

非遗漏粉破圈之道：南太务村市场消费密码与发展潜力调查

刘 夏, 谢恺凡, 杜雨锡, 于泰之, 刘锦承

北方工业大学理学院, 北京

收稿日期: 2025年11月18日; 录用日期: 2025年12月9日; 发布日期: 2025年12月22日

摘 要

本报告以北京市平谷区南太务村非物质文化遗产“瓢式漏粉”为研究对象, 基于514份有效问卷调查与实地调研, 系统分析了该传统食品的市场消费特征、产业发展现状及面临的挑战。研究方法涵盖描述性统计、SWOT分析与二元Logistic回归模型, 重点探讨消费者的认知层次、购买行为及影响因素。结果显示, 非遗漏粉作为承载地方历史记忆与传统技艺的特色食品, 虽在现代化与工业化进程中面临生产效率低、传承断层和市场竞争压力, 但也因健康饮食理念普及与传统文化关注度提升展现出显著的发展潜力。调查表明, 消费者在购买过程中关注口感、制作工艺、价格区间及文化内涵等多重因素, 这些维度对其购买决策具有显著影响。在此基础上, 报告结合非遗漏粉的传承现状与市场环境, 提出针对不同认知层次群体实施差异化营销、拓展线上线下渠道、推动文旅融合以及优化传承与生产体系等建议。整体目标在于实现非遗漏粉文化价值与市场价值的双重提升, 助力乡村产业振兴与非物质文化遗产保护。

关键词

非遗漏粉, 市场调查, 消费者, SWOT分析, 二元Logistic回归模型

The Path to Gaining Wider Recognition for Intangible Cultural Heritage Loufen: A Survey on Market Consumption Drivers and Development Potential of Nantaiwu Village

Xia Liu, Kaifan Xie, Yuxi Du, Taizhi Yu, Jincheng Liu

School of Science, North China University of Technology, Beijing

Received: November 18, 2025; accepted: December 9, 2025; published: December 22, 2025

文章引用: 刘夏, 谢恺凡, 杜雨锡, 于泰之, 刘锦承. 非遗漏粉破圈之道: 南太务村市场消费密码与发展潜力调查[J]. 统计学与应用, 2025, 14(12): 250-264. DOI: 10.12677/sa.2025.1412362

Abstract

This study focuses on “Gourd Ladle-Style Loufen”—a form of handmade sweet potato vermicelli recognized as an intangible cultural heritage (ICH) in Nantaiwu Village, Pinggu District, Beijing. Drawing on 514 valid survey questionnaires and on-site investigations, it conducts a systematic analysis of the market consumption features, current industrial development status, and existing challenges of this traditional food. The research employs methodologies including descriptive statistics, SWOT analysis, and binary Logistic regression model, with a particular focus on examining consumers’ cognitive levels, purchasing behaviors, and the factors that influence these behaviors. Findings reveal that as a specialty food embodying local historical memories and traditional craftsmanship, ICH Loufen encounters challenges amid modernization and industrialization, such as low production efficiency, gaps in craftsmanship inheritance, and market competition pressures. However, it also demonstrates considerable development potential, driven by the growing popularity of healthy eating concepts and increased public attention to traditional culture. The survey shows that during the purchasing process, consumers consider multiple factors, including taste, production techniques, price ranges, and cultural connotations. These factors exert a significant impact on their purchasing decisions. Based on these insights, and taking into account the current inheritance status and market environment of ICH Loufen, the report proposes several recommendations. These include implementing differentiated marketing strategies for groups with varying cognitive levels, expanding both online and offline distribution channels, promoting the integration of culture and tourism, and optimizing the inheritance and production systems. The overall objective is to enhance both the cultural value and market value of ICH Loufen, thereby contributing to the revitalization of rural industries and the protection of intangible cultural heritage.

Keywords

Intangible Cultural Heritage Loufen, Market Survey, Consumers, SWOT Analysis, Binary Logistic Regression Model

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. 绪论

1.1. 研究背景及选题意义

1.1.1. 研究背景

粉条是我国传统淀粉食品，在食品市场中长期占据重要地位。近年来，红薯粉条产业规模持续扩张，发展趋于多元化。南太务村位于北京市平谷区夏各庄镇，其“瓢式漏粉”技艺历史悠久，2020年被列入平谷区非物质文化遗产名录。村民普遍种植红薯，形成了以漏粉为核心的地方特色产业，产品凭借“手工制作、零添加”的特征在区域市场中享有良好口碑。

非遗漏粉作为承载地域文化与传统技艺的非遗食品，不仅体现人与自然的和谐理念，也是区域文化认同的重要载体。然而，现代化生产的普及使手工粉条面临高成本、低效率及市场竞争压力。目前，全国机制粉条占比已超过九成，手工粉条仅在中高端市场保持有限份额。南太务村虽具“非遗”标签优势，但仍受到河南禹州、山东龙口等规模化产区的竞争挤压。

在工业化与消费升级并存的背景下，非遗漏粉的传承与发展面临多重挑战。一方面，机制化生产提升了效率并占据大众市场；另一方面，手工粉条因产能有限、成本较高，仅在中高端特色食品领域维持约8%~10%的份额，市场空间逐渐收缩。南太务村虽凭借“非遗”与“零添加”等差异化特征在区域市场保持一定优势，但在全国范围内仍处于弱势地位。

与此同时，消费者健康与文化消费意识增强，具文化内涵与健康属性的传统食品日益受到关注。非遗漏粉凭借独特文化价值与天然特征具备良好发展潜力。然而，目前对消费者的认知程度、购买意愿与偏好特征缺乏系统研究，限制了其市场推广与产业扩展。

基于此，为深入了解市场需求、探索非遗漏粉的传承路径与发展策略，推动这一珍贵非物质文化遗产在现代社会焕发新活力，开展本次调查具有重要意义。

1.1.2. 研究目的

本研究旨在掌握消费者对非遗漏粉的认知程度与购买偏好，重点分析影响购买决策的因素，如文化认同、健康需求、价格与品牌口碑。通过数据分析揭示市场推广中存在的主要问题，提出针对性的优化路径，为传承人、经营者及相关部门提供决策参考，促进非遗技艺在当代社会的可持续发展。

1.2. 文献综述与理论基础

1.2.1. 文献综述

(1) 非遗食品传承与保护研究

现有研究普遍认为，非遗食品的传承应突破“单一技艺保护”的局限，转向技艺、市场与文化相结合的保护模式。《非物质文化遗产蓝皮书(2023)》指出，成功“破圈”的非遗食品往往具备“文化故事具象化、消费场景多元化”的特征。例如云南鲜花饼通过“技艺 + 旅游伴手礼”的结合实现产业化发展。总体来看，文化符号化与消费场景创新是推动非遗食品走向市场的关键。

(2) 传统食品消费行为研究

学者研究表明，健康属性和文化认同是消费者购买传统食品的主要动因。通过运用 Logistic 模型发现，无添加、原生态产品对购买意愿影响最显著，其次为文化价值与品牌口碑。但不同收入群体对文化属性的敏感度存在差异，中高收入群体的支付溢价意愿明显更高。这为非遗食品差异化定价与精准营销提供了经验参考。

(3) 非遗产业与文旅融合研究

“非遗 + 文旅”融合被认为是激活非遗项目活态传承的重要途径。成功案例普遍强调体验感和互动性，如陕西袁家村的“作坊体验 + 即时消费”模式。相比之下，南太务村现有活动仍以“静态展示 + 产品售卖”为主，互动性不足。研究表明，增加消费者参与度是提升非遗食品传播效果的关键方向。

1.2.2. 理论基础

文化认同理论

文化认同理论强调个体在特定文化符号中的归属感与价值共鸣，结合本研究，非遗食品文化认同分三层：地域认同(消费者对地方文化的情感连接)、技艺认同(对手工制作与传统工序的信任)、价值认同(对“工匠精神”和“文化传承”的支持)。

不同认同层次影响消费者购买行为：本地消费者因情感联结复购率高，外地消费者更看重非遗标签与文化稀缺性，愿支付溢价。故营销策略应差异化：本地市场强化情感共鸣与体验活动，外部市场突出文化价值与品牌符号。

基于此给出精准营销落地策略：本地市场强化地域情感联结，联合平谷文旅节办“非遗漏粉家乡日”，

设“老味道品鉴会”“亲子制粉体验”激活地域记忆；其他市场突出非遗价值传递，设计“非遗技艺礼盒”（附技艺说明书与传承人签名），联合历史文化类 KOL 解读“漏粉非遗的当代价值”，匹配高溢价意愿群体需求。

1.3. 研究方案

1.3.1. 研究内容

本次调研聚焦北京市非遗漏粉市场，以消费端为主体，通过样本数据分析为产业发展与行业革新提供参考。研究内容主要包括以下四个方面：

① 消费者对非遗漏粉的知晓程度(是否了解其为非遗项目)、对制作技艺的认知(如原料选择、漏制工艺等)、对文化内涵的理解(如历史渊源、地域特色意义等)。

② 购买偏好层面：涵盖消费者对非遗漏粉的口感(如是否有嚼劲、韧性等)、用途(如送给亲朋好友、自己吃等)、制作工艺(纯手工、机械制作)价格区间的接受度；以及消费者的购买频率。

③ 购买决策影响因素：分析文化认同、健康需求(如是否无添加、营养成分等)、品牌口碑、他人推荐、促销活动等因素对消费者购买非遗漏粉决策的影响程度。

④ 市场现状与问题：探究非遗漏粉当前的市场供给情况(如主要生产厂家、产品种类等)、市场推广方式的有效性(如广告宣传、文化活动等)，以及存在的不足(如知名度低、销售渠道不畅等)。

1.3.2. 研究方法

(1) 数据收集方法

问卷调查：采用结构化问卷，涵盖消费者基本信息、认知情况及购买特征，题型包括单选、多选和量表题。通过线上(问卷星平台)与线下(村内访谈)结合方式，共回收 514 份有效问卷。

访谈与观察：对传承人、生产者和消费者进行深度访谈，补充问卷无法反映的动机与体验信息；实地观察制作、销售过程，记录消费行为与场景特征。

文献与数据分析方法：结合相关文献与政策文件进行背景分析。数据分析采用描述性统计与二元 Logistic 回归，探讨人口学特征与认知差异关系；信度与效度检验用于评估问卷质量；SWOT 分析用于识别产业优势与挑战。

(2) 数据分析方法

描述性统计分析：在本次调研中，基于消费者基本信息以及消费特征数据，针对消费者在产品食用习惯、口味偏好、购买频率、消费场景等关键维度，运用科学严谨的方法开了单变量统计描述性分析，旨在深入挖掘消费者行为背后的潜在规律与趋势。

SWOT 分析：通过对内部因素与外部环境的系统拆解，评估非遗漏粉产业的优势、劣势、机会与威胁，并提出战略建议。

信效度检验：通过 Cronbach's α 系数与因子分析检验问卷工具的信度与效度，以确保数据的稳定性、一致性与有效性。

二元 Logistic 回归模型：用于探究消费者认知与偏好的二分类问题，揭示人口学特征与购买决策之间的关系，为市场营销策略提供实证支持[1]。

2. 南太务村非遗漏粉特色产业 SWOT 分析

2.1. 南太务村非遗漏粉特色产业发展现状

2.1.1. 背景

北京市平谷区夏各庄镇南太务村位于沟河洪积平原边缘。南太务村的“瓢式漏粉”技艺历史悠久，

底蕴深厚，其起源可追溯至明朝永乐年间。“瓢式漏粉”——一种使用红薯为原料、通过特制葫芦瓢手工制作粉条的传统工艺。自 1946 年起延续至今，已历经 4 代人，传承历程逾百年。在 20 世纪 30 年代初，南太务村的漏粉技艺开始形成明确的传承体系。2019 年，这项技艺被正式评为平谷区非物质文化遗产，其承载的手工智慧与地方文化价值获得官方认可，文化地位得以确立。

2.1.2. 种植规模与产量

北京市平谷区夏各庄镇南太务村的“瓢式漏粉”技艺，以当地种植的红薯为核心原料，村落独特的土壤条件为原料品质提供了保障。南太务村土层较薄，土壤以砂砾石质地为主，且有机质含量丰富。依托这一特色土壤条件，村内红薯种植产业规模稳定，每年种植面积达 300 余亩，年产红薯 60 多万公斤；经系列加工后，红薯粉条年产量可达 6 万多公斤，形成稳定的“原料种植 - 成品加工”供给链条，支撑技艺持续传承。

2.1.3. 生产模式与经济效益

南太务村“瓢式漏粉”技艺以家庭作坊与季节性集体生产为主，保留传统印记。霜降后气温、湿度适宜时，村民自发集体漏粉，无约定报酬且按擅长分工协作，持续约一个半月，既保障生产集中化与标准化，又维系村落联系。

该漏粉产业是村内主导产业之一，支撑村落经济、带动村民增收，核心价值优势在原料转化价值提升：本地优质红薯经“瓢式漏粉”加工后，鲜红薯每斤约 3 元，制成粉条后每斤达二十元左右，价值增幅显著，成村民重要增收途径。

销售渠道实现传统到现代转型：过去靠线下“十里八乡口口相传”，销路局限周边；如今拓展至线上，村民借手机、互联网平台推广销售，打破地域限制，触达更广泛消费者，为产业可持续发展注入新动力。

2.2. SWOT 分析概述简介

SWOT 分析是一种战略规划与现状评估工具，其由四个英文单词的首字母组成，分别为 Strengths (优势)、Weaknesses (劣势)、Opportunities (机会)、Threats (威胁)。SWOT 分析由美国管理学家海因茨·韦里克于 20 世纪 80 年代整合提出，核心是通过“内部因素 + 外部环境”的双向拆解，系统性梳理现状、明确方向。

SWOT 分析的关键是区分“内部属性”与“外部环境”。其核心价值包括避免片面视角、简化复杂问题、导向 SO(优势 + 机会)、WO(劣势 + 机会)、ST(优势 + 威胁)、WT(劣势 + 威胁)四类针对性行动策略。SWOT 分析的价值在于其结构化的思维框架，系统审视现状，并将分析结果直接转化为可执行的战略。

2.2.1. 漏粉特色产业发展优势 S

自然环境优势：原料基底与地域禀赋奠定产品独特性

南太务村所在的平谷区属温带季风气候，四季分明、昼夜温差大，适配本地春薯生长，使其淀粉含量比普通薯类高 8%~10%，口感更软糯。村庄周边多沙壤土，透气性好、保水保肥能力适中，春薯表皮光滑、无畸形，是漏粉优质原料。且原料本地化实现“田间到作坊”短链供应，春薯采收后 24 小时内可磨浆，最大程度保留淀粉活性，粉条煮后不易断、筋道感突出。

政府政策优势：多层级政策支持为发展保驾护航

平谷区推进“非遗 + 文旅”融合战略，将漏粉技艺纳入桃花节、非遗文化节等活动，如首届非遗文化节“粉条宴”吸引 500 余人参与，助力技艺展示与产品销售。夏各庄镇政府及南太务村村两委支持“非

遗工坊 + 传承人 + 农户”模式，打通线上销售渠道。“区级引导 + 镇级落地 + 村级执行”的多层级体系，为非遗漏粉从“技艺保护”向“产业发展”转型提供清晰路径。

产品品质与口碑优势：匠心坚守与市场认可形成溢价能力

南太务村非遗漏粉以本地优质春薯为原料，拒绝混廉价土豆粉，严格遵循 32 道手工工序，全程零添加食用胶、防腐剂、色素，粉条保持“色泽乳白、口感筋道、久煮不烂”特质。凭借品质积累良好市场口碑，手工漏粉每公斤售价 20 元，较工业化粉条溢价超 50%，且复购率高、销量稳定，为村民带来更高收益，也为非遗活态传承提供经济支撑，形成“品质 - 口碑 - 效益”正向循环[2]。

2.2.2. 漏粉特色产业发展劣势 W

生产效率与传承挑战

传统漏粉依赖手工与经验，生产效率低，揣揉粉团需多人发力，劳动强度大，熟练团队日均仅能漏四五百斤粉条。且技艺传承断层，年轻人不愿学，现有传承人年龄大，面临“人亡艺绝”风险。

产业规模与标准化程度低

当前生产模式仍以家庭作坊为主，规模小、标准化程度低，缺统一生产标准、质量体系与品牌包装，难以规模化供应市场；互助模式组织松散，生产能力有限，无法满足大规模需求。

技术更新与基础设施不完善

生产技术装备、基础设施落后于现代食品企业，辅助环节引入现代设备以平衡效率与品质待解决；村内数据记录、管理及现代统计技术应用难，数字化管理与现代营销能力缺失制约发展。

2.2.3. 漏粉特色产业发展机遇 O

市场需求与消费趋势

消费市场传统、健康、有机食品需求旺盛，南太务村漏粉“手工制作、无添加”契合需求，成核心卖点；消费者愿为高品质、有文化内涵的产品付溢价，且线上渠道发展助其拓宽市场。

政策支持与乡村振兴战略

近年来，国家重视乡村振兴与非遗保护，北京推进“高水平人才高地建设”，深化高校助力区域发展模式；“青才汇平谷”等活动为村庄带来高校人才，特别是首都高校“千人百村”大学生实习实践活动的开展，为南太务村带来了北方工业大学等高校的专业人才支持，学生们运用统计学方法帮助优化产品推广，为传统技艺注入新活力。这些政策支持为非遗漏粉技艺的传承与发展提供了强大后盾。

2.2.4. 漏粉特色产业发展面临的威胁 T

原料成本与品质波动

漏粉品质依赖红薯原料，虽村庄有种植优势，但原料供应存风险：一是自然条件影响大，灾害会导致红薯减产、品质变，进而影响粉条品质；二是种植采收成本逐年升，挤压手工漏粉利润空间，制约产业规模化。

国内知名品种所占市场比重大

机制粉条大规模低成本生产形成竞争压力，虽口感品质不及手工，但凭低价与标准化占据大部分市场，手工漏粉因效率低、成本高，价格高，竞争中处劣势。

传承断层与人才危机

手工漏粉传承断层，年轻人不愿从事；高校学生短期实践难形成常态化传承纽带，缺长期“吸才留才”机制。年轻血液缺位不仅致技艺传承风险，还因缺创新能力，制约产业工艺优化、产品创新与营销升级，难向规模化现代化发展。

2.3. 南太务村非遗漏粉特色产业发展对策

2.3.1. SO (优势 - 机会策略)

品牌提升与市场拓展

借非遗品牌价值与健康消费趋势，打造高端手工粉条品牌：挖掘文化内核与历史，转化为品牌故事，设计地域文化包装；建“线上 + 线下”销售体系，线上拍短视频、直播带货，线下设销售点，结合节庆开体验摊位，提销量与村民收益。

文旅融合

依托周边旅游资源与非遗吸引力，发展体验游与研学：建“非遗漏粉体验馆”，展示全流程技艺与老工具、影像；开发“非遗 + 乡村”游线路，让游客参与漏粉制作，以体验游宣传产品、助力非遗活态传承。

2.3.2. WO (劣势 - 机会策略)

技艺创新与传承人培养战略

针对传承断层，联高校科研机构，融现代科技与传统工艺，降劳动强度、提效率；建传承人培训计划吸年轻人；对接文旅局与非遗保护中心，整理技艺资料申报更高层级非遗，获政策倾斜完善设施、提传承人待遇[3]。

基础设施改造与数字化提升战略

改善生产条件与推进数字化：辅助环节引现代设备，降重复劳动强度、提效率，核心手工环节保留；借高校建数据分析系统，补管理短板，实现产销精准对接，支撑产业规模化。

2.3.3. ST (优势 - 威胁策略)

产品差异化与价值传播战略

面应对机制粉条竞争，突出手工核心特质：对比展示手工与机制粉条差异，打“无添加、原生态”标签；可视化呈现手工流程，挖掘技艺历史，以情感认同培养忠实客户，守住并扩市场份额。

原料保障与品质提升

整村及周边种植资源，统选红薯品种、定种植规范，从源头控原料品质；联农业科研机构，培育淀粉纯度高、抗逆性强的专用红薯品种，提升原料与工艺适配度。

2.3.4. WT (劣势 - 威胁策略)

政策对接与多方合作战略

对接政策资源，借“千人百村”等平台引高校人才解技术管理难题；建跨领域合作机制，联文旅部门推漏粉技艺融入全域旅游线路，借节庆扩曝光，拓销售渠道、降市场风险。

2.4. 总结与展望

南太务村非遗漏粉技艺有百年历史，承载历史文化且助村民增收，发展中兼具文化价值、产品优势与传承断层、生产效率低的挑战，也受益于政策支持、市场机遇，需应对传承断层与市场竞争威胁。

未来发展中，南太务村一方面要加强非遗技艺保护、培养年轻传承人，确保技艺存续；另一方面需合理利用非遗资源，通过科技创新、品牌建设、文旅融合实现创造性转化与创新性发展，尤其要抓住乡村振兴与消费升级机遇，将其打造成村里的特色产业与亮丽名片。

唯有让非遗技艺“活”在当代、“活”在民间，才能实现其价值，让“舌尖上的非遗”持续绽放光彩，为乡村文化振兴与产业振兴注入持久动力。

3. 研究设计

3.1. 数据来源

本研究所用数据来源于 2025 年在南太务村开展的市场消费调查，共回收有效问卷 514 份。问卷设计涵盖消费者对非遗食品的认知水平、信息获取渠道、价值感知、购买意愿以及人口学特征等方面内容。

3.1.1. 消费者基本特征

(1) 性别

如图 1 所示，在非遗漏粉的消费者中，男性比例(50.96%)略高于女性比例(49.04%)。从而可知，在非遗漏粉的消费者和整体粉条的消费人群中，男女消费者的比例相符，男性略高于女性。

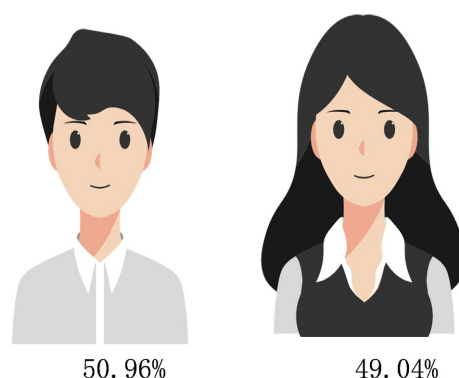


Figure 1. Gender distribution of consumers

图 1. 消费者性别比例图

(2) 年龄

如图 2 所示，非遗漏粉消费者年龄在 18~24 岁的群体人数最多，占 25.48%，55 岁以上的消费者群体占比最少，符合非遗漏粉消费者人口特征比例。

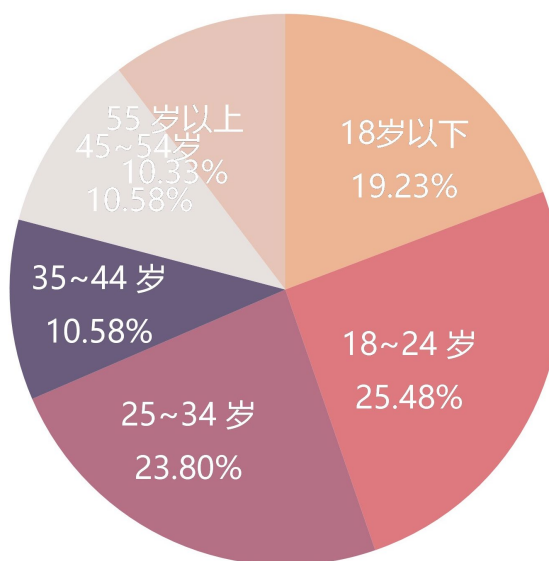


Figure 2. Age distribution of consumers

图 2. 消费者年龄分布图

3.1.2. 消费者行为特征

(1) 消费者消费习惯

如图 3 所示,在购买漏粉的主要用途分布中,63.70%的消费者选择将其用于尝鲜体验,该用途占比最高;其次是作为过节馈赠亲朋好友的选择,对应占比为 55.77%;相比之下,选择以“支持非遗文化”为目的购买漏粉的消费者占比相对较低,仅为 29.57%。

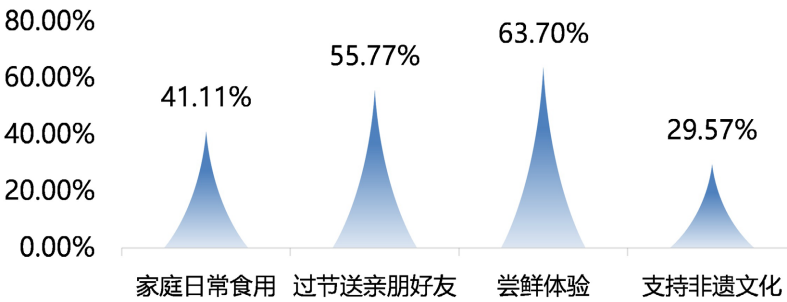


Figure 3. Distribution of consumer purchasing behavior
图 3. 消费者消费习惯分布图

(2) 消费者了解非遗漏粉渠道

如图 4 所示,在消费者了解非遗漏粉的各类渠道中,亲友推荐、短视频平台(抖音/快手)及政府/非遗宣传活动这三大渠道的占比相对突出,且整体分布较为平均,具体占比分别为 56.73%、58.65%和 54.57%。其中,通过短视频平台(抖音/快手)了解到非遗漏粉的消费者占比,在这三大主流渠道中相对更高。

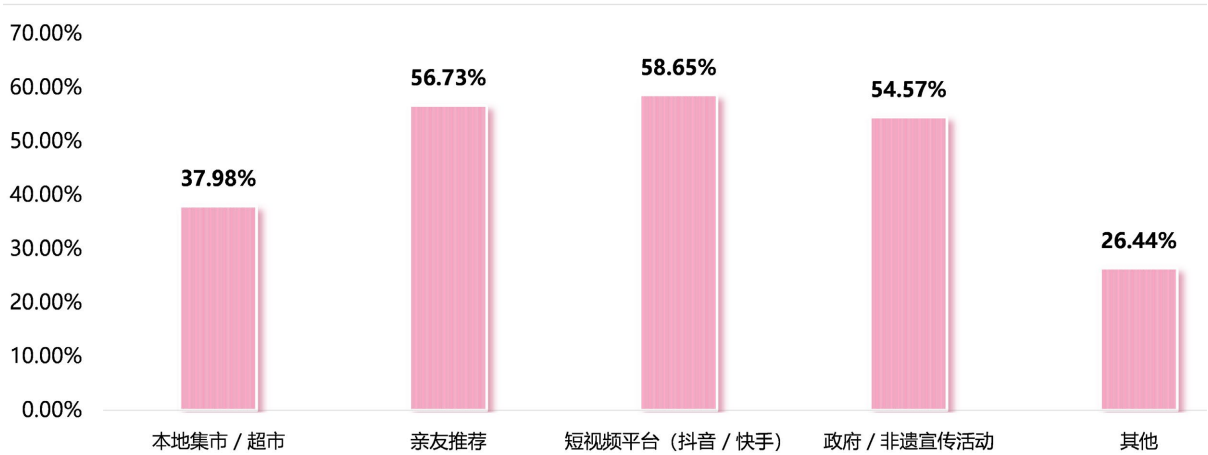


Figure 4. Consumer channels for intangible cultural heritage awareness
图 4. 消费者了解非遗漏粉渠道分布图

(3) 消费者认为非遗漏粉的合理单价

如图 5 所示,在消费者认为非遗漏粉合理单价中,32.21%的消费者认为非遗漏粉的价格在 16~20 元为合理单价,其次 30.05%的消费者认为价格应在 11~15 元的区间内为合理价格。其中认为应在 21 元及以上的消费者最少占总体比例的 15.63%。

3.2. 预调查与问卷修订

在预调查阶段[4],团队主要通过线上线下发放问卷。通过分析问卷数据来初步了解北京市居民对非

遗漏粉的了解程度、消费特征和消费倾向等，同时根据预调查反馈的情况对问卷进行修改和完善。

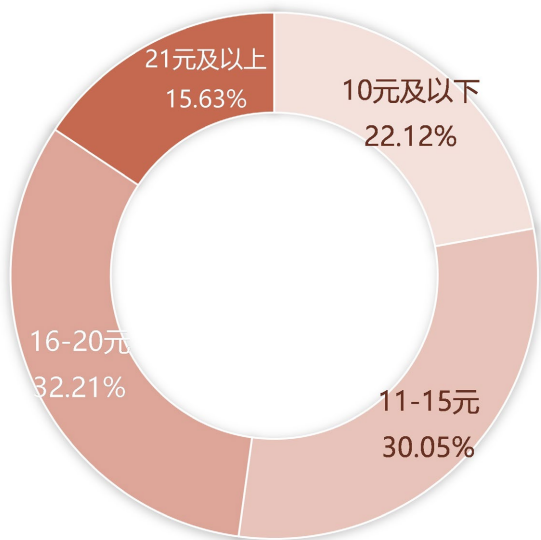


Figure 5. Consumer price acceptance distribution
图 5. 消费者认为合理单价比例图

3.2.1. 调查对象

本次调查的总体为北京市 18 岁及以上的常住居民(包括户籍人口和在京居住半年以上的流动人口)。调查对象既包括已有粉条消费经验的居民，也包括潜在的消费者群体，旨在全面掌握北京市范围内公众对“非遗漏粉”的认知程度及消费意愿。

3.2.2. 问卷的发放和回收

本次问卷发放采用线上与线下相结合的方式。线下通过实地走访村民及非遗漏粉技艺的制作者开展问卷收集；线上则通过社交平台、北京市生活社群及非遗文化推广相关平台定向推送问卷，以扩大调研覆盖范围。

在实际调研中，共发放问卷 540 份，回收有效问卷 514 份，有效回收率达 95.2%，保证了入样样本量的需求[5]。

3.2.3. 数据预处理

(1) 数据的检查与校订

将消费者回答时间小于 60 秒的问卷剔除；同一维度的量表题得分都一样或者绝大多数一样的视为无效问卷。

(2) 数据的编码预录入

此次调查所用问卷通过线上线下两种渠道收集，线上问卷通过问卷星平台导出 Excel 格式，线下回收的问卷由负责人录入问电子数据并与线上数据合并。最后对数据进行统一整理、重新编码，便于后续数据分析。

(3) 抽样方法

为了提高样本对总体的代表性，采用分层抽样方法。具体分层维度如下：

性别层：男性、女性；

年龄层：青年(18~29 岁)、中年(30~44 岁)、中老年(45 岁及以上)；

居住区域层:

中心城区(东城、西城、朝阳、海淀、丰台、石景山);

近郊区(通州、顺义、大兴、昌平);

远郊区(房山、门头沟、怀柔、平谷、密云、延庆)。

在上述分层的基础上,研究团队通过线上与线下结合的方式抽取调查样本,确保不同群体均有覆盖。

(4) 抽样框的确定

根据北京市行政区划,我们构建的抽样框如表 1 所示:

Table 1. Sampling frame
表 1. 抽样框

一级单元抽样框	入样行政区	二级单元抽样框	入样单元
北京市所有市辖区	中心城区(东城、西城、朝阳、 海淀、丰台、石景山)	性别(男、女); 年龄分层	各区 18 岁及以上的常住居民
	近郊区(通州、顺义、大兴、 昌平、房山、门头沟)	性别(男、女); 年龄分层	各区 18 岁及以上的常住居民
	远郊区(怀柔、平谷、密云、 延庆)	性别(男、女); 年龄分层	各区 18 岁及以上的常住居民

(5) 样本量的确定

本研究共回收 514 份有效问卷。虽然未对各分层严格按照北京市人口比例进行配额,但遵循“兼顾代表性与多样性”的原则,确保样本在性别、年龄和区域三方面均有覆盖。整体分布上,性别比例大体均衡;年龄段涵盖青年、中年与中老年群体;区域样本则包含中心城区、近郊和远郊居民。此种分配方式保证了样本结构的合理性和分析结果的可靠性。

(6) 样本分配

本研究共发放问卷 540 份,回收有效问卷 514 份,有效回收率达 95.2%。在样本分配上,虽然未严格依照北京市人口比例控制,但遵循“兼顾代表性与多样性”的原则:

性别分布:男性与女性比例基本均衡;

年龄分布:覆盖青年、中年与中老年群体,避免单一年龄段样本过度集中;

区域分布:中心城区、近郊和远郊均有样本进入,保证不同区域均被覆盖。

最终形成的样本结构较为合理,能够较好反映北京市 18 岁及以上居民对非遗“非遗漏粉”的认知水平与消费行为特征。

3.2.4. 正式调研数据的检验

信度分析:

信度是指测量结果的稳定性、一致性和可靠性。团队采用 Cronbach 信度测量问卷项目的内在一致性系数。Cronbach 信度测量公式及结果如下(表 2):

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right) \tag{1}$$

Table 2. Reliability analysis results of the pilot survey
表 2. 预调查信度分析结果

Cronbach's α 系数	标准化 Cronbach's α 系数	项数	样本数
0.936	0.938	19	55

通过表格可以得出，模型的 Cronbach’s α 系数值为 0.936，说明问卷信度非常好。

效度分析：

结构效度是指测量结果体现出来的某种结构与测值之间的对应程度。结构效度可采用相关分析、因子分析、结构方程模型来评价，而结构效度评价的常用统计方法是因子分析。在进行因子分析前需要进行采样充足性检验(KMO)和 Bartlett 球状检验，其为效度检验。

团队对问卷中量表类的题目 KMO 系数结果如表 3 所示

Table 3. Validity analysis results of the pilot survey

表 3. 预调查效度分析结果

KMO 检验和 Bartlett 的检验		
KMO 值		0.885
Bartlett 球形度检验	近似卡方	353.440
	df	36
	P	0.000

由表所示，KMO 的值为 0.885，Bartlett 球形检验的结果显示，显著性 P 值为 0.000，水平上呈现显著性，说明因子分析有效，程度为适合。

综上所述，预调查问卷数据结果通过了信度效度检验，本次调查是成功的。

3.3. 变量设定

本文设置了分层因变量：

第一阶段因变量(基础认知)：是否听说过“南太务村非遗漏粉”。若回答“是”，则赋值为 1，否则为 0。该变量用于衡量个体对非遗食品的基本知晓程度。

第二阶段因变量(深度认知)：是否形成多渠道认知。若在“了解渠道”一题中选择了“本地集市/超市、亲友推荐、短视频平台(抖音/快手)、政府/非遗宣传活动”四项中的三项及以上，则赋值为 1，否则为 0。该变量用于反映个体认知的深度与多元性。

自变量主要为人口学特征，包括年龄、性别、居住地、家庭人均月收入 and 学历，并统一转化为虚拟变量。其中性别变量定义为“女 = 1”。这些变量均属于事前特征，可较好地解释个体在基础认知与深度认知层面的差异。

3.4. 模型设定

为了系统分析非遗食品认知分层的影响机制，本文构建了一个两阶段 Logit 回归框架。第一阶段为基础认知模型(Basic Awareness Model)，其核心在于探讨个体是否具备对非遗食品的基本知晓。设因变量为是否听说过“南太务村非遗漏粉”，若回答“是”则取值为 1，否则为 0，其条件概率可表示为：

$$P(\text{heard}_i = 1) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta X_i)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta X_i)} \tag{2}$$

其中， X_i 表示个体的人口学特征，包括年龄、性别、居住地、家庭人均月收入 and 学历。该模型旨在揭示人口学因素对个体是否具备基础认知的影响。

在此基础上，第二阶段构建深度认知模型(Deep Awareness Model)，其目标是进一步解释已具备基础认知的个体中，谁更可能形成多渠道的深度认知。设因变量为是否通过三种及以上渠道了解“南太务村

非遗漏粉”，若是则取值为 1，否则为 0，其条件概率函数为：

$$P(\text{deep}_i = 1 | \text{heard} = 1) = \frac{\exp(\gamma_0 + \gamma Z_i)}{1 + \exp(\gamma_0 + \gamma Z_i)} \quad (3)$$

其中， Z_i 同样为个体的人口学特征。通过这种分层设定，第一阶段模型聚焦“是否知晓”的普及性问题，而第二阶段模型则进一步探讨“认知深度”的差异性影响，从而避免后验偏误，更加科学地揭示了非遗食品认知的形成机制。

3.5. 方法与评估

在估计方法上，本文采用极大似然估计，报告回归系数、优势比(OR)、95%置信区间及平均边际效应(AME)，以增强结果的可解释性。同时，为了保证模型的外推能力，本文引入 5 折交叉验证方法，分别计算模型的 ROC 曲线下面积(AUC)与 Brier 分数，以检验模型在区分能力与概率校准方面的表现。最后，绘制 ROC 曲线直观呈现模型在不同判别阈值下的性能。

3.6. 模型结论解读

3.6.1. 基础认知模型

Logit 回归结果显示，在基础认知层面如图 6，仅居住地变量对是否听说过存在显著影响，某类居住地居民的优势比约为 2.01 ($P < 0.05$)，意味着其认知概率大约是基准组的两倍。其余人口学特征，包括性别、年龄、收入和学历均未通过显著性检验。这说明“是否知道”已经在不同群体中广泛普及，人口学差异不足以形成显著区分。进一步看模型表现，样本内 AUC 为 0.63，交叉验证 AUC 约为 0.47，表明模型区分能力有限，验证了基础认知的高度普及性。

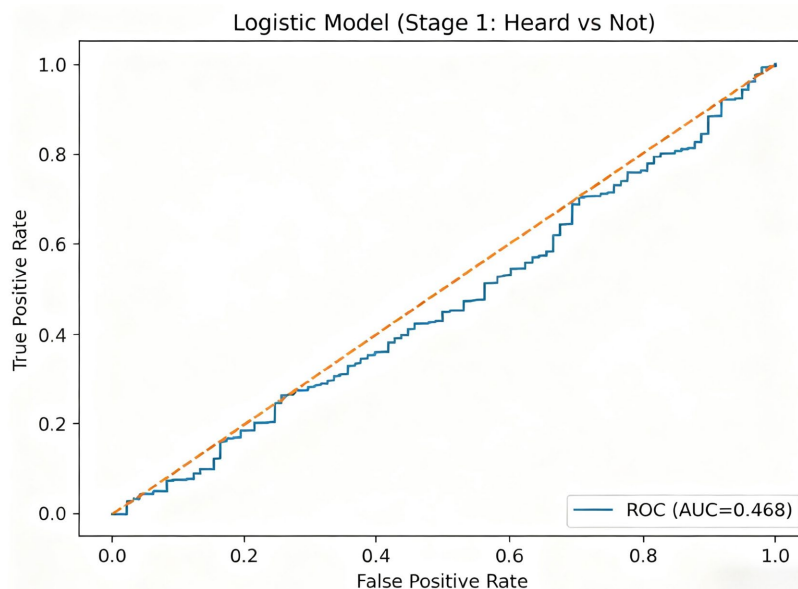


Figure 6. Logit regression results for the deep cognitive model
图 6. 深度认知模型的 Logit 回归结果图

3.6.2. 深度认知模型

在深度认知层面如图 7，结果显示收入与居住地是显著因素。具体而言，中等偏上收入群体(第 4 档)的优势比为 2.95 ($P < 0.05$)，意味着其形成多渠道认知的概率接近低收入群体的三倍；而近郊居民的优势

比仅为 0.46 ($P < 0.05$), 其深度认知概率不足中心城区居民的一半。这说明深度认知仍然受到经济能力和空间区位的双重制约。模型的交叉验证 AUC 为 0.62, 表现出一定的区分度, 说明深度认知在不同群体之间差异明显。

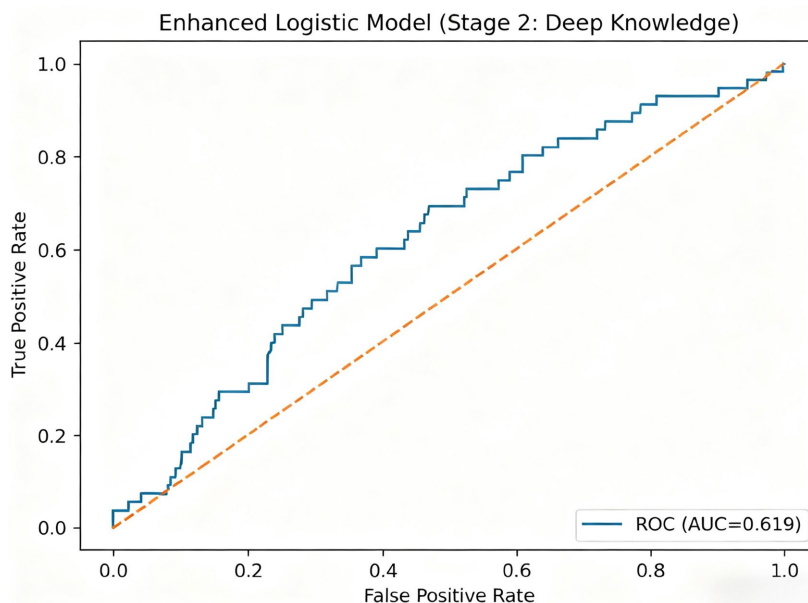


Figure 7. Logit regression results for the basic cognitive model
图 7. 基础认知模型的 Logit 回归结果图

3.6.3. 研究结论

综合分析得出结论：南太务村非遗食品基础认知水平较高，超 80% 受访者听说过该产品，基础认知层面人口学差异不显著，仅居住地对知晓情况有统计影响，空间区位差异仍影响信息传播触达广度；但深度认知比例偏低，仅 13.22% 受访者能通过三种及以上渠道多触点了解，且在收入与居住地上分化显著——中等偏上收入群体深度认知概率是低收入群体近三倍，近郊居民概率仅为中心城区居民一半。情景预测显示，中高收入、中心城区、本科以上学历女性多渠道认知概率达 34%，低收入、近郊、高中学历男性仅 3.5%，差距近十倍，凸显认知分层。

4. 结论与建议

4.1. 发展总结

南太务村“瓢式漏粉”作为平谷区非物质文化遗产，承载着自明朝永乐年间延续至今的手工智慧与地域文化，既是当地村民增收的核心产业，也是区域文化认同的重要载体。

目前，该村形成了“300 余亩红薯种植 - 60 多万公斤年产红薯 - 6 万多公斤粉条加工”的稳定供应链，通过家庭作坊与季节性集体生产结合的模式，实现鲜红薯到粉条的价值大幅提升，并逐步完成从线下“口口相传”到线上新媒体销售的渠道转型，在平谷及周边积累了良好口碑。

从产业发展来看，其核心优势显著：自然条件赋予原料高淀粉含量与优质口感，政府“非遗 + 文旅”政策提供发展契机，手工零添加的品质形成市场溢价能力。但同时短板同样突出，生产效率低、标准化不足、基础设施落后制约规模扩张，年轻群体参与意愿低导致技艺传承面临断层风险。在市场环境中，消费者对健康、文化类传统食品的需求增长带来机遇，但机械化粉条的低价竞争、原料成本上涨及品质

波动,进一步压缩了产业发展空间。

消费者调研数据显示,非遗漏粉基础认知率达 80.93%,18~34 岁年轻群体为消费主力,购买用途以“尝鲜体验”(63.70%)和“节日馈赠”(55.77%)为主,短视频平台、亲友推荐、政府宣传是主要认知渠道;但深度认知比例仅 13.22%,且呈现明显分层,中等偏上收入、中心城区居民的深度认知概率显著高于低收入、近郊群体,反映出“知晓广泛但理解浅显”的市场认知现状。

4.2. 发展建议

为推动南太务村非遗漏粉产业实现活态传承与可持续发展,需要多方面共同努力。

在传承上,构建“院校+工坊+传承人”培育体系,开设实践课程吸引年轻人,通过视频教学、体验区建设降低学习门槛,同时完善技艺档案并申报市级非遗以提升影响力。

生产与供应链方面,制定统一生产技术规范,在辅助环节引入现代化设备提升效率,整合土地资源建立专用红薯种植基地与全流程追溯体系,完善基础设施并搭建产销数据管理系统。

市场推广上,挖掘传承故事打造“文化+品质”双驱动品牌,线上依托短视频和直播带货吸引年轻消费者,线下结合文旅活动设体验销售点、进商超社区,针对不同认知层次群体制定差异化策略,提升深度认知比例。

未来需围绕南太务村非遗漏粉产业的核心痛点与潜力,从传承培育、生产优化、品牌营销及多方协作四大方向精准发力:筑牢产业发展支撑,最终实现非遗漏粉文化价值的活态传承与市场价值的持续提升。

参考文献

- [1] 朱米娜,陈旺.数字时代文旅融合下芜湖铁画创新发展研究[J].佳木斯大学社会科学学报,2025,43(9):152-154+159.
- [2] 影子.割髭岭手工粉条[J].农村·农业·农民(A版),2017(3):49-50.
- [3] 李鑫,李红梅,张政.北京市肉丸产品市场需求及消费机会挖掘[J].中国市场,2024(23):109-114.
- [4] 何焱.基于SWOT分析的思南县双高红薯特色产业发展现状及对策研究[J].热带农业工程,2025,49(3):40-44.
- [5] 李红梅,张政,李鑫.速冻肉丸产品消费分析及推广策略研究——以北京市正大肉丸为例[J].中国市场,2024(24):110-113.