

起底螺蛳粉“增臭”产业： 螺蛳粉更“酸臭” 成本不到1毛钱

让年轻人“臭上头”的螺蛳粉，被曝使用“增臭剂”。连日来，多家螺蛳粉品牌商回应，产品味道主要源于酸笋发酵后的味道，未添加任何国家不允许放的添加剂。

实际上，消费者手中的螺蛳粉，并非都“臭”得原汁原味。连日来，潮新闻记者暗访杭州多家螺蛳粉店铺发现，使用“增臭剂”成为部分商家揽客“秘诀”，瞒着消费者偷偷添加并非个例。

与此同时，在各大电商平台，一些打着“商用”的螺蛳粉增臭剂销量火爆。它们宣称“够臭够味”“3分钟代替8小时熬汤”“两步出餐”。记者在某电商平台输入关键词能检索到10000多件相关产品，销量较好的超20万件。

“增臭”风波下的螺蛳粉 商铺老板称顾客少了一半

“增臭”风波下，杭州不少螺蛳粉店家表示，生意受到了影响。

3月21日晚，潮新闻记者来到杭州拱墅区、滨江区等多家螺蛳粉店看到，原本受年轻人青睐的店铺门口，如今只是零散地徘徊着几位犹豫不决的顾客。

一位年轻的女士说：“看到新闻说螺蛳粉内加了使臭味变浓的添加剂，怕对身体有害，不敢再吃。”像这样在门口犹豫、担忧吃下螺蛳粉“增臭剂”的顾客并非少数。

晚上七点到八点，原本是就餐高峰期。位于人流量较大的武林夜市内的一家螺蛳粉店，一小时内，仅有三位顾客，但是周边其他麻辣烫、炒粉干商家，顾客数量远远超过它。

同样发愁的还有位于杭州延安路西湖好吃街的一家螺蛳粉店，老板尹姐称：“今天的生意不太好，昨天(3月20日)还挺好的，差不多有200人左右，今天(3月21日)大约降了一半。”

尹姐是浙江人，为了开店，她曾特地到广西柳州学习制作螺蛳粉。看到螺蛳粉“增臭”行业丑闻，她担忧，“一些不良商家的行为，影响到螺蛳粉声誉，大家都得跟着遭殃。”

为了让顾客放心，尹姐向他们介绍起螺蛳粉的出餐流程——烫粉、加料、浇汤。现场，顾客对螺蛳粉“酸臭”满是疑虑，尹姐特地向大家介绍，汤底和酸笋，决定了螺蛳粉的品质。正规的商家都是自己熬汤底，再用腌制的酸笋调料。

而这一碗汤底，需要将姜片、蒜头和二十几种香料，爆炒螺蛳后，再加入猪骨、牛骨和鸡架，再文火慢炖8小时，才算制作完成。

尹姐介绍，螺蛳粉的臭味来源于酸笋。酸笋在发酵的过程中，大量的蛋白质会被降解成氨基酸释放，酿造了酸笋独特的气味，而螺蛳粉的臭味浓郁程度和酸笋的添加量以及

腌制手法相关。“酸笋添加的量越大，其味道越浓郁。同时，整块腌制的酸笋味道也会比切开腌制的酸笋味道更大。”尹姐说。

为了保证味道的正宗，许多螺蛳粉店主会选择从广西空运腌制完成的酸笋，自行加工炒熟。

21日晚十点左右，记者又走访了位于杭州滨江区的啦喜街美食城内的三家螺蛳粉店。走进这些店铺时，均闻到非常浓烈的酸臭味。其中有一家生意较好的店里，记者点上一碗螺蛳粉体验其味道。

一位后厨服务员走过，记者指着碗里的螺蛳粉，向其询问：“汤底是否可以加点调料，让螺蛳粉更臭一些？”这位服务员表示：“如果喜欢更臭一些的口味，可以加点调味品。”

当记者进一步询问时，店员表示不方便透露更多。显然，这场螺蛳粉的“增臭”风波，让热爱螺蛳粉的食客和用心在做螺蛳粉的商家，都陷入了窘境。

螺蛳粉的“增臭”生意 勾兑汤底成本不到1毛钱

对于喜爱吃螺蛳粉的食客而言，酸笋是一碗粉的精华，“第一口喝汤，第二口嗦粉，第三口吃酸笋”缺一不可，“闻着越臭，吃起来越香”。

酸臭，是螺蛳粉的灵魂。如何加重螺蛳粉的“酸臭味”，正成为不少商家的牟利点。

潮新闻记者检索多个网购平台发现，销售螺蛳粉增臭剂的现象较为普遍。在某电商平台查询，检索到10000多件相关产品，不少销售商将其宣传为“开店专用”“加一点就够臭”。

其中一款产品，其白色桶身贴着“螺蛳味香精”，为河南许昌一家经销商代理销售。潮新闻记者以买家身份咨询：“里面都是些什么？”该经销商张雷(化名)直言：“都是化学合成的，有专业腥臭香精，主要是增加螺肉的腥

味和酸笋的臭味。”

张雷介绍，一瓶1kg包装的“螺蛳味香精”，售价为75元，添加量是一斤水加一克，保质期三年。“添加量大的话，过于腥臭，不好吃。”

根据这款产品信息，潮新闻记者找到了生产商，系浙江杭州余杭区的一家生产企业，同样以买家身份咨询该企业负责人沈清建(化名)如何使用。他介绍，将该款“螺蛳味香精”加到清汤里，再和该企业生产的增鲜剂一起调配，只需两步，螺蛳粉又臭又鲜的味道就出来了。

记者表示对螺蛳味香精使用是否合规产生疑虑，沈清建称：“这种螺蛳粉明面上是不允许的，但是你可以悄悄加一点。”

正宗的螺蛳粉汤底需用猪骨、螺肉和香料熬制8小时。如果用香精调配螺蛳粉汤底，根据商家使用指导，一碗螺蛳粉800毫升汤底计算，一瓶1kg装的“螺蛳味香精”可以出餐1250碗，售价75元，每碗螺蛳粉汤底调味成本不到1毛钱。

在各大电商平台，潮新闻记者发现，这样的螺蛳粉增臭剂还有很多，质量参差不齐。除了纯香精勾兑的汤底，也有部分商家推出199元的酱料包“买一送一”促销，宣称“不要熬制、小白都能开店”。其中不少增臭酱产自柳州。

螺蛳粉亟待摘掉“臭名” 滥用添加剂或构成欺诈

螺蛳粉作为广西柳州传统特色小吃，是继兰州羊肉面、沙县小吃等走向全国后，又一种在国内形成规模产业的地方美食。

“柳州螺蛳粉”手工制作技艺古老、讲究，入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。能拿到非遗“国字号”招牌，其独特性不言而喻，说明“柳州螺蛳粉”有标准的制作工艺和流程，一代代传承至今；此外，它也是中国传统饮食的重要文化符号，承载民间智慧和情感。

从制作工艺看，螺蛳粉特别之处在于发酵酸笋和熬汤。但是我们也看到，一些不法商家借着螺蛳粉声誉，使用螺蛳粉“增臭剂”浑水摸鱼来提高出餐效率、降低制作成本。

这一系列做法，对柳州乃至全国螺蛳粉产业造成负面冲击。

“违背了螺蛳粉制作工艺，等于弄虚作假，欺诈顾客。”广东省食品安全保障促进会副会长、从事食品产业30余年的朱丹蓬向潮新闻记者表示，食品添加的原则是能不用就不用。

我国《食品安全法》对使用食品添加剂明文规定，必须符合限量标准。如果超量添加的话，将对消费者带来健康隐患，甚至成为有毒有害的食品。尽管如此，仅凭目前的规范，很难真正约束、限制使用螺蛳粉“增臭剂”。

朱丹蓬向潮新闻记者表示，目前“增臭剂”没有明确使用标准，商户完全凭经验添加，觉得味道淡则多加一点，显然是缺乏管控的。此外，缺乏对“增臭剂”安全性的论证，餐饮从业者更不能盲目使用。

根据《消费者权益保护法》，消费者享有知情权。如果食品中有添加食品添加剂，生产者应明确告知消费者添加剂名称，消费者有接受和拒绝食用的权利。如果未告知消费者，哪怕该食品添加剂是安全的，即使非过量使用，也构成对消费者的欺诈，应承担相应赔偿责任。

当一种地方美食“出圈”，如何规范其制作标准，共同维护好IP品牌，历来是个难题。从螺蛳粉到兰州牛肉面、沙县小吃，至今都没有一个可供抄作业的产业健康发展模式。朱丹蓬表示，针对目前螺蛳粉“增臭剂”销售泛滥的情况，建议提高违法成本，加大执法力度，彻底打击这类欺诈行为还需多部门合力。

(潮新闻客户端 记者 吴越 实习生 蓝昕宇)

三星堆门票拟涨价48元，公开征集意见历时半年仍未决 博物馆景区门票定价为何谈“涨”色变？

阅读提示

2023年8月底，当地发布《三星堆古蜀文化遗址博物馆景区门票定价方案(征求意见稿)》意见的公告，拟涨价48元。目前，公开征集意见建议已有半年之久，价格调整方案仍未确定，原因为何？



具 刘坤
青 新 华
铜 华 社
纵 社 记
目 者 者

三星堆票价拟调整引争议

“还没来得及看就要涨价了，涨幅也太高了。”在网络平台上关于三星堆票价调整的讨论中，有不少反对声音，认为其“爆红”过后涨价，存在“宰客”嫌疑。

事实上，此次三星堆价格调整，是德阳市发改委进行深入成本调查后，结合经济社会发展水平和景区运营成本，兼顾游客承受能力，参照国内同类景区门票收费标准拟定的方案。

方案中还列出了定价理由，例如，新馆建设投资超过14亿元，投资23.77亿元的三星堆遗址

保护区还将开展征地拆迁、考古遗址保护以及环境整治、景区道路建设、绿化和景观工程等基础设施建设；管理、运营、维护成本不断攀升，景区财务费用负担沉重；按照国家发改委明确的“建立主要补偿景区服务和生态环境保护合理成本并适当反

映景区价值，以补偿合理运营成本、保持收支总体平衡”的定价原则，现行景区门票价格不能覆盖运营成本等。

方案还明确，价格调整后，依旧对60岁(含)以上老人、残疾军人等免票。然而，记者对网友留言梳理发现，民众对三星堆门票价格调整的讨论，大部分围绕72元到120元的价格涨幅展开，上述关乎价格调整决策的支撑性内容并未得到重视。

普惠共享成为消费心理定式

一位文旅业内人士表示，近年来，城市公园、博物馆、纪念馆等公共场所相继对市民、游客免费开放，由此逐渐形成了一种社会性的免费共享消费心理定式，使得旅游景区尤其是公共资源依托型景区的收费问题，不管是免费变收费，还是价格上涨，都容易受到批评。

国家发改委2018年6月印发了《关于完善国有景区门票价格形成机制 降低重点国有景区门票价格的指导意见》，要求从合理界定门票定价成本构成、创新价格管理方式、严格履行定价程序等方面，完善国有景区门票价格形成机制，确保降低偏高的重点国有景区门票价格取得明显成效。当年9月，各地已出台实施或发文向社会公布了981个景区免费开放或门票降价措施，其中5A、4A级景区占比超过7成。

“说清楚、讲明白”是重要前提

有文旅产业研究者认为，公共资源依托型旅游景区的收费是一个涉及公共资源管理、游客及居民利益、地方经济发展、生态环境保护、企业经营诉求等多方关切的公共议题。“是否收取门票、门票价格数额的确定，决策机制与过程要规范和优化，对于舆论争议尤其需要积极主动引导，说清楚、讲明白是重要前提。”

记者了解到，博物馆景区的价格调整其实已有成功案例，例如，此前北京故宫博物院拟调整票价，拉大淡季旺季价差，景区第一时间就“票务政策调整方案(征求意见稿)”召开研讨会，广泛征求意见。景区还公布了票价调整的议定程序，即首次研讨会后还将召开咨询会、听证会等，确定了合理方案。

近几年，三星堆遗址发掘成果愈加丰富，三星堆古蜀文化遗址博物馆景区作为首批国家4A级景区、首批国家一级博物馆，社会关注度极高，“一票难求”几乎成为常态。有业内人士认为，三星堆博物馆发展前景广阔，越是关键时刻，越要审慎推进，在多方配合努力下争取确定最优方案。此外，当下博物馆旅游景区还应走出门票依赖路径，充分发挥业态规划、创意设计、市场激励等现代产业发展手段的作用，实现旅游业持续高效发展。(工人日报)