



北京老字号打破“只卖产品”固有模式

本报讯 董兆瑞 拥有世代传承的产品和技艺,承载着深厚的中华文化底蕴,老字号是弘扬商业文明的宝贵明珠。近年来,北京市出台系列政策措施,加大老字号传承与保护力度,促进老字号创新发展。据了解,截至2024年年底,北京老字号总量达274家,其中中华老字号137家。

今年6月,由北京市商务局主办、北京老字号协会承办的2025“寻找原汁原味老字号”系列活动正式启动。系列活动以跨界融合思维为引领,打破老字号“只卖产品”的固有模式,通过链接新中式场景、文旅体育、工业研学等多元场景,帮助消费者在具体生活场景中感受老字号的现代价值。

不仅在城区,京郊也有着等一批老字号“明珠”,为乡村振兴注入活力。立冬过后,在位于京郊大兴区的红星集体农庄里,中学生们挽起衣袖体验农事劳作。红星集体农庄有着70余年历史,是京郊第一个集体农庄。近年来,红星集体农庄主动服务和融入首都发展新格局,如今走进农庄,不仅可以走入有机

果园、日光温室,还能了解京郊农业发展史和现代农业种植技术,被授予“北京市新时代文明实践基地”“北京爱国主义教育基地”等称号,并于2024年被认定为第九批北京老字号。

作为有着近70年历史的老字号品牌,在大兴区的三元牛奶工厂体验基地则成为科技赋能、文化传承的创新载体。走进工厂体验基地,通过3D动画与实景投影,生动还原牛奶从牧场饲养、挤奶加工到餐桌配送的全流程,复杂的生产原理变得直观易懂。牛奶科普馆内,互动式装置亮点纷呈,游客可通过体感设备模拟“挤奶”操作,在趣味游戏中学习奶源知识。消费者还可参与“自制酸奶”工坊,亲手完成从原料到成品的转化,沉浸式感受“从牧场到舌尖”的过程。

位于京南的北京南路烧酒文化博物馆,传承着大兴南路烧传统烧锅酿酒技艺和南裕烧金代青窖酿造技艺。隆兴号作为中华老字号,结合工业旅游、古法酿酒技艺体验、农业观光、文化交流等方式,通过体验式消费,将京酒文

化融入到百姓的日常生活当中。博物馆内设置了古烧锅展示区,邀请非遗传承人现场讲解“看花摘酒”的古法技艺,让游客在品鉴酱酒原浆的同时,感受千年酿造文化的魅力。

今年以来,北京市商务局结合国际消费中心城市建设,继续加大力度鼓励老字号品牌打造消费新场景。三元打造新门店,在还原老北京经典鲜奶的同时,还推出系列新潮鲜奶饮品;瑞蚨祥打造国风美学体验空间,与门店销售形成互动,吸引年轻消费群体。此外,还开展了老字号创新市集、入境游客打卡老字号新场景等多项活动,助力老字号推广品牌故事、宣传创新活力形象。

北京市商务局相关负责人表示,北京市商务局通过“政府+协会+企业+平台”的联动模式,充分调动各方资源,为老字号注入年轻基因与数字动能,努力塑造全国老字号创新发展的“北京范儿”。接下来,北京市商务局将进一步加强对老字号企业的支持,推动老字号在传承中创新、在创新中发展。

“前门美食荟”焕新回归 将常态化开放

本报讯 李瑶 邓伟 经过半个月的歇业调整,前门美食荟于11月16日焕新重启。本次升级不仅邀请部分中华老字号返场,更打造了“万国食集”等主题展区,营业时间为每天10:30至21:00,主要集中在前门大街广和广场、新潮胡同广场、阿里山广场等区域。

今年9至10月,“前门·中华美食荟”火了,143个档口集结了超40个省区市驻京办事处的美食好物,让游客一街吃遍大江南北。延续烟火气,此届美食荟以“中轴前门·中国FUN”为主题。其中,“守艺前门”特邀老门框爆肚、扬州冶春等12家非遗及老字号,打造沉浸式非遗美食博物馆;“京味新趣”邀请大海碗、陕西三味坊、哈尔滨网红锅包肉等精品中华美食特别返场,以新潮玩法延续中华美食经典韵味;“万国食集”汇集国内外风味食肆,设置“咖喱制作工坊”“宝岛夜市”“煎饼卷万物体验区”,打造“舌尖上的环球之旅”。

为了让食客们在冬日畅享美食,主办方特意设置了精美的露营帐篷、休闲外摆桌椅、取暖装置和夜间街景亮化装置。

当天,第三届丝路美食文化节活动开启,打造3天快闪异域美食市集,西庭秀色的土耳其鸡肉卷、高加索烩鹿肉、贝斯隆奶酪等百余款特色美食,带领市民游客解锁“不用出国就能打卡的小众丝路风味”。

据悉,前门大街将以“前门美食荟”作为开端,将其打造成为一个常态化、可持续的消费品牌。未来,美食荟将围绕不同节日、主题,陆续推出更多动态活动,如美食快闪市集、京味厨艺大赛等。

欢迎订阅《首都食品安全周刊》



内容方向不变
信息含量不变
发行渠道不变
关注首都食安
拥抱健康生活



扫码关注《首都食品安全周刊》微信公众号

全年订价: 141.00元
季度订价: 35.25元