

老字号 新故事



老字号创建不易,常青更难,既要守正,更须创新。

为挖掘老字号的优势,让其焕发新的活力,商务部等8部门去年联合印发《关于促进老字号创新发展的意见》,鼓励老字号发展新业态、新模式,营造消费新场景。今年,商务部等5部门又联合印发《中华老字号示范创建管理办法》,提出建立“有进有出”的动态管理机制,推动中华老字号顺应市场机制、守正创新发展。

“老”是根基,“新”是出路。近年来,山西省众多老字号顺应消费新趋势、大众新需求,在产业融合、产品研发、营销模式等方面不断创新,让老品牌、老技艺历久弥新,让好口碑、好信誉不断提升,焕发出新的生机活力。

益源庆： 文化赋能 时尚演绎

循着缕缕醋香,走进太原市桥头街,路旁的各类特产店鳞次栉比。10月13日一早,刚过7点半,宁化府益源庆醋业门店前,拎着大桶小壶的顾客就已排起长队,8点店门准时打开,消费者络绎不绝,整个街巷,醋香阵阵。

门店里一派繁忙,散醋销售台前,工作人员手持打醋的软管,一刻不停地忙着灌装。湖北回来探亲的姬艳芳和爱人正在选购礼盒,准备发快递。“我爱人是湖北人,大学时来到山西,现在我们一家在湖北定居。”姬艳芳说,他们想带些宁化府的醋给湖北的亲朋好友,最让她一眼惊艳的是系列文创新品。最终,姬艳芳选了十年陈酿“中国红”、十五年陈酿“五福老陈醋”和配有党参、黄芪、龙眼等12种中草药的保健醋“十二珍”。

文化赋能,传播优秀传统文化。“近年来我们依托文化赋能,积极寻求合作,创新宣传方式,将中国传统文化、醋文化以及消费需求完美结合,打造出中国红、王府世家、和为贵、将军醋、十二珍等10余款文创礼盒新品。”太原市宁化府益源庆醋业有限公司董事长郝建国介绍,系列文创品在包装设计中充分融入传统文化、国风元素,有象征中华民族热忱、团结的大红色;有取自古代晋国古钱而灵感的外观设计;有蕴含“长寿、富贵、康宁、好德、安乐”寓意的分装设计……这类文创新品吸引了年轻消费者的目光,在展现中华老字号品牌魅力的同时,弘扬中华优秀传统文化,传承三晋文化。

创新模式,构建数字营销。去年,太原市宁化府益源庆醋业有限公司开创性地发行了“宁化府小王爷”“益源庆千金”等三款数字藏品,以二次元形象打造全新IP。“‘爱吃醋的小王爷’当日限量发行5200个,瞬间售罄,这是我们携手上海善在科技共同打造的醋业数字藏品。”太原市宁化府益源庆醋业有限公司营销总监王小强说,不同于其他数字藏品,宁化府益源庆以实物商品的实际价值作为数字藏品的支撑,通过运用区块链技术为数字资产进行打包确权的技术手段,为老陈醋产品防伪溯源提供了保障。同时用Z世代的话语,拉近与年轻消费者的距离,增加他们的体验感,从而拓宽销售渠道。

开拓创新,老字号注入新活力。2021年起,太原市宁化府益源庆醋业有限公司牵手餐饮企业,以“宁化府”“益源庆”命名包间,设立品牌历史展板,还为五湖四海的食客准备了醋口服液、醋糕等衍生类产品。

郝建国说:“我们即将上市一款‘宁化府老醋冰激凌’,现在正调试口味,下一步还将推出‘宁化府小王爷’‘益源庆千金’的文创手办。作为山西省非物质文化遗产的百年老字号,在传承中也要与时俱进,针对市场的主流消费倾向,加快创新发展,‘老’是沉淀和优势;‘新’是挑战和出路。”

辛公府： 匠心不改 优化工艺

秋风追,暖阳照。漫步在忻州古城南北大街,闻着由远及近的一阵醋曲,来到了“祖传醋坊”。氤氲的醋香,排列



太原市宁化府益源庆醋业门店前的数字藏品造型。 阮洋 摄

整齐的褐色醋缸,熟练地倒醋……“辛公府”香醋传承人辛彦龙正在和酿醋师傅们忙碌着。“辛公府”这门手工技艺,在这里静静沉淀、生生不息。

仅凭一双手就能把控醋醅的湿度,辛彦龙介绍起制醋的工艺如数家珍:蒸、酵、熏、淋、陈……一粒高粱到一滴纯粮原醋需要64920分钟的旅程,再经过“夏伏晒、冬捞冰”1年或多年才能成为真正的“辛公府”香醋。

说起“辛公府”香醋的故事,辛彦龙打开了话匣子:清朝同治六年,河曲县楼子营村创立的“源兴荣”酒醋酱坊,是当时河曲县乃至晋西北地区较大的手工酿造作坊,产品行销晋、陕、内蒙古周边地区。其爷爷作为“源兴荣”缸房的第二代传承人,痴迷于酒醋的酿造技术工艺,总结出了成套的酿造规程,在晋、陕、内蒙古三角区享有盛名,被人称作“辛师傅”。“辛公府”香醋品牌就源于此。

“‘辛公府’香醋采用传统的纯手工古法工艺固态酿造法纯粮酿造。”辛彦龙格外看中“老字号”这块招牌,“无论如何,一定要把这门传统酿造技艺传承下去。”

为了加大传统醋艺的传承和发展力度,辛彦龙创建了公司,注册“辛公府”商标,坚守沿用传统的古法酿造技艺。2019年,“辛公府”香醋进驻忻州古城;去年,被认定为“三晋老字号”。

为了让人们能够吃上纯天然发酵的酿造香醋,辛彦龙谨记教诲,“用最好的原材料,用几代人传承的匠心,做出最好吃的醋”。

创新赋能老技艺,老技艺绽放新魅力。辛彦龙积极改进酿醋工艺流程,提升质量、增加品种,产品已有4类6大项,销售渠道和人员正日益扩大,“辛公府”香醋也时常被邀请亮相各种展会;分别在河曲县、代县和袁家村、忻州古城建立基地,前店后厂的“沉浸式体验”让更多游客现场了解传统酿醋法,更好地传承、发扬优秀传统文化。

“‘辛公府’香醋不仅是一种调味品,更是一种对传统技艺的敬畏。”辛彦龙说,“坚持传承和不断创新是‘老字

号’走下去的保障,要时刻保持创新的心态和进取的状态,方能让故事不老,价值更新。”

(郑娜)

宝聚源： 老牌企业 征战电商

“宝聚源”已传承四代,2019年被山西省商务厅首批公示为“三晋老字号”。

“我们在传统平遥牛肉基础上开发了符合青少年饮食特点的口口香系列、学生营养餐定制产品;针对旅游市场开发了平遥印象系列;针对新型消费群体开发了每日牛肉健身系列产品……”日前,山西省平遥县宝聚源肉制品股份有限公司企划部负责人张卫地自豪地带大家参观了该公司现代化的生产线、文化展馆和琳琅满目的产品展厅。

他说,通过工艺和产品的不断创新,“宝聚源”的产品逐步向低盐少油、保鲜化、健康化、绿色化发展,赢得了市场和消费者的认可。目前该公司可生产平遥牛肉、驴肉、猪肉、鸡肉、低温保鲜等一系列产品,共70余种规格,产品辐射山西、北京、上海、陕西等全国20多个省市。

互联网时代,电商成为商业发展的新趋势。“我们提出在网上再建一个宝聚源。”该公司总经理杨晓俊说,2012年开始,该公司就制定了互联网发展战略与品牌推广计划。2017年组建电商团队,2022年在太原成立宝聚源电子商务有限公司,2023年建设了宝聚源数字博物馆。目前,该公司已建立起独具特色的网络传播、推广、营销矩阵,形成线上线下融合发展的现代化营销体系,今年预计线上销售有望突破亿元。

此外,宝聚源还围绕老字号文化传承不断创新发展,先后投资1.8亿元,建设包含“一廊一厅一馆一园”、总面积4.5万平方米的宝聚源平遥牛肉文化产业园,形成以食品工业为支撑,以文化特色旅游为羽翼的一二三产融合发展新模式。

“预计到2025年,宝聚源将形成集良种肉牛繁育、屠宰分割、加工销售、

工业旅游、休闲观光、产业管理研学于一体的全产业链生态循环企业。”谈起老字号“宝聚源”的未来,杨晓俊信心满满。

(裴云锋)

冠窑砂器： 千年陶艺 跨界新生

一抔泥土、一团烈焰、一张转桌、一把刻刀……这些与张宏亮结伴走过了26年。

张宏亮,平定县冠窑砂器陶艺有限公司董事长,也是国家级非遗平定砂器制作技艺代表性传承人。张宏亮成长在一个陶艺世家,父亲张聪是山西省工艺美术大师、刻花瓷传承人。在从小的耳濡目染间,张宏亮也同砂器结下不解之缘。

“平定砂器文化千年传承,不能止在我们这代人手中。”谈起相伴多年的手艺,张宏亮的言语间,满是责任和担当。

“老字号”,承载着丰富的生活和文化记忆。平定砂器,可直接在明火上烧煮,有“煮饭不变色、炖肉不变味、煎药不变性、烹茶不变香、栽花不烂根”的特点和耐酸、耐碱、透气性好的优良性能。

随着跨界融合渐渐兴起,国潮成了如今最热的浪潮,张宏亮也努力改变着,希望让平定砂器被更多的年轻消费者所接纳。根据平定砂器的特点,张宏亮创新推出“砂锅宴”项目,推进砂器与药茶融合发展,制作了多种造型精美、具有地域人文特色的餐具、茶具产品。

为了让平定砂器重新焕发“青春”,张宏亮通过不断努力和不断创新,将传统技艺与刻花瓷、大漆等技艺相互融合,不断融入剪纸、书画等新元素,丰富了砂器花色、造型,延展了传统砂器的艺术效果,为原本“又黑又粗”的砂器制品“穿”上了“靓装”。

如今,平定县冠窑砂器陶艺有限公司在生产观赏收藏品、旅游纪念品、日用品等上千个品种的同时,还专注于养生功能性的日用类砂器的开发及生产。

为了让更多的人感受、触碰非遗的魅力。在平定县冠窑砂器陶艺有限公司院内,还建起了平定砂器博物馆,馆内分为静态和动态两个展区。静态展区陈列展示的标本有千余件,展品有保存较为完整的盆、碗、瓶、盏、瓷枕、玩具、摆件、人物俑,包括了从古代商朝起,到解放初期平定县办陶瓷厂以及晟陶瓷业的各种陶瓷技艺精品;动态展区是非遗传习场所,设有刻花瓷体验和紫砂培训两项非遗体验项目。

时代在进步,砂器发展也要与时俱进,为了让平定砂器文化更好地“走出去”,公司创新经营理念,入驻淘宝、阿里巴巴等平台,线上线下同时销售,越来越多的产品得到市场认可。不仅如此,产品更先后多次登上央视,走进浙江卫视《奔跑吧兄弟》,让更多人认识了平定砂器。

不仅如此,平定县冠窑砂器陶艺有限公司还积极与山西大学、太原科技大学、山西青年职业学院等院校开展合作,共同致力于砂器文化的研究、传承与创新,更好传承非遗技艺。

建立博物馆、申请国家地理标志、不断完善标准化管理结构体系……穿越百年,“老字号”正以创新之姿拥抱转型升级,在高质量发展道路上奋力奔跑着。

(苏晓晨)