

国货正当潮

探寻老字号不“老”秘方

本报记者 鹿彩霞

截至目前

广州在住宿餐饮、零售、医药、工艺美术、居民服务、食品加工等20多个行业，共有老字号

133家

图① 皇上皇跨界推出“腊肠咖啡”吸引消费者。本报记者 鹿彩霞摄
图② 陈李济端午推出的陈皮素粽主打健康低脂卖点。本报记者 鹿彩霞摄

这个端午节，广州老字号陈李济首次推出了陈皮素粽。
“我们抓住人们越来越追求健康的消费新动向，这款粽子用古法制作陈皮加上红豆和糯米，低糖低脂解油腻。”广州白云山陈李济药厂有限公司总经理孙东说。

创立于1600年、被吉尼斯世界纪录认证的“全球最长寿药厂”的陈李济，有200多年历史的广州白云山敬修堂，始创于明朝的南派酱菜致美斋，创办于1924年的蜂产品企业宝生园……广州老字号覆盖了衣、食、住、用、饮、中药养生等多个领域。

借助国潮风，抓住新消费，加快创新步伐，借着《广州促进老字号发展三年行动方案》等政策东风，广州“老字号”纷纷寻求转型升级。

激活

汉服巡游、古风舞蹈表演、牙雕和打金技艺展示、点心现场制作、国潮舞蹈表演……在上个月举行的2021年全国“老字号嘉年华”上，50余家老字号品牌、1000多种产品云集广州北京路步行街。

北京路是广州市重点打造的老字号集聚区，也是一条既有历史又“潮”的商街，广州建城2000多年来，北京路始终繁华不衰。

北京路发挥了广东首个全开放全免费国家4A级景区的优势，积极打造国潮古风老字号展示平台，吸引年轻人走近老字号、了解老字号，形成了国潮老字号业态集聚特色。北京路步行

街先后引进故宫“迷你紫禁城”文创旗舰店等国货潮牌，还通过设置巨型裸眼3D屏幕、智能体验馆、无人售卖车等为老街增添现代科技的冲击力。

“广州必吃老字号大排档”“打卡广州最全老字号”“广州宝藏老字号探店”……通过在社交平台给网友“种草”，北京路步行街上的老字号开始出圈。

数据显示，今年“五一”期间，北京路商圈累计客流量262.54万人次，营业收入近5亿元。

广州市商务局党组成员、副局长林国强说，推动老字号与商旅文融合是广州促进老字号发展的一项重要举措，国潮的兴起，推动了广州老字号文商旅的融合发展和老字号文创产品的开发和推广，政府对“老字号 新国潮”的重视，为老字号创造了许多展示的平台和机会。

创新

“广州享有‘千年商都’美誉，一大批具有浓郁岭南文化特色、驰名中外的老字号在这里孕育、发展、传承。”广州市常务副市长陈志英说。

主打金银首饰的老字号第一福，推出了以南狮积木为代表的一系列文创产品，用小小的南狮积木诉说着传统经典融入现代时尚的新故事。“没想到‘富态’的第一福竟然玩得这么潮。”市民梁女士感叹道。

记者走进陈李济非遗工作室，扑鼻而来一股浓郁又沁人心脾的中药温香，店内陈列着药臼、搓丸板、药包等多种传统中药制作器具，吸

引不少游客拍照打卡，游客还可以在店内体验制作中药香囊、蜡丸等。“这样场景化的体验式营销让中医药文化显得有趣又时尚，为我们老字号增添了新活力。”孙东说，陈皮柑普茶、陈皮山楂条、陈皮小黄鱼等大健康类产品十分畅销。

“你看！这个叫‘朱老吉’，太可爱了！”“李老吉”，这正是我的姓……在王老吉北京路体验店，王老吉“姓氏罐”引来不少游客惊呼，并纷纷在展示区拍照留念。广州王老吉大健康产业有限公司副总经理叶继曾告诉记者，“姓氏罐”以王老吉中的“王”定制为百家姓中的不同姓氏，如“蒋老吉”“宋老吉”，趣味化+定制化，让始创于1828年的王老吉变得更潮了。

“其实，王老吉一直希望与年轻人玩到一起。”叶继曾表示，除了姓氏定制罐外，王老吉还盯上了盲盒热潮，推出了自己的盲盒“吉小萌”，包含大隐藏款和小隐藏款共6款身着舞狮的“小萌娃”。有些年轻人为了集齐6款，买了又买。

围绕“时尚、科技、文化”的品牌战略，王老吉近年来不断探索短视频、直播、VLOG、与游戏大IP合作等新玩法，链接年轻消费者。

去年，广州市商务局举办了“广州首届直播节”，组织主播们走进老字号企业直播探店，陈李济、广州酒家、潘高寿、陶陶居等多个老字号品牌积极参与，仅5个小时的直播总销售额达32万元，总销售16081件，观看人数达32.62万人，在线点赞人数高达93.36万，有力推动了广州老字号嫁接互联网思维以及把握新时尚。

跨界

“我们一直坚持守正创新，在潮流中坚持传承，在传承中谋求创新。”在孙东看来，陈李济不管如何推出新产品，开拓销售新渠道，都要守住

传统工艺的“正”、商品质量的“正”。

陈李济一直以陈皮闻名。近年来，陈李济推出了“陈皮+茶叶”“陈皮+山楂”“陈皮+黑糖”等一系列养生茶饮、健康零食产品，新鲜的组合迈出了跨界融合的探索。“不管陈皮+什么，我们都坚持用最好的原料、最优的工艺。”孙东说。

无独有偶，王老吉不久前宣布联手苏格兰威士忌品牌百龄坛推出联名产品。通过与百龄坛联手，王老吉试图进入更多年轻人活跃的场合，将品牌影响力延伸至更多场景中。

皇上皇则与隔壁工坊咖啡合作推出了新品“腊肠咖啡”。“这并非腊肠口味的咖啡，而是在手冲咖啡的鸡尾酒杯边沿搁着一块裹着芝士的腊味来做点缀。我们利用这样的产品打破消费者固有思维，创造传统食品的时尚新吃法，也是推介品牌的好机会。”广州皇上皇集团股份有限公司销售管理部经理潘淑玟说。

当得了网红，还需守得住经典。潘淑玟坚持，传承正宗的广式腊味传统制作技艺才是皇上皇的核心竞争力所在，为此，皇上皇恢复了“师徒制”，着重培养广式腊味制作技艺人才，让皇上皇的匠心基因和传统工艺一脉相承、发扬光大。

致力于打造产品年轻化形象、相继推出一系列新产品的宝生园，也通过与养蜂农场的紧密合作完善品质监管机制，从源头开始全程把关。

“抛掉传承的创新，如无源之水无本之木。坚守品质，是宝生园创新的根基。”广州市宝生园股份有限公司运营部经理刘丽霞这样总结。“广药集团旗下有12家中药中华老字号，这些都是中医药的瑰宝，要振兴老字号最根本还是传承精华、守正创新，从时尚、科技、文化多维度发力，让老字号发扬光大。”广药集团党委书记、董事长李楚源表示。

观澜

求新求变活出「青春范」

商瑞

几天前，在老字号食品研究院第一届技术委员会成立大会上，狗不理集团股份有限公司董事长张彦森提出，“老字号要做老品牌，不做老企业！”

“老品牌”与“老企业”的差距在哪里？差的是一颗年轻的心，是逐浪前行、与时俱进的心态。

“老品牌”，说的是老字号的内涵与价值。“老字号”一般都有百年甚至百年以上的历史，并在消费者心中形成了固有消费习惯和市场定位。它们扎根中华民族传统文化，底蕴深厚，但依然充满活力，拥有良好信誉和品牌效应。

而“老企业”则体现了老字号“疲态尽显”的尴尬处境。企业产品不适应营养、健康的时代需求，结构单一，缺乏创新，对年轻消费群体吸引力下降，营业收入更是增长乏力。

老字号是民族品牌的集中代表和中华优秀传统文化的重要传承载体。一个个老字号不仅凝聚了人们代代相承的独特生活和情感，而且经历了市场历练，具有巨大的经济价值和文化价值。“十四五”规划和2035年远景目标纲要中明确提出，要“保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力”。

那么老字号如何才能焕发青春？

首先，要创新。老字号必然要对产品进行创新，要应用更多的新技术、新材料，制作出更多让青年人喜爱的产品。凉茶与威士忌混搭、腊肠与咖啡相伴，这些尝试都是老字号创新发展的“破题之举”。同时，大胆使用新营销手段，“盲盒、姓氏罐”这些营销方式，更吸引年轻人的“眼球”，更适应年轻人求新求变的心理。这将带来年轻化的消费群体，更拓展出新的市场空间。因此，老字号要焕发青春，首先要有一颗求新求变的“心”。

其次，要坚守。老字号要创新，但不能盲目创新，更不能因为创新而失去原有的“味道”。老字号最宝贵的，是百年来在消费者心中沉淀下来的记忆。如果丢失了传统的“味道”，那么企业也就失去了“自我”，必然导致品牌、市场份额的加速消亡。产品创新要结合实际从消费者需求出发，这样的创新才有意义，才能得到市场认可。

此外，还要满足消费者精神愉悦与压力释放的需求。这个端午节，每年一度的粽子大战陆续上演，老字号们争先推出了自己的健康粽产品，正是抓住了人们对于食品的需求从“填饱肚子”上升到健康营养、愉悦享受的层面。

老树发新枝，并不简单。让老字号焕发新青春，更离不开无数劳动者的匠心传承，以及企业的创新坚守。前路漫漫，惟有一颗年轻的心，才能让老字号历久弥新。

本版编辑 陈莹莹 李静

黄河行

黄河中上游的渡口有多少，一下子是不说清楚的。举凡河边的县城和大的集镇，少不了渡口的标配，大大小小的“磴口”，也少不了“板船汉”的身影。

过河是黄河两岸人的寻常事，谁也离不开渡船。反映在地方社火里，就是过年、过大小节气“闹红火”闹得凶。“跑旱船”的花样多，娘家新媳妇的扮角要“坐”花船，轮桨的照例是戴着卷边花斗笠的白须老者，紧划紧走，还忘不了卖一个避瘟转船的“花格子腿”。“扎高跷”的表演出什么样的生活原型尚不晓得，敢情是戏台子高我更高，来个场上打对垒，生旦净末丑一个也不少。至于那手上的扇子和手帕，其实是用来找平衡的，“长”有一双长腿好过河，但在锣鼓声里扭来扭去，还要些腰腿功夫。打腰鼓的队形变换，则带有关河之地尚武精神的外溢。在黄河岸边看“红火”，实在是很大的民间文化享受。

我不知北方的社火是怎么起源和传播的，但这里有魏武锣鼓，那里有威风锣鼓，确乎是黄河两岸的一大景观。有一次到韩城的一个乡街上，见到过这样的场面，锣鼓声咚咚，震得人向外跳，但又感到兴奋。接近潼关一带“老腔”流行的地方，那排在唇边的“土坝”，发出的低回哀怨声，传达的是另一种关于昔日谋生的艰难与含蓄。

黄河边的民间文化土壤是很肥沃的。从上游地区的“花儿与少年”、草原上的长调、大青山里的“蛮汉调”、陕北塬上的“信天游”，再到秦晋峡谷里99道弯的船歌，都伴着黄河流水的和声，在时缓时急的抑扬顿挫里，抒写黄河人的生活。一路看到的窑洞剪纸、窗花、编艺乃至陶瓷，也都带着黄河的曲线与色彩，让人从中看到民间艺术的原生态。我从渭南去韩城，一路上也闻到了黄河民间艺术的泥土气，尤其在从渭南澄城到韩城的路上，感触更深。过澄城，是因为那里的北洛水吸引着它。北洛水从陕北横山区的白于山流来，在黄土高原上蜿蜒。在这儿还看到一个正在整理开发的尧头窑文化旅游生态园，足有400年历史。进得一方院落，有很大的洗泥引水池和搅泥池。搅好的泥，细得像一团揉好的面，一位

师傅在飞转的木轮上用五指捏塑着陶胎，这是在检验泥质的柔韧度合不合格标准。从院落高台出去，是一段高低弯曲的崖沟路，许多完整的窑口迤迤排列，长有三四里，有的已经熄火，有的还在烧制陶品。

人们一说陶窑，就是几大官窑，殊不知这里的“庄稼汉”和“板船汉”更喜欢耐用、沉稳且美观大方的民用陶用品。这古窑也有黄河的性格，该显的显，该露的露，是一个活着的民间陶瓷艺术集中地。购了一只小陶碗留作纪念，在我眼里，

韩城二三思

它并不比宋代油滴盏的品位低多少。看过澄城的尧头窑文化旅游生态园，终于来到心仪已久的韩城。在韩城，主要关注三件事：一个是司马迁年轻时留下的印痕，一个是八路军东渡黄河的足印，另一个就是韩城的民间文化传统。

先说韩城的民间文化传统。论其丰富性，在整个黄河峡谷里，可以说是集大成且有独创性。南原的“百面锣鼓”、北原的“拷鼓子”，由来已久。听一位年近90高龄的民间玩家讲，“百面锣鼓”在每年元宵节摆开，鼓点打法至少有4种，一个村里就有3个鼓社，相互比赛着来。

韩城的秧歌更有特色，说是脱胎于元明杂剧

的套曲，唱舞分开，有丑有旦，其实是一种田头小戏，在麦收前最红火热闹。韩城的社火和喇叭也很有名气，他们管喇叭艺人叫“响子”“龟兹”。社火里的“耍神楼”“抬芯”“背芯”，也要配锣鼓，要比“高跷”更好看些。

韩城的文化积淀也表现在民居建筑中，比如县城东北的党家村，有近700年的建村历史，100多套四合院民居保存完好，街道呈井字形或丁字形，有城堡、牌坊、哨楼和风水塔，被列入“国际传统民居研究项目”。韩城的老城区古旧整齐，有



陕西韩城司马迁祠风景优美。(视觉中国)

些年代久远的老建筑已修整一新，也有些古建筑需要在修旧如旧中重建。拆下的木石构件整齐地列在街巷两侧，有些一看就很有文物价值，但没有多少人看守，也没人随意去动，让人感慨韩城人的淳朴。

韩城也有龙门，史载秦仲子少康受封于梁山，是为梁伯，战国时期分别为晋、魏、秦地，汉属内史郡，晋代属华山郡，隋初定名韩城，也曾被称为夏阳、韩原、祈州、同州，最终还是叫韩城。1948年韩城解放，1961年恢复原建制，属于渭南市。历史上韩城一直是秦晋之间的通道，有一段千米长的古道经过司马迁的故乡芝川。

芝川镇在韩城南，在镇东南的一道山岗

上，有司马迁祠和墓，内有青铜塑像、祭祀大道、广场和碑林，还有“史记博览中心”，是国家第二批重点文物保护单位。它建于晋代永嘉四年即公元310年。墓园依山而建，庄严肃穆。拾级而上，坡前是写有“汉太史公司马祠”的倚石大门，红黑彩石铺就的石径向着山顶延伸，石径有一些弧度，径旁是红黑彩石的护坡，坡上则是石柱，有一木牌坊，正面题有“高山仰止”，背面是“既景乃冈”，出自《诗经》。周围可见梁山、象山、谷山、龙门山和中条山侧影。过了木牌坊又

见牌楼，上写“河山之阳”，出自太史公自述，“迁生龙门，耕牧河山之阳”。司马迁在这里生活到19岁。登上祠墓所在山顶，东望黄河，西眺梁山，南眺魏长城，北观芝水，江山形胜尽收眼底。祠堂是祠，不闻香火气，但闻书香气，有太史公长脸方须的塑像。现在耸立山顶的青铜立像，也是长须飘然的神形。司马祠后就是高2米5、径围5米的太史公长眠墓冢。冢上有一株五干分支的柏树，苍翠欲滴，后人希望太史公文脉长传，谓之“五子登科柏”，很多学子在临考前到这里祈愿。古柏相传是晋汉阳太守殷济在永嘉四年首次修墓所植，年代久远。现在坟上的柏树，可能是明代复植的，周围还有一些幼柏，



陕西韩城司马迁祠风景优美。(视觉中国)

见牌楼，上写“河山之阳”，出自太史公自述，“迁生龙门，耕牧河山之阳”。司马迁在这里生活到19岁。登上祠墓所在山顶，东望黄河，西眺梁山，南眺魏长城，北观芝水，江山形胜尽收眼底。祠堂是祠，不闻香火气，但闻书香气，有太史公长脸方须的塑像。现在耸立山顶的青铜立像，也是长须飘然的神形。司马祠后就是高2米5、径围5米的太史公长眠墓冢。冢上有一株五干分支的柏树，苍翠欲滴，后人希望太史公文脉长传，谓之“五子登科柏”，很多学子在临考前到这里祈愿。古柏相传是晋汉阳太守殷济在永嘉四年首次修墓所植，年代久远。现在坟上的柏树，可能是明代复植的，周围还有一些幼柏，

见牌楼，上写“河山之阳”，出自太史公自述，“迁生龙门，耕牧河山之阳”。司马迁在这里生活到19岁。登上祠墓所在山顶，东望黄河，西眺梁山，南眺魏长城，北观芝水，江山形胜尽收眼底。祠堂是祠，不闻香火气，但闻书香气，有太史公长脸方须的塑像。现在耸立山顶的青铜立像，也是长须飘然的神形。司马祠后就是高2米5、径围5米的太史公长眠墓冢。冢上有一株五干分支的柏树，苍翠欲滴，后人希望太史公文脉长传，谓之“五子登科柏”，很多学子在临考前到这里祈愿。古柏相传是晋汉阳太守殷济在永嘉四年首次修墓所植，年代久远。现在坟上的柏树，可能是明代复植的，周围还有一些幼柏，

是近人栽种的。墓碑是清人毕沅题写的，庙中有《汉太史公世系碑》和刻划的《司马迁全图》。宋代宣和年间和靖康年间大修司马祠，历代乡人多次集资。1957年由政府重修，1978年又在原地依法复建的禹王庙移建在附近。太史公墓与禹王庙毗邻，还是很相宜的。

祠里有66块碑文，宋代太常博士韩城县令李奎有首五言表达了对司马迁遭际的不平，“生在龙门境，葬临韩奕坡。荒祠邻后土，孤冢压黄河。浪水愁声远，梁山惨色多。一言遭显戮，将奈汉君何”。也就是说，太史公死后并没有及时归葬，新莽朝时遗骨才归乡。1958年郭沫若也有题诗，“学殖空前富，文章旷代雄。怜才膺斧钺，吐气作霓虹”。对司马迁最中肯的评价，是鲁迅的“史家之绝唱，无韵之离骚”。

司马迁祠所在地芝川的风水不错。八路军东渡黄河的渡口就在芝川镇，地点在离司马迁祠不远的凤凰台。中国共产党领导的红军在“双十二事变”后，在三原和泾阳改编为八路军，3万人马集结在芝川。渡河后的第一仗就是粉碎日寇不可战胜神话的“平型关大捷”。

八路军为什么要从这渡河？一是离改编地点比较近，便于集结；二是这里有一定群众基础，附近的范家庄在1927年10月就建立了中国共产党党支部；三是河流平缓，适于大规模船渡，可以迅速穿插敌后。

从司马迁祠出来，直奔芝川渡口。那里的渡口滩上原有船头型的纪念碑，1995年全国少工委竖起更大的纪念碑，高12米，宽12米，三柱风帆象征着八路军的三大主力——第115师、第120师和第129师。景区周围的树苗已经长起，滩上到处是绿油油的苜蓿草。在八路军东渡黄河抗日纪念馆里，还见到了一只当年东渡使用过的小铁船。在韩城的几天里，顺着国道过黄河边，朝禹门口方向走去。这里的黄河湿地有1万多公顷，天宽地阔，北面高的是梁山，西边的坡地有大片花椒林。韩城与天津隔河相望，从韩城和天津开始，黄河进入宽河道，在山西永济又开始变窄。永济在南中条山五老峰下，有蒲州古城，有《西厢记》里的普救寺，黄河岸边还有一座镇河的大铁牛，更有王之涣曾登临的鹳雀楼。至此，黄河进入山西芮城县的风陵渡，迎来了第四个大拐弯。

冯并