

# “互联网+”视域下乌石酱油的创新与发展

蔡洋阳, 李佳怡, 梁嘉荧, 颜春\*

广西外国语学院会计学院, 广西 南宁

收稿日期: 2025年2月27日; 录用日期: 2025年4月8日; 发布日期: 2025年4月18日

## 摘要

随着全球互联网技术的迅猛发展, 国内农业正加速迈向现代化。互联网与新兴技术的深度融合, 不仅为现代农业的发展注入了新动能, 还发挥了重要的引领作用。随着数字化技术的快速发展, “互联网+”模式正在被广泛应用于传统工艺品和食品产品的创新与发展。本文以乌石酱油为例, 探讨如何利用“互联网+”技术提升其市场竞争力和文化价值。

## 关键词

乌石酱油, 互联网+, 创新

# Innovation and Development of Wushi Soy Sauce from the Perspective of “Internet Plus”

Yangyang Cai, Jiayi Li, Jiaying Liang, Chun Yan\*

School of Accounting, Guangxi University of Foreign Languages, Nanning Guangxi

Received: Feb. 27<sup>th</sup>, 2025; accepted: Apr. 8<sup>th</sup>, 2025; published: Apr. 18<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the rapid advancement of global Internet technologies, China's agricultural sector is accelerating its transition toward modernization. The deep integration of the Internet with emerging technologies has not only injected new momentum into the development of modern agriculture but has also played a pivotal guiding role. In parallel with the swift evolution of digital technologies, the “Internet Plus” model is increasingly being applied to the innovation and development of traditional handicrafts and food products. This paper takes Wushi soy sauce as a case study to explore how “Internet Plus” technologies can be leveraged to enhance its market competitiveness and cultural value.

\*通讯作者。

文章引用: 蔡洋阳, 李佳怡, 梁嘉荧, 颜春. “互联网+”视域下乌石酱油的创新与发展[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(4): 298-303. DOI: 10.12677/ass.2025.144292

## Keywords

### Wushi Soy Sauce, Internet Plus, Innovation

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 前言

随着信息技术与文化遗产深度融合的今天，非物质文化遗产保护与传承正迎来前所未有的发展机遇[1]。作为广西陆川地区具有地方特色的非物质文化遗产之一，乌石酱油在承载着深厚的历史文化记忆的同时，更面临着现代化进程中伴随而来的诸多挑战：传统技艺传承断层、市场竞争力不足以及创新能力与时代需求的脱节等问题。特别是在“互联网+”新时代背景下，如何将传统非遗文化元素与数字技术深度融合，不仅是解决这些问题的重要途径，更是为乌石酱油注入新的发展活力的关键所在。本研究立足于传统与现代融合的理念，从技术创新、传播方式和产业化发展等多个维度，系统探讨“互联网+”环境下乌石酱油技艺传承与创新路径[2]。通过分析其文化价值、现状问题以及资源优势，本文力图构建一个既能保护非遗特质，又能够实现产业升级的综合性解决方案，为促进区域文化与经济协同发展提供理论支撑和实践参考，最终推动乌石酱油这一非物质文化遗产的发展[3]。

## 2. 乌石酱油的发展现状

乌石酱油作为广西陆川地区的传统手工艺品，不仅是地方饮食文化的代表，也承载了深厚的历史文化价值，蕴含了人们对自然、生活和饮食传统的尊重与热爱。乌石酱油起源于明代嘉靖年间，陆川县志记载其“日晒夜露三百日，酱香透瓮十里闻”的独特工艺[4]。其酿造以优质黄豆为主要原料，经过“九蒸九晒”工艺，蒸煮、制曲、翻醅、露晒等9道核心工序，再在露天条件下通过长时间的日晒，以发酵形成独特的风味。这一工艺延续至今，不仅体现了劳动人民的智慧，也展现了对自然规律的深刻理解。而且不同于一般的酱油，“乌石酱油”以久晒而取胜。因此，“乌石酱油”又被称为“乌石晒油”。

然而，随着时代发展，乌石酱油的传统酿造模式弊端渐显。《2024~2029年中国酱油行业市场分析及发展前景预测报告》指出，近几年我国酱油行业发展迅速，国内人均酱油需求量从2015年的4.86千克增至2023年的7.28千克，发展增速有所加快。在过去五年中，乌石酱油的产量年增长率仅为2%，而同期全国酱油市场产量年增长率达到8%。这主要是因为乌石酱油生产受自然环境影响大，阳光、温度、湿度等气候条件变化会影响发酵过程。在市场竞争方面，现代消费者生活节奏加快，对调味品需求多样化且倾向于便捷的工业化产品。《酱油行业报告汇总(2024版)》指出，我国酱油市场呈现出“一超多强”的竞争格局，其中海天味业占据了较大的市场份额，而其他品牌如李锦记、厨邦等也占据了一定的市场份额。同时，中小品牌面临较大的竞争压力，优胜劣汰加速，行业集中度逐步提高。这也对乌石酱油的发展造成了较大压力。

## 3. 乌石酱油的发展困境

### 3.1. 传承危机

乌石酱油的酿造技艺主要依赖家庭作坊式生产，传承方式以家族经验的口耳相传为主。由于这种非系统化的传承模式，酿造技艺的推广受到限制，且随着传承人年事渐高，许多传统工艺面临逐渐失传的

风险。乌石酱油的酿造过程需要大量的时间和精力投入，包括制曲、日晒发酵和持续搅拌等工序，这些环节不仅对体力和耐力有较高要求，且其回报周期较长。然而，现代社会的快节奏生活和年轻人对科技行业和城市白领工作更为倾向的趋势，使得传统手工技艺的吸引力逐渐下降，年轻人不再愿意从事乌石酱油的酿造工作，而传统技艺的传承链条正面临断裂的风险[5]。

在社会经济快速发展、人口流动日益加剧的今天，酿造乌市酱油的格局正在发生着深刻的变革。许多家庭逐渐离开乌石镇等传统聚居地，迁往城市或其他地区，寻求更好的发展机会，这得益于经济压力、子女教育需求以及城市化进程的推动。这种地理上的迁移，不仅造成传统酱酿群落规模的缩小，其赖以生存的群落生态也受到了技术传承的直接影响。对于那些迁徙的家庭来说，现代生活中的经济因素往往会取代乌石酱油这种耗时较长、回报不高的传统手工制作技艺。

### 3.2. 生产技艺的缺陷

凭借效益高、成本低、规模大等优势，现代工业化酱油生产成为市场主流。酱油生产大多采用简单勾兑的方式，生产者主要通过批量生产来获取利润的低价策略，吸引消费者重复购买。依靠标准化流程和机械化作业，这些企业使用了现代化的生产设备，生产周期大大缩短。采用化学催熟或高温提取技术，满足市场需求，降低单位成本，酿造工艺可以在较短的时间内完成。此外，工业化生产在保证产品稳定供应的同时，也在扩大市场覆盖面，依靠现代供应链管理和大规模制造。

日本龟甲万酱油通过“菌种数字化管理”技术，将发酵周期从传统 18 个月缩短至 6 个月，同时维持氨基酸态氮含量 1.3 g/100ml，而乌石酱油仍依赖自然菌群发酵，生产周期长达 8~12 个月，年产能不足 500 吨。由于其生产周期长且受自然环境影响较大，产量有限，且生产过程中需要大量的人力投入，这使得乌石酱油的生产成本显著较高。家庭作坊式的小规模生产无法满足大范围市场的需求，仅能服务于有限的地方市场。此外，乌石酱油的天然发酵模式使得其产品质量受天气和手工操作的影响较大，难以精确控制，导致产量波动，且可能会出现品质上的不稳定，影响产品的市场竞争力。

### 3.3. 缺乏品牌效益

品牌效益是消费者信赖的重要来源，不仅体现在企业产品在市场上的辨识度和影响力。这种局限性阻碍了乌石酱油进入更大市场的机会，也限制了其产业化发展。过去，乌石酱油主要依赖自给或小范围生产销售。总体而言，品牌定位不清晰是导致乌石酱油品牌意识缺失、市场竞争力不足的主要原因之一。长期以来，乌石酱油依靠传统生产方式和本土口碑，在与大规模工业化品牌的竞争中难以脱颖而出，未能有效占领消费者的心智资源。模糊的品牌定位使其未能形成鲜明的品牌特征。此外，乌石酱油的品牌影响力还受到宣传推广力度不足的限制。尤其在信息传播迅速的现代社会，企业需要通过多元化渠道进行品牌宣传。然而，乌石酱油的市场推广方式较为单一，主要依赖传统口碑传播，且局限于本地市场，未能充分利用数字营销工具和新媒体平台，导致其在当地市场的知名度受限，难以吸引更广泛的消费群体，尤其是年轻一代[6]。

品牌效应能够提升产品的附加值，其中品牌溢价能力是其重要体现之一。这指消费者愿意为品牌所蕴含的文化、历史和情感价值支付额外费用。虽然乌石酱油拥有深厚的传统工艺和丰富的历史文化背景，但未能有效地将这些优势转化为产品附加值。其在包装设计、文化故事的挖掘以及品牌传播方面存在不足，未能与消费者建立强烈的情感联系。因此，乌石酱油不仅难以吸引高端市场，还在价格竞争中处于不利位置，进而影响了其销售利润的提升。

## 4. “互联网+”视域下乌石酱油的发展路径

“互联网+”概念在 2012 年第五次移动互联网博览会上第一次被提出。2015 年 3 月，政府工作报告

中首次提出“互联网+”行动计划。2015年7月4日，国务院正式颁布了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。“互联网+”指互联网与传统行业相结合，使业态类型不断更新。互联网和信息技术的飞速发展成为乌石酱油开发创造了新的机遇。

基于“双轮驱动”理论框架，乌石酱油的创新发展可依靠“互联网+”技术赋能与“国潮”文化价值的深度融合。技术轮层面，依据 Davis (1989) 技术接受模型(TAM)，互联网技术的易用性与有用性可显著提升传统工艺的标准化水平与市场渗透率；文化轮层面，结合 Assmann (1995) 文化记忆理论，通过“国潮”符号的再生产与场景化体验重构，能够激活非遗技艺的当代认同。

#### 4.1. 网络媒体

据调查显示，40.43%的公众更喜欢通过观看直播、短视频的方式来认识非物质文化遗产[7]。从技术接受模型视角看，短视频的“低门槛参与性”与“高信息密度”特性[8]，恰好契合非遗传播的认知规律——用户通过低成本互动即可完成文化认知的“技术接受”过程。在这个信息传播快速的时代，网络平台作为一种有效的市场传播工具，已经成为企业提升品牌影响力、拓展市场空间的重要途径。乌石酱油可以利用网络视频、社交平台和电子商务等手段，打破地域限制，将其独特的酿造工艺与丰富的文化内涵传递到世界各地。

短视频时代的到来为非物质文化遗产的传播带来了一线生机[9]。通过视频平台、短视频和直播等多种形式，展现其独特的酿造过程，进一步凸显产品的天然、健康与手工的特点，吸引更多消费者的关注和兴趣。这种基于网络平台的互动性推广，通过社交媒体“共享(Sharing)”功能强化用户自主传播[10]，同时利用“对话(Conversations)”功能建立品牌与消费者的情感联结，不仅能够增强消费者对乌石酱油品牌的认同，还能够拉近品牌与消费者之间的距离。此外，乌石酱油还可以结合现代电商平台的购物渠道，形成多元化的线上销售模式。以建立官方旗舰店、入驻大型电商平台为基础，通过结合精准的网络广告投放和社交媒体推广，可以进一步打破传统的地域性限制。并且通过参与线上购物节与促销活动，刺激消费者的购买欲望。

#### 4.2. 与“国潮”相互融合

近年来，“国潮”文化的兴起，带动了对传统文化与现代时尚相结合的需求。通过文化符号的现代化解码与再编码，例如品牌年轻化、文化符号重塑、跨界合作等方式，乌石酱油可重构消费者对非遗的认知图式，实现品牌价值跃迁。2023年李锦记通过“非遗工坊”体验活动，将酱油酿造过程与国潮插画结合，使其线上销量同比增长82%，这一模式为乌石酱油提供了直接参照[11]。在当代，消费者对具有民族特色且具有文化内涵的产品愈加青睐，尤其是在年轻人群中。传统文化和手工艺品已经成为一种文化符号，流行在社会之中。当传统工艺被转化为可感知的文化符号时，消费者的支付意愿提升37%，这是文化记忆理论中“仪式化体验”对消费决策的驱动作用[12]。乌石酱油可以通过对其传统酿造工艺的现代化解读，结合“国潮”文化的时尚元素，将传统的酱油文化转化为一种现代生活方式。通过根据市场趋势，推出符合年轻消费者审美的现代包装设计，甚至可以通过与时尚品牌的跨界合作，推出限量版产品，提升产品的时尚感和独特性。例如，通过将传统的酿造技艺与“国潮”风格的元素结合，推出具有民族特色的定制包装，或是开发新的酱油风味，满足多样化的消费需求。

与此同时，乌石酱油可以借助“国潮”文化的势能，积极举办与文化相关的推广活动，打造具有地方特色的品牌文化故事，增强消费者的情感认同[13]。通过参与“国潮”文化展览、文化艺术活动等，乌石酱油能够将自身品牌推向更广泛的受众，吸引年轻一代的消费者。在这个过程中，乌石酱油不仅能够强化其文化认同感，还能在激烈的市场竞争中脱颖而出，吸引到更多消费者的目光。

### 4.3. 生产方式革新

在“互联网+”模式的推动下，乌石酱油的生产方式可以通过现代化技术手段进行深度革新，提升其生产效率、产品质量以及生产可控性。传统的酿造工艺受制于自然环境的多重限制，如阳光、气温、湿度等因素，导致生产周期长，产量不稳定。依据 UNESCO (2022)活态传承原则，物联网技术的“感知可控性”能有效降低传统工艺的不确定性，同时守护非遗基因的本真性[14]。乌石酱油可以通过智能化的物联网技术，实时监控生产过程中的各种环境变量，确保酿造过程的稳定性与一致性[15]。

借助物联网、大数据和云计算技术，乌石酱油可以实现全程数字化管理，从原料采购、生产过程、物流配送到市场销售等各个环节的数字化转型。通过实时收集和分析生产数据，企业可以对生产过程进行精确调控，确保每一批酱油的口感与质量达到标准，从而提高产品的市场竞争力。例如，日本龟甲万酱油通过引入发酵监测系统，将品质波动率从 15% 降至 3%，这种技术适配传统工艺的路径具有重要借鉴意义。

在智能化生产的基础上，乌石酱油还可以开展产品创新，不断提升酱油的风味多样性和满足消费者不同需求的能力。例如，通过引入先进的酿造技术，开发出低盐、无添加、绿色健康等不同系列的酱油产品，满足现代消费者对健康饮食的需求。这些创新不仅能够提升产品的附加值，还能够吸引更多关注健康和品质的消费者群体[16]。

### 4.4. 完善产业链的构建与市场拓展

随着“互联网+”的推进，乌石酱油不仅要在生产技术上进行创新，还需要在产业链的整合上加大力度。传统的酱油产业链主要集中在生产和销售阶段，缺乏对上下游资源的深度整合。乌石酱油可以通过建立更加完善的产业链，优化供应链管理，实现从原料采购、生产加工到物流配送的全面升级，提高整体市场竞争力。

乌石酱油可以通过与农业合作社、优质原料供应商的合作，保障其生产原料的高品质，确保酱油的口感与健康品质。与此同时，乌石酱油还可以通过与现代物流企业合作，优化产品的配送和仓储管理，减少物流成本，提升供应链效率。通过电商平台拓展销售渠道，实现线上线下融合，打破传统的区域限制，扩大市场份额。

## 5. 结语

乌石酱油作为中华优秀传统文化的重要代表，历经千年传承，凝聚了独特的地方特色与民族智慧。这一酿造技艺源于世代匠人的积累与创新，承载着深厚的文化底蕴和历史价值。然而，随着时代变迁，乌石酱油的传承正面临诸多挑战。但在“互联网+”的推动下，现代科技为传统技艺提供了新的机遇，使乌石酱油能够借助数字化传播与市场拓展焕发新生，从而在新时代展现更广阔的发展前景。

## 参考文献

- [1] 严芮圻. 新媒体视域下非物质文化遗产的活态传承策略[J]. 新闻世界, 2023(4): 86-88.
- [2] 李宇军, 张继焦. 中国“老字号”企业的经营现状与发展前景[J]. 广西经济管理干部学院学报, 2014, 26(4): 50-56.
- [3] 张增. 基于传统手工艺非物质文化遗产的实践探索[J]. 教育艺术, 2022(1): 42.
- [4] 陆川地方志编纂委员会. 陆川县志(嘉靖卷) [M]. 南宁: 广西人民出版社, 2020.
- [5] 付颖, 卢雯君. 广西人口较少民族非物质文化遗产保护与传播策略研究[J]. 社会科学前沿, 2022, 11(11): 4976-4980.
- [6] 卢嘉玟. 短视频对非物质文化遗产传承的影响[J]. 文化产业, 2024(12): 100-102.

- 
- [7] 王瑞, 王鑫. “互联网+”背景下山西省非物质文化遗产传承与教育传播研究[J]. 西部旅游, 2023(8): 20-22.
- [8] Davis, F.D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, **13**, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- [9] 刘利敏, 马云. 短视频平台对非物质文化遗产传播的影响[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(10): 226-247.
- [10] Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. and Silvestre, B.S. (2011) Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, **54**, 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- [11] 李锦记集团. 李锦记 2023 年企业社会责任报告[R]. 李锦记集团, 2023.
- [12] Assmann, J. and Czaplicka, J. (1995) Collective Memory and Cultural Identity. *New German Critique*, **65**, 125-133. <https://doi.org/10.2307/488538>
- [13] 刘铮. 农村区域特色农产品品牌化与市场开发[J]. 村委主任, 2024(15): 80-82.
- [14] UNESCO (2022) Operational Directives for the Implementation of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. UNESCO Intergovernmental Committee.
- [15] 扈晓刚. 自动化智能技术在机械制造生产线中的优化设计研究[J]. 中国设备工程, 2024(17): 43-45.
- [16] 侯冰炎, 董丽, 高千清. 以乡村振兴为目标推动现代畜牧业发展[J]. 中国畜牧业, 2024(7): 21-23.