

# 文化街赋能老字号

本报记者 李治国

逛一下“非遗市集”，在老字号商铺体验传统技艺……节假日期间，不少游客在位于上海市金山区枫泾古镇的长三角老品牌文化街区看到了众多老字号的新鲜活力。

记者了解到，去年11月，长三角老品牌文化街区正式开街，总占地面积约6000平方米，主要由长三角老品牌文化博物馆、上海枫泾艺术体验中心和33间互动体验区构成。来自长三角的各家老字号企业在此集结，组团“再出发”。

## 老字号有新故事

记者在现场看到，作为街区核心之一的长三角老品牌文化博物馆，在2400平方米的空间内打造了一个充满人间烟火气的市井人文社区，为市民和游客全方位展示了长三角地区的老品牌文化和城市记忆。

博物馆一楼展区，展示了在长三角一体化背景下，各地老字号在枫泾云集，主动适应新时代新趋势，通过探索数字化等方式，进一步增强自身的市场竞争力，扩大品牌影响力的创新故事。同时，也向游客展示了金山区重振老字号的努力。他们让老字号焕发持续生命力，助力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌。

博物馆二楼展区，汇聚了凤凰、英雄、红双喜、马利等35个上海本地独具海派特色的老字号。游客们可以在此一览老品牌拥抱时代、消费新场景、新传播方式、跨界合作，以及将品牌打造为城市名片等诸多内容。博物馆的三楼展区涵盖了上海、浙江、安徽、江苏等地方的26个特色品牌故事。这里的老品牌也将定时轮换，游客每次浏览都会有不一样的体验。

坐落于长三角老品牌文化博物馆旁的上海枫泾艺术体验中心，侧重于游客与非遗项目的零距离接触。一层空间内布置有金山区非物质文化遗产项目金山农民画、金山丝毯等，还有乐高积木展示与体验区。

上海枫泾古镇旅游发展有限公司党支部书记、副总经理沈军表示，将依托文化街区引导整个古镇业态提升，形成老品牌老字号的沉浸式场域体验，并借助街区的功能，全面推进老字号振兴工作。

记者还了解到，今年春节期间，长三角老品牌文化街区布置了“南镇非遗市集”，老品牌与新春灯会交映生辉，又为古



图① 游客体验老品牌文化博物馆里的时空隧道。  
唐杰峰摄(中经视觉)

图② 坐落于金山区枫泾镇的长三角老品牌文化街区。



镇带来了一波流量。

## 线下体验线上买

在枫泾古镇核心风貌保护区内，枫泾镇还专门划出33间商铺作为互动体验与销售区域，现有甲冑、汉服、文创IP、叶聚兴等10个品牌入驻。精美、成熟的产品吸引游客驻足，线下体验，线上购买，品牌价值快速转化。

在首批入驻的商铺中，“叶聚兴”这个拥有160多年历史的老品牌备受瞩目。一进门，糯米、赤豆、粽叶等材料在桌上依次排开，游客们饶有兴致地围着桌子体验包粽子的快乐。

“枫泾粽子历史悠久，最早可以追溯到清康熙年间，而‘叶聚兴’这个品牌是在清咸丰年间创立的。近年来，在市委、市政府对老字号、老品牌振兴工作的大力支持下，‘叶聚兴’携手枫泾粽子，在枫泾的古镇老街上重新焕发生机。”“叶聚兴”品牌主理人陈助介绍。

“线下体验，线上购买”是这家“叶聚兴”新店最大的特色。顾客们可以免费在店里体验包粽子、试吃新品、了解品牌故事，然后通过手机下单，由工厂配送成品到家，省去了拎包的麻烦。场景式的体验店也是“叶聚兴”品牌与顾客直接沟通的平台，通过店内的新品试吃，可以更直接收集顾客意见和需求，新产品、新口味也在这样的交汇中产生和迭代。在秉承传

统工艺的基础上，“叶聚兴”不断探索创新，尝试推出了梅干菜、现敲蛋黄、海派黑椒等全新风味的肉粽，让百年老店“圈”了更多的年轻粉丝。

## 传承创新更多元

金丝楠木博古架、5米书法长卷……走进南大街101号的“拾遗韵”文化体验空间，满壁诗画映入眼帘。

“有人说既然是传统文化主题，你店铺的布置还不够古色古香。我说，这是我故意为之。”“拾遗韵”文化体验空间负责人、汉纸文化科技集团公司董事长金沛瑶说。

“整个空间97.5平方米，正好是常见家庭户型总面积。我们空间展示的是传统文化走入现代家庭的场景，这样可以给那些想要在现代家居中布置一个传统文化角落的人提供参考。”金沛瑶说。

汉纸文化产业集团是一家现代科技赋能传统汉纸文化产业企业，设计生产独具中华气魄、华夏神韵、东方特色的汉纸文化产品，发扬和传播优秀的中国文化。

值得一提的是，金沛瑶带领团队花费14年时间，自主研发了一套生产设备，制作出了中国特有的“汉纸”，开发出了具有自主知识产权的汉纸数字水墨彩色印刷设备，并研发出了适配汉纸印刷的环保矿物颜料墨水。团队一路攻克了机械工艺

玩转传统工艺装帧的难题，能在流水线上完成16种传统装帧的印刷和生产，效率是手工的10倍。

在核心技术淬炼成熟之后，合作方纷至沓来。如今，汉纸文化的合作方有包括故宫博物院、敦煌研究院在内的国内百余家文化学术科研机构、文博机构与出版单位。店内陈列的众多博物馆级作品，吸引着不少书画爱好者前来品鉴。

在传承中创新的同时，33间店铺在枫泾长三角老品牌文化街区迈出了新的步伐。不同品牌间相互“串门”接洽，尝试为顾客打造更多元的文化体验和消费场景，一天的行程可以让游客一站式体验多样传统文化。

让人惊喜的是，在街区的赋能之下，落户于此的老字号们也正在重新出发。“去年11月，上海马利画材股份有限公司枫泾生产基地开工，新厂区占地面积约21.2亩，总投资额1.1亿元，将承载马利画材股份有限公司高端产品生产。预计今年四五月投产，可实现年产值约1.8亿元。”上海马利画材股份有限公司党支部书记、副总经理蒋洲告诉记者，马利建厂创牌至今已有103年历史，是我国艺术类商品中的民族品牌。新基地将被打造成一个集生产、研发、体验为一体的中心，在完善供应体系的同时，逐步形成产学研一体化，不断推动数字化转型，助力品牌可持续发展。



图③ 金山区枫泾镇的长三角老品牌文化街区吸引了不少消费者前来打卡。  
唐杰峰摄(中经视觉)

## 市场瞭望

老字号是数百年商业和手工业竞争中留下的宝贵遗产，具有鲜明的民族文化背景，拥有世代相承的独特工艺或经营特色，是珍贵的自主品牌，品牌价值无可替代。但是，由于老字号运营主体企业自身经营原因，或品牌文化传承问题，或受到品牌侵权等因素的影响，其现实发展并不尽如人意。因此，需要通过综合施策，强化对老字号品牌的保护，进一步彰显老字号品牌的经济价值和文化价值。

老字号品牌保护应该和与其相关的历史文化遗产保护深度融合。老字号品牌代表了一种传承，这种传承既包括老字号相关的非物质文化遗产，也包括老字号相关的传统建筑和其他物质遗产。据调查，在国家认定的中华老字号企业中，有近一半企业的技艺与文化获得了国家级、省级非遗保护。在老字号品牌保护中，首先要对这些传统建筑和其他物质遗产的保护。传统建筑是老字号的物质化符号，蕴含着老字号的文化本质，应予以积极保护。北京琉璃厂将旧厂房改建为国内首座景泰蓝博物馆，并保留了大量工业遗产的核心项目，被列入2022年北京市工业旅游示范点名单，对其品牌保护起到了较好的促进作用。

李勇坚

老字号品牌保护要实现传承与创新的联动。老字号在品牌保护过程中，需要对传统的技艺、技术、流程、营销渠道、经营管理等特色进行传承与保护，也需要根据技术、社会与时代的变更，进行多方面的创新，以适应新的形势变化。坚守品牌特色，坚守“老”的品质，而又有所创新，是老字号品牌保护的重要方面。一是工艺方面的创新。以宣纸为例，据档案记载，宣纸技艺在长达1000多年的历史进程中不断更新，历代宣纸工匠们与时俱进，不断引入新元素、新科技进入宣纸制作中。上世纪50年代常压蒸煮，60年代使用打浆机，90年代钢板焙，本世纪则有蒸汽盘贴、机械手制单槽等工艺。这些工艺确保宣纸品质不断提高，生产率持续提升。二是营销方式的创新，推动其面向更广阔地域的消费者，并促进销售量的提升。京东超市数据显示，春节期间，关键词“老字号”的搜索量上升120%。这说明老字号善用新平台、新技术，进行线上线下融合，开展全渠道运营，有助于焕发新活力。老字号需要根据市场的变化，对其产品进行创新，以拓展市场。例如，扬州玉器厂原来的产品以大件著称，难以适应当前网络营销更偏好小件产品的趋势，该厂现在开始涉及小件领域，拓展了营销面。三是通过体制机制的创新，确保品牌的传承。很多老字号都有其特定的工艺，而这些工艺依赖于技术精湛的传承人，对这些传承人，要通过股权激励等方式，鼓励其通过师徒口耳相传技艺，并尽可能以标准化方式对工艺进行现代化和科学化。

老字号品牌保护需要企业、社会、政府相关部门等多方面共同努力。企业应树立强烈的品牌意识，早确立品牌保护战略，将老字号的企业字号、品牌、商标、工艺等进行一体化保护。老字号企业经营时间越长，就越拥有较大的知名度及较高的信誉。但有些老字号企业知识产权保护意识还不够强，易被他人抢注成商标、企业名称等，使得老字号企业需针对个案逐一处理，花费较大精力财力。甚至有的老字号还被在国内外抢注商标，带来严重不利影响。这就要求老字号企业必须树立起强烈的品牌意识，对老字号相同或相似的名称进行商标注册、名称注册，获得法律上的优先权利。行业协会等组织，可建立老字号数据资源库、老字号传承数据库等。政府相关部门，可建立老字号品牌稳定、规范、公信力强的认证，细化完善老字号动态管理措施，建立老字号品牌信用监管体系，建立注册商标专用权、企业名称权、老字号评选权之间的无缝对接和有机衔接机制等，并注重严厉打击假冒、盗用老字号品牌的行为，加强跨地区打击仿冒侵权的机制建设，推进信息共享、执法协同，探索品牌知识产权保护的长效机制，严格规范“老字号”字样在商品、门店等的使用。

本版编辑 李万祥 美编 王子莹

# 藁城宫面丰富百姓餐桌

本报记者 宋美倩

师的现场制作。数十名员工在宽大的车间中按照工艺流程一项一项向前推进，最后用手抻出的宫面犹如银丝泻落，不一会儿，满车间4米高度的挂架上就布满均匀细长的面丝。操作工人技艺娴熟、动作流利，让人眼花缭乱、沉浸其间、流连忘返。

“以前经常吃宫面，但不知道宫面是如何做出来的。今天到了现场，通过考察观摩并亲自动手体验之后，才真正感受到宫面制作过程的繁复和不易，确实是好材料与好手艺的完美结合。因此，我们觉得食用宫面，确实是件非常惬意享受的事情。”正在青竹宫面文化园观摩游学的石家庄市民王建华说。

“发展任何产业，都要全面了解它的历史进程和现实作用，然后对其进行价值评估，再决定扶持力度。”正在该厂研究扩产的藁城区农业农村局局长张书清表示，“我们的宫面产业不仅是消费者欢迎的传统产业，也是我们推进乡村振兴的朝阳产业，值得大力支持。藁城属于华北平原优质小麦主产区，发展粮食深加工产业，这是丰富农产品市场供应、帮助农民增收增收的好事，1斤小麦做成宫面，增值率可达10倍左右，何乐而不为？”

记者了解到，藁城区采取了三大措施重点扶持宫面产业发展，包括调整种植结构、制定行业标准、出台一揽子优惠政策。全区年均播种48.7万亩小麦，其中有80%改种强筋小麦，为宫面业发展提供了充足的优质原料；针对宫面产业小群体、大体量，产品质量容易出现参差不齐的问题，专门制定宫面制作生产技术标准，确保产品质量达标进入市场；着力扶大扶强，通过经济杠杆撬动龙头企业建设产业园区，改善工艺装备、延伸文化旅游，全面推动宫面生产企业提档升级、规模发展。

截至目前，藁城区已经培育出了传承宫面有限公司等14家规模化生产企业，研制宫面新品种20余个，年产量达1.6万吨，产值2亿元以上，产业从业人员超万人。产品不仅畅销全国各地，而且还出口到日本、马来西亚、新加坡、英国、俄罗斯、美国、加拿大等国家。

“过去我们的宫面厂每天产量1吨，产品还有积压。如今，通过工艺装备创新，每天生产4吨，产品反而供不应求。尤其是在我们开通了抖音直播带货平台后，每天上线两三个小时就能把当天产出的货品售罄。同时，我们还建起了宫面文化园，发展旅游新业态，没有想到这一做法同样受到消费者欢迎。最近3年来，尽管受疫情影响，文化园每年依然能够接待参观者1万多人次。”青竹宫面厂经理步俊英说。

“过去藁城宫面产量小、价格高，老百姓平时不舍得吃。现在大家生活水平提高了，宫面进入了日常生活，我们一家四口，几乎每月都要花两百多元，买上十斤左右的宫面，因为家人都喜欢它那爽滑劲道的口感和香味浓郁的味道。”正在石家庄桥西区农副产品批发市场粮油摊位上购买藁城宫面的李淑珍告诉记者，这次她一共批发了4箱宫面，其中有2箱要邮寄给远在广州工作的闺女。

“社会平稳、市场繁荣、需求旺盛，这是一个产业顺畅流通的良性表现。通过结构调整，我们的宫面产业在5年间实现了产量翻番。但从市场反馈的情况来看，依然有很大的发展空间。所以我们一定要抓住这个市场有需求、企业有愿望的发展契机，打好增产扩容、产业升级的主动仗，推动宫面产业跨越发展。”石家庄经开区党工委副书记、管委会主任，藁城区委书记王锦山说。



在青竹宫面文化园中，神面师傅正在整理、抻拉面条。  
本报记者 宋美倩摄

“大家快来看呀，这里的大师傅能将一个面团拉出200多米长的面线并在晾晒架上盘旋50米圈。”在河北石家庄市藁城区青竹宫面厂，购货的人络绎不绝，还有不少城乡学校、社区群众团队到这里的宫面文化创意园观摩和研学，邢台市平乡县组织的高素质农民培训成员李明跃对同伴们发出了这样的感叹。

“藁城宫面企业门庭若市，并非偶然现象。随着社会的发展进步，人民生活水平的逐步提高，藁城宫面已经由皇官御用品走上了寻常百姓餐桌。因此，我们藁城的宫面产业园、文化创意园也多了不少人间烟火气，迎来了一批又一批美食爱好者和旅游观光者。”藁城区宫面协会常务副会长、非遗传承人严成敏告诉记者。

藁城宫面，又名藕面，源于隋唐，盛于明清，有1500余年发展历史。严成敏认为，藁城宫面名气不衰，主要有两方面原

因：一是原料好，藁城地处华北平原腹地，由于地理气候原因，孕育出了一种面筋和蛋白质含量极高的强筋麦，做出的面食与别处有不一样的品质；二是手艺好，宫面是经过千百年传承的老手艺，经过千锤百炼，反复摸索，形成了一套和面、汤面、盘条、醒面、拉伸等20道工序的复杂工艺。一份宫面的制作过程长达20多个小时，出来的面条具有细匀空心、色泽油亮、耐火不糟、回锅不烂、味道鲜美等特色。正因如此，这一制作技艺于2013年入选河北省非物质文化遗产名录。其中粮如意宫面品牌先后荣获“中国著名商标”“中国历史老字号产品”等称号。

在青竹宫面文化园中，围着生产车间建起的观光走廊宽敞明亮。其间，一幅幅精美的挂图、一盏盏鲜亮的宫灯将这里装点得极富文韵古意，走在其间，能一窥了解宫面的悠久发展历史，一边欣赏宫面技