

老字号调查(上)

德行为先、技艺为上、传承为根，老字号—— 守住“老味道” 方能“永飘香”

本报记者 李 越 董翰博

提要 老字号，一张兼具颜值与内涵的名片，历数十年甚至上百年来竞争留下的精品，它承载着人们的记忆，记录着时代的变迁，积淀着地域的文化。

然而，在市场需求和消费方式发生巨变的当下，老字号直面时代冲击，兴旺者不多，消亡者不少。

数据显示，辽宁现有省级以上“老字号”企业114家。其中，经商务部认定的“中华老字号”企业34家，经省商务厅认定的“辽宁老字号”企业80家。

老字号，各有特色、领域广泛，但体量小、品牌少、简而散的短板不可回避。如何将“老祖宗”传下来的有形与无形财富发扬光大，这既是一个经济问题，也是一个学术课题。

一个月以来，本报记者深入我省多家老字号企业，探寻他们的成长足迹、立身之本、升级之路。我们发现，屹立至今的老字号，无一例外都在守正创新方面下了功夫。

守住初心，苦练内功，传承技艺，创新转型……老字号正在用实际行动讲好故事，擦亮品牌。

引子

12月8日，坐落于沈阳中街的萃华金店内人流如织。来此购买金饰的人们，多数是冲着“萃华”这一百年品牌而来。

始于1895年的萃华金店，见证了东北三省首饰行业的发展。历经百年风雨长盛不衰，萃华有自己的看家本领。精湛的技艺、严格的品控、优质的服务，铸就了过硬的口碑。

全省范围内，像萃华这样的老字号大多坚守优良传统踏实经营，在技术、秘方、工艺上各有绝活。萃华的花丝镶嵌工艺至少耗时半年才可完成一件作品；辽宁沟帮子熏鸡集团公司保持传统制法，核心配方不变，让熏鸡老味道不变；琥珀雕刻坊双和兴恢复了已失传的大八棱、镂空内画和编雕技艺……

存续至今的老字号，正在用恪守正道、笃实经营传承时代经典。

发展老字号

到2020年

- 打造10个老字号集聚街区
- 建设10家老字号专题博物馆
- 举办100场辽宁老字号专题展览
- “中华老字号”和“辽宁老字号”企业数量达到100家以上

推进一批老字号相关项目列入各级非物质文化遗产名录

推进一批特色突出有知识产权、市场竞争力较强的老字号企业成为“辽宁品牌”

德行为先

人无信不立，业无信不兴。能存在的老字号，多以修养德行为先。此次调查中，诸多老字号都有内涵丰富的祖训或店训，作为老字号品牌的精神坐标，被铭记、传承。

抚顺市的琥珀雕刻博物馆内，真实还原了中国第一家琥珀、煤精雕刻作坊，始建于1906年的百年老店双和兴的原貌。青砖墙，木门廊，从格局到摆设，一砖一瓦均按传承人描述而建。

双和兴门口，“选材相形画活雕刻练习手，谦虚勤奋和气诚实修养德行”的店训赫然入眼。移步其内，可见刻有“宜俭行刀磨磨万年松液，应着度料琢磨半载心机”的牌匾。100多年前的双和兴，就提炼出这样内涵丰富的店训，鞭策琥珀雕刻艺人诚信养德，节俭用料，实属不易。而琥珀雕刻非物质文化遗产保护专家、琥珀鉴赏大师范勇历经10年，将百年老店双和兴“复原”，为的就是传播琥珀文化，传承工匠精神。

2014年，范勇正式注册了适用于琥珀、煤精雕刻的“双和兴”商标，立志于传承发扬雕刻技艺，给消费者提供琥珀精品。

“我们店有终身无理由退货制度，我还给双和兴产品定了三个条件，就是纯天然、一块料、大师雕刻。”范勇说，这既是对我们产品有信心，也是对双和兴匠人的鞭策。

老字号，看得见的是打造优质产品的硬功夫，看不见的则是练就过硬本领的软实力。其精益求精、诚实守信、童叟无欺的为商之道，既是老店文化内涵的精髓，也是品牌世代相传的关键。

在海城市正骨医院，“国家级非

遗”“辽宁老字号”牌子以及“精诚、仁和、求本、远志”的院训，鞭策着每个正骨人传承技艺、悬壶济世。

“我们医院能走到今天，是因为有核心理念，祖上传下来的过硬技术。不开刀接骨手法，吸引了周边的患者来就医，更有千里之外的伤员慕名而来。”辽宁海城正骨医院院长苏纪权表示，医院从54间民房开始做起，到现在成为声名远播的辽宁老字号，始终初心不改，保持近百年的正骨手法沿用至今，体现“简、便、验、廉”的传统。

现代医学发达的今天，沿用传统手法接骨是海城正骨的特色。医院专门开辟了一层楼作为传统手法病房，只收治不开刀接骨头的病患，治疗效果丝毫不逊色。患者免受了手术之苦，医院的正骨技术在不断传承。

守得住原汁原味，在大浪淘沙的市场上历久弥新，这是老字号长青的不二法则。

沈阳中街冰点城食品有限公司能走到今天，就是在“原汁原味”上做了很多隐性工作，让人们对中街冰点形成“放心、好吃”的印象。

沈阳中街冰点城食品有限公司市场部部长王智表示，要想把食品企业做好，主要是靠良心，将食品安全放在首位，要认真研究如何将各种物料结合在一起，让产品更营养，更美味。

从原料采购开始把关，原材料优中选优，原料配比要科学，采购要选择有实力的供应商，给食品安全加一把锁……虽说只是制作一根雪糕，却也处处体现匠心。也只有这样，才能让老字号保持老味道不变，经历风霜，绵延百年。



非遗技艺代表性传承人张兴华开发了新产品。本报记者 董翰博 摄



鹿鸣春后厨正在精心制作招牌豆沙包的馅料。 鹿鸣春供图

保护老字号

- 加强老字号原址风貌保护**
将老字号比较集中的地区划定为**历史文化街区**，将符合条件的老字号确定为**文物保护单位、历史建筑进行原址保护**
- 促进老字号集聚发展**
挖掘**全省各地历史文化资源**，建设**老字号特色商业街区**，**汇聚各类老字号店铺**，**增加城市人文景观和商业功能**
- 注重发挥老字号品牌价值**
推动**建立健全老字号品牌价值评估体系**，**量化老字号无形资产价值并依法确认所有权**，**为老字号持续健康发展提供保障**

本文图示内容摘自省商务厅等14部门印发的《关于促进老字号改革创新发展的实施意见》

辽报制图 董昌秋

技艺为上

如果说良好的德行是老字号存在的充分条件，那么过硬的技艺就是老字号存在的必要条件。

长存的老字号，都离不开“老秘方”“真手艺”，且将技艺应用、传承。

辽宁沟帮子熏鸡集团公司一直坚持传统手工制作熏鸡。12月10日，公司专营店门口，停放着一辆悬挂沈阳牌照的私家车。“几乎每天都有外地客户特意开车来我们这儿购买熏鸡。”辽宁沟帮子熏鸡集团公司行政副总经理吉宇峰解释。

“老字号的工艺秘方，就是无形的价值财富。”辽宁省老字号协会秘书长崔守军说，我省老字号大多集中在食品、药品和餐饮等领域，其中有镇店之宝的独门秘方者不少，也是企业的核心竞争力。

“多年来，我们一直保持传统制法，核心配方不变。”辽宁沟帮子熏鸡集团公司董事长王丽娜给记者举例，原料选择上，只要2年生的蛋鸡和1年生的公鸡，保证鸡肉质量。采取“公司+农户”的方式饲养公鸡，与蛋鸡场合作收购母鸡，同时对鸡的头、重量都有要求。

从给熏鸡作型开始，沟帮子熏鸡全部用老方法纯手工制作。开膛下刀手法要一致，绑鸡爪子只用马莲。制作熏鸡前，先用36味中草药将鸡腌制四五个小时，之后再再用30余味中草药熏制，全程不用色素和添加剂。

技艺上的“严苛”要求，为产品的质量安全把了关，也为老字号口碑加分。

同样“严苛”的制作流程，在沈阳市鹿鸣春饭店也是常态。“肉馅儿都是自己剁，材料都有固定品牌，非遗产品御点澄沙包等产品都是纯手工制作。”鹿鸣春董事长张春海说，烹制菜品的每一个环节，从选材开始，都马虎不得。少一道工序，可能别人不知道，但会影响品质和口味，坚决不能这样做。

做良心食品，不掺假，不打折，保

证出品风味，让鹿鸣春积累了良好的口碑和人气。张春海坦言，曾经开除过员工，因为其采购了非固定品牌的原料。也正是因为这份坚守，确保了鹿鸣春的出品不负人心。如今，其辽菜传统烹饪技艺已成为国家级非物质文化遗产代表作。

与此同时，工业领域上的老字号，也因技艺“严苛”保证了品牌屹立不倒。

在盘锦辽东湾新区二界沟海隆村，盘锦远航船厂负责人张兴华声名远播。

为啥？

他能造排船。钢铁巨轮驰骋海洋的今天，张兴华坚守传统手工造船工艺，成为辽宁省非物质文化遗产项目二界沟排船制作技艺代表性传承人。

“早在清代，大批移民在辽东湾二界沟荒凉的海滩上落脚，靠海吃海，移民聚集于此逐渐发展成渔村，而木船自然是大家主要的谋生工具。”提到排船，张兴华打开了话匣子。

在人们的印象中，钢壳船似乎早已普及，没有人用木船出海了。实际上，在辽宁省及河北省一带的滨海区，由于百年来的传统，依然有90%的渔民保持使用木船的习惯，二界沟渔民就是木船的执着使用者，他们喜欢木船。

而做好一条船，每一个细节都需要注意到。怎么样让船体吃水浅，阻力小；怎么防止海蛆腐蚀船体，增加排船使用寿命；怎么控制排船的稳定性保证安全、好用……这不是一朝一夕的功夫，张兴华凭借着自已的天分和努力，成为领军者。

研究三角函数，设计排船的长、宽、高，用桐油、白灰、短麻丝制作防腐材料。张兴华攻克了一道技术难关，让纯手工打造的二界沟排船成为木船领域高质量的代名词。

“他造的船我们放心，每年保养时，基本都没啥问题。”当地渔民这样说。

传承为根

每个屹立至今的老字号，都有精彩的奋斗史，都有让人叹为观止的技艺。但与此同时，我们也注意到，老字号的传承面临诸多挑战。有手艺、缺传承；有底蕴、少传播；有其物、少其魂……新鲜血液堪称稀缺资源。

“多数处境一般，甚至有消亡的。”崔守军说，有的年轻人不愿意接班，有的缺乏管理经验，有的缺少资金支持，有的不懂市场推广，有的营销模式跟不上，有的存在家族纷争。总体来说，我省老字号在“带着枷锁跳舞”，彼此间也缺乏合作，没有形成较好的发展合力。

年龄结构偏大，文化素质不高，许多独特工艺、配方、技艺的传承面临危机。在崔守军看来，老字号缺乏人才已是不可回避的问题，不少掌门人抱着“传男不传女、传女不传婿”的想法，导致原本优势明显的老字号品牌日益萎缩。

而想要弘扬老字号技艺，就要摒弃门户之见，不以姓氏作为选拔传承人的门槛。

让人欣喜的是，已经有老字号企业在破除门户坚冰的道路上迈出了坚实步伐。

“传承老字号要有人来做支撑，要多培养年轻人作为储备力量。”范勇说，要发展就不能将老字号看成私产，应将其视为城市的公共文化名片，乃至民族的文化资源。

双和兴已经迈出社会传承的步伐。在辽宁石油化工大学艺术设计学院已开办了琥珀、煤精雕刻创意工作室，专门培养创意雕刻人才，目前已有20多名本科生毕业。通过这种正规院校培养传承人的方式，让学生们不仅拥有民间技艺，还学到美术、雕刻、解剖等综合知识，将其应用到琥珀雕刻产业上。

萃华金店采取“老带新”的方式来传承技艺，师傅团队带徒弟团队，加速技法传承效率。

加快新生代人员的培训，海城市正骨医院早已出发。他们分别在1981年和1987年举办老中医带徒学习班，让老技艺得到传承发扬。现在医院里的骨干力量，基本都是这两期徒弟班的学员。

不怕被模仿？不怕核心技术被外人掌握吗？

苏纪权表示，要用开放的态度来看待技艺传承。不管学员是不是姓苏，只要愿意学技术就都可以来。未来医院还将寻找机遇走出去，谈合作，让更多的人学习正骨技术，弘扬正骨文化。

加大社会传承力度，对于老字号培养后继者尤为关键。崔守军认为，发展比较好的老字号，通常都是掌门人站位高远，有创新意识，能够用包容的心态看待产业发展，积极培育新生力量，给老字号注入大企业基因。

同时，整个老字号行业要想更好发展，需要学会跨界，抱团取暖。“与其他行业不同，老字号企业大多分属不同领域，彼此间关联度差。”崔守军说，站在协会的角度，整合各行业资源，帮老字号寻找发展思路非常重要。比如，可以将双和兴打造成研学旅行基地，让孩子们更多了解琥珀雕刻工艺；将食品类企业打造成烘焙体验馆，在学生心中种下老字号的种子。这样一来，老字号品牌影响力将代代延续。

“讲文明树新风”公益广告



带福回家

中国精神 中国形象 中国文化 中国表达

中国圆梦 家家有福

中国网络电视台制 河北蔚县 王文林剪纸