

户部街飘出宫廷酱香

月盛斋的故事,要从马庆瑞说起。

早年间,马庆瑞在礼部衙门当差,后被荐入御膳房。在御膳房当差期间了解了宫廷的制作技艺,离开宫廷后,他在前门外西荷包巷摆摊卖起了生熟羊肉,由于地段繁华,来往官员络绎,生意也日渐兴隆起来。

可奈何露天摊位难遮风雨,经营多有不便。直到1775年,马庆瑞在户部街租下了三间铺面,挂起了“月盛斋”的匾额,这才终于扎下根来。而那时候的他或许并没想到,自己将开创一个延续两个半世纪的“传奇”。

彼时的户部街非同寻常,两侧衙署林立,王公贵族进出频繁。马庆瑞凭着从宫廷学来的酱羊肉手艺,让这里每天都飘着诱人的肉香。

每天清晨,酱羊肉出锅,浓香穿透晨雾,引得官民衙吏争相购买。到了乾隆末年(约公元1780—1795年),“月盛斋”的名号已经誉满京城。据悉,清代监察御史朱一新在《京城坊巷志稿》里还专门记录道:“户部门口羊肉肆,五香酱羊肉名天下。”

那时的户部街,前店后厂,青砖炉台,大锅翻滚,食客们排成了长队,成了京城一景。相传,月盛斋不仅是百姓解馋的去处,还是宫廷的“御用食堂”,慈禧太后更是月盛斋的“头号粉丝”,听政时,夜膳中必定要有月盛斋的烧羊肉。掌柜们则需要轮流值守寿膳房,用刚出炉的烧饼夹上烧羊肉奉上。

这或许是个传说,但足以见得月盛斋的味道有多“抓人”。

老汤里的乾坤

这味道,源自一锅老汤,也是月盛斋的灵魂。

在月盛斋的“三精三绝”工艺中,最核心的便是“兑老汤增味”,这是一种时间的艺术。每天煮肉后留下浓缩的肉汤,撇去浮沫,沉淀一夜,次日再兑入新汤,如此日复一日,年复一年,老汤越陈越香,赋予了酱肉独特的醇厚回味。

然而,1900年,户部街遭劫,月盛斋祖传的青花老汤缸在迁往新址途中被磕破一个大口子,老汤倾洒一地。

这几乎是灭顶之灾。但月盛斋的匠人却没有放弃,他们用18颗铜铜钉小心翼翼将缸修补好,用它来盛放调料。待重返故地,马家后人从零开始重新调汤、养汤。如今人们口中的“百年老汤”,便是从那之后一勺一勺熬回来的光阴。

如今,在月盛斋的展厅里,这口硕大的青花瓷缸静默伫立,诉说着那段波折的岁月。老汤虽存,时局却已翻覆。月盛斋重新改变经营思路。而其应对之策,即便放在如今来看,仍具备可供行业参考的借鉴价值。

月盛斋掌柜马德成请民国议员吴寿曾题写“月盛斋”新匾,又请书法家王恩熙题写横幅匾额,上书“本斋开自乾隆年间,世传专做五香酱羊肉、夏令烧羊肉……”,落款处还特意注明“谨白”。

许多人未必知道,这块匾里藏着月盛斋两个关键的生存智慧。

一是“夏令烧”。根据北京季节变化,结合御医改良配方,添加润燥药材,打破了“夏不吃羊”的旧俗,让羊肉四季皆宜。

二是“外省行匣”。彼时每逢妙峰山庙会,河北、山东、山西等地的游客都会慕名前来买肉。为了方便游客把肉带走,月盛斋用木匣盛肉、荷叶保鲜,再通过邮局发往各省,这无异于那个时代的“快递礼盒”。

京味儿如缕越百载
老字号逢春正当时

在北京,时间的刻度往往不是年份,而是味道。

清乾隆四十年(公元1775年),户部街三间筒子房挂起“月盛斋”木匾,取“月月兴盛”之意。也正是这块牌匾,开启了一段绵延两百余年的京味故事。

从御膳秘方、入宫腰牌到百年铜锅青花老汤缸;从家族五代口传心授到异姓匠人接续非遗薪火;从风雨飘摇几度迁址到国企改制、全国布局,走过251载春秋的月盛斋,是刻进城市肌理的味觉文化符号。

一块牌匾、一锅老汤、七代匠人……月盛斋两百余年的底色,不是封存在古籍里的旧事,而是实实在在沉淀于一代代匠人手上的痕迹、日日沸腾的老汤和始终不变的初心。

如今,人们循着绵延百年的醇厚肉香,得以完整读懂这家跨越百年的老字号在坚守、变革中一步步走向新生的完整故事。

一把断刀与匠心坚守

生意做得再大,终究离不开“人”的传承。

早期的月盛斋,技艺严格遵循马氏家族内部口传心授,从第一代马庆瑞至第五代马霖、马爵,皆是父子、叔侄相继。1956年公私合营后,唯有马霖、马爵还留在月盛斋,从事肉食行业,但随着两人的年龄增长,如何让古法技艺长久延续、更广传扬,成为了摆在企业面前的课题。

为了守住这门老手艺,1964年,政府做出了一个极具魄力的决定:安排两名回族青年满运来、安全来,拜马霖、马爵为师,并签订为期三年的“保教保学”契约。从修肉、煮制到兑汤,全流程的非遗工艺第一次走出了马家高墙,开启了异姓匠人的接力之路。

在月盛斋展厅的另一角,陈列着一把断裂后又被焊接的刀。这把刀属于月盛斋的第七代传承人马强。

2002年,17岁的马强作为定向招收的回族青年进入月盛斋,从最基础的穿羊肉串、修肉、扛肉干起。在一次剁肉馅的过程中,刀柄突然断裂,刀刃划过指腹,鲜血直流。怕师傅责怪,更怕耽误进度,马强愣是一声没吭,捏紧伤口,胡乱缠上几层纱布,拿起工具就继续埋头干活儿。

24年过去,马强手上那道伤口留下的疤痕,仍然清晰可见。而那把断刀,则成了他青春的勋章,无声地印证着月盛斋“制作精细,绝不省工”的誓言。

老字号的生存辩证法

改革开放后,月盛斋迎来了真正的春天,但最令人瞩目的蜕变发生在近些年。这个251岁的“老字号”正在悄悄变“潮”。

如今的月盛斋,早已不是前门那一家小小的店铺。它在怀柔区建有符合出口标准的熟肉制品加工厂,在内蒙古赤峰、四川成都等地布局的生产基地,年产能可达到生鲜精加工3万吨、熟制品1万吨。

针对年轻人对健康、便捷的需求,月盛斋推出了保质期仅5天的气调盒冷鲜肉,不添加防腐剂,主打一个“鲜”字;针对户外露营热潮和健身人群,开发了烧烤、即食牛肉等系列产品。

当然,销售渠道也在发生巨变。除了北京现有的25家门店外,月盛斋的产品已经进驻盒马、山姆、七鲜等新零售渠道,甚至成了盒马全国的供应商。“以前我们只专注京津冀,现在供应链打通了,外埠的工厂也投产运营了,华南、华东乃至西南地区都能吃上月盛斋了。”马强说,近年来销售额逐年递增,其中大半来自线上和新渠道。

但走得再远,也要守住“舌尖上的安全”红线。正是这份近乎苛刻的坚守,让月盛斋拿到了通往世界舞台的“通行证”。

2022年北京冬奥会,月盛斋成为赛事运动员牛羊肉的供应商。在运动员“反兴奋剂”的红线面前,月盛斋的肉品经受住了最严苛的检验。为了这一刻,技术人员甚至驻扎在羊圈旁,与羊群共处三个月,以确保饲料、水源的绝对安全。最终,月盛斋的肉品零失误通过了检验,端上了各国运动员的餐桌。

渠道通达四方,匠心归于一处。多年间,月盛斋的渠道和产品不断变化,可不变的仍是那口老汤的醇厚。就像展厅里,悬挂的牌匾和那口铜补的青花瓷缸一起,守护着月盛斋的根和魂。

从乾隆年间的宫廷御膳到寻常百姓家的餐桌;从户部街的青砖炉台到北京冬奥会的运动员食谱,月盛斋的251年,是老字号“守正创新”的缩影。

正如月盛斋人所说:“我们做的是良心肉,也是民心肉。”在首农食品集团的带领下,这个老字号品牌正以一种前所未有的开放姿态,在传承中创新,在创新中坚守,继续为这座城市增添着温暖而醇厚的味道。