

海南“镇能量”④

这个小镇，能否挑起南派牛肉干的大梁？

□ 本报记者 陈昱璐

海南牛肉干，在一定程度上被低估了。内蒙古、四川的牛肉干见得更多。令人没想到的是，在中国最南端的海南岛，早在清末民初时期，勤劳的文昌锦山镇人民就开始熬制牛肉干，并陪伴着人们下南洋。

锦山镇位于文昌市东北部，东邻冯坡镇，南至抱罗镇、西至三江农场，北壤铺前镇，与海口市近邻。

一百多年前，文昌锦山镇“去番者众”。

在锦山人的记忆里，提起下南洋，就不能不提牛肉干。如今漫步在锦山的骑楼老街上，每隔几十米就有一家牛肉干铺，仿佛依旧诉说着南洋往事。

2023年，锦山镇牛肉干年产值约为4800万元，相比上一年翻了一番。体量虽小，但一直以来深受东南亚华侨青睐。

锦山牛肉干未来有可能惊艳全国的消费者吗？是谁在为锦山牛肉干注入能量？证券导报记者走进海南省文昌市锦山镇，细细品读锦山这座富有韵味的“牛肉干小镇”。

一片锦山牛肉干 半部海南移民史

为什么锦山人爱吃牛肉干？

据《文昌县志》记载，民国初年，锦山墟有几家牛肉干店颇有名气，其中东寨二、罗豆红、米行、横行4家最为有名。

亚妹牛肉干品牌创始人陈玉妹是一位85后，同时也是罗豆红第四代传人。据她的描述，当年从罗豆镇嫁过来的阿红，人称“罗豆红”。罗豆红起初在锦山镇开一家抱罗粉店，粉里加有小块的牛肉干作为辅料，大块的牛肉干就用报纸打包卖给华侨。以前没有冰箱存放，为了延长保质期，罗豆红就把卖不完的牛肉干放在房顶上晒。久而久之她发现，牛肉干越干越耐放，而且富有嚼劲，一小块就能吃上好几天，轻便又耐吃的特点刚好满足了出洋人远航的要求。很快，口口相传，牛肉干成了当时最受欢迎的干粮。

在锦山谈论牛肉干，张雄牛肉干是“老大哥”。张雄牛肉干的第四代掌门人，海南文昌光亨食品有限公司总经理张宗仁有另一个版本。

锦山人下南洋谋生，始于明永乐年间郑和下西洋期间。1605年，明万历三十三年，琼北大地震后，地陷形成东寨港和珠溪河。1858年，海口通商后，随着锦山来往南洋谋生的人们越来越多，商人们开始把船只从东寨港开进珠溪河，进而在珠溪河沿岸，把货物卸上岸，然后通过牛车把货物拉到各个村庄。

这些拉车的老水牛退役后，锦山地区就开始有一些人把这些老水牛肉做成牛肉干。

由于牛肉干易于充饥，携带方便，当时下南洋的人便把它带在船上当干粮。到清末民初，锦山牛肉干开始形成。

无论何种版本，锦山牛肉干，都代表着半部海南移民史，更是下南洋人民拼搏精神的缩影。

传承百年 锦山牛肉干品牌效应初显现

目前，国内牛肉干的区域市场发展较为明显，几乎每个地区都能找到相应的品牌，比如内蒙古的“草原旭日”“科尔沁”、新疆的“香巴拉”，贵州的“牛头”，四川的“棒棒娃”“张飞”、重庆的“老四川”、浙江的“绿盛”“母亲”等。

海南牛肉干以文昌锦山牛肉干和澄迈瑞溪牛肉干为代表，其中锦山牛肉干在全省市场份额占比超60%。因用料实在、古法烹饪、口味偏甜，极具南洋风味，海南牛肉干成为广大甜口爱好者心目中的南派牛肉干代表。

张宗仁介绍，在锦山当前牛肉干市场中，共



工人正在分拣包装牛肉干。

有9个品牌，分别为：张雄、亚妹、阿云、雄记、陈记、铺南记、东寨二、罗豆红、米行嫂。其中张雄、亚妹、阿云、铺南记、东寨二这5家已发展成为小微企业，其余4家为个体户小作坊。

近年来，在文昌市相关部门的大力扶持下，张雄、亚妹、阿云、东寨二四家牛肉干品牌的制作人获得文昌市非物质文化遗产项目“锦山牛肉干”代表性传承人认定。

尽管锦山牛肉干已传承百年，但各品牌进行市场化，显示出品牌效应，却集中在近十年。

东寨二牛肉干曾有十余年在市场上销声匿迹，直到2015年，品牌负责人李祝芳决定扩大生产规模，并到工商部门注册了“东寨二”牛肉干商标，才让这个曾经消失了多年的老品牌重出“江湖”。

而亚妹牛肉干的创始人陈玉妹，2010年从一辆玻璃推车、一把太阳伞、一套桌椅和2000元现金开始牛肉干事业，到了2015年才注册了商标，开始品牌化运营。

张雄牛肉干的命名来源于总经理张宗仁的父亲。2011年，张宗仁返乡创业，将其父母经营了20多年的牛肉干小作坊市场化、品牌化，2013年他成功将其父亲“张雄”两字及肖像申请商标注册下来。子承父业，张宗仁眉宇间与包装上的“张雄”商标颇为相像。

张宗仁运用大学所学的市场营销知识，对生产管理、质量控制、产品包装各环节进行梳理完善，韬光养晦至2015年，张雄牛肉干声名鹊起。如今，在海南各大超市、乃至高速上各服务区便利店都可见张雄牛肉干的踪影。

锦山牛肉干“出圈” 亟需品牌意识和抱团发展

有人可能会问，海南以外的消费者能接受海南锦山牛肉干的独特风味吗？

锦山牛肉干采取“三晾三回锅”的传统工艺，坚持柴火熬制，三斤新鲜牛后腿肉才制得一斤牛肉干。但也因坚持柴火熬制、手工打造，产量较低。

张宗仁介绍，目前张雄锦山牛肉干网上销量主要来源于几个方面，一是在外上学、工作的海南人给外地朋友带特产，或者是有外地朋友过来海南赠予朋友；二是游客在机场等特产店买了之后觉得好吃，遂从网上回购。

从口味上看，锦山牛肉干偏甜口。因为口味相近，长三角、珠三角客群居多。但张雄牛肉干的岛外销量仅占岛内销量的六分之一。

可见，在培养消费者方面，锦山牛肉干还有很长的路要走。

张宗仁认为，随着网络技术的发展，尽管包

括张雄牛肉干在内的部分品牌已经将锦山牛肉干在网络上进行宣传和销售，或者邀请网红进行带货推销，但行业之间缺乏整体意识，难以形成规模效应。

而且在宣传上，锦山牛肉干历史积淀和文化价值还未得到充分挖掘，社会对产品认知度处在较低水平，打响锦山牛肉干品牌，迫切需要社会关注与支持。

此外，锦山牛肉干都是小微企业，自有资金十分有限，纵使企业想扩大生产规模，也心有余而力不足。

因此，尽管锦山牛肉干在海南区域获得当地人的认可，但在“走出去”的道路上还需要时间。

休闲零食市场广阔 电商时代更具想象空间

随着消费者对生活品质追求的不断升级，以及健康理念的深入人心，牛肉干因其营养价值和便捷性，越来越受到年轻一代消费者的喜爱，能够满足消费者对高蛋白的需求。

加上近来牛肉价格下行，牛肉干产业可借此契机打造出爆品，中国牛肉干市场正步入一个充满潜力和活力的新阶段。

在2024年“九九杯”海南(文昌)乡镇排球联赛(以下简称海南文昌“村VA”)热潮的推动下，6月28日晚，锦山镇排球队以“锦山镇牛肉干队”亮相，与“瑞溪镇牛肉干队”上演了一场“牛肉干德比”对决，进一步扩大海南牛肉干产业的知名度和美誉度。

谈及锦山镇牛肉干的未来发展，锦山镇镇长蒋先理表示，目前锦山牛肉干创业基地已投入使用，接下来将加强锦山镇牛肉干品牌建设，比如借助海南环岛旅游公路的开通，打造一些特色点位，结合地瓜种植基地和海洋牧场水产基地等，探索农旅融合。未来这些点位的旅游服务将辐射龙楼镇航空观光客以及铺前镇的游客，将锦山牛肉干打造为来文昌必买的伴手礼。

魔镜洞察数据显示，休闲食品市场蓬勃发展，2024年第一季度休闲食品市场销售额达368.1亿元，同比增长22.1%，线上渠道和专卖店增势明显。

从细分品类看，牛肉干作为一种受欢迎的休闲零食，第一季度增速远超行业平均增速。

社交电商以其独特的用户黏性、精准的数据分析能力和高效的营销推广手段，将为锦山牛肉干提供全新的发展路径。

插上社交电商的翅膀，锦山牛肉干不妨继续致力打造以海南文昌为发展源头的中国知名休闲零食品牌，将海南品牌的零食推向世界，在休闲食品行业推陈出新，占据一席之地。