



一代宗**酱**——六必居

文/王玺

中国是历史上最早掌握发酵技术的国家，在中国历史上酱类食品是发酵食品的一大品类。其中，“以豆合面而为之”的原料制作加工的“中国酱”，在人类发酵食品史上更是独树一帜、极具魅力——不仅根植于中华民族的饮食文化，而且对亚洲许多国家和民族产生了深远影响，经历千年演进，形成了渊源久远、深厚的“中国酱”。

明清时期，酱腌菜已经十分热销，并一度成为皇家御用佐餐佳品。酱腌菜作为佐餐食品，也逐渐形成了酱园业的几大流派，即老酱园、京酱园、南酱园。其中，六必居代表的老酱园以经营酱渍菜、腌渍菜及各种酱类产品闻名遐迩。六必居始于明朝正统元年（公元1436年），“六必”是指“黍稻必齐，曲

蘖必实，湛之必洁，陶瓷必良，火候必得，水泉必香”。六必居继承了酱腌菜的古方工艺精髓，味道偏咸，酱香馥郁，其产品易于久藏远运。“六必”是店名，也是经营信条，正是坚持了“六必”精神，六必居历经朝代更迭、战乱变故，成为一代宗“酱”，始终与中国酱腌菜行业栉风沐雨、共同发展成长。

新中国成立后的20多年，我国酱腌菜生产水平还比较落后，机械化水平低，生产基本还是作坊式的手工方式。1975年后，商业部对酱腌菜行业的生产管理加强领导，使全国酱腌菜行业在各个方面发生了明显变化。尤其是改革开放以后，“多酶制酱”“速制酱菜”“太阳能玻璃晒酱”等新工艺得到应用，机械化水平也有很大提高，基本摆脱了

露天生产、手工操作的局面。及至今日，陶瓷大缸大都改为适合机械化加工的环氧树脂和不锈钢材质的容器，多类型洗菜机、多功能切菜机、脱盐脱水机及瓶装、袋装产品消毒、冷却自动化机械装置层出不穷，产品品质、食品安全更有保障，工人的劳动条件大大改善，酱腌菜生产效率也大幅提高。

聚焦当代酱腌菜行业，虽然我国人均消费量远低于美国和日本，但是伴随消费升级趋势，中国家庭居民的人均消费量也在逐步提升，人们对于主食和菜肴种类的创新，主要依托于调味品的选择和使用。中国调味品协会统计数据显示，2020年我国调味品的总产量已经突破了1000万吨，其中腌菜总产量突破了300万吨，成为了食品行业新的经济增长点，市场发展潜力巨大。

酱腌菜在我国由来已久。“一黄二水半斤盐”“一黄二水二五盐”……这些配方口诀，妇孺皆知。作为中华老字号的六必居，这些制作配方早已是业内公开的秘密。传承585年的六必居，依靠的并不仅仅是配方。

在现代市场经济大潮中，六必居作为中国酱文化的传承者，始终坚持“精益求精的品质，诚信经营的理念”，发挥金字招牌的品牌效应。其制作的独头黑蒜口感软糯，营养丰富，精选于品质优良的云南原料，从食材的选择到加工制作、包装销售上严格遵守操作规程，始终秉承“真工实料”、决不“将就”的宗旨，以质取胜。

时代在进步，消费者的口味在提高，尤其是对于食品多样化的需求不断增长。北京六必居食品有限公司营销总监俞江富表示，六必居结合企业实际，加大科技投入和新产品研发力度，成立了技术研发中心。近年来，先后开发上市了烧烤酱、黑芝麻酱、黑蒜、黑蒜醋等新产品，通过不断分析年轻群体的消费特点，研制出食用方便的瓶装素炸酱、老北京炸酱、海鲜酱、香辣牛肉酱、蒜蓉辣酱、香菇牛肉酱等花色酱，用以满足新生代消费者多样化的口味需求。

2019年，六必居投资近5000万元，在前门大栅栏老店旧址建设的“六必居博物馆”惊艳亮相。博物馆以深厚的历史底蕴，生生不息的“六必”古训，栩栩如生的人物典故，大量翔实的史料物件，吸引了八方来客和四海宾朋。博物馆还设立了“国家级非物质文化遗产项目——六必居酱菜制作技艺传承人工作室”，由传承人带徒现场演示制作技艺，并由专业解说人员向游客介绍六必居传统产品的特点，消费者在购物的同时，能够更好地感受中华老字号的历史文化。

同时，六必居将传统营销渠道与“互联网+”领域相结合，建立了线上线下全渠道营销网络，产品销售遍及全国各地，出口至美国、加拿大等国家和地区。在北京前门、西单、北京站、北京南站、天津南市食品街等核心商业圈建立了品牌连锁直营店，并在天猫、京东等主流电商平台建立了品牌旗舰店，开发出多种文创产品，吸引年轻消费者的注意，引领新国潮。

随着我国对外贸易不断发展，很多酱腌菜企业实现了从出口半成品（腌渍品）到出口酱腌菜成品的转变。一代宗“酱”六必居正处于转型升级、加速跨越发展的重要阶段，未来仍需秉承“精益求精的品质，诚信经营的理念”，走传承加创新的道路，推动中国酱走出国门，走向世界。■

