

从湘阴灶台到冠军： 一道非遗剁椒鱼头的传承与出圈

潇湘晨报·晨视频记者陈樱芷 报道

午市刚开，长沙万家丽商场七楼，坛宗剁椒鱼头的明档厨房已经蒸汽弥漫。服务员抬着花轿造型的餐盘穿过走廊，盘中一只昂立的大鱼头铺满红亮剁椒。走到桌前，淋酒、点火，蓝色火苗“腾”地蹿起，一桌客人条件反射般掏出手机。“红红火火，鸿运当头。”话音落下，掌声混着笑声——这是坛宗剁椒鱼头每天要上演百余次的画面。

后厨里，谭艳穿着厨师服，正盯着刚出蒸柜的一盘鱼头。她是坛宗剁椒鱼头（以下简称“坛宗”）创始人，也是剁椒鱼头制作技艺第四代非遗传承人。九年时间，她把一道家传菜做成了拥有多家直营门店、连续8年入选必吃榜的湘菜品牌；如今，她又在湖南卫视、芒果TV《家乡美食大赛》节目中夺冠，通过抖音等网络平台曝光，让这门百年手艺被更多人看见。



从乡村厨匠到非遗传承

谭艳的太外公甘裕源，是湘阴樟树镇十里八乡有名的厨师。上世纪二十年代的农村，红白喜事摆席，每家出一个人帮忙，掌勺的厨师是现场的核心。

甘裕源做得一手好菜，远近都来请他，最拿得出手的就是剁椒鱼头。那时候没有山珍海味，讲究的是就地取材——湖南人家会剁辣椒，塘里的鱼现捞现做。

这门手艺从甘裕源传到儿媳妇张秋珍，再传到外孙女甘爱湘，最后到了谭艳手上。“母亲和我都爱吃鱼，小时候打着赤脚下塘抓鱼带回家，爸妈不在家，我自己上灶台动手做。”耳濡目染之间，手艺已经长在了身上。

“上一代是被动地传下来，到我这里，就要好好地传承下去，甚至走向全国、走向世界。”说到这里，谭艳的语气放慢了。

第一次“走出去”，是从自家灶台走进市场。2016年，谭艳决定把家传手艺做成品牌。在此之前，剁椒鱼头几乎是湘菜馆的标配，却参差不齐，“没有真正把它的地位和价值匹配好”。她和团队花了一年时间研发，从蒸柜设计、蒸汽量测试到鱼头调味、器皿定制逐一打磨，菜

品才算真正定型。2017年4月，坛宗第一家店开出。

第二次“走出去”，走的是国门。2018年，由湖南省人民政府支持主办的“湘菜香飘联合国”推广活动在纽约联合国总部举行，25桌宴席上，坛宗剁椒鱼头作为湘菜代表亮相。谭艳带着四大箱原料空运过去，鱼则在当地采买河鲜。服务生小心翼翼地端着那盘超大鱼头放到桌上，同桌宾客看呆了，脱口而出：“这是放在盘子里的埃菲尔铁塔。”

那次经历让谭艳意识到，饮食文化是让世界了解中国的一座桥。而更实在的分量，落回了国内：2023年，坛宗剁椒鱼头获评“湖南头道招牌菜”，“剁椒鱼头制作技艺”入选湖南省第六批省级非物质文化遗产代表性项目名录，坛宗成为指定保护单位；今年8月，谭艳又以“守味人”身份登上湖南卫视《家乡美食大赛》，拿下剁椒鱼头赛道冠军。

对于这些荣誉，谭艳看得清醒：“光环下面更多的是责任。”她更在意的是另一种认可——长沙人招待外地客户、张罗朋友聚餐时，能自然而然地说一句：“走，吃坛宗去。”



烟火气里的经营门道

从自家的一口锅，走到多家连锁门店的餐桌，既要保留原味，又要适应规模化，这条路走起来并不轻松。

第一件事是定标准，而标准的第一关是食材。

谭艳记得母亲讲过当年的讲究：“鸡吃叫，鱼吃跳。”这份对鲜活的执念，也被她搬进了城里的门店。坛宗的门店里，最醒目的是明档厨房和自带的鱼池。活鱼养在恒温池中，点单后现捞、现杀、现蒸。“鱼一旦提前宰杀，肉质就不细嫩了。”这些鱼来自岳阳铁山水库、贵州三板溪水库这类达到国家饮用水标准的高山深湖，不吃饲料，靠浮游生物和水藻长大，一年最多长一斤半。每天清晨，鱼从水库运出，全程加冰充氧，到店入池，损耗不小，但这条标准九年没松过。

剁椒是出味的关键。坛宗用五种老坛剁椒按黄金比例调配：封坛三年的那一种负责坛香，其余分别负责辣、酸和酸辣中和，最上面再铺一层美人剁椒提色增甜。“不是浮夸，是味道的层次需要这五种来烘托。”

说起这道引以为豪的“秘方”，谭艳如数家珍：“三年封坛是必须的。一坛好剁椒，要有好辣椒、好坛子，还要有足够的时间和合适的温度——坛宗在基地封

坛贴条，一等就是三年。”汤则用当天宰杀的鱼尾加山泉水文火慢熬，上桌后沿锅边浇下，让鱼肉越煮越入味。

守得住品质之外，还得让这道传承下来的菜被记住。

“以前鱼头平铺，现在立起来；以前一两种辣椒就够，现在是五种。”谭艳团队做了几处关键创新：门店一进门就能看到直径近两米的巨型鱼头装置，这是最直接的视觉符号，再加上抬花轿、点火、开鱼纳福三道仪式，为食客增加情绪价值。这些仪式如今成了门店里最具传播力的画面——几乎每桌客人都会在点火时举起手机。

周末午市是店里最忙的时候。十二点到下午一点，万家丽店二十多张桌子坐得满满当当，服务员端着鱼头在桌间小跑，喊号声、点火时的欢呼声、碗筷碰撞声混成一片。在坛宗，一份招牌剁椒鱼头根据分量从近90元到上百元不等，搭配几道家常湘菜，人均消费在七十元上下。

“剁椒鱼头是湘菜里少有的上得厅堂、下得厨房的菜，既是家常味，又拿得出场面。”在谭艳的规划里，剁椒鱼头是代表菜，但坛宗最终要做好的是一整桌湘菜——让每一位到店的客人，吃好每一餐。



手机屏幕里的非遗菜

九年品牌路，坛宗赶上了短视频与线上生活服务兴起的机会。

点火、抬轿这些画面天然适合手机拍摄，食客随手拍一条发在抖音等社交媒体平台上，可能就被成百上千人看到；有人被那盘红亮的大鱼头勾起兴趣，点进商家页面买了团购券，找个周末就到店消费；吃完觉得好，再拍一条发上去，又引来下一波。

今年，坛宗还加入了抖音生活服务“了不起的中国菜”活动第二季“吃爽辣座城”。这个项目联动了星厨、达人和地方文旅，聚焦云贵川湘赣五省的辣味菜系，参与商家可以获得更多曝光。以“湖南头道招牌菜”和省级非遗代表性项目的身份参与，对坛宗来说，是让非遗湘菜被更多人看见的又一个渠道。

除了与平台合作“星厨联名冠军招牌菜”专属物料，让坛宗剁椒鱼头的招牌菜直面抖音消费者，品牌还将围绕剁椒鱼头招牌菜打造星厨抖音年度大场直

播。据了解，“了不起的中国菜”活动期间坛宗在抖音的交易环比增长43%，结合站内夺冠热点，“坛宗剁椒鱼头”品牌词搜索环比增长41.73%。

值得一提的是，今年以来，谭艳也开始尝试走到台前，开起个人抖音账号，账号名就叫“坛宗剁椒鱼头非遗传承人谭艳”。

镜头里出现最多的还是灶台边的画面。置顶的那条视频里，谭艳从鱼池中捞起一条大雄鱼，去鳞、去内脏、分割鱼头，动作利落。调好味，把五种剁椒一层层铺满鱼头，推进蒸柜。出锅后再一勺一勺浇上鱼汤，热气 and 鲜香几乎要透过屏幕扑出来，评论区不少人嘴馋并留言：“想吃一次。”

从太外公在乡村灶台前挥勺，到谭艳在联合国宴会厅端上大鱼头，再到如今手机屏幕里一条条朴实的工作日常，这道剁椒鱼头走了105年。

“我这一辈子就做这个行业了，能做好它已经足够。”谭艳说，“如果还不够，那就一代接一代做下去。”