

“锦绣天府·安逸四川”网络名人公益行

明星主厨林述巍：四川乡下到处都是『味觉密码』



工作中的林大厨。

回到土地寻找烹饪灵感

林述巍的履历，在厨师圈里堪称传奇，如G20财长峰会、世界旅游发展大会等重大活动的行政总厨，多家国际五星级酒店厨房的掌舵者，热门综艺《中餐厅》中备受欢迎的“林大厨”等。

然而，当聚光灯熄灭，灶火暂歇，林述巍思考的，是美食更为本质的源头。“再精致的料理，其灵魂都源于土地。”他说，“在五星级酒店的后厨，我们能掌控很多顶级食材，但有时候，会感到一种‘悬浮’。这时候，就需要回到土地上去，去触摸那些刚刚破土而出的鲜嫩，去感受带着露水的温度，那才是烹饪最初的灵感来源。”

这份对食物本源的追寻，让他与四川乡村的邂逅成为必然。四川，这片被誉为“天府之国”的土地，拥有无比丰富的物产和多元的饮食文化。从成都平原到川西高原，从长江流域到秦巴山区，每一种地貌都孕育着独特的风味。

“参与‘星乡村·星农人’这样的活动，对我而言不是‘下乡’，而是‘回家’。是回到味道的起点，去重新认识我们盘中餐的来历。”林述巍说，在互联网上备受欢迎的“三农好物”，不仅仅是商品、是食材，更是一个地方风土人情的结晶，是无数农人辛勤劳作的成果，它们值得被更多人看见和品尝。

乡土食材也能成为美味

在成都东部新区的走访中，林述巍展现了一位顶尖主厨的专业洞察力。他仔细查看当地的特产，无论是知名的柑橘、有机蔬菜，还是一些不那么起眼的山野干货、农家腊味，他都会饶有兴致地询问它们的种植方式、制作工艺、口感特点。

“很多人认为，高端餐饮与乡土食材之间存在鸿沟。但我认为恰恰相反。”林述巍分享着他的发现，“最顶级的烹饪哲学，是‘尊重食材’。而这些来自纯净土地的优质物产，本身就具备了成为美味珍馐的潜力。我的工作，不是去覆盖它们原有的风味，而是

用恰当的烹饪技巧，去凸显、去升华它们与生俱来的‘味觉密码’。”

他举例说，比如一道简单的清炒时蔬，城市的厨师可能更依赖调味料，但在乡村，你拿到的是刚采摘下来的蔬菜，只需要一点点盐和蒜，就能激发其极致的清甜。“这种‘锅气’，是任何现代化厨房设备都无法完全模拟的，它是土地与时间赠予的礼物。”

林述巍认为，四川乡村是一座巨大的、尚未被完全发掘的“美食宝库”，“除了那些已经名声在外的川菜大菜，各地还有无数充满巧思的地方小吃、家常菜和独特的加工方法。通过网络，我们可以将这些隐藏在乡间的‘风味碎片’收集、整理、展示出来，它们就能构成‘锦绣天府·安逸四川’最生动、最诱人的美食名片。”

流量应成为向善的力量

作为拥有广泛影响力的“网络名人”，林述巍深知自己肩上的责任。他不仅仅是一个美食家，更是一座连接乡村与城市的桥梁。

“流量应该成为一种向善的力量。”林述巍说，“我的专业背景，或许可以为这些优质的‘三农好物’做‘信用背书’。这不仅能直接帮助农户增收，更重要的是，能提升整个社会对本土优质农产品的价值认同。”

“‘星乡村·星农人’这个‘星’字，不仅是指我们这些有一定知名度的人，更是指每一个在乡村闪闪发光的农人，每一件来自乡村的明星产品。”林述巍这样表达自己对这场活动的理解。

他相信，美食是推动文旅融合最直接、最有效的媒介。“当人们因为一碗地道的担担面、一块醇香的腊肉、一筐清甜的果子而对一个地方心生向往时，他们就会愿意走进来，亲身去体验那里的山水与人文。这就是一个良性循环。”

从宴会的精致殿堂到四川的广袤乡野，林述巍的步履从未停歇。如今，脱下行政总厨的制服后，他常常换上轻便的行装，以一个“寻味者”和“传播者”的身份，深入这片孕育了无数传奇味道的土地。

“包立春，进来把火烧起！”

“快来吃饭了！”

……

炊烟从农家灶台升起，一句句朴实的对话，将无数人拉回记忆中的温暖厨房。

在“蜀中桃子姐”的视频里，没有精致布景，只有三餐四季、柴米油盐中升腾的人间烟火。这些看似寻常的片

段，正悄悄改变着人们对乡村的印象。

11月27日，在成都东部新区举行的“星乡村·星农人‘锦绣天府·安逸四川’网络名人公益行”上，“桃子姐”龚向桃分享了她故事。她说，很庆幸生活在国家大力推进乡村振兴的新时代，农村人不再是“沉默的大多数”，而是成为积极的创造者。

“蜀中桃子姐”龚向桃：把好山好水好食材推广出去

从灶台到镜头 一个农村女性的蜕变

“刚开始时，我和很多农村姐妹一样，没有背景，也没有高学历。”龚向桃的成长路上写满了奔波——早年外出打工，洗过碗、做过保姆、当过服装厂工人。后来回乡成家，继续在餐馆打工。生活的磨砺，教会了她承担与成长。

最初拍短视频，只是想记录平凡的乡村日常。她也曾不自信：“我个子小，长得也不出众，怎么面对镜头？”第一次拍做菜视频，她紧张得把白糖当成盐撒进锅里。

正是这些“不完美”，意外地触动了屏幕另一端的无数心灵。渐渐地，她发现，网友爱看的不仅是美食，还有那份真实而熟悉的生活气息。

这份共鸣，让她坚定了方向。于是，她的视频里不仅有烧火、做饭、喂猪的日常，丈夫包立春也自然地走进了镜头，这让内容多了夫妻拌嘴的趣味与温情。一句“快来吃饭了”，不只是呼唤家人，更唤起了千万人关于“家”的共同记忆。

从网红到实业 以“家的味道”做食品

流量如潮水般涌来，品牌合作接踵而至。面对诱惑，这个曾经在灶台前犹豫的女子，却异常清醒。

“很多品牌方来寻求合作，想要我们帮忙带货。但我们最终选择打造自主品牌，以便从源头把控食品质量。”龚向桃的语气温柔而坚定，“我们要做妈妈的味道、家的味道，每一款产品都要

以家人能吃的标准来生产。”为了这份承诺，团队自建仓储物流，严把质量关。从四川本地的大头菜，到贵州遵义的辣椒、新疆乌苏的番茄，他们在全国布局原料基地。

与此同时，公益的脚步从未停歇——累计捐款超270万元，在贵州大坪村捐建的便民桥和路灯，照亮了村民的归家路。

龚向桃说，“有多大能力，就承担多大责任。”

从个人到群体 做一束照亮乡村的光

截至目前，“蜀中桃子姐”品牌旗下的大头菜单品，已带动近5000户农户参与种植，总面积超过2万亩。

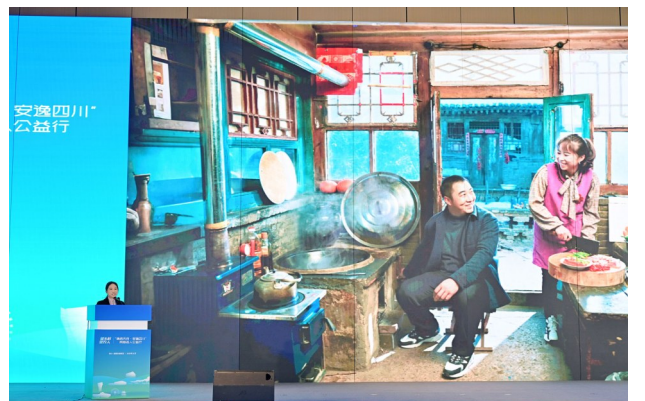
“这既保证了原料质量，也为当地农民提供了就业机会。他们脸上发自内心的笑容，就是对我们最好的回报。”龚向桃说。

她还通过视频，不断宣传家乡的美食、美景与文化，让更多人看见乡村的崭新面貌。

如今，炊烟依旧在农家小院升起，只是这缕烟火，已飘出了小村庄，飘进了更多人的心里。龚向桃依然系着围裙，站在灶台前，用最朴素的方式，讲述着这个时代最动人的乡村振兴故事。

“电商的发展为我们打开了新的大门，让大家能看到、能品尝到我们家乡的味道。”展望未来，她说将继续借助新时代的力量，把家乡的好山好水好食材推广出去。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝 实习生 龚善美



“桃子姐”在短视频中分享自己的生活日常。受访者供图