

擦亮老字号的“金字招牌”

刘文正

中华老字号
China Time-honored Brand

每逢时令佳节,逛老字号店铺,品老字号美食,看老字号手艺……对很多人来说,一家家承载着历史积淀的“中华老字号”就是记忆中一抹熟悉的味道,一丝难忘的乡愁,饱含着浓浓的家国情怀与时代记忆。

2月4日立春之际,全国迎春消费季——2023“老字号嘉年华”暨“惠享山东消费年”在山东青岛启动,以更高品质的商品供给、更加新颖的消费场景,进一步提升老字号文化内涵和供给品质,为人民群众打造更多消费场景,推动老字号加快守正创新发展,更好融入现代生产生活,持续恢复和扩大消费,让群众在品味老字号的过程中,拥有更多获得感、幸福感。

【老字号传承坚守好品质】

蹄筋、花菇、鲍鱼……几十种食材配料以古法熬制,闻之荤香浓郁,食之清淡精细。这道福建名菜佛跳墙曾是古代盛宴上的重头戏,如今一人盅,家庭装走进寻常百姓家,金汤、红汤多种口味可供选择。

在福州闹市中心的聚春园门店,不同价位、分量的佛跳墙预制菜备受顾客青睐。入选国家级非物质文化遗产名录的聚春园佛跳墙制作技艺,就是来自这家创始于1865年的“中华老字号”。

“佛跳墙仍然延续着传统坛煨的烹饪方式,保持其原有风味,让‘佛闻弃禅跳墙来’。”聚春园的门店店长元晓丹说,不同的是,现在用料上选择更适合现代都市人口味的食材,推出的预制菜系列只需加热即可食用。跟随着预制菜的“风口”,聚春园还推出年

糕、芋泥、荔枝肉等80余款预制菜和年货产品,进驻多个电商平台销往全国各地。

在福州三坊七巷的同利肉燕老字号门店顾客盈门,长队排出了门外,人们翘首等待一碗热气腾腾的传统肉燕。“吃太平燕、享全家福”是福州特有的年节风俗,传承百年历史的同利肉燕也吸引许多外地游客慕名而来。

“肉燕的精髓在于燕皮,用木棒将猪腿瘦肉打成肉泥,掺上适量番薯粉,擀成纸片薄的皮。”同利肉燕第四代掌门人陈君凡说,燕皮要经过十几道手工工序精制而成,推动标准化、规模化是老字号融入现代发展的必由之路。

近年来,同利肉燕一改前店后厂的传统作坊模

式,建立起“中央厨房”,吸纳100多名技术工人,日产量可达一两千斤,并通过包装冷冻技术销往全国。陈君凡说,如今还开发出牛肉燕、虾燕、香菇燕等,配合蒸煮煎炸,迎合全国老百姓的口味。

老字号仍有自己的坚守。源于1927年的“中华老字号”永和鱼丸第四代传承人刘景舒说,为了保护非遗传统技艺,老店仍坚持手工打制,用新鲜鱼肉制作,集中生产、分散销售以保证品质,“不能因为工业化而丢失传统饮食文化”。

高成本和品质追求对于老字号来说是挑战与机遇并存。刘景舒说,在传统的鲨鱼丸、鳗鱼丸等品种外,还研制出多种适合涮火锅的鱼丸品种,主推有拳头大的“七星丸”,结合实体店和网店,每天可销售近千斤。

【老字号绽放国潮新活力】

2022年7月,“重庆老字号”陈昌银麻花打造的首家年轻人专属麻花店——“HEY!MAHA”开店。设计新潮的麻花礼盒、新奇多样的麻花口味、年轻化的装修风格……很难想象这是一家拥有百年历史的麻花店。陈昌银麻花相关负责人表示,2017年陈昌银麻花设立电商部,一边建设线上自有渠道,一边“挤”入带货主播直播间。如今,陈昌银麻花产品线上销量约占80%。

陈昌银麻花的发展,是近年来重庆老字号品牌在传承中创新、绽放消费“新活力”的一个缩影。目前,重庆汇聚了19个“中华老字号”和291个“重庆老字号”,更多老字号产品成为线上线下消费市场的明星产品。

诞生于1981年的天府可乐是“重庆老字号”,以天然中药配方闻名,却一度“销声匿迹”。2016年,天

府可乐重新回归。依托遍布全市的便利商超和美团等即时零售渠道,天府可乐将线上线下消费渠道融合,开拓新消费场景。

“天府可乐在消费者中本就有记忆点,如今我们在传承经典的基础上创新,推出草本无糖可乐,融合80年代包装元素打造国潮可乐,并通过即时零售等多渠道销售辐射更多消费群体。”天府可乐相关负责人袁伟说。“老字号焕新,从放下老字号的标签开始。”袁伟说,敏锐观察市场变化,抓住消费新需求成为老字号创新发展的关键。

在江苏无锡,惠山泥人是用无锡惠山脚下的黑泥制作的彩色泥塑,已有400多年历史。1954年,地方政府将艺人和作坊组织起来,成立合作社进行生产,产业得以重振,技艺得以传承和弘扬。2012年,

惠山泥人厂被命名为“中华老字号”企业。

近年来,在传承经典人物形象的同时,惠山泥人厂将3D打印技术与泥人捏塑技艺结合,重新创作设计了“NANI”“MOMO”等惠山泥人新人物形象。结合无锡城市文化特色,惠山泥人厂开发了“有你超甜”系列手办,创作设计多种趣味泥人形象,并采用盲盒方式进行销售。

人物造型和展示、销售方式的转变,让惠山泥人受到更多年轻人喜爱和追捧,与惠山泥人相关的文创产品也多起来。惠山泥人厂与一些地方品牌联名,如为牛奶厂、吐司店、饮品店设计泥人形象,形成“泥人+”模式。在无锡一些景区开设的泥人咖啡馆里,游客进入咖啡馆,可一边品尝咖啡,一边了解非遗文化,还能捏一个属于自己的泥人。

【老字号“出海”走向全世界】

常务副总经理董艳娜说。

走进北京市珐琅厂的生产车间,只见数十位师傅正在一丝不苟地对手中产品进行精雕细琢。制胎、掐丝、点蓝……制作景泰蓝前前后后加起来有100多道工序,每一道都含糊不得。

如今,像京珐景泰蓝这样走出国门的老字号不止一家。

开年以来,位于福建漳州的片仔癀生产车间加班加点,一批批产品陆续销往印度尼西亚、泰国、新加坡等多个国家,仅1月上旬,产品销量就达去年全年的十分之一;上海老字号凤凰也迎来

新飞跃,其生产的锂电助力自行车远销多个国家,售价是传统自行车的十倍乃至数十倍;海鸥手表通过入驻全球速卖通等数字化平台,积极拓展海外市场,速卖通平台为企业量身打造“出海”方案,去年8月大促期间,海鸥手表多款单品销售额环比实现三位数增长……

“老字号有着悠久的历史沉淀和文化遗产,是国家宝贵的品牌资源,具有巨大的经济价值和文化价值。近年来,越来越多老字号走出国门,向世界讲述中国的品牌故事,展示文化自信。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说。

创新是老字号发展的出路

胡蔚

老字号是中华优秀传统文化的重要组成部分,也是中国商业文明发展的显著标志,蕴含着几代人的智慧和心血。近年来,随着市场经济的快速发展,老字号一度出现不适应现代商业模式、失去发展活力等问题,但随着国家政策扶持力度不断加大,加之老字号自身在管理理念、经营模式、产品业态、产业结构等方面也在转型升级,老字号发展活力不断增强,品牌影响力持续提升,一部分老字号重新焕发生机、再度脱颖而出,又一次成为商业市场的弄潮儿。

老字号不仅是市场主体,也是文化传承的载体。每一个老字号的消失,都会造成无法弥补的损失与遗憾,需要加大对老字号的保护力度。《关于促进老字号创新发展的意见》对老字号保护作出明确政策

规定,明确通过法治建设等方式,将老字号的知识产权、历史网点、文化遗产等纳入保护范围。需要注意的是,对老字号的保护并不意味着赋予其特殊的市场地位,参与市场竞争依然要靠市场规则、法律规定为准绳。老字号的保护更多侧重于历史文化层面,但是对老字号而言,其所蕴含的历史文化元素也是集聚竞争力的市场优势,除了依靠政策支持,老字号也应当自己多动脑筋,将历史文化资源转化为商业资源,增强自身的市场竞争力。

老字号一方面要注重传承,将几代人传承下来的传统技艺、特色产品等继续延续下去;另一方面也要激发创新,跟上时代发展的脚步,顺应新的消费趋势和市场变化,在产品服务、经营业态、销售渠道等方面进行探索突破,打破传统思维的藩

篱,破除因循守旧的心态,用创新为老字号发展赋能。商务部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家文物局、国家知识产权局近日联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》,释放推动老字号创新发展、促进品牌消费的积极信号。老字号要抢抓政策机遇、争取政策红利,更重要的是要提升创新意识。近年来,内联升、五芳斋、北冰洋、张小泉等耳熟能详的老字号,都是创新的获益者,给老字号树立了新典范。

老字号要重新崛起,最关键的是能否得到市场的认可,这只有一条路可以走,那就是坚持创新,全面提升老字号质量水平,使之与消费者的需求相匹配,在市場导向中不断提升品牌价值,激发高质量发展的内生动力。

拓展阅读

◎ 多地出台政策推动老字号创新发展

2022年6月,浙江省商务厅牵头18部门出台《关于促进老字号传承创新发展的实施意见》,明确提出了“十四五”目标任务,到2025年,累计培育浙江老字号500家以上,并通过动态管理提高品牌质量;推动一批老字号企业上市,实现资产证券化;支持建设各类老字号展示馆、博物馆;引导建设和提升一批以老字号为主要特色的街区;老字号对浙江经济发展、文化繁荣的贡献度不断提升,老字号品牌形象与文化特色进一步凸显。

2022年8月,广东省政府办公厅印发《广东省促进老字号创新发展行动方案(2022—2025)》,提出到2025年,老字号保护传承和创新发展体系基本形成,培育老字号集聚区、特色区共10个,培育老字号(数字)博物

◎ 老字号企业整体呈现良好发展势头

目前,我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家,其中有701家中华老字号创立至今超过100年,历史最悠久的老字号到今天已经走过607年的岁月。这些老字号广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域。据商务部监测,我国85%以上的中华老字号企业处

于盈利状态,即便是近几年受疫情影响,仍有70%以上的企业保持盈利;2022年,近35%的老字号企业年销售额超过1亿元,突破1000万元的占7成以上。

今年春节假期,京东平台“老字号”相关词搜索上升120%;去年“618”购物活动期间,百雀羚等老字号品牌多个单品在拼多多销量同比增长超400%;“双11”购物节,京东、淘宝等平台多个老字号品牌成交额大幅增长。

馆、展览馆、体验馆共20个,组织开展老字号专题展销活动50场,认定100家“广东老字号”企业。

2022年9月,山东省政府办公厅印发《关于促进老字号高质量发展的意见》(简称“《意见》”),明确力争到“十四五”末,全省老字号保护、传承、创新、发展体系基本建成,健全促进老字号高质量发展长效机制,全面树立“山东老字号”公共品牌知名度和美誉度,老字号高质量发展成为“好客山东 好品山东”品牌建设重要内容,全省老字号企业整体营收规模超过3200亿元,培育形成一批老字号骨干企业。

今年2月6日,湖南省人民政府办公厅印发《关于打好经济增长主动仗实现经济运行整体好转的若干政策措施》的通知。通知明确,对2023年新获批“中华老字号”的企业给予奖励,最高可奖励30万元。