



进入腊月,处处弥漫着迎春的气息,而家乡的年味儿,恰是从忙碌的准备年货开始的。当一份份承载着乡土匠心的“津”味佳肴摆上餐桌,便是万家灯火的团圆时刻。眼下,天津乡村的“年货经济”正在升温。随着返乡人的行囊渐鼓、市民采购的步履匆匆,一批批“津”牌特色农产品,正从田畴阡陌、现代化车间、非遗工坊中走出,不仅装点着百姓的节日“菜篮子”,更将浓浓的乡土情谊与共富故事,送往天南地北的千家万户。



蓟州区 麻酱鸡蛋“腌”出乡土风味

春节将近,蓟州区绿色食品发展中心的农品大厅里,每天都是红火热闹的迎春图景,各种标着“蓟州农品”的特产堆积如山,顾客们忙着挑选馈赠亲朋、丰富家宴的年货。

“您手上拿的这个可是咱蓟州的‘明星产品’,去年刚拿了上海国际农博会的金奖!”工作人员张颖慧热情地向一位仔细端详麻酱鸡蛋礼盒的顾客介绍。

该中心所属的天津蓟州绿色食品集团有限公司,是经营着蓟州区上百种优质农产品的龙头企业,麻酱鸡蛋正是其当家明星产品之一。

“它跟普通咸蛋不一样,是纯手工裹上秘制的麻酱、香料等制成的料泥,慢慢腌足一个多月再上锅蒸出来的。”张颖慧指着旁边陈列的样品说,“您看,蒸好之后蛋清是嫩黄的,蛋黄又松又沙还冒油,吃起来有五香和麻酱的复合香味儿,很多顾客就爱这一口地道的老味儿。”

不远处,香油柜台前也飘来阵阵浓郁的芝麻焦香,吸引了不少顾客驻足。“这香味儿这么正,是怎么做的?”赵国明大叔好奇地问。“咱这是按老法子‘水代法’做的,只用上好芝麻和清水,靠物理方法慢慢把油‘代’出来。”工作人员说,“香味儿特别纯,营养保留得也好,过年拌凉菜、调馅儿提香可给力了。”

大厅里,米面、山货、蔬菜、水果等各式蓟州特产,都承载着浓浓的年味儿。盈门的顾客与高涨的购买热情,正是“蓟州农品”走品牌化、精品化道路见实效的生动缩影。

蓟州区绿色食品发展中心不仅依托25万亩绿色基地推行“合格证+追溯码”管理,更通过“进京入津”等活动让这些优质产品走进更广阔的市场。而且,随着将分散的农户有效组织起来纳入标准化、品牌化产业链,市场的热度真正转化为田间地头的收益,实现了品牌增值与农民致富的双赢。



西青区 老味儿糕点“烘”出节日暖意

年味儿渐浓,街巷烟火气愈发浓郁。位于西青区的津呈食品工作室,油香与麦香交织萦绕,工人们正在加紧打包糕点礼盒。今年春节,订单较去年同期增长了一倍,新推出的药食同源荷花酥“圈粉”无数,成了年货清单上的抢手货。一间传承两百年的老铺,一门始于1762年的手艺,在第六代传人王红梅手中,既守住了时光沉淀的本味,又添了新时代的鲜活气息。

在王红梅的带领下,津呈糕点先后获评天津市市级非物质文化遗产代表性项目、“津门老字号”。面对瞬息万变的市场,王红梅深知革新是老字号的“保鲜密码”。“老顾客偏爱实惠大块,年轻人更青睐小巧便携的包装。为此,团队耗时数月调整油酥比例,攻克糕点缩小技术,如今货架上既有传统酥饼承载怀旧滋味,也有‘一口酥’,更适合现代口味。”王红梅介绍。近年来,手工核桃酥、健康饼干等新品不断涌现,让老字号赢得了广阔市场。

在西青的民俗美食图谱中,承载年味儿记忆的还有那碗飘香的杨柳青茶汤。茶汤选料严苛,颗粒饱满的红高粱米经多道工序制成熟细膩高粱粉,搭配果脯、瓜仁及红白糖,口感香甜醇厚。冲泡全凭手上功夫,30斤重的“龙嘴大铜壶”锃亮夺目,师傅左手执勺调面浆,右手推壶倾斜注沸水,同时扣锅快速翻转,让面浆均匀熟透,撒上配料后,一碗温润香甜的茶汤便大功告成。

酥香的糕点、温润的茶汤,都是津门的传统味道。靠着一辈辈人的匠心坚守与适时革新,这些老味道得以代代传承,不仅留下了老天津人的记忆,更让春节的年味儿更足、更地道,成为家家户户餐桌上少不了的烟火滋味。

特色农产品扮美新春“菜篮子”“年货经济”助力乡村共同富裕

“津”年里的津津有味

■记者 王音 徐杨 辛璇 史莺 张清



北辰区 百年酱香“煨”出舌尖非遗

新春临近,年味儿总藏在人们对熟悉食物的记忆里。在北辰区,闫记酱制品的醇厚酱香、郑氏传统面食的清甜麦香,便是刻在人们心底的年味儿印记,这两款传承百年老味道,历经岁月沉淀,在坚守与焕新中飘香依旧。

“开锅喽!”清晨的作坊里,闫记酱制品第四代传承人闫振来掀开酱锅,肉香混着中草药气息扑面而来。闫记酱制品制作技艺源于清朝光绪二十三年,历经五代传承至今。“选料、制作一点不含糊。”闫振来每日凌晨备货,精选牛腱子肉,用20余种调料及中草药按祖传配方调制酱汤。手工码锅后,旺火煮沸,微火慢煨4小时,每小时翻锅一次,确保肉质鲜而不腻,烂而不散。百年传承中,技艺口传心授,拒绝防腐剂,调料随四季调整。如今第五代传承人闫璐拓展线上销售,让这道非遗美食通过快递走向全国,成为团圆宴上的必备美味。

循着年味儿,星河永旺食品科技有限公司的车间里麦香弥漫。工人们两班倒保障春节供应,日均产出10万份传统发酵面食。“老天津卫人过年,少不了这口儿。”郑



氏传统发酵面食制作技艺第五代传承人郑家齐介绍,技艺始于祖辈走街串巷,历经百年,核心“老肥工艺”始终未变。1994年成立银河食品加工厂,2016年更名为天津星河永旺食品科技有限公司,企业目前已实现从和面到包装的全自动化,但醒发环节仍靠20年以上经验的老师傅把控。“恒温恒湿车间里,醒发差一两分钟就变味儿。”公司总经理郑家齐介绍,老师傅5分钟内判断面团状态,确保口感柔软有弹性,在保留传统的同时创新样式,满足不同人群的口味。

宁河区 肥美河蟹“鲜”达天南地北

“这不快过年了吗,来备点年货,让老家的爸妈尝尝这口儿!”在津工作、准备回山西孝义过年的刘先生,提着刚刚购买的年货对记者说。承载着宁河风味儿的特色年货,正跟随返乡人的脚步从“绿色粮仓”走向全国各地。

当下正是年货采购的高峰期,记者走进天津宁河农业发展集团(以下简称农发集团)旗下的“津沽七里海”品牌专营店芦台大集店,看到货架上整齐摆放着津沽大米等特色产品,顾客们正有序结账。据介绍,目前“津沽七里海”已经在全市开设6家门店,为方便市民采购,门店特别推出邮寄服务,省心又便捷。

琳琅满目的特色产品中,河蟹深加工品引起不少消费者关注。“目前七里海河蟹已过上市期,但我们开发了蟹黄汤包等深加工品,让鲜味不会因为季节而断档。”农发集团副总经理受新利告诉记者,该食品采用标准化食品加工技术,能保留鲜味,消费者进行简单的复热便可以食用。

线下销售火爆,线上直播也同步展开。在“津沽七里海”的直播间内,主播详细地介绍红瑶甘薯的特点和做法,除了热门产品,岳川辣椒酱、芦根茶等也是顾客们喜爱的单品,直播间内陆续有客户下单。



镜头之外,农发集团子公司天津中兴农实业有限公司副总经理杜军正密切关注后台的订单数据。“所有线上订单都会实时汇总并转到对应库房进行分拣、打包。为了应对北方冬季低温,防止农产品在运输途中受损,每个包裹都特意添加了保温材料。”他介绍道,“我们得确保这份‘年味儿’完好、及时地送到天南地北的顾客手中。”

宝坻区 畦畦春韭增“色”年夜餐桌

时值腊月,寒气袭人,但宝坻区新安镇劝宝韭菜基地(以下简称韭菜基地)的温室大棚内却暖意融融、绿意盎然。

每天清晨5点,工人们便开始在长势旺盛、鲜嫩欲滴的韭菜间忙碌。7点刚过,刚收割、打捆的韭菜就被送进加工车间,经过统一处理、包装后,装上冷链物流车,最快当天下午就能送抵京津冀地区的各大商超。

“作为‘津农精品’,有着绿色食品认证等资质的劝宝韭菜,多年来深受京津冀消费者青睐。在去年11月举行的第二十六届中国中部(湖南)农业博览会上,劝宝韭菜斩获产品金奖。”一见面,天津劝宝农副产品有限公司总经理杜云鹏就向记者分享好消息。他说,韭菜基地已建成800亩标准化大棚,年亩优质韭菜800吨左右。

眼看春节临近,劝宝韭菜的销售量持续增长。“进入二月份,日供韭菜从日常的5000斤增长到1万斤左右。按往年销售经验,预计春节期间,最高日供量将突破4万斤。”杜云鹏介绍,为了应对旺盛的春节市场需求,韭菜基地早已做好准备。通过科学排产、错茬



种植,确保韭菜供应,该基地的冷链物流车现有20多辆,组成一个高效协同的运输矩阵,春节期间将确保“鲜”气十足的“津品味道”第一时间送达京津冀百姓的餐桌。

“春节到来之际,我们镇也将根据企业需求,随时助力劝宝韭菜的保供工作。”宝坻区新安镇党委书记郑宝东表示,“十五五”时期,新安镇将继续锚定都市型农业融合发展,打造“一业一品、一村一特”格局,全链条壮大乡村富民特色产业,千方百计推动农业增效益、农民增收入、农村增活力。

东丽区 清真烧鸡“香”飘千家万户

春节“脚步”渐近,津城年味儿愈浓。天津市市级非物质文化遗产代表性项目、“津农精品”骆驼房子清真烧鸡迎来销售旺季,成为天津市民年货采购清单上的“香饽饽”。

“一进腊月,各类年货订单纷至沓来,目前已经突破8000单,比去年同期增长四成。”骆驼房子清真烧鸡第四代传承人、天津市金全聚香斋清真食品专业合作社董事长刘金柱介绍,为了赶订单,工人们实行全天三班倒。

刘金柱介绍说,这门烧鸡制作技艺始创于1862年,从最初走街串巷叫卖到村民口口相传,骆驼房子清真烧鸡承载的不仅是老味道,更是一份乡土情怀。

“当年村子因城市化建设拆迁,作为土生土长的骆驼房子村人,我就想着把‘骆驼房子’注册成商标,让家乡的味道留下来。”刘金柱对家乡的这份情怀,也成了品牌发展的初心。

“不赚一分昧着良心的钱!”是刘金柱多年来在烧鸡制作中刻在骨子里的品质坚守。选鸡、焯水、卤煮、熏制等15道工序全程人工完成,“做烧鸡,选材是根本。”刘金柱说,每一只烧鸡都选用生长期在500天以上、检疫合格的老母鸡,搭配23种药食兼用的上等食材。为保障新鲜,成品当天生产、配送,真空产品则经过高温高压灭菌,绝无“科技与狠活儿”。

好手艺成就好味道,好味道赢得好口碑。如今,骆驼房子清真烧鸡不仅斩获诸多荣誉,还端上了上海合作组织天津峰会的宴会餐桌。谈及未来,刘金柱有着清晰的规划:“我们会继续丰富产品品类,拓宽生产与销售渠道,把主营的11家直营门店升级为品牌形象店,让更多人了解烧鸡背后的乡村故事。”

