

文化挖掘不足、技艺传承与创新难以平衡—— 老字号如何焕新？

◎ 本报记者 李林珉 袁矛

一线调查

守正创新

部分老字号主动拥抱市场变化和时代传承,着力推动非遗技艺的年轻化转型,以创新表达焕发新生

遭遇阵痛

技艺传承与创新失衡、文化表达与现代生活脱节、品牌故事叙述缺乏感染力等问题,成为焕新路上的现实阻碍

发展新机

持续完善政策与服务,加强老字号知识产权保护与人才培养,激励技艺传承与创新,将历史文化内涵转化为核心竞争力



中华老字号冷饮品牌马迭尔冰棍门店,李林珉摄

焕新观察

提供情绪价值,推动消费者体验升级

中华老字号,是指历史底蕴深厚、文化特色鲜明、工艺技术独特、设计制造精良、产品服务优质、营销渠道高效、社会广泛认同的品牌(字号、商标等)。目前,全国中华老字号1450家、地方老字号3000多家。在新时代背景下,扎根于城市肌理的老字号,正以独特的情绪价值叩开消费者的心门,唤醒人们心中深埋的情感寄托与归属感。

“我专门来打卡‘熊猫汤圆’,没想到赖汤圆还是非遗美食,很惊喜。”近期,在拥有百余年历史的成都赖汤圆店内,游客林女士向记者展示了桌上的萌趣汤圆。记

者注意到,融合了成都地域特色与年轻消费者审美的创新产品“熊猫汤圆”,是店内的人气担当,几乎每桌必点。

“老味道”是老字号的情感生命线,“卖新”则是其发展的新篇章。部分老字号着力推动非遗技艺的年轻化转型,以新颖的表达方式增强传统技艺的活力。拥有85年历史的老字号皇上皇,通过创作《腊味传承之路》品牌故事集,打造Q版IP“龙皇仔”,推出表情包及文创周边,并联合广东省博物馆开发“文物IP+非遗美食”礼盒,将“馆藏文物”转化为“可食用的文化纪念品”。

老字号还借力沉浸式场景,焕活消费体验。成都天和银楼打造国家级非物质文化遗产“成都银花丝制作技艺”市级传习所,让市民游客在沉浸式体验中感受传统工艺的魅力;青岛啤酒博物馆以百年老厂房为基础,通过还原传统酿造场景与数字化展示结合,打造商文旅融合消费新场景……

当下,越来越多老字号主动拥抱市场变化和时代传承,以守正创新引领高质量发展,迸发出全新的活力,探索形成了一批值得复制推广的典型经验。

现实困境

遭遇文化失语、创新断层等阵痛

纵观整个领域的创新实践,许多老字号在探索过程中都经历了传统文化与现代商业文化的强烈碰撞,并为此付出了试错成本。

因文化挖掘不足,部分老字号在实践中陷入“重形式轻内涵”的误区。承载了几代人童年记忆的大白兔在近年多次跨界,推出大白兔奶糖味润唇膏、快乐童年香氛等产品,虽引发情怀热议,却未能将消费者短暂的情感共鸣转化为持久的品牌文化认同。王老吉和好利来联名推出中药蛋

糕,也凭借猎奇口味和凉茶罐子相似的包装在短期内制造了消费话题,但未能让产品破圈。

如何平衡技艺传承与创新是另一道难题。山西永祥和创立于1808年,其产品闻喜煮饼以“形似圆月、外裹芝麻、内拉金丝、酥沙香甜”的独特风味闻名,核心技艺“煮饼十八法”更被列入山西省非物质文化遗产名录。然而,就是这样的老字号,在面向新时代寻求突破时,也步履维艰。

永祥和总经理景俊坦言,企业面临“老

师傅不愿变,新师傅不懂根”的困境——老师傅固守传统工艺不愿改动,年轻技术人员虽具备创新意识,但对煮饼工艺演变缺乏深刻理解。这种“守成”与“创新”的失衡,成为焕新路上的现实阻碍。

在中国商业联合会专家委员会委员赖阳看来,老字号还面临不少共性问题:文化表达与现代生活脱节,难以贴合当下需求;服务体验缺乏互动性,用户参与感不足;品牌故事叙述缺乏感染力,消费者情感共鸣不足等问题。(下转2版)

热点观察

交通执法 要兼顾力度和温度

近日,江苏无锡市民钱先生反映,自己开车时嘴里叼了一支牙线棒,却莫名收到一张处罚单,违法行为是“驾车时有其他妨碍安全驾驶的行为”,受到警告处罚。钱先生在交管12123APP上咨询反映,管理员回复表示,嘴里叼牙线棒如果存在分散驾驶员注意力、影响驾驶操作的行为属于妨碍安全驾驶。11月12日,无锡宜兴市交警部门表示,经复核,当事人的行为未实质性影响到操作驾驶车辆,原认定确有不妥。目前,已依法撤销,并对相关工作人员进行了严肃批评,同时,将进一步优化执法审核流程,提升对交通违法认定的精准性,避免类似情况再次发生。

编辑点评:交通执法的核心是守护道路安全,而非机械套用条款。像叼牙线棒这类未产生实质危害的行为,若简单直接处罚,容易让群众对执法产生抵触情绪,反而不利于交通秩序的长期维护。要想减少类似争议,需细化执法标准、明确处罚边界,比如,可通过建立“妨碍安全驾驶行为”清单,区分行为的危害程度、主观过错与发生场景,建立分级处置机制。

同时,执法部门的每一次执法都应经得起法律与情理的双重推敲,既要守住“安全红线”,杜绝因标准模糊导致的执法宽松,也要避免“过度执法”,给合理行为留有余地。唯有让群众在每一起执法案件中都感受到公平正义与人文温度,才能真正提升公众对交通法规的认同感与遵守度,推动形成“人人守规则、共护安全路”的文明驾驶氛围。(朱芸芸)

“警服”岂能想穿就穿, 婚礼排场莫越法律红线

近日,内蒙古呼和浩特市赛罕区一场婚礼的“特殊开道队”引发广泛关注——8名非警务人员身着仿制警服,驾驶摩托车不仅为婚车开路,还违法驶入高架,其逼真装扮造成群众误解,引发了不良社会影响,最终被警方依法处罚。

编辑点评:这场试图用假警服追求“排面”的婚礼,终究因触碰法律红线而沦为闹剧,更折射出一些人对浪漫仪式感的畸形理解。警服不是想穿就能穿,它是警察身份的标志,也是警察执法权和公信力的象征,不容私自滥用,不容亵渎和挑战。

婚礼追求仪式感无可厚非,但仪式感的前提必须是遵纪守法。新人期盼婚礼体面有排场,认为越出格越有面子。殊不知,真正的体面从来不是违法乱纪的“特殊待遇”,而是对法律的敬畏、对他人的尊重。

更值得警惕的是,此类行为并非个例,从违规占用公共道路到滥用特殊标识,部分婚礼正在偏离情感本真,沦为滋生违法行为的温床。摒弃畸形排场观念,需要新人与从业者共同发力。法治社会里,没有不受约束的自由,也没有凌驾于法律之上的仪式感。警服的严肃性不容亵渎,公共权威不容消费。(胡桂芳)

福建厦门脑瘫小伙用爱心早餐温暖一座城

◎ 本报记者 施华琼

明明有光



11月4日5时许,福建省厦门市天空微亮,地铁三号线坂尚站4号出口前,早餐摊主余伟钦的红色餐车已飘出阵阵豆浆香气。“一个鸡蛋、一份糯米鸡,请您拿好!”余伟钦热情地装好早餐,递到顾客手中。患有脑瘫的余伟钦虽动作缓慢,却格外认真细致,熟悉的顾客亲切地称他为“小鱼”。

“小鱼”的早餐车于2022年开始经营,主营豆浆、糯米鸡、饭团、寿司等,品类丰富。和其他餐车不同,车头最醒目的位置,常年立着一块“承诺牌”,上面写着:“如果您没有收入或遇到困难就给我说:来份‘元气满满早餐’,我会为您打包一份早餐的,您直接拿走就好,不必客气哦!”承诺牌背面,是他写给自己的鼓励话语:“小鱼不要急,慢慢来,记得微笑,

加油哦!耶!”

“最近送出的‘爱心早餐’不多,只有一份。周末会去三明市帮助困难家庭。”余伟钦微笑着说着近况。送爱心早餐、做公益,这样温暖的举动,他已坚持多年。

如今,“小鱼”的爱心餐车不仅是营生的依靠,更成了帮助他人的窗口。他准备了雨伞、充电宝、文具等物资,免费赠送给有需要的人。他的真诚与善意,打动了不少市民,让他们成为餐车的常客,还有人被他这份温暖感动,专程赶来找他买早餐。常客杨女士说:“他就像一个‘小太阳’一样,温暖着身边的人。”

今年10月,余伟钦获评“中国好人”。

这位愿意为他人“撑伞”的小伙,曾经也是一位“淋过雨”的人。

1993年9月,余伟钦出生于福建泉州南安市,幼时因发高烧,患上后天性脑瘫,被评定为肢体四级残疾。13岁时,母亲因病去世,

家里还背上了不少债务,这让余伟钦早早体会到了生活的沉重。2012年夏天,刚毕业的余伟钦揣着父亲给的98块钱前往泉州找工作,扣掉车费后,仅剩的80块钱他硬是支撑了90多天。西湖公园的长椅成了他的床,三更半夜捡破烂换钱成了生计来源,就连坐公交车面试的钱他都要省着花,直到遇到一位好心老板,不仅给了他包吃包住的工作,还耐心教他做事。

经历过忍饥挨饿的日子,这份突如其来的暖意更弥足珍贵,也在余伟钦心中种下了后来想要帮助别人的“爱心”种子。

日子刚有起色,创业失败带来的债务又接踵而至。余伟钦没有被打垮,他靠着每天兼职四份工还清了欠款:清晨卖早餐,中午至下午做保洁,傍晚回家帮人P图、打理网店,忙到深夜是常事。即便如此辛苦,他也没有丢下心中的善念,坚持每周日做义工,用行动传递爱心。(下转2版)



余伟钦



扫码看视频

今日看点

微短剧正驶离 “霸总”和“逆袭”的浅滩

近期,《广电总局2025年10月全国重点微短剧规划备案公示情况》公布。相比此前,公示内容出现了两个重要变化:题材覆盖面增加、出现了针对中国名著以及传统故事的改编。种种迹象表明,微短剧行业正在迎来“文化觉醒”和“价值升级”。

4版深读