百年滋味邂逅年轻烟火

本报记者 梁 婧



扎根并州街巷的老字号，是镌刻在太原烟火深处的商业文脉，也是太原激活内需、丰富城市消费供给的重要抓手。深秋的钟楼街，恒义诚甜食店的店员把刚滚好的元宵码进竹匾，雪白的江米粉在晨光里扬起细雾；食品街的宁化府老陈醋门店一开柜门，醇厚的醋香即刻弥漫开来。一条古街、一处商圈里的两样滋味，正是太原老字号的生动缩影——它们没有停留在尘封的记忆里，它们在守正中传承，在创新里突围，以鲜活姿态迎接新的消费浪潮。

据太原市商务局2026年10月老字号企业发展座谈会公布的信息，太原现有中华老字号15家、三晋老字号15家，覆盖食品、中医药、工艺美术、商贸服务等多个领域，是消费市场里有温度、有底蕴、辨识度极高的特色经济符号。

山西将2026年定为老字号“创新发展年”。太原市顺势承接，持续培育本土老字号集群，引导老店走出街巷、走向更广阔的市场，让晋商文脉在并州大地上持续生长。



以汾酒文化为主题的观汾店内，汾酒被做成调酒香氛等多种产品。 郭鹏程摄（中经视觉）



中华老字号恒义诚甜食店总店。 （资料图片）

坚守本味

走进钟楼街恒义诚甜食店的操作间，滚元宵的竹箩轻轻摇晃，江米粉簌簌落下。老字号能够穿越漫长时光扎根市井，依靠的是一代代手艺人沉下心守住的匠心、刻进工序里的品质，以及一脉延续的晋商诚信底色。

“这一口元宵，是慢慢磨、慢慢滚出来的。”太原市恒义诚甜食店有限公司经理李婧站在操作台旁，说起老店的历史。品牌源于1928年，创始人申三货潜心打磨元宵配方，1937年在钟楼街老鼠窟巷口开设铺面，沿用“恒义诚”字号经营甜食。这份甜，在太原街巷里守了近百年。

招牌没变，代代相传的老规矩也没有松动。在李婧看来，恒义诚元宵能留住太原人味蕾的秘诀，藏在3道不肯省略的慢功夫里：江米坚持石碾低速碾磨，粉质柔和，自带谷物清香；桂花、玫瑰、芝麻、花生四款经典馅料，依靠老师傅多年手感调配；元宵成型要反复蘸水滚粉，坚持“六蘸六滚”，慢慢滚得紧实软糯，整套工序急不得、省不得。

常有顾客提议，直接换上流水线，提高产量。李婧说得实在：“我们愿意用现代设备做辅助，但不是所有工序都能交给机器。流水线可以快速增产，石碾磨出的粉质、手工拌馅的分寸、竹箩反复滚出来的口感，机器很难复刻。”的确，老主顾认准的，不只是元宵的味道，更是这份多年不变的本心。

“手艺留得住，记忆就有安放的地方，文化才有看得见摸得着的载体。”李婧说，口碑积累要几十年，毁掉只在一瞬间。原料层层筛选、配方守住根基、生产全程透明，稳住食品安全、守住本味，就是老字号最珍贵的信誉。

这样沉静的坚守，散落在太原多家老字号的车间作坊里。六味斋生产车间，几口大锅静静伫立，老汤日夜翻滚。太原六味斋实业有限公司技术研发中心副总经理牛晓峰介绍，这一锅接续传承的老汤，就是六味斋酱肉风味的核心。他们选料严苛，只用品质稳定的软五花肉，酱制历经20多道工序，文火慢浸，让滋味层层渗进肉里。

广誉远恪守古训古法炮制国药，宁化府延续“冬捞冰、夏伏晒”的传统技艺酿醋……在新品快速迭代的当下，这份坚守不是故步自封，而是太原老字号最核心的底气，沉淀出消费者长久的信任，为城市消费筑牢温情扎实的根基。

开创求新

守住古法底蕴，不等于固守旧模样。扎根太原老街的老字号，守住百年技艺的根，也贴着年轻人的喜好不断求新，跳出传统消费场景，收获越来越多年轻粉丝。

秋日的食品街，游人络绎不绝，宁化府门店前格外热闹。很多游客不再只是买一瓶陈醋带走，而是专门过来打卡陈醋冰淇淋。奶香柔和，尾调带着陈醋独有的醇厚酸香，清爽不腻，打破大家对老陈醋只能在厨房调味的固有印象。北京游客池婷婷尝过之后倍感惊奇：“从来没想过老陈醋还能做成冰淇淋，酸甜味儿的，口感层次很多元、很奇妙。”

老陈醋从灶台调料，变成街头新潮甜品，小小的尝试，让宁化府在年轻群体中打开了新话题。同样的变化，在隔壁钟楼街持续发生。

“早些年来店里的大多是本地老街坊，习惯散装购买，逢年过节才是旺季。现在不一样，专门打卡的年轻人、外地游客越来越多。”李婧对店里客群的变化感受很深。读懂新的消费需求，恒义诚手工滚元宵的工序一丝不改，同时慢慢丰富品类，新增驴打滚、黄米凉糕、凉粉等四季小吃，还推出果仁饱满的什锦大元宵。门店更新简约精致的礼盒包装，打通线上店铺和全国邮寄渠道。

“现在礼盒订单、往外省邮寄的单子一年比一年多。很多年轻人逛完钟楼街，带上礼盒送给外地朋友，还有老顾客每年线上复购，把太原这一口甜带到全国各地。”李婧说，老店不再只是服务周边街坊，借着钟楼街文旅热度，也慢慢变成外地游客认识太原味道的窗口。

在山西省老字号协会会长、太原六味斋实业有限公司董事长阎继红眼里，创新从来不是丢掉传承。“老字号的创新，不是丢掉老根，而是在守住匠心的前提下，跟上时代的脚步。”六味斋稳住老汤酱肉的经典风味，贴合年轻人快节奏生活，推出独立小包装卤味零食，即开即食，让百年酱肉从宴席菜品变成通勤、休闲时随手能吃的小食，融入年轻人的日常。

合力传承

老字号的焕新，既离不开企业主动求变，更离不开太原市持续搭建平台、精准扶持，省市联动，为本土老字号松绑助力。

“中华老字号”晋韵堂销售经理原浩伟对此深有体会。在申报认定、技艺保护、品牌升级的全过程中，太原市商务局提供持续的指导服务，配合省级扶持政策，给敢于创新的企业托底。“能够顺利获评老字号、持续做产品创新，离不开政府的指导和资金支持，让我们敢投入、敢尝试。”

按照太原市老字号扶持政策，对新认定以及创新成效突出、带动社零增长的老字号，可享受最高100万元一次性奖励，激励企业做产品研发、品牌推广、数字化转型。太原市商务局持续完善老字号梯度培育体系，推动钟楼街、食品街、太原古县城打造老字号集聚街区，迎泽、杏花岭、晋源等区县错位布局，把分散的老店、老手艺集中展示，打造城市特色消费地标。

山西省商务厅流通处工作人员表示，政府部门的工作，就是搭好平台、优化环境，让老字号放下顾虑、轻装上阵，大胆尝试创新。依托省市联动机制，太原老字号常态化参加老字号嘉年华、省外巡展、直播推介等活动。太原市同步推进消费新业态新模式新场景试点，支持老字号和文旅、电商、文创融合发展，推动宁化府、六味斋、恒义诚等本土品牌数字化转型，助力钟楼步行街冲刺国家级示范步行街，不断擦亮“锦绣太原·悦购龙城”消费名片。



10月23日，在浙江省诸暨市次坞镇举办的金秋文旅季徒步活动中，游客在次坞镇道林山参加徒步活动。 新华社记者 徐 昱摄

适老瞭望

王 琳

最近，有几条关于银发经济的消息很有意思——

网红店成银发友好商场：前几日，上海首批银发友好型商场、特色商店名单公布。上榜的27家店没有一点“银发”的暮气，相反，绝大多数店都很“年轻”，不少还是网红店。

银发课堂热力全开：多地老年大学再现抢课潮。金陵老年大学古筝班报名开放后，不到1分钟全部报满；昆明多所老年大学声乐班5分钟报满。

“不像老年用品”的产品卖成销售冠军：在北京的一家银发商店内，陈列着“销冠”单品的临展区，自动手杖椅、新潮休闲鞋等物件都不太像老年用品。老年人在挑选适老化产品时，除了看重价格和实用性，还很在意心理感受，不想被提醒“老了”是他们的心声。

这几个看似零散的消费现象，联系起来看，启人思考。

其一，从将就到讲究，银发经济需新思维。

传统印象中，不少老年用品单调、沉闷，重视实用、不求颜值，只图廉价、不求品质。很多时候，适老被窄化为简单的兜底照料，或者是一刀切的产品和服务。

其实，老年人见识更广，懂科技、爱时尚、会享受、肯消费，他们不愿意被老年身份定义，对生活品质要求也更高，不只是为满足生活所需，更是为丰富生活、滋养心境。比如，学习手机摄影和视频剪辑，选择“走出去”开启旅居养老新方式等。新需求不断产生，需要市场用新思维、新供给给予回应，满足银发群体多元追求和向往。

其二，适老更要适配，换位思考匹配需求。

近年来，银发消费需求持续释放，各类适老化产品不断上新。但很多时候，老年人仍感叹，想要的东西不好买；销售人员则发愁，老年用品不好销售。难买又难卖，根结在于供需不适配，老年人找不到真正从他们的视角出发的产品和服务。

起居出行、饮食购物、社交娱乐、健康管理、精神陪伴，需求存在于老年人每一天的日常里。适配需要立足老年人生活场景，产品或服务应平衡实用性与美观度、功能性与体验感，对接好分层化、个性化需求，让适老产品或服务温暖贴心。

其三，安老也要“忘老”，关怀藏进细节里。

当下，很多老年人不愿被老年身份定义，希望能淡化年龄感。这提示市场，适老产品也要注重“隐龄化”，不强调“老人”标签，把关怀藏进细节里，让老年人的生活更自在舒适。

上海网红店入选银发友好型商场清单，说明银发友好没有把老年人隔绝在主流消费之外，而是让他们自然融入城市日常消费场景。自动手杖椅、新潮休闲鞋受欢迎，恰恰因为它们是一件件好用的日常用品，颜值在线、体验友好、不贴标签。银发经济的更高追求，是让老年人在消费中感受到被尊重、被理解，少一些“老年专属”的刻板产品，多一些“全龄友好”的设计，让适老产品融入生活而非标记年龄。

银发浪潮奔涌而来，截至2025年底，我国60岁及以上老年人口达3.2亿人；预计到2050年，我国60岁以上老年人口消费市场规模将超过100万亿元。这背后是潜力巨大的消费蓝海，更是沉甸甸的民生考题。锚定数亿老年群体的关切，优化供给、匹配需求，推动银发经济在“老有所养、老有所乐、老有所为”中焕发生机，既为促消费、稳增长提供坚实支撑，也助力老年人在桑榆岁月里安享从容、绽放霞光。

本版编辑 王龙博 美 编 高 妍

山东商务职业学院会计金融学院

红领铸魂强根基 财智赋能践初心

山东商务职业学院会计金融学院教师党支部深耕“红领财智”党建品牌建设，立足财经专业特色，推动党建工作与人才培养、产业服务、民生科普深度融合，探索出党建引领、育训结合、护企惠民的高职党建工作新模式，实现育人成效、实体经济绩效、居民财经素养同步提升。

打造特色党建品牌 发挥样板示范辐射效应

作为全国高校“双带头人”教师党支部书记“强国行”专项行动团队、山东省首批高校党建工作样板支部，支部充分发挥“战斗能力强、专业实力强、技能大赛强、社会服务强”的“四强”优势，构建“党建引领、财经育人、赋能产业、精准护企”工作模式。4项典型案例入选中国职业技术教育学会党建工作委员会案例集，3项党建社科规划项目充实了高职教师党支部建设理论体系；党支部获评“烟台市先进基层党组织”，支部书记获评“山东省优秀党务工作者”，并多次在省级党建论坛分享经验；支部微视频获全省高校“我和我的支部”评选三等奖，建设经验面向省内外院校共享推广；支部及党员累计斩获16项校级党建荣誉，多维度彰显样板支部示范带动作用。

坚持思政铸魂育人 培育精算善管财经新人

支部牢牢把握立德树人根本任务，筑牢思想政治教育根基，严格落实“三会一课”“第一议题”制度，组织师德师风、课程思政竞赛，开展教育家精神主题朗诵，凝聚全员育人合力。建有省级名师工作室，汇聚省级教学名师、省级职业教育创新团队等优质师资，夯实育人队伍基础；近5年，学院教师获省级教学能力比赛二等奖3项、市级教学能力比赛一等奖2项、校级教学能力比赛一等奖7项、二等奖13项；面向学生群体，组织党员教师走进班级讲党课、深入学生宿舍，精准对接学生需求；开设“初级会计职称考前加油站”线上辅导，举办反诈、征信、应急救护专题培训，打造“青春讲堂”“校友讲堂”特色载体，推送榜样典型事迹40余篇；创新构建“1+2+N”育人体系，将“双带头人”工作室建设与数智财经现场工程师培养有机融合，形成“党建引领、校企共育、思政技能双提升”育人范式，累计培养优秀数智财经现场工程师177名；支部立项省级课程19门，学生斩获世界职业院校技能大赛金奖等60余项竞赛奖项，19项创新创业省赛获奖，132名学生入选“齐鲁工匠后备人才”。

聚焦产教校地协同 服务区域经济高质量发展

支部对接粮食安全、乡村全面振兴等国家战略，把专业智力转化为地方经济发展动能。面向山东省粮食系统开展2000余人次的财会培训，为烟台市13家企业开展农产品期货风险管理培训，为粮食企业提供内控优化建议，开设《粮食安全与农产品期货》等特色课程，构建“粮食财经”育人体系；依托烟台市校地融合项目搭建战略性新兴产业创新创业服务平台，培育企业200余家，带动企业营业收入实现量级增长；每年为上百家新设小微企业提供公益财税服务，助推企业财务合规；搭建数智财经虚拟教研室，定期召开产教协同教学研讨会，推动产教融合纵深发展，形成“教师提升—资源激发—地方赋能”良性循环。

践行财商惠民初心 打通便民科普服务通道

支部深化校地联建共建，落地惠民志愿服务。联合社区打造“悦龄学堂”，推出金融理财、非物质文化遗产、健康讲座“三进社区”活动，项目入选山东省新时代文明实践社科普及“五为”志愿服务重点项目；依托“德信云坊”公众号开设“税务小课堂”“社区教育资源”等，普及个税汇算、财税常识，上线智慧生活系列课程，帮助老年人掌握线上就医、移动支付等数字化技能，受众超万人次；立项教育部“智慧助老”课程及培训项目3项，培育省级社区教育优秀课程9门，相关活动被多家媒体报道，获得社会广泛认可。

支部将持续擦亮“红领财智”党建品牌，深耕财经人才培养、财税护企、财商惠民主战场，推动党建与财经教育深度耦合，以高质量党建赋能职业教育改革，为地方经济社会发展贡献职教力量。 （邹 婷 刘 秀 李 洁）

·广告