

百姓生活

Life

阡陌人家，经济聊吧

文繁业茂

唤醒“土文化”做成“大产业”

管斌

“以前家里来了客人，选择礼品可成了麻烦事儿，一般的礼物，到处都能买到，没多大价值，特殊的礼物还真是不好找。现在好了，只要到我们县里的特产礼品店走一圈儿，新颖脱俗的礼物应有尽有，送给客人，面子十足！”山东无棣县市民李女士说。

李女士所说的“脱俗”礼品是无棣县近年来研发的盐雕、海瓷等特色文化产品。

据了解，无棣是全国海盐制盐第一县，宜盐面积达530万公顷，年产海盐300万吨，但大部分以价值低廉的原盐出售。卖原盐，收益低，这不是办法。于是，该县从2012年开始着手研发盐雕产品，让小小的食盐“变脸”精美艺术品。截至目前，已研发创作出历史人物、佛像、动植物、十二生肖、浮雕牌匾等五大系列300多个品种，产品畅销全国。

在市民张大爷家中，博古架上摆放着一只精美花瓶，说起这只花瓶的来历，张大爷眉飞色舞。“这是在上海工作的儿子给我带回来的，是我们县海瓷集团专门邀请知名画家画的。”

张大爷说，儿子在上海一家外企工作，平时经常参加一些商务活动，这只海瓷艺术花瓶是他在参加一次商务活动时一个朋友送的。“我早就知道我们的海瓷产品是全国独一无二的，加上名画家的画，就更高档了。”

“通常我们一件普通的海瓷花瓶卖几百元钱，但是经过名画家的手，就变成了精美的艺术瓷，市场最高可达50万元呢！”山东海瓷集团副总经理高清江指着一件海瓷艺术花瓶说。

如今，在无棣县城乡，处处可以嗅到浓郁的“文化味儿”。那些昔日“土得掉渣”的“小不点”，注入文化元素后，摇身一变成了高大上的文化艺术精品，登上了大雅之堂。

位于无棣古城的一个普通门头房里，柳堡镇农民唐福同正在用枣木雕刻，在他不足20平方米的工作间里，摆满了各式各样的枣木雕刻作品，一件件用“退役”老枣木加工成的枣木雕刻作品栩栩如生、活灵活现。“我的目标就是让朽木‘复活’，并且赋予它们‘文化味儿’！”唐福同说。

起初，唐福同是在自己家中加工，现做现卖，生意异常火爆。随着规模的扩大，也为了便于自己根雕事业的发展，2012年他在县城租了一套房子，专门从事根雕创作。

随着“双创”热潮涌起，今年唐福同注册成立了无棣县老枣木雕刻有限公司。“我的工作室现在已经搬到了无棣古城，茶台、花鸟、笔筒、枣木墩等各种枣木雕刻作品都是随形而作，完全根据枣木的自然形态加工而成。”唐福同介绍，这几年他一共创作了5000余件根雕作品，大部分销到国内，还有30多件作品被外国人收藏。

近年来，无棣县深挖民俗文化内涵，注重在挖掘中整理、在整理中丰富，唤醒“土文化”，将其做成“大产业”。目前，传统剪纸、枣木雕刻、芦苇画、布瓦画、绒绣等特色民俗产品已形成规模，产生了较好的经济效益。



精美的海瓷艺术品引起了游客关注。管斌摄

《百姓生活》主编 许跃芝

责任编辑 梁剑箫

美术编辑 夏一 吴迪 高妍

邮箱 jrbxsh@163.com

北京庆丰包子铺，从单一小店发展为拥有300多家门店的中式快餐连锁企业，靠的是好产品，即优良品质的包子。这，也是“老字号”传承发展的核心——

庆丰包子让“京味”始终如一

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾

说说老字号

庆丰包子之于北京，代表了一座城市对美食的执念；庆丰包子之于来北京的游客，成了到京必尝的一种小吃，甚至不吃上一口庆丰包子，这趟旅行就不算完美。

二两猪肉大葱包子、一碗炒肝、一份芥菜，21元的套餐是最畅销的特色搭配。第一次来北京旅游的黄大爷告诉记者，“这次来北京旅游，到庆丰包子铺品尝‘主席套餐’是非常重要的一个行程安排”。

2013年，庆丰包子铺的“主席套餐”火遍大江南北，这对于已有近70年历史的庆丰包子铺来说并不意外。正如北京华天饮食集团公司总经理、北京庆丰餐饮管理有限公司董事长贾飞跃所说，庆丰包子铺从单一小店发展为拥有300多家门店的中式快餐连锁企业，靠的是好产品，优良的包子品质，这也是“老字号”传承发展的核心所在。

传承与发展

创建于1948年的北京庆丰包子铺，开业之初是一家经营炒肝、北京风味包子、炒菜的小店，时名“万兴居”。1956年公私合营后专营包子，1976年正式更名为“庆丰包子铺”。后因包子选料严格，制作精细，口味纯正，生意十分红火。

贾飞跃告诉记者，庆丰包子铺之所以广受顾客喜爱，一个重要原因是得益于其可靠的产品品质。“庆丰包子从原料产地、馅料比例、打馅时间、蒸制火候，乃至包子的外形等，都有着严格标准和要求，讲究皮薄馅大，食之松软，汁浓爽口。”贾飞跃说，这也是秉承“品质、清洁、服务、实惠、体验、健康”的经营理念。

以最受欢迎的猪肉大葱包子为例。“面”，讲究发酵，面熟后具有浓郁的麦香原味；“馅儿”，讲究肉精，猪肉必须选前臀尖部位，肥瘦比例搭配有严格规定，确保肉馅鲜香细腻，再以葱、姜等调味；“外形”，为独具庆丰特色的“荸荠肚，石榴嘴”，“口感”以馅香、嫩，汁儿浓、溢油，面色均匀、松软、麦香浓郁为特色。

同时，庆丰包子铺经营品种十分丰富。包子、粥品、凉菜、炒肝等数十种，价格也很实惠。除了保持传统技法外，庆丰包子铺每年还不断推出新品，近年来推出的新口味包子就有10余种，比如胡萝卜素什锦包子、猪肉酸菜包子、冬笋酱肉包等。

为了追求“百店同味”，2006年庆丰引进了德国、日本等先进专业生产与检测设备，建立了庆丰现代化第一条生产馅料流水线。随着企业规模扩大，目前在全国已建成馅料加工厂2座，大宗商品工厂3座，从生产环节上最大限度地实现标准化。

对于快餐文化的冲击，“老字号”的大厨们并不担心，在他们看来，食客和厨师一样，也是一辈一辈传下来的，“很多年轻人，到老字号吃的是回忆。只要我们的味道不变，等年轻人为人父母之后，自然也会带着孩子来”。

坚守与创新

随着人们对美好生活的向往，追求生活品质的要求也越来越高，外出就餐不再仅仅关注菜品本身的味道，还对用



上图 香菇经过气浴清洗刷毛、喷淋后，由专人负责手工剪菌根。吉蕾蕾摄

餐环境有了更高要求。

去年底，在北京开展的无烟示范餐厅创建活动中，庆丰包子铺西单店、北京站店、月坛店、鼓楼西店等众多门店均提交申报。根据活动要求，参与申报的餐厅需要订立控烟制度、设置控烟志愿者等，为顾客创造绿色健康的无烟环境。

为了让广大消费者吃得放心，庆丰包子铺积极响应北京市食药监局对“阳光餐饮工程”的倡导和要求，在所有门店开展了“明厨亮灶”改造工程。如今，顾客可以透过橱窗、店内电子显示屏等实时、直观地了解后厨情况，还可以通过手机APP随时随地查看食品加工、烹饪、餐具清洗消毒等重要环节的现场操作情况，消除餐饮服务单位与消费者之间在生产加工等环节的信息不对称障碍，让消费者直接参与到店环境卫生监督中。

庆丰包子铺西单店相关负责人付智英坦言，“引入实时监控，确实给后厨操作人员带来了一定压力，但在消费者的实时监督下，员工的工作效率和工作质量也得到了提升”。

如何传承与创新，是所有“老字号”要面对的问题。今年初，华天饮食集团开启了餐饮“适老改造”的探索，庆丰包子铺也不例外。圆角的餐桌、有扶手的座椅、不低于90厘米宽的过道、适合患有高血压、高血脂、高血压等顾客的各种营养套餐，无不显示出对老年人的关心。

在贾飞跃看来，相比年轻人，中老年人市场也面临消费升级需求。“中老年人的人心、经济实力、对美食的要求，与年轻人不一样，他们更愿意体验一些底蕴深厚的东西，这恰恰是‘老字号’的优势所在。”

如今，用户体验已成为影响、衡量企业竞争力的重要指标。庆丰包子铺作为传承中华美食文化的“老字号”，紧跟时代发展潮流，在用餐环境、食品品质等方面全面发力，为消费者创造出优质用餐体验。

美味与安全

食品安全是食品企业的生命线。对

于这一点，贾飞跃深信不疑。

“早在2008年，庆丰包子铺就斥资5000多万元在北京顺义区李遂镇投资建设了北京庆丰食品科技研发中心，并于2013年通过了ISO22000国家食品安全认证体系和ISO9001质量管理体系认证体系审核并获得认证证书。”贾飞跃介绍说，为了在制度和流程上保证食品安全，庆丰包子铺加工配送中心还制定了10大项、95小项，包括原材料采购验收、生产车间卫生标准、产品制作标准、成品检测等一系列制度，从原材料采购、储存、到加工、配送的每一个环节标准，都作出了详细规定。

食品安全的关键是必须确保食品源头的安全。记者了解到，为了保证食材的质量和稳定供应，庆丰包子铺通过对产地反复调研和考察，相继在广东惠州建立了梅干菜生产基地，在江苏淮安建立了芥菜和万年青生产基地。同时，对



上图 庆丰包子馅料配送中心淘洗区的生产线，可自动完成泡发、筛选、清洗工作。

右图 庆丰包子铺在广东惠州和江苏淮安建立了梅干菜生产基地和芥菜生产基地。如今，芥菜馄饨和梅干菜包子广受大众欢迎。吉蕾蕾摄

下图 为了在源头上保证食品安全，庆丰包子铺与中粮集团、北京二商集团、京粮集团、顺鑫农业等知名企业建立了战略合作关系，通过采购名牌产品，确保原材料安全。



蔬菜从种植、收获到加工实行全方位监测，推进了基础农产品质量和安全标准化建设。

不仅如此，庆丰包子铺的加工配送中心还建立了较为完善的检测检验系统，对采购的原材料农药残留、瘦肉精、肉类含水、微生物致病菌、地沟油、甲醛量等一系列指标再做二次检测。

餐饮食品标准化只是保证产品的安全统一，餐饮公司还需要严格管理。“连锁要‘连得起’，更要‘锁得住’。”贾飞跃表示，为了让消费者吃得更加放心、安全，庆丰包子铺还将进一步提升连锁店的监督管理水平，包括选调门店优秀业务骨干充实运营督导队伍，加强对店长、值班经理及新员工不同层次和内容的业务培训，进一步严格原材料及调味品的采购标准，将连锁店原材料的统一配送率提高到100%，确保为广大消费者提供高标准的产品和服务。



坚守是为了传承

魏永刚

“老字号”是一笔穿越了时空的财富。它不仅具有工艺的价值，而且蕴含着丰富的精神内涵。我们珍视“老字号”，当然是感念于它们经过了岁月磨砺而经久不息的“老”，但更珍惜它们对于未来发展的启示。

很多人都记得，走过100多年的药店同仁堂，店铺门口挂着一副对联：“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力。”这副对联表达出了传统“老字号”对于工艺本身的要求。精湛的工艺几乎是所有“老字号”传承不已的顽强生命力。庆丰包子铺对于面、馅儿、汁儿乃至所有原料和包子的外形的要求，与同仁堂的工艺要求如出一辙。这些传统工艺是过去的工匠们在多少年的经营中，不断

积累而形成的。最可贵的是，这些工艺经受了社会变迁和时代更替的检验，是一个“老字号”存在和发展的筋骨与核心。守住这些传统是所有“老字号”传承的关键。

守住传统绝不是死守不变。“老字号”工艺是在特定社会历史环境下形成的。社会环境变化了，“老字号”也要跟着变。只有顺应这种变化而不是固守过去，一个“老字号”才能获得生命力。所以，探寻“老字号”的历程，我们几乎都能看到一部“变与不变”的历史。坚守传统才能算得上“老字号”，但坚守是为了传承，没有传承的坚守是脆弱的，也难以长久。

当今社会，“老字号”的传承面临两

个难题：一是现代科技的运用，二是市场规模的扩大。现在存世的“老字号”，有很多都是手工制作。受制于当年的环境和社会生产条件，他们一方面磨炼出精湛的技艺，另一方面与现代科技存在天然“隔阂”。因此，在生产环节如何运用现代科技，哪些生产环节能够被技术取代，如何运用科技才能不改变原有的品质和质量，等等，这都是“老字号”需要在实践中认真思考的问题。

“老字号”可以说大都是精工细活，在很长一个时期产量并不大。在现代市场条件下，“老字号”的自身发展需要不断增加产量，扩大市场，获得更多市场资源。同时，随着储存、运输等条件的变化，市场辐射范围扩大，消费者也需要

“老字号”提供更多优质产品。开设分店，连锁经营，多地布局等都成为“老字号”发展的现实选择。如何扩大规模，提高产量，同时又不降低品质，这也是“老字号”在发展中面临的“市场难题”。

庆丰包子、全聚德烤鸭，还有同仁堂药店等诸多“老字号”都因坚守传统手工艺得到了大发展。他们的发展经验都有很多值得总结的地方，但有一点是共同的，那就是面向未来，守住根本。“老字号”最宝贵的东西是经过时间检验的传统手工艺。守护“老字号”就要守住传统工艺这个根本。坚守传统手工艺，是为了让“老字号”更好地传承下去。因此，坚守不是死守，要因时而变，因势而变，作好“变与不变”的大文章。