



在百年老字号里 做一名“守正”的创新者

百年老字号，沉淀的是匠心底蕴，焕发的是时代新生。在国潮崛起、文旅融合的浪潮下，北京稻香村营销创新部副部长、零号店长曹思源，始终秉持“守正传承、创新赋能”的初心使命，深耕品牌革新与非遗活化一线，以传统技艺为根基，以市场需求为导向，以青春创意为羽翼，突破老字号发展边界，从场景革新、业态升级到产品创研、文化传播，打造潮流地标、文创爆款，落地非遗沉浸式体验，让百年老字号以青春力量续写薪火相传的崭新篇章。

初心缘起 坚守根基，笃行不负初心

老字号的创新边界在哪里？答案，不是颠覆传统、割裂文脉，而是植根本源、推陈出新，在传承底蕴中突破桎梏，在扎根本土中拥抱潮流。

在刚刚结束的2026世界机器人大会现场，机器人与北京稻香村研发师傅协同配合，参与完成京式翻月月饼的倒料、搅拌、塑形、盖戳等流程，一场“智能学徒·稻香学艺”的跨界展演惊艳亮相。曹思源作为策划者之一参与了这场突破性的跨界探索，这也正是她深耕老字号创新的生动实践。不久后，这一创新场景还将来到位于隆福寺的北京稻香村零号寻宝馆展示，为市民游客带来全新体验。

传承滋养创新，笃行不负初心。北京稻香村承载着深厚的京味饮食文化与匠心传承。入职之初，曹思源便亲眼见证众多深耕数十年的老师傅将职业当作终身事业，沉心钻研技艺、坚守品质初心。车间内，从一粒芝麻、一朵桂花的反复人工甄选，到每一道糕点工序的严谨打磨，老字号精益求精、踏实务实的责任担当深深感染了她，也让她确立了“守正传承、创新赋能”的奋斗方向。

在曹思源看来，当下文旅消费升级、国潮文化崛起，为老字号发展带来了全新机遇与核心挑战。新时代消费者更加追求有文化、有故事、有审美的沉浸式文化体验，而老字号积淀的匠心技艺与历史底蕴，恰好契合市场新需求。如何既紧跟潮流、破局出新，又坚守品质根基、不丢品牌本色，成为她与团队日复一日深耕的核心课题。

项目攻坚 一店一策，打造潮流地标

东四北大街152号，是北京稻香

村南味食品店第一营业部的复业原址。2021年8月，这里挂起北京稻香村“零号店”招牌，寓意“以零为始，从零出发”。

相较于传统糕点门店“买完即走”的单一模式，零号店实现了产品、业态、传播的全方位升级——产品定位上，打造系列化主题产品，搭配轻量化、高颜值的国风包装，适配新型消费审美；经营业态上，创新“现烤糕点+京味茶饮+文创周边+互动体验”复合模式，将单一售卖空间升级为可逛、可玩、可体验的文化休闲空间；传播模式上，依托特色空间、创意产品打造社交传播热点，让消费者的打卡体验成为品牌自发传播的载体。

北京稻香村传承的京式糕点制作技艺于2019年入选东城区非物质文化遗产代表性项目。为了让传统技艺走出车间、贴近大众，曹思源和团队一起在零号店落地了多项实景举措。用“明厨亮灶”模式，将擀制、包球、烘烤等制作工序直观展示，让消费者近距离欣赏制作技艺；通过常态化开展体验活动，带领市民游客亲手制作京式糕点、月饼，让非遗技艺“摸得着、学得会”；深耕文创衍生开发，将糕点美学转化为日常消费，让传统技艺与非遗文化融入日常生活、走向千家万户。

“跟着习爷爷的足迹看北京”探访新时代首都发展社会实践主题活动中，曹思源为探访北京稻香村零号寻宝馆的少先队员们讲解。

从“零”出发、破局突围，由曹思源作为项目负责人打造的零号店，成为北京稻香村转型创新的特色样板，更是东城区老字号活化的潮流新地标。

产品创新 恪守本源，焕活美食文脉

传承为基，创新为翼。在产品研发与品牌革新中，曹思源始终坚守“传承不褪色、创新不越界”的原则，精准拿捏传统传承与潮流升级的辩证关系，让老字号既有岁月底蕴，又有时代新意。

深耕文创糕点研发，曹思源带着团队成员深挖中华优秀传统文化打造了多款现象级爆款产品。如“西游果果”系列以国民熟知的西游IP为核心，结合人物特质定制专属馅料，一口糕点复刻经典故事，趣味演绎传统文化。

立足东城本土特色，团队深耕区域地标，打造专属产品矩阵，让糕点成为可以吃的“东城名片”。聚焦故宫角楼、

天坛祈年殿、钟鼓楼等东城经典地标，打造“京城名胜”系列糕点。结合前门特色铛铛车，推出主题伴手礼礼盒，搭配铃铛装饰、糕点盲盒、文创冰箱贴，将城市风貌、京味文化底蕴与美食匠心深度融合，实现美食、文化、城市IP的“三位一体”传播。

精准贴合年轻消费者需求，是北京稻香村持续圈粉的核心关键。团队全方位优化产品与服务体系，产品端实现小份化、高颜值、健康化，推出节日低糖新品，适配轻消费场景；包装设计采用轻量化包装，美观便携、适配送礼与日常分享；体验场景上打造糕点冰箱贴制作、国风点茶等沉浸式互动体验，强化消费趣味性与仪式感。年轻化的表达、潮流化的形式，曹思源与团队正“用年轻人的语言，讲老字号的故事”。

未来展望 筑梦东城，续写匠心新篇

深耕东城九载，曹思源亲历并参与了老字号的创新转型，也收获了属于自己的高光时刻。2026年2月10日，农历小年，习近平总书记考察隆福寺街区时走进北京稻香村零号寻宝馆，了解糕点品类和特色，观看糕点现场制作，并叮嘱“要把北京老字号传承发展好”。这份殷切嘱托，也成为曹思源与团队深耕老字号传承与革新的强大动力与前行底气。

东城这片文化沃土，既是品牌起源之“根”，更是创新腾飞之“翼”。1984年，北京稻香村南味食品店第一营业部在东四北大街复业，开启品牌新生之路；多年来，东城厚重的文脉资源，为品牌创新提供了源源不断的灵感滋养。如今，完善的人才政策、优质的营商环境、活跃的文商旅生态，持续为老字号创新赋能助力。作为东城区“集贤计划”获评者，曹思源与团队已规划好全新发展蓝图，在非遗传播、产品创新、业态探索等方向持续发力、深耕突破。

对于扎根东城的青年人才，曹思源有着深刻的期许——深耕行业“别怕慢”，慢工里有匠心，每一个精品都需要沉心打磨；创新发展不能只盯着新，要“先懂老”，溯源传统、立足根基，方能赓续出新、行稳致远。

未来，曹思源将继续以青春为笔、以匠心为墨，不断探索传承革新的新路径、新范式，让百年老字号焕发全新活力、生生不息。

(李滢)

2026东城区老字号 嘉年华隆福寺启幕

本报讯 李佳 为持续推动老字号保护传承与创新，激活国货品牌活力，丰富消费新场景，近日，“老字号·新生日”2026东城区老字号嘉年华在隆福寺广场正式启幕。本次活动由东城区商务局、区文旅局、区国资委及景山街道主办，北京崇远集团有限公司承办，东城区商业联合会特邀协办，东城区老字号协会协办，北京新隆福文化投资有限公司提供支持。北京市老字号协会会长于文、北京市商务局流通处处长张竞天、东城区副区长任江浩、林艳红，区级相关部门、老字号协会会员企业、合作伙伴抖音、京企直卖、邮储银行以及媒体代表等百余人参加本次启动仪式。

启动仪式现场别开生面设置老字号集体庆生环节。东城区现有老字号品牌79家，其中19家企业迎来逢十周年纪念时刻。现场播放集体庆生主题视频，与会领导共同切下大寿桃，以特别的仪式，致敬一代代老字号匠人坚守匠心，见证东城老字号生生不息的发展历程。

活动由开场鼓乐《开场鼓·卫神》拉开帷幕，北京市老字号协会、东城区相关领导先后致辞，对东城区老字号守正创新成果给予肯定，鼓励老字号持续挖掘文化内核，拥抱市场变化，在产品创新、跨界融合、出海发展上持续突破，擦亮东城老字号金名片。仪式上，东城区老字号协会举行顾问单位授牌仪式，协会会长为顾问单位现场授牌，汇聚多方智力资源，为老字号高质量发展赋能。

为加速老字号数字化升级、拓宽经营渠道，强化金融助力，东城区商务局现场与抖音、京企直卖、邮储银行完成合作协议签约。多方将发挥各自资源优势，围绕流量扶持、渠道搭建、产销对接、金融服务等维度开展深度合作，助力老字号打通线上线下链路，探索品牌出海、跨界创新等全新发展路径，帮助老字号拓展市场空间，提升品牌影响力，让传统品牌对接更广消费群体。

区档案馆在本次仪式发布了老字号专项主题展览，征集区内老字号企业代表物件，梳理东城老字号发展脉络，以档案讲好老字号故事，用实物史料展现老字号百余年的兴衰变迁、技艺传承，为大众打开了解老字号历史的文化窗口。

启动仪式设置主题沙龙座谈环节，吴裕泰、月盛斋、隆庆祥、崇远集团等企业代表齐聚现场，围绕老字号新模式、新场景、新业态开展交流研讨，分享企业实践经验，共同探讨老字号未来发展方向。

现场领导共同完成互动点亮启动，标志着2026东城区老字号嘉年华系列活动全面开启。随后上演“汉服雅韵·童承国风”亿兆汉服走秀，将传统服饰文化与国潮风尚融为一体，尽显传统文化的当代魅力。活动最后，全体嘉宾由百年老店大北照相记录下活动合影，定格本次嘉年华的珍贵瞬间。

据了解，东城区老字号资源底蕴深厚，老字号总量已达79家，区内富集众多国家级、市级非物质文化遗产项目。多年来，东城区持续出台政策，从资金扶持、人才培养、创新赋能、产权保护等多方面发力，推动老字号实现创造性转化、创新性发展，鼓励老字号坚守技艺根脉，拥抱年轻消费市场，持续打造更多国潮新品、爆款产品。

本次嘉年华后续还将推出系列特色主题活动，持续搭建展示、交流、消费平台，让广大市民游客近距离感受老字号的匠心技艺与新潮活力，推动老字号文化可感、可触、可消费，助力北京国际消费中心城市城市建设。