸丰年间，长寿镇何维丰创制的“多珍五香酱干”，酱香浓郁，一度成为宫廷贡品。

改革开放之后，大批平江人外出走乡串户，靠做豆腐、制酱干谋生，这套卤制调味的手艺，为后来辣条诞生埋下伏笔。

上世纪八九十年代，三市镇农民钟庆元、邱平江、李猛能，借鉴酱干调味思路，以面粉为原料反复调试设备、改良工艺，研制出初代辣条。1998年长江流域特大洪水，大豆价格暴涨，酱干原料成本高企，却给辣条提供了生长的空间，走南闯北的平江人纷纷转做辣条。

2001年，做茶叶生意的张玉东，看到辣条生意红火，转型生产辣条，创办湖南麻辣王子食品有限公司。

风口之下，行业快速扩容，乱象也随之而来：产能扎堆、低价内卷、品质参差不齐。2013年，张玉东大胆抉择，砍掉年营收3亿元的多条产品线，聚焦“如意棒”单品，主打正宗麻辣味。投资3000万元，建设辣条行业首个10万级的GMP洁净车间，用制药标准生产辣条，坚持选用天然面粉、非转基因菜籽油，以减油、减糖、减盐、减添加剂的新标准，引领行业革新，推动辣条向健康化转型。

这一转型，恰好契合2019年国家将辣条纳入调味面制品统一监管、禁止添加防腐剂的新规，市场认可度持续走高。2025年，麻辣王子销售额突破18亿元，以51.2%的市场份额稳居全国麻辣辣条销量首位。

产业的阵痛同样刻骨铭心。2019年“3·15”晚会曝光辣条企业卫生隐患，整个行业遭遇信任危机。

是放任无序生长，还是刮骨疗毒？平江选择后者。“必须突围，打好产业转型升级的攻坚战。”平江县休闲食品产业联合会秘书长童湘平介绍，平江县委、县政府果敢整治，关停39家达不到洁净车间标准的企业，强力推进产业标准化建设。

2020年，平江县出台《关于支持休闲食品产业发展的实施意见》。一年后，明确“一主一特”产业布局，以休闲食品为主导、文体旅游为特色，产业发展驶入快车道。

以酱干技艺为原点，平江不断复制、延伸产业矩阵。

在外闯荡的周劲松返乡创业，将本土火焙鱼与麻辣酱卤融合，打造“劲仔”品牌，靠“1元小鱼干”做成“鱼类零食第一股”。深海鳀鱼单品年营收超16亿元，连续8年稳居品类第一；鹌鹑蛋用3年从零做到3亿元，跻身第二大单品；旗下“周鲜鲜”酱干重新入场，承袭百年非遗技艺。

以这口麻辣为代表的平江休闲食品风靡全国，平江县一举成为“中国辣味休闲食品之都”。

目前，平江县拥有获证食品企业777家，规上企业167家，形成调味面制品、豆制品、水产制品、肉制品、蔬菜制品、炒货等20余个品类的完整体系，产品远销160多个国家和地区。

平江县商务局曾摸过底，平江人在外经营的食品企业超600家，分布在河南、安徽、广西等10多个省份；算上东南亚、非洲，平江籍乡贤在外创办的食品企业超过千家，域外产业年产值突破千亿元。这张庞大的商业网，成了技术回流、订单回流、信息回流、产业回流的大动脉。

2. 院士打头阵，以硬核科技撬动情绪消费市场

休闲零食赛道紧贴年轻人的情绪消费，“口红效应”之下，不少品牌靠短期营销出圈，但热度来得快去得也快。平江的零食凭什么持续抓住市场？答案不只是营销玩法，更是科技、智造与全链配套构筑的硬核底气。

不少龙头企业精准捕捉年轻消费趋势，打造沉浸式消费场景：麻辣王子在长沙开设线下体验店，8平方米的迷你车间直观展示辣条生产，设置麻度辣度体验、互动挑战；劲仔打造“鱼人节”品牌日，借“摸鱼”话题贴近打工人，用社交化玩法激活流量。

“好的产品，自己是会走路、会说话的。”湖南省原本记忆食品有限公司董事长陈大庆说。

为改善平江豆干偏硬的口感，厂长许珍明带领团队，与中国农业科学院合作，对传统制作工艺展开研究。从全国约2000个大豆品种里层层筛选，完成200多组对照试验，反复校准温度、配比，优化工艺，让老手艺有了更精确的刻度。“为了实现低糖、低嘌呤，我们采用酸浆点浆工艺，让酱干口感更好，更健康。”陈大庆说。

更深层的底气，是院士引领科产深度融合。

岳阳市政府聘请孙宝国、单杨、金征宇3位院士，担任现代农业及绿色食品加工产业科技顾问，推动科技创新与产业创新的深度融合。

去年，洞庭实验室辣味食品研发中心和调味面制品研发中心双双落户平江。单杨等15位院士专家担任技术顾问，平江县安排100万元研发支持资金，围绕辣条抗氧化、货架期风味稳定性、香辛料萃取和灭菌、营养价值提升等组织攻关，研究成果面向行业推广。目前，平江高新区建成各类创新平台49个，劲仔“风味小鱼加工技术”获得省科技进步奖。2025年，该县全社会研发投入21.51亿元，同比增长31.2%。

更自信的底气，是智能制造带来的标准化支撑。

走进劲仔平江智能制造生产基地，洁净车间里自动化产线全速运转，日消耗盐干鱼原料约100吨，生产1100万包产品。

劲仔食品集团股份有限公司生产总监刘基凡告诉记者，在这条产线上，3至7厘米的深海鳀鱼，实现全自动化去头去尾去内脏工艺，配合充氮锁鲜技术保留鱼肉鲜甜。

“传统敞口卤锅做小鱼，卤汁不易渗透；压力太高，又可能把鱼煮烂。反复试验后，企业采用微压卤制，减少营养流失，让小鱼更入味，同时保留嚼劲。”刘基凡说。

更从容的底气，是全链协同带来的产业合力。

在麻辣王子智慧工厂，平江县弘宇机械制造有限公司的设备已进入送料、膨化、成型、切割、输送等生产环节。二维码追溯系统将原料、设备、工艺和责任人员的信息串联起来。

“三层智能切料机通过智能调速和编码器闭环控制，实现毫米级精准切割，既减少断条，保持柔韧，又提高速度。”弘宇机械董事长李弄章介绍，企业已提供整厂生产解决方案，形成12个系列、77款产品，卖到30多个国家和地区。

平江县同阜包装有限公司车间里，印刷机昼夜不停。这家成立于2016年的企业，去年产值4000多万元，70名员工中六成是本地人。隔壁企业劲仔的外包装盒，七成出自这里。

“以前，平江食品企业的包装高度依赖外部供应。现在，头天晚上下单、次日一早即可交货，既便捷高效，又降低物流成本。”该企业董事长吴军龙说。





3. 一链连两端，工厂订单精准反哺田间地头

产业做大之后，如何避免“工厂建在平江、原料取自外地”，让产业红利留在乡土？平江做强“农头工尾”，用龙头订单把车间需求传导到田间地头，联农带农。

初冬早上，湖南咚咚现代农业发展有限公司鹌鹑舍内，鹌鹑啄食声四起。自动集蛋线上，鹌鹑蛋顺着传送带滚进收集盘里。该公司总经理胡真从盘边拈起一颗，对着窗口的光观察：“这样的蛋，才进得了劲仔的生产线。”

农头工尾。鹌鹑蛋的一头，连着劲仔休闲食品。

这家落地三阳乡美源村的企业，占地170亩，规划存栏400万羽，年产蛋量约9000吨，产值超1.2亿。作为劲仔食品的一级原材料供应商和关联合作企业，主要做劲仔食品的保价订单。

不远处联华村的村集体鹌鹑养殖基地，日产鹌鹑蛋3.8吨，带动近40名村民就业。在家门口打工的钟方勤说：“从前自家零星散养、赶集叫卖，如今在基地上班按月领薪，收入稳当多了。”

聚焦“农头工尾”，平江采用“企业+合作社+农户”模式，联农带农，建成120个标准化原料基地。每年订单联系土地超3万亩，推动千万羽级鹌鹑养殖本地化，采购本土原料超3亿元，累计带动1.8万户农民增收约30亿元。麻辣王子、原本记忆等龙头企业，也与基地探索“保底收购+溢价分红”。

平江休闲食品矩阵扎根乡土，目光投向世界。

去年，劲仔食品以素肉、鹌鹑蛋产品推向泰国1万多家门店。今年进入英国、法国、德国和荷兰市场。

麻辣王子登上米兰时装周，设计师那乙麟发布的祺飛 QIFEI 2027春夏系列《人间烟火》中，6套以麻辣王子辣条为创作灵感的礼服亮相，为麻辣王子拓展海外市场，打下深厚的基础。

平江县新翔宇食品有限公司主打高品质素食零食，布局孟加拉国、泰国、俄罗斯和印度尼西亚4个海外生产基地。去年，海内外销售总额超7亿元，海外市场年产值达2亿元。

“不只卖产品，平江更深层次的突围，是参与调味面制品国家标准、国际标准的研究编制。”平江县委副书记、县长阳建介绍。

一个内陆山区县，靠着一袋袋零食，串联起20多万从业者的生计、上百个原料基地的收成，把乡土风味送上160多个国家和地区的货架，在县域经济赛道上，走出一条有味道、有韧性、可持续的突围之路。





▶11月19日，平江县同阜包装有限公司，工作人员在进行生产作业。

◀11月19日，平江县伍市镇，劲仔食品集团股份有限公司。

把“小零食”做成“大产业”

——以休闲食品产业撬动县域经济高质量发展的实践与思考

平江县委副书记、县长 阳建

一根辣条能走多远？平江的答案是：从汨罗江畔出发，香飘世界，成长为年产值超500亿元、带动就业超20万人的产业集群。平江是典型内陆山区县，没有沿海区位优势，靠的是深耕休闲食品产业，一寸一寸把产业生态做厚、把价值链条拉长，把“小零食”做成“大产业”，把麻辣鲜香熬成了富民强县的底气。

产业想突围，首先要把链条扎根泥土里。平江有777家获证食品企业、167家规上企业，品类覆盖调味面制品、豆制品、鱼仔、肉制品等22个许可类别，靠的不是单打独斗，而是从原料基地到食品生产、包装印刷、冷链物流的全链条咬合。我们深入实施“平商回归”工程，聘请8名招商大使，招引在外龙头企业回乡办厂和上下游配套企业，支持劲仔、麻辣王子等本土龙头企业扩产提质，建强大豆、辣椒、魔芋、鹌鹑等原料基地，让一包零食背后长出一条完整的产业链。

竞争的优势，最终取决于创新的高度。它靠的是制药级洁净车间和全流程智能产线，麻辣王子建成的全国首个辣条智能工厂，3万平方米厂房内机器人无声穿梭。在龙头示范带动下，旺辉等20多家企业全面推进数字化转型，洁净车间、自动化产线、全程追溯逐步成为行业标配。积极推动洞庭实验室辣味食品研发中心落地，把院士团队的实验室建到产业链上，主动参与调味面制品国家标准制定，让“平江味道”从“靠经验”走向“靠标准”，变成健康的国民零食。

产品要增值，不能只是在车间里循环。平江既有“平江起义”的红色底蕴，也有“中国辣条之乡”的产业名片，智能车间、辣条专业班、旅游工厂已经串起一条可看、可学、可尝的工旅线路。连续两年前往成都举办中国（平江）辣味休闲食品商贸展，召开辣味休闲食品合作交流会，高铁“辣味专列”把近千款产品带进全国视野；海外采购商意向订单纷至沓来，正在把“平江辣味”推向世界。让游客走进车间看生产，让采购商顺着链条谈合作，流量才能真正沉淀为增量。

面向未来，平江将继续拼产业链的厚度、智造产线的速度、富民增收的温度，把每一根辣条、每一包鱼仔、每一片酱干都做成有标准、有技术、有口碑的好产品，让平江零食走向世界，让“千亿产业集群”越做越大，越做越强。

◀11月19日，俯瞰平江高新技术产业园区。

本版照片均为湖南日报全媒体记者 傅聪 摄