

消费升级下,美食不仅要好吃,还要好看、好玩! 江门美食如何凭创意“出圈”?

谈起设计,人们想到的可能是时装周T台上的服装剪裁,是工业展架上棱角分明的产品,是博物馆里精致的文创摆件,却很少有人将目光投向餐桌。

如今,在江门,一场舌尖上的变革正在上演:喜茶的“芝芝柑普”让新会陈皮与普洱的碰撞风靡全国,带旺了江门文旅消费;源亨哥传承司前温蛋的卤制技艺,推出陈皮姜醋味、咖喱味等创新口味,让司前温蛋走红零食市场;杜阮凉瓜蜕变为精致的西式蛋糕,成为年轻人争相打卡的时尚单品……

这些江门人熟悉的乡土味道,如何摇身一变,从“土特产”成为热搜顶流?这背后,其实是食品设计师施展的创意魔法。“食品设计作为工业设计的一个细分领域,从食材筛选、口味研发、包装形态、场景适配等维度重新构建美食的文化价值。”江门市工业设计协会秘书长郑治权表示,随着消费升级,人们越来越重视食品的消费体验,

食物不仅要好吃,还要好看、好玩,能从中获取更多的情绪和社交价值。在这一趋势下,食品设计对于促进行业转型升级的作用也越发凸显。

然而,江门虽然美食资源丰富、食品生产基础夯实,但不少食品企业对产品设计不够重视,让优质食材长期困在“土特产”的标签里,难以融入现代人的生活日常。同时,专业设计人才和机构的缺乏,也制约着行业发展。

今年4月,江门市委办、市府办联合印发的《关于加快推进现代服务业高质量发展的实施意见》提出,全面做强包括工业设计服务在内的九大领域生产性服务业,着力提升“江门制造”竞争力。未来,江门美食如何凭创意“出圈”?记者就此走访了业内人士。

文/图 江门日报记者 陈倩婷 实习生 符睿欣

趋势 好设计带来新消费

一天吃120多只司前温蛋,这不是什么美食挑战,而是江门市源亨哥食品有限公司(以下简称“源亨哥”)产品设计团队的工作日常。

源亨哥成立于2021年,由“90后”海归凌源亨创立。在他看来,司前温蛋作为江门市非物质文化遗产,虽然制作工艺精湛、口味极佳,却始终局限于地域传播。他意识到,要想推动司前温蛋走进大众视野,就必须创新工艺和口味。

在研发初期,凌源亨带领团队广泛调研市场上即食鹌鹑蛋产品,发现普遍存在食用不便、口感不佳、包装缺乏吸引力等痛点。针对这些问题,凌源亨和产品设计团队开启了长达5年的研发。“为了找出更适合现代消费者的口味和食用方式,我们每天不停地做、不停地吃,试

过一天吃了120多只司前温蛋。”源亨哥产品设计团队负责人袁艳兰回忆说。

凌源亨重新定义司前温蛋,不仅引进生产流水线,实现清洗、剥壳等自动智能化生产,将司前温蛋制作成真空包装的便携零食,还在保留传统口味的基础上,陆续推出陈皮味、麻辣味、咖喱味、鲍汁味等创新口味,以满足不同年龄段消费者的需求。在产品包装上,凌源亨发挥在海外专修艺术的专业知识,将碉楼等侨乡文化元素与现代审美相融合,以独特吸睛的插画讲述侨乡故事,让味觉体验延伸为文化记忆。

如今,源亨哥的产品已成功打入全国各地的商超和电商平台,月产量达100多吨,让司前温蛋实现了从地方特产到国潮零食的华丽转身,变成了可传播的

“文化消费品”。

好设计带来了新消费!如今,不只是司前温蛋,江门的众多传统风味都在经历着这样的蜕变。

喜茶江门创始店推出的限定饮品“芝芝柑普”,以新会柑普茶为基底,创新性地融入芝士云顶和新会陈皮粉,创造出丰富的口感层次,吸引了大量外地粉丝前来探店,带旺了本地文旅消费。今年5月,“芝芝柑普”在全国限时上新,短短一个月内,相关话题在社交平台上的浏览量和播放量就突破了840万次,成为现象级爆款。

用整颗新会陈皮作盏,装盛秘制浓汤,就成了别致的“汤中汤”。这款创意十足的陈皮金盏汤,是新会陈皮药膳非遗美食馆的爆款,由新会陈皮药膳区级

代表性传承人钟景维匠心打造,不久前还登上了央视大型美食节目《三餐四季》。“喝了这款汤,感觉这趟江门之旅特别有仪式感。”来自佛山的游客梁小姐品尝后赞不绝口,“造型精巧,拍照很出片,朋友一看就知道我来江门了。”

在郑治权看来,这些江门美食之所以能“出圈”,关键是将产品的文化价值实现了可视化,将侨乡的烟火气、老手工艺、文化根脉,变成消费者能看见、能触摸、能分享的具体形态,让消费者在拆包装、尝味道、拍照片的过程中,自然而然就接住江门递出的这张“味觉名片”。



凌源亨和团队将司前温蛋制作成真空包装的便携零食。

困境 企业设计创新意识薄弱、专业人才缺乏

武汉推出春日限定美食引来各方游客、杭州的龙井茶酥凭高颜值刷新行业标杆、重庆的冰火锅一登场就引发全网热议……当下,在互联网的助力下,因美食而汇集的“泼天流量”足以让一座城市一夜走红。

作为“中国侨都”,江门不仅拥有丰富的侨文化资源,更孕育出极具特色的侨乡美食。从古井烧鹅、杜阮凉瓜到金山火蒜、外海面,这些侨乡味道承载着厚重的饮食文化底蕴,蕴藏着巨大的“出圈”潜力。但现实是,除了一些老字号和网红单品,不少江门传统美食仍处于“养在深闺人未识”的困境。

“江门许多传统美食依赖传统工艺,却忽视现代消费者的需求,加上文化表达模糊,很难在消费者心中留下深刻印象。”

象。”郑治权坦言,目前江门许多企业还没有食品设计的意识,认为只要味道正宗,就能有销量,还有的企业把食品设计理念理解成换个好看的包装。“这种认知偏差导致了恶性循环:企业不愿投入设计,产品难以突破地域市场,销量上不去就更不舍得花钱养团队。”

“江门食品企业加工出口经验丰富,但却缺乏设计方面的创新,一方面是因为创新产品需投入模具和推广成本,有一定的市场风险,企业不敢轻易尝试;另一个方面,传统食品厂多依赖师傅经验,一些大型企业虽有产品部,但也以配方研发为主,未覆盖外观设计、市场营销等环节。”东湖咖啡品牌负责人梁敏芳说。

与此同时,本地食品设计人才的缺乏也是行业面临的“头疼大事”。“不少高

校的设计与食品专业是相对独立的,这就导致虽然设计有专才、食品有能手,但缺乏既懂美学设计又能把控口感的复合型人才。”郑治权说。

不过,也有少数从业者正在打破这种专业壁垒。

江门甜品师、SHERRY甜品店的主理人陈淑婷,毕业于湖北美术学院工业设计专业。2015年,她从设计公司辞职到世界各地学习做蛋糕。有了设计专业的功底,陈淑婷很快就在业内做出了成绩。2023年,她在世界顶级蛋糕比赛——英国国际蛋糕大赛上,斩获迷你糖艺展示组金奖,同时也是金奖第一名的作品。而她创立的SHERRY甜品店也成了江门的网红蛋糕店。

近日,在陈淑婷的店里,记者看到了

众多具有本土特色的产品,其中最吸睛的当属她新研发的杜阮凉瓜系列:翻糖蛋糕精准复刻了凉瓜表面的凸起棱纹,宛如刚从田间摘下的新鲜凉瓜;凉瓜慕斯用翻糖锦鲤与荷花搭出“荷塘月色”的意境,清雅动人;还有Q弹的凉瓜果冻,以及风味独特的凉瓜酱雪糕。这些创意让凉瓜从农产品变身时尚甜品。

作为业内人士,陈淑婷深知食品创新的不易。“食品行业的迭代速度很快,一款新品推向市场后,可能还在推广阶段,市场风向就已经发生改变,这就要求设计师要具备较强的综合能力,不仅要懂得食材特性、把握消费需求、有设计审美,还得扎根本土文化,擅长将创意快速落地。”



五邑大学艺术与科技学院学生在学习3D打印技术。

破局 校企联动激活创意基因

设计强则产业兴。面对行业人才紧缺的困境,江门正通过校企联动探索突围路径。

今年5月,在五邑大学举办的“侨味食验室”品鉴会上,50多款由该校大三学生制作的文创糕点惊艳亮相。创意十足的造型,吸引不少市民前往品尝购买。学生潘佩晔的作品《侨佬香煲》,将椰子桂花冻盛在竹筏中,呼应华侨香侨批的历史,让糕点成为传递侨乡故事的“文化信使”。现场,还有碉楼造型饼干、侨批酥饼等多款侨味作品。

这场充满创意的味觉实验,源于五邑大学艺术与科技学院、药学与食品工程学院联合江门市工业设计协会于去年新开设的“健康食物设计”选修课程。该课程

打破学科壁垒,融合产品设计与营养学知识,通过产学研协同、科教融合模式,为学生搭建从创意到实践的平台。

“学生在学校学习专业知识的同时,还会到协会参与实践培训,通过3D打印技术,低成本、快速地将创意环节转化为模具,然后调试配方、制作成品。此外,我们也与企业合作,推动学生作品落地生产,接受市场检验。”郑治权介绍道。

据悉,目前五邑大学、江门市工业设计协会已与江门市文旅交通投资集团有限公司侨都教育咨询分公司达成长期合作,将学生的优秀作品放在东湖咖啡玫瑰酒店进行展销,学生也可到店里做“一日店长”,真实感受市场的反馈。部分学生的作品更在多方牵线下,在企业实现量产。

“校企合作既能为大学生提供创业就业契机,让他们深度参与企业生产,积累实战经验,也能为企业创新注入活力,加快产品迭代速度,有效缓解当

前人才紧缺的行业困境。”梁敏芳说。

据悉,接下来,五邑大学艺术与科技学院将加强与各方合作,建立“课程孵化+商业转化”的产教融合模式,让学生创意走进文创市集、手信店等场景,落地企业生产线,着力打通从课堂到市场的创新链条,并重点围绕侨乡文化开展产品研发,助力地方文旅消费。

“美食承载着一个地方的历史、传统风俗和生活方式,是旅游中不可或缺的体验元素。”五邑大学艺术与科技学院产品设计专业负责人黄晓说,“我们希望学生不仅设计造型与口味,更让食物成为文化载体。当江门本土食材融入侨乡元素,美食便超越了味觉本身,成为可品尝的文化记忆。”

“美食对地方文旅的拉动作用,就像是一根无形的‘引线’,能把游客从四面八方‘牵’过来。而食品设计,正是让这根‘引线’更有韧性、更

具吸引力的关键,从配方口味、外观造型到包装叙事的整体升级,让食物本身就成为‘可食用的文创’,既好看又有话题性,游客愿意拍照分享,自然就扩大了产品和城市文化的传播力。”郑治权说。



喜茶“芝芝柑普”吸引不少外地游客前来打卡探店。



陈淑婷制作的翻糖蛋糕,完美复刻了新鲜凉瓜的形态和经典凉瓜菜式的精髓。

相关新闻

江门10家餐饮店上榜2025大众点评“必吃榜” 涵盖多元风味 尽显侨乡特色

江门日报讯(记者/陈倩婷)“更烟火、更新鲜、更懂本地味。”日前,2025大众点评“必吃榜”(以下简称:“必吃榜”)揭晓,144座城市及地区的3091家餐厅上榜。江门有10家餐饮店上榜,涵盖地道美食、农家特色菜、日式料理等多元风味,尽显侨乡饮食文化的独特魅力。

据了解,此次“必吃榜”上,近八成成为烟火小店,超四成为10年以上老店,均是既坚守餐饮初心、极具本地特色,又能彰显城市文化的美食商户。

本次上榜的江门餐饮店——霄乡饭店·温三爷牛餐馆,便是其中的代表。这家传承了三代的牛餐馆,深受鹤山龙口鲜鱼文化的熏陶,始终坚守着从自家牛场养殖、屠宰到达达消费者餐桌的全程可控理念,确保每口牛肉新鲜至极,“我们坚持每天现杀现吃,从黄牛被宰杀到端上餐桌,‘鲜味期’仅维持4小时。师傅现场手切牛肉,装盘后即可放入锅中,经过三起三落,即可品尝到那柔软而带点弹脆的口感。”该餐馆负责人温伟文介绍道。

同样圈粉的还有凤阁楼果木烧鹅,果木烤制的鹅皮脆肉嫩,传承着传统工艺的精髓;德记猪腰汤则以老火慢炖的功夫,熬出街坊认可的暖胃靓汤。这些餐饮店用十年或数十年的坚守,将寻常食材酿成独特风味,不仅撑起江门人的餐桌记忆,更让侨乡饮食文化通过味蕾走向更远的地方。

依托广受食客认可的地道风味,“必吃榜”不仅是用户的“美食之旅向导”、餐饮商家的“行业风向标”,更是彰显各地特色饮食文化的“城市美食名片”,助推本地消费、文化传承。温伟文表示,上榜“必吃榜”后,饭店迎来了更多外地游客,他们慕名而来,品尝地道的江门美食,这不仅增加了饭店的客流量和收入,也让更多人了解到江门的饮食文化。

此次江门入选“必吃榜”的餐饮店名单为:德记猪腰汤、十七铺煲仔饭、鱼民·现造寿司、八达牛餐馆、红旗山庄(圭峰店)、三伯饭店、凤阁楼果木烧鹅(鹤山大鹏路店)、爱鹤小院、霄乡饭店·温三爷牛餐馆和新君悦美食(古兜店)。

