

永康糖洋糕靠微信朋友圈火了

破解保鲜技术瓶颈 支撑传统小吃做大产业叫响全国

糖洋糕火了！原先农历七月十五才有的糖洋糕红遍了整个夏天。在朋友圈上，到处记录了儿时的味道，遍地留言糕还有吗？这股风还刮到了宾馆、餐厅、水果店，甚至有山庄还推出了糕富帅 蓝莓味糖洋糕。于是，有人问了，红透朋友圈的永康糖洋糕能走得更远些吗？

记者 田妙联



消费者正在抢购糖洋糕

制作流程



1. 红糖米浆倒入蒸屉。



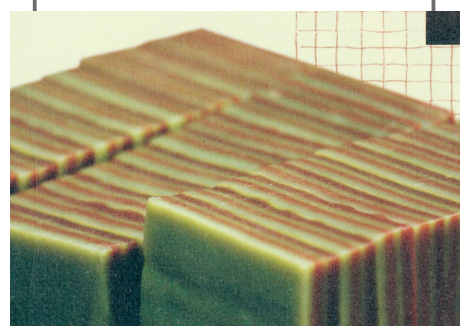
2. 丝瓜米浆倒入蒸屉。



3. 蒸熟后散热。



4. 凉透后切块。



5. 糖洋糕成品。

A 现象 火爆朋友圈 单店日销上千斤

胡芳最近心情很好。

56岁的胡芳是古山镇前杭村有名的糖洋糕师傅。她做的糖洋糕又嫩又滑，吸引了10多个微商帮她售卖，一篮1公斤多，定价45元，收入相当可观。

今年生意特好，一天能卖500公斤，销量同比增了一倍。胡芳说，要是早些年触网，兴许就赚爽了。

胡芳体型偏胖，被微商亲切称为老胖，从小跟着母亲学做糖洋糕，此前一直在华丰菜场摆摊。自去年放到微信上卖后，她就不再设摊了，还给自己的糖洋糕取了个易

识别的标志 老胖糖洋糕。糖洋糕一触网，订单便纷至沓来。今年更甚，她只管做，微商会帮她代销，每天老屋都炊烟袅袅，屋外取货的车辆来了一拨又一拨，窗口上还经常趴着几个偷师学艺的人。

摆了六七年的摊，糖洋糕生意从未这样红火。我只将糖洋糕制作流程图片发到微信朋友圈，就吸引了芝英、古山、东阳、金华等四面八方的人前来抢购，有的甚至还将糖洋糕带到了美国。胡芳说。

见糖洋糕火爆朋友圈，开水果店的章晓琳也加入行列，进货摆上

柜台，并尝到了天天被秒杀的甜头。微商应莉虽是新手，但日销50公斤也不成问题。大家都在贩卖儿时的味道，这也是糖洋糕走俏市场的原因之一。应莉至今仍记得小时候，村口一来卖糕的车子，外婆就一手高举一碗大米，一手拉着她，挤进人群，兑换糖洋糕。

如今，糖洋糕再次走街串巷，水果店、茶庄、宾馆、餐厅都在出售，飞月山庄甚至推出了蓝莓糖洋糕。胡芳不免感叹：六七年前，只有三四家做糖洋糕的，现在遍地开花，永康民间小吃怕是火了。

B 探索 借助顺丰生鲜配送走出浙江

糖洋糕不仅深受永康人喜欢，也遭到了外地人追捧。从微信朋友圈中下单的，有不少是杭州等外地人。应莉发现，糖洋糕在饮食习惯相近的浙江人群中很有市场。

但，糖洋糕很难保鲜，放上两天就坏了，该如何包装来保质，并成功运送到外地呢？为将销售圈辐射得更广，应莉颇费了一番功夫，她将晚上制作的糖洋糕装入泡沫箱，加上冰块，并选择最晚到

杭州等目的地的班车，运送到各地代理手中。我暂时最远寄送到宁波，目前，外地客户日均销量达七八十盒，占总销量的30%。应莉说。

事实上，如果能解决保鲜、运输问题，糖洋糕市场可做得更大。

我曾试过真空包装，但行不通，2天后，糖洋糕就变质了。而且真空后，一块块糖洋糕粘在一起，影响美观。胡芳去年就试图打开省外

市场，终因保鲜期过短而放弃。

那么，糖洋糕能否走出省外，走向全国呢？浙江伟丰肉食品有限公司或许能给出答案。去年以来，该公司频频触网，先后在天猫、19楼论坛、农商行丰收馆等开出旗舰店，将两头乌猪肉卖到全国各地。我们采用顺丰的生鲜物流，全程冷链配送，保证24小时新鲜送到家。该公司总经理杨莉说，糖洋糕或许也可尝试走这条路。

C 出路 向产业化标准化品牌化发展

但是，高额的运输成本也是一个难题。顺丰生鲜配送1公斤为18元，较普通快递费贵了1倍。因此，更多微商则在讨论，永康糖洋糕能否与其他特色传统民间小吃统一包装成永康名小吃，组团走出去。

事实上，我市有肉麦饼、小麦饼、角干麦饼等小吃，但除了肉麦饼已销往外地外，其他的小吃基本都留在本地，有的甚至已被人遗忘。

仅靠单家店销得好还不够，糖洋糕销售不能只是谋生手段，而是作为一项事业来做。应莉认为，传统民间小吃市场可以做得很大。

持相同看法的人还很多。前不久，我市五位女摄影爱好者花了两三年时间，拍摄千余张图片，找到了108种永康小吃和食材，编了本《永

康味道》。作者楼美如说，糖洋糕是永康人特有的七月半小吃，素有七月半、豆芥、糖洋、发糕、饅之说的这一习俗在民间已流传近千年。

随着社会的发展，传统小吃正在渐行渐远。楼美如说，她们出书就是为了抛砖引玉，唤起更多人关心、挖掘、传承、弘扬永康味道。

对于传统小吃的出路，记者也随机向市民做了调查，不少人认为，我市不少传统小吃还主要出自家庭作坊，卫生环境还存在较大问题。大家期待传统小吃能在卫生、服务等环节上下功夫，增加文化内涵。

传统小吃确实要向标准化发展，如糖洋糕的米用哪的，红糖用啥牌子、多少层等，都可以标准化，形成品牌。当然，传统小吃在包装时，

还要注意保持传统的原汁原味。市餐饮行业协会会长吕谊说。

业内人士也认为，要让永康特色小吃走出去，需要政府部门的扶持。这点可借鉴缙云烧饼或沙县小吃推广方法，通过统一店名，改变散兵游勇式的面貌，通过产业化、标准化、品牌化发展，形成标准和规模，做出品牌，不断壮大。

微商左耳朵叫甚至迸发了更现代化的构想：结合网店与实体店，开启永康名小吃的O2O模式，消费者通过下载一个APP客户端，就可以用手机搜索到最近的永康名小吃店地址，在网上买糕、下单，再到实体店取货。

小糖洋糕能否撬动大产业，令人期待。