

老字号续写新传奇

—解锁我市老字号企业的“逆龄”发展密码

老字号不仅是优秀民族品牌的代表,更是一座城市的文化符号,它历经时代变迁和市场竞争考验留存至今,镌刻着几代人的独特记忆,在自主品牌建设、全面促进消费、坚定文化自信等方面发挥了积极作用。

一个老字号就是一块“金字招牌”,如何在传承技艺、诚信经营的同时,引入先进工艺和现代企业制度,结合新的市场需求推陈出新,成为当前老字号共同面临的重大课题。



刘老醯儿醋坊文化特色鲜明



刘老醯儿沿用传统工艺制作



广盛原中医药文化博物馆吸引游客参观



中华人民共和国商务部
Ministry of Commerce of the People's Republic of China



游客参观广盛原中药传统制作工艺



现状

大同三级“老字号”知多少

提起大同的老字号,你能说出来几个?新年伊始,随着我市第二批“大同老字号”申报工作进入评审公示阶段,我市老字号企业家族将再添新成员。

记者从市商务局了解到,截至目前,我市获得“中华老字号”称号的有两家,分别是:广盛原中医药有限公司(品牌“广盛原”)、山西刘老醯儿醋业有限公司(品牌“刘老醯儿”);获得“三晋老字号”称号的有5家,分别是:山西雁门清高食业股份有限公司(品牌“雁门清高”),山西孙记包子餐饮有限责任公司(品牌“孙记包子”),山西大瑞食品加工有限公司(品牌“恒宗”),大同云冈酒业有限责任公司(品牌“云冈”),大同市积德益食品有限责任公司(品牌“积德益”);获得“大同老字号”称号的有7家,分别是:大同市唐情结飞天创意商贸有限责任公司(品牌“利泰祥”),大同市聚宴餐饮管理有限公司(品牌“龙腾祥”),大同来来兔头特色饭店有限公司(品牌“胖子胖来来”),大同市华建油脂有限责任公司(品牌“华健”),大同市田源

标准

大同老字号评选办法解读

亮眼的数字背后,是我市老字号企业在时代变迁中不懈探索与创新的生动写照。那么,如何评选大同老字号?标准有哪些?对此,市商务局相关负责人进行了解读。

2023年,市商务局制定出台了《“大同老字号”认定管理规范(试行)》,旨在深入挖掘大同老字号品牌文化内涵,弘扬传统文化,提升品牌价值,促进老字号在传承历史中创新发展。为加强大同老字号企业自主知识产权保护,推动品牌振兴发展,2024年12月,市商务局、市文旅局、市市场监管局、市文物局联合出台了《大同老字号认定管理办法》,同时废止了《“大同老字号”认定管理规范(试行)》。

“大同老字号”是指在大同市行政区域内,历史底蕴深厚、文化特色鲜明、工艺技术独特、设计制造精良、产品服务优质、营销渠道高效、社会广泛认可的品牌(字号、商标等)。按照自愿申报、自主创建、优中择优、动态管理的原则,市商务局组织“大同老字号”认定和管理。认定条件为:品牌创立30年(含)以上;具有鲜明大同特色和地域文化特征,注重从已获得非遗称号的企业深入挖掘;面向居民生活,提供经济、文化价值较高的产品、技艺或服务;在所属行业或领域内具有代表性、引领性和示范性,得到广泛社会认同和赞誉。

符合条件的企业可向所在县(区)、开发区商务主管部门申报,需提交企业基本信息、股权结构、近5年经营情况及完税证明;品牌创立时间的证明材料;老字号注册商标的权属证明文件;主营业务传承脉络清晰的证明材料;品牌历史价值和文化价值的介绍材料;企业在创新发展、经营理念、营销渠道等方面的介绍材料;企业文化介绍及获得荣誉的证明材料;经法定代表人或负责人签字的真实性承诺;县(区)、开发区商务主管部门的初审意见;



博物馆收藏的牌匾极具年代感

传承

挖掘老字号消费潜力

2024年12月31日,记者走进鼓楼东街大同市广盛原中医药文化博物馆,浓郁的历史气息扑面而来。

在明档操作间,药工师傅们现场示范制药丸,展示古老的传统技艺,吸引着大家好奇的目光。广盛原中医药文化博物馆馆长武耀用通俗易懂的语言,细致讲解药丸的制作过程、药材的选用与配伍原理,将复杂的中医知识讲授给参观者。

在门口的店铺一角,有一处比较现代的茶饮柜台,墙上挂着“葫芦里卖的”“药食同源”“顺时而饮”等牌匾,售卖的是由草药配制的新式茶饮,以迎合年轻人的喜爱。不一会儿,柜台前便排起了长龙。“这是我们‘广盛原’打造的多元消费融合线下中药养生奶茶‘网红店’。”武耀说,为承接消费者日常养生需求,店内不仅有坐堂中医看诊,销售OTC药品、中药饮品、中药茶包等,还有药食同源的新中式茶饮,中医养生饮膳,都是在专业医师指导下配伍出来的,很受年轻消费者欢迎。

追溯“广盛原”字号,武耀简明扼要道出了厚重的历史:“广盛原中医药有限公司(字号“广盛原”)肇启于明万历八年(公元1580年),是一家以“让中医药回归为生活方式,让年轻人爱上中医药”为愿景的老字号中医药企业,前身为1956年公私合营的大同中药厂,2019年广盛原盛世重光,成为国内第一家中药厂升级为全国性“中医药”公司的企业。”

“广盛原”先后被认定为“三晋老字号”“中华老字号”“山西省著名商标”。在广盛原中医药文化博物馆斜对面,是我市第二家“中华老字号”——刘老醯儿醋坊专营店。看到不断涌入的游客,记者同样感受到老字号更新经营理念,打造消费体验新场景续写着的“新传奇”。

按照要求,原则上每3年对大同老字号进行复核,发现严重损害消费者权益、重大质量问题或安全事故、重复侵犯他人知识产权、严重扰乱市场秩序或其它严重违法行为的,移出名录、收回标识使用权限及牌匾,6年内不得再次申报大同老字号。

相当不错。”一位游客品尝评价后果断下单。

追溯“刘老醯儿”历史,其前身为明洪武二十五年(1392年)刘永庆创立于大同代王府的“刘老醯儿醋坊”。清光绪十八年(1892年),刘永庆后人刘会才在大同府东南朱衣巷重开刘老醯儿醋坊,前店后厂加工销售味醋,确定刘氏酿造法,成为刘老醯儿技艺的第一代传承人,从此一代代地传承下来。如今,50岁的刘秀敏是山西刘老醯儿醋业有限公司董事长、大同味醋非遗代表性项目第五代传承人,致力于大同味醋酿造技艺的传承和发扬。

“前店后厂式”的作坊风格,成为游客感受传统工艺、非遗文化,丰富文旅体验的热门打卡地。”刘秀敏说,一坛好醋,需要经历大大小小上百道工序,更要经过“低温冷酿”“蓄冰抽醋”,才能酿出酸、绵、香、甜、鲜、味道柔和的醋。复杂工序链接着每一位酿酒工艺传承人的初心与坚持。如今,“刘老醯儿”已开发出陈醋、老陈醋、粮果甜醋等13个系列百余种产品,并在云冈石窟景区、古城街旁、鼓楼东街、明堂公园商圈、古城东南邑、四牌楼等历史文化街区开设直营店7家,具备年产4000吨纯谷物、纯手工酿造的生产规模,逐步由小作坊成为具有一定规模和影响力的老字号企业。

“守得住经典,创得出新韵”,制醋工艺是山西优秀传统文化的集中代表,承载着消费者对烟火气的记忆。刘秀敏说,“刘老醯儿”的历史使命就是在传承古法酿造的基础上,大力弘扬工匠精神,厚植工匠文化,恪尽职业操守,崇尚精益求精,不断扩大生产规模,为把大同味醋发扬光大竭尽全力。通过在特色街区开设刘老醯儿醋坊,参与非遗和老字号博览会、品牌发展高峰论坛,使兼具文化底蘊与国潮国货的大同味醋走进生活,引领品质消费潮流。

这仅仅是我市两家中华老字号企业的场景消费缩影。在新的起点上,每位传承者都有一个共同的愿望:擦亮老字号的“金字招牌”,让其焕发新的生机和活力。

发展

守正创新擦亮“金字招牌”

老字号底气在“老”,出路在“新”。面对消费升级的新趋势,这些承载着历史与文化底蕴的老字号、老品牌,如何在保护与传承中焕发新生、再创辉煌?

业内人士认为,老字号要在当下竞争激烈的环境下实现基业长青,需要与时俱进,不断调整优化经营策略。

“中医药传承不是简单的复制,而在传统基础上不断创新与发展。中医药高质量发展,前提是要‘守正’,关键是要‘创新’。”武耀对记者说,面对市场环境的变化和诸多挑战,广盛原从优化、升级、创新三个维度出发,积极构建新的竞争优势,将中医药原创优势与现代科技相结合,用现代科技为中医药赋能,全球第一个中医药大蜜丸智能制造车间在广盛原建设完成并投入使用。同时,以药食同源理论结合大蜜丸非遗技艺,围绕年轻人“边造边补”“朋克养生”的消费理念,首批推出了熬夜食丸、姨妈食丸、餐后食丸、秀发食丸等产品,让年轻人也由衷爱上中医药。

“刘老醯儿在遵循传统技艺的基础上不断探索与完善酿造工艺,紧跟时代步伐,创新进取,使制醋技术标准化。我们也以精品化、标准化的发展思路,传承深耕,精心酿造,经得住煎熬的醋。”刘秀敏说,由刘老醯儿醋业牵头制定的《果味陈醋团体标准》《刘老醯儿食品安全企业标准》已经立项,为实现企业高质量、可持续发展奠定了坚实基础。

记者走访了解到,我市多家老字号企业在坚守传统工艺精髓的同时,不断开拓创新,将传统文化与现代消费需求巧妙融合,积极参加各类老字号活动,深入挖掘企业发展力和品牌影响力。同时,通过开发新产品、新服务满足文旅市场需求。



文/图 本报记者 孙露