

强信心·稳经济·促发展

青岛市质量工作领导小组办公室  
青岛市质量发展促进会  
青岛优品  
青岛早报 联合主办

一份手工现包的海胆馅水饺,传承着数十年不变的味道;一串酸甜的冰糖葫芦,唤醒很多老青岛人的童年回忆。日前,第二批青岛老字号名单公布,包括佛桃、双合园、新尚、高家糖球、波尼亚等众多市民耳熟能详的品牌榜上有名。

老字号是时代发展的印记,代表着历史传承与文化积淀,是记忆,是情怀,也是乡愁。如今,面对新市场、新业态和新消费群体,青岛众多老字号挖掘自身底蕴,在保持传统特色的基础上融入新的消费场景,焕发出新活力。

# 老字号的“倚老”与“卖新”

青岛老字号企业在保持传统特色基础上融入新的消费场景焕发新生机



中山路上的老字号企业亨得利(左图)、春和楼(上图)。观海新闻/青岛早报首席记者 孙启孟 摄

## 老字号企业增至 105 家

4月3日,市商务局发布第二批青岛老字号名单。此次获评的青岛老字号企业中,佛桃、双合园、新尚、高家糖球、波尼亚、华东、馅饼粥、乔记渔庄、吕氏疙瘩汤、粥全粥到、老船夫等青岛市民耳熟能详的品牌榜上有名。从行业分布来看,主要分布在餐饮服务、食品生产、酒水饮料、商场超市、服装定制、药品零售等行业。其实早在去年7月,第二批青岛老字号申报、评审工作就已经全面展开。根据《关于开展第二批青岛老字号认定工作的通知》要求,在经过企业申报、区(市)商务主管部门初审、调查评审,最终认定青岛生活林食品有限公司等33家企业为第二批青岛老字号。

无论是吃饭还是购物,日常生活中老字号似乎总能吸引人们的关注。人们也总是将很多经营多年的商家称之为“老字号”。但对于老字号的认定,其实有着严格的规范标准。商务部对于老字号给出的定义是:历史悠久、拥有世代传承的产品、技艺或服务,具有鲜明的中华民族传统文化背景和深厚的文化底蕴,取得社会广泛认同,形成良好信誉的品牌。而对于老字号首要的衡量标准就是时间,商务部评定的“中华老字号”以及“山东老字号”的评定标准均诞生于1956年以前。根据青岛市商务局发布的《关于开展第二批青岛老字号认定工作的通知》,“青岛老字号”的认定标准如下:品牌创立时间30年(含)以上,主营业务连续经营20年(含)以上;具有中华民族特色和鲜明的青岛地域文化特征;面向居民生活提供经济价值、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和示范性,有较强影响力,具有良好信誉,得到广泛的社会认同和赞誉。

早在2022年,青岛市商务局公布了首批“青岛老字号”名单,包括青岛国信、

海天、澳柯玛、琴岛等28个为青岛人所熟知的品牌被列入名单。算上此次认定的品牌,目前青岛老字号企业已达61家。同时我市已拥有中华老字号企业23家,山东老字号企业21家,三类老字号企业总数已达105家。

## 老字号老味道成特色名片

碰上晚上加班,初入职场的市民何鑫会去公司楼下的双合园饭店点上一份饺子,“从小吃到大,每次吃完都有特别满足的感觉。”何鑫告诉记者。而已经30多岁的张颖,每次逛台东都会买上一串高家糖球,“尝一口就能回忆起小时候爷爷带我逛糖球会的场景。”记者盘点本次入选的青岛老字号品牌发现,33个品牌涵盖了食品、餐饮、商贸等多个领域,其中馅饼粥、乔记渔庄、中苑、吕氏疙瘩汤、双合园、琴岛老马家、新尚、粥全粥到、老船夫、夏格庄蒜香鸡等十余个餐饮品牌入选第二批青岛老字号。而生活林、佛桃、郑庄脂渣、波尼亚、盛客隆、高家糖球、福润泽、老宏祥、亿家知味、闻凤香等青岛特色美食成为第二批青岛老字号品牌的主力军。对于老字号企业来说,“老”是他们最大的特色,他们用老百姓熟悉的味道,来填补城市的记忆。

“老字号是一个地域文脉的延伸。人们有时候会因为喜欢一座城市而去消费来自这座城市的产品。”在谈及老字号,有文史专家告诉记者,放眼全国,无论是中华老字号,还是地方老字号,其中美食餐饮类往往占有很大比重,这代表着一座城市独特的“烟火气”。在乔记渔庄,记者遇到了在这里招待外地客人的胡萍,“想让他们了解青岛,在这里不仅能尝到青岛的味道,还能感受到胶东独特的渔家文化。”在劲松七路郑庄脂渣门店,刘阿姨刚刚买了两斤脂渣,“孩子他大姑从河北来走亲戚,回去时给她带点咱青岛的特产。”

在老字号认定标准中,提到“具有中

华民族特色和鲜明的青岛地域文化特征”,而经过岁月的洗礼,老字号在与城市共同发展进步的同时,因其具有明显地域文化的特点已然成为城市的特色名片。

## 科技赋能老字号焕发新动能

在很多人看来,“老字号”的基础是“老”,但老字号之所以能在岁月的长河中生存发展,并非靠着“倚老卖老”,顺应时代变化恰恰是成长的关键。“老字号不是老年人的企业,它主要面对的是新生代的消费群体。”首批青岛老字号企业亨得利的相关负责人告诉记者。消费群体更年轻,同时技术发展也日新月异。过去,一提起老字号,许多人都难以将其与科技挂钩,但在采访中,记者注意到,加强科技创新已成为老字号企业的常规操作。一块块老招牌,科技成色越来越足。

拥有中华老字号称号的利群集团,相关负责人告诉记者,利群目前正在采用智慧供应链及ERP软件等创新经营模式,投入数十亿元进行全产业链建设。同时,利群拥有4座大型智慧物流中心,总仓储面积超60万平方米,通过智慧物流管理系统,合理管控库存,为消费者提供更丰富、更实惠的商品。

数字化不仅赋能生产环节,在销售环节也发挥着越来越重要的作用。在老沧口食品的抖音直播间,画面中正在直播间生产的画面,主播忙着推荐自家的“拿破仑蛋糕”。事实上,直播已经成为不少老字号提升销量的有效途径,抖音电商国货品牌销量实现成倍增长。通过拥抱短视频、直播电商,老字号们在“云端”展现出新的生机与活力。数字赋能下的老字号企业,在销售规模进一步扩大的同时,意在带动全产业链的发展。作为青岛第二批老字号企业,青岛金源顺风餐饮旗下品牌为“夏格庄蒜香鸡”,目前已在莱西、莱阳、即墨、平度、胶州、李沧、黄岛、烟台等开设了46家分店,签约养殖基地22家,大蒜种植户12家,通过健全全产业链,拉动养殖、加工、物流产业的发展。

## 新闻延伸

### 老字号也有新任务

老字号是一座城市的符号和印记,也反映出一座城市的消费品牌含金量。老字号既是文化传承载体,又是扩大消费的引擎。市商务局也为各级老字号企业提出了新的要求和目标:努力讲好老字号传承故事、发扬匠心精神、提升产品和服务质量,打造高品质老字号,在弘扬中华传统优秀文化等方面发挥示范作用。

而面对新的消费形式,市商务局也对老字号企业提出了具体要求,其中包括面向“Z世代”“她经济”“儿童族”“银发族”等目标顾客,开拓细分市场;在传承文化方面,争当传承技艺、匠心独运的“工匠”;在转变经营方式方面,则要与与时俱进,多出适应消费需求的新品与潮品。

## 业界声音

### 建设老字号一条街

对于老字号的未来发展路径,在今年的青岛两会期间,市政协委员、青岛灯塔味业有限公司副董事长蔡晓丹提出推进青岛中山路老字号品牌体验馆。蔡晓丹建议,借鉴杭州中山路、苏州平江路、上海陕西北路老字号专业街等成功经验,一座城市的老字号振兴需要“老字号一条街”,而青岛的中山路可谓有着得天独厚的优势条件,作为老字号的发源地,中山路目前坐拥6家中华老字号,包括“春和楼”“海滨食品”等。

“青岛啤酒”也在中山路1号新开设了中山路壹号·传奇CLUB。基于此,蔡晓丹建议加快建设中山路“老字号一条街”,从而借助中山路聚拢人气的东风再创老字号的辉煌。

为了让市民和游客更直观地了解青岛老字号的历史与产品特色,蔡晓丹在提案中描述了一个集展示、销售和互动体验于一体的品牌体验馆,可借助数字化展示,拉近人们与老字号之间的距离,通过体验制作、品尝等,增加游客的体验感。同时,艺术院校、研学机构、驻青高校等均可作为老字号体验馆赋能,为青岛老字号注入年轻化元素。

本版撰稿 观海新闻/青岛 孙启孟 刘鹏