



一坛红曲酒，“酿”出共富味

走进桐庐县莪山畲族乡龙峰民族村，空气中缭绕着糯米的清香与红曲的微酸，时光与微生物在这里发酵，将山泉、糯米酿成一瓮瓮流淌的琥珀浆。这个隐于杭州西部群山的畲族小村，曾深陷“路不通、田荒芜、人外流”的困境，却凭着一坛红曲酒，“酿”出属于自己的共富新路径。

从文化失语到非遗绽放，从空心村落到文旅热土，这坛浸润畲族记忆的红曲酒，酿的是古法传承的坚守，聚的是干群同心的合力，铺就的是民族乡村的振兴路。

一坛佳酿重塑产业格局

作为龙峰民族村的文化瑰宝，畲乡红曲酒酿制技艺于2012年入选浙江省非物质文化遗产名录。以村内纯天然红曲、本地糯米和山泉水为原料，经泡米、蒸煮、拌曲、发酵等多道工序，再凭借独特温控工艺，最终酿成红中透绿的佳酿，每一滴都承载着龙峰人的匠心。

“村里90%以上的农户都会酿酒，但品质参差不齐，基本只能自饮或低价出售。”龙峰民族村村委会主任雷天星的话中，藏着畲家红曲酒曾经的窘迫处境。而这坛承载着畲族500年传承的佳酿，背后是当时整个村庄的发展困境。15年前的龙峰民族村，是莪山畲族乡考核中常年垫底的落后村，断头路阻断发展，荒梯田见证贫瘠。

改变的序幕，始于一场跨越寒冬的期盼。2011年，12位村民顶着严寒等候在雷天星家门口，这并非偶然之举。在此之前，村民们已多次上门恳请这位在外打拼有成的畲族汉子，回乡带领大家发展。这份沉甸甸的信任与执着，最终打动了雷天星，让他回到了生他养他的龙峰民族村。

当选龙峰民族村村委会主任后，雷天星将红曲酒定为全村核心产业。为破解“低小散”的发展瓶颈，2016年，雷天星牵头创办桐庐雷公红曲酒专业合作社，推出“以瓶控质”标准，将散装售卖的红曲酒升级为统一包装、统一标识的商品，从源头规范品质。同年10月，首届红曲酒开酒节登场，百米长桌宴摆满畲乡“十大碗”，红曲酒香漫透街巷，更吸引企业当场签下大额订单。

合作社的成功让雷天星意识到，要实现长远发展，必须走公司化、规模化之路。2021年，他牵头注册成立杭州畲味莪山龙峰红曲酒有限公司，并建成占地960平方米的红曲酒厂，实现压榨、沉淀、过滤等环节机械化作业，同时，始终坚守人工大缸发酵的传统核心工艺，确保红曲酒的原汁原味。

如今，龙峰民族村形成了农户自酿、酒厂标准化生产的双轨模式，农户自酿酒售价16-20元/公斤，酒厂标准化产品定价30-40元/公斤，满足不同市场需求。

一场合作催生产品创新

有关数据显示，截至目前，全国有红曲酒相关企业41家，桐庐县占据10家，成为红曲酒产业的核心集聚地。这一产业优势的背后，是龙峰民族村破解技术瓶颈、打通全产业链的持续探索。

“红曲酒存放难，以前最多放两三个月，夏季高温天更难保存。”畲乡红曲酒酿制技艺第六批市级非遗代表性传承人陈凤凤一语道出长期制约红曲酒产业发展的核心痛点。

2022年，经相关部门牵线，龙峰民族村与浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司（以下简称“古越龙山”）达成合作。经过两年多的技攻关，2024年，这一困局终于迎来关键突破，古越龙山专家团队带来针对性指导：改变传统洗米习惯，将浸米时间从2小时延长至5天；同时建立高温消毒、沉淀过滤、密封包装全流程标准化体系，使红曲酒保质期从数月延长至3-5年，解决了储存和长途运输的关键难题。

技术合作催生了产品创新。借助古越龙山的工艺优势，双方共同研发出“雷、蓝、钟、李”四款姓氏酒，将畲族宗族文化与产品深度融合。雷姓酒偏淡、蓝姓酒带甜、钟姓酒度数高、李姓酒由红曲酒与古越龙山母酒调配而成，成为兼具文化内涵与市场价值的产品。

随着品质稳定和保质期延长，红曲酒成功入驻“桐庐味道”区域公共品牌平台。线上订购、快递配送直达消费者，线下桐庐本地多家商店批量进货，形成“线上+线下”联动的销售网络，彻底摆脱了“散装贱卖”的旧模式。

这坛承载着畲族百年文化记忆的佳酿，在技术突破后，彻底打通产、储、销全产业链条，从家家户户的自饮小酒，成长为村集体经济的“活水”。2025年，红曲酒等非遗农产品线上销售额突破300万元，“酿一坛酒、兴一个村、富一方人”正在龙峰民族村变为现实。

一个联盟凝聚发展合力

“以前村里落后，女孩子想嫁出去，小伙子怕娶不到老婆，都外出打工了。”2016年，在外打工的钟余泉看到红曲酒产业逐渐崛起、乡村旅游显露生机，便返乡开起了民宿。

在他的带动下，返乡创业者纷纷跟进，民宿数量逐步增长，但缺乏统一的管理，问题也随之出现，压价抢客、服务粗放，游客投诉率居高不下，刚起步的民宿产业陷入发展困境。

见此情景，钟余泉牵头成立“民宿共富联盟”，联盟统一启用“酒香龙峰·我们的客栈”品牌，按编号区分，推行“一家民宿大家推”的抱团模式，打破恶性竞争的僵局。

文旅融合的核心竞争力，源于畲族文化的深度赋能。早在首届红曲酒开酒节筹备时，雷天星就邀请专家带来畲族米氏舞、迎宾礼和传统山歌，组织村民集中学习打磨，完善“高山流水长桌宴”的仪式感。

如今，这一文化基因已融入民宿运营。“客人到店，服务员穿畲族服饰迎宾，用餐设庭院长桌宴，免费提供竹竿舞、山哈话教学，让游客沉浸式体验畲族文化。”钟余泉说，特色体验从日常接待延伸至各类节庆，畲族文化在文旅融合中重焕生机。

“作为杭州唯一一个少数民族乡，莪山畲族乡的畲族文化需与产业深度绑定，要把这一核心资源转化为可消费、可体验、可传播的产品和服务，既保持‘古法工艺’的品质根基，又通过创新满足现代消费需求，让文化真正成为产业赋能的核心动力。”浙江财经大学法学院教授、副院长陈建胜点出了这一实践的核心逻辑。

而文化赋能的成效，需要专业运营才能进一步放大。2023年，龙峰民族村引入专业经营主体和农村职业经理人，深挖畲族文化核心内涵，“高山流水长桌宴”迅速“出圈”，全村每周接待游客至少2000人。“红曲酒香研学游”带动民宿入住率提升35%，红曲酒成为民宿核心特色产品，冬季农户单靠卖酒就能增收5万元。

亮眼成绩背后，发展挑战也不容忽视。“红曲酒同质化竞争、年轻传承人短缺是主要难题。”莪山畲族乡人大主席袁跃明坦言。对此，村、乡两级联动破局：村级层面规划打造草坪露营、水库垂钓等多元体验项目，同时探索“红曲+”产业路径，开发红曲糕、红曲茶等衍生品，推动产业从“走量”向“走心”升级；乡级层面则以“非遗+旅游”“文化+产业”模式深化品牌建设，推进节庆IP打造、片区组团发展和产销渠道拓展。

在龙峰民族村，这坛传承了500年的红曲酒，承载的不仅是畲族记忆，更是找准支点、激活基因、凝聚合力的乡村智慧。

汤佳焯 邱仁森

