

# 多管齐下创新转型 记忆中的北京老字号归来

在历史文献记载中的北京老字号有1000多家。目前,其中约40%品牌和字号都已消失,约30%有经营、有品牌、有字号、有企业、有传承,还有约30%则“有字号无经营”。令人欣慰的是,近年来,已经有不少沉睡的老招牌被唤醒,以鲁菜见长的萃华楼、主打淮扬味道的森隆饭庄等等先后在阔别多年后重现江湖。

“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。”北京老字号协会会长陈文表示,越来越多的老字号品牌顺应潮流变化,主动用创新的产品、服务和理念吸引年轻人,企业与政府、协会等多方形成合力,把老招牌越擦越亮。

## 未来

### 多管齐下赋能老字号

2022年3月,商务部等8部门联合印发《关于促进老字号创新发展的意见》,鼓励老字号发展新业态、新模式,营造消费新场景。为了适应时代需求,北京老字号纷纷推出创新产品,延展品牌生命力。今年4月,北京市商务局发布《加快恢复和扩大消费持续发力北京国际消费中心城市2023年行动方案》,明确提出了“完善本土品牌培育孵化体系”“推进老字号数字化发展,在前门、大栅栏等区域打造老字号聚集区”等具体要求。

中国商业联合会专家委员会委员、北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳认为,很多老字号企业在发展之初,无论是商业模式还是产品都契合了当时消费者的生活方式,而成功的核心要素就是创新以及品质得到了消费者的认同。

赖阳说,老字号要卖的绝对不是“老”,而是创新匹配,不断在创新转型中得以常青。如果老字号一直强调“老”而一成不变,那只能变成“活化石”,没有生命力,“固步自封”的结果也只能是走向消亡。“要把老字号独特的文化底蕴与现代人的主流生活方式相融合,才能够有更好的发展。”

陈文说,未来北京老字号协会将通过建立北京老字号企业科技创新产业园区的方式,打造老字号企业、大师、品牌、产品的孵化器,同时开展老字号整体营销,在城市的交通节点、居民聚集区和城市副中心功能区建设老字号街区,此外,还将促进老字号企业开展科技创新,组织设计不同企业多种产品搭配、多种用途和功能的“北京礼物包”,多管齐下,赋能老字号创新。

(王萍)

## 现状

### 北京老字号增至238家

“惟创新者进,惟创新者强,惟创新者胜。”陈文说,老字号的优势在于“老”,如老品牌、老技艺、好信誉、好口碑。但一些老字号的不足,往往也源于“老”,可能存在观念老化、机制老化、产品老化等问题。

从历史文献记载中找到的北京老字号有1000多家,但其中40%在现实中已经连品牌和字号都无法找到了,“这种彻底遗失的,想要恢复基本没有希望了。”陈文说。

“有30%左右,有经营、有品牌、有字号、有企业、有传承,这其中200家左右是北京老字号协会的会员单位,主要包括商务部认定的中华老字号和政府授权协会认定的老字号。还有百余家尚未认定的,在申报过程中存在各种复杂问题,但是协会通过

认证工作,在努力帮助这些老字号规范品牌行为,深度挖掘老字号的品牌价值,使得它们能继续传承下去。”

今年8月10日,北京老字号队伍再次扩容。根据北京老字号协会公布的第八批北京老字号评审结果,15家企业被认定为北京老字号,至此北京老字号数量增至238家。

“还剩下30%,基本属于‘有品牌、有字号,但无经营’,这些老字号大多是因北京的老城改造、企业重组(股份制)、机构合并、市区合并、行业合并、企业出售等原因,停止了生产经营。”陈文说。

陈文回忆,曾经在北京的南派食品店中,稻香村、桂香村和稻香春可谓是“三巨头”,但目前唯有稻香村“一枝独秀”。而“三巨头”的另

外一家稻香春的命运更加坎坷。根据记载,稻香春始创于1916年,创始人张森隆还开创了另外一家著名老字号——森隆饭庄。陈文表示,稻香春原来就位于老东安市场里,后来东安市场变成了“新东安”,稻香春也结束了营业,牌子被划到了东来顺旗下。但是东来顺是餐饮企业,稻香春是食品企业,而且是南派食品,以苏式糕点、生熟肉食和素食见长,其招牌在东来顺旗下大约10年,后来稻香春又被划给了王府井集团。陈文称,王府井是零售企业,要想恢复食品加工品牌同样有难度。

值得欣慰的是,近年来萃华楼、森隆饭庄、瑞珍厚等多个一度消失的老字号已重新回归大众视野。

## 唤醒

### 记忆中的老字号归来

今年年底,位列“八大楼”之一的鸿兴楼,也有望恢复经营。至此,名噪京城的“八大楼”已经有4家不再是传说。

根据史料记载,鸿兴楼始创于1822年,因为其“食必真,人须勤,心要诚”的生意经,创立后很快便跻身北京“八大楼”之一。1992年前后,鸿兴楼的招牌被一位南方商人买走,却没有得到更好的发展,最终因为经营不善而关门谢客,这块历经百年的老字号招牌就此尘封。

时间一晃来到2019年,老字号的传承、保护与发展越来越受到重视,展示文化自信,传统文化的回归成为必然。北京华方餐饮管理有限公司总经理谢江超表示,当时公司提出要恢复消失的老字号,在查阅资料的时候“鸿兴楼”三个字引起了大家的关注。“我们当时无意中想起,公司旗下有个改制的企业,就叫‘鸿兴餐厅’,后来我们走访发现,鸿兴餐厅的老经理曾就职于当时的鸿兴楼,还学会了一些鸿兴楼曾经经营过的菜品。”有

了这个渊源,华方餐饮公司正式注册了“华方鸿兴楼”商标,开启了重塑老字号之路。

谢江超说,恢复代表菜品,是恢复鸿兴楼这个曾经“八大楼”之一的老字号的重点,因为年代久远,邀请当时鸿兴楼鼎盛时期的老师傅出山已经是不可能的事情了,所以只能通过大海捞针寻找和鸿兴楼有关的任何点滴线索。几经辗转,终于通过史料记载和对鸿兴楼有记忆的人口中的点滴碎片,整合并呈现出来鸿兴楼的代表菜品——宫廷焗肉暖锅。

按照史料,鸿兴楼的原址位于前门大街的廊坊头条路北。在恢复鸿兴楼的选址方面也是几经周折。谢江超表示,他们考察过多个城区的热门商业区域,虽然这些商业区周边餐饮聚集、年轻消费者接受度较高,但却与老字号,尤其是刚刚恢复的老字号“气质”不符。谢江超认为,老字号恢复的不仅仅是一块牌子和几道菜品,更应该让人们感受到老字号百年历史的文化积淀,即使不能原址恢

复,也不能“相距甚远”。最终,鸿兴楼将时隔30年之后的重现之地选在了虎坊桥路口的湖广会馆。“其实在梳理鸿兴楼历史的过程中,我们也发现,很多过去老北京很知名的餐饮品牌因为种种原因逐渐没落、消失。”

2018年12月,北京市人民政府办公厅印发《关于推动北京老字号传承发展的意见》的通知中明确指出,推动老字号对接资本市场,鼓励创业投资基金管理机构、股权投资管理机构、其他符合条件的金融机构与老字号企业合作发起设立北京老字号投资基金。

陈文说,一定要建立北京老字号产权交易平台,把“沉睡”的老字号放到平台上进行公开、公正、公平的交易。“让老字号在产权平台上公开交易,符合条件的企业都可以参与竞标,参与老字号的股权投资,不拘于参股、控股还是买断,但大前提是必须注册在北京,要在北京这块土壤上把这个老字号延续下去。”陈文表示。



以鲁菜见长的萃华楼在阔别多年后重现江湖