

本周五在南通龙信广场启幕的2022南通老字号·非遗嘉年华活动,将展示数十家本地老字号、非遗品牌之魅力——

为南通老字号打call

广袤的江海大地拥有42家脍炙人口的老字号,在民间口口相传、为百姓称道。昨天,本报记者采访了即将参加“‘2022南通老字号·非遗嘉年华’暨南通商圈迎春促消费活动”的一批“老字号”和非遗传承人。

品牌特色鲜明 南通“老字号”的故事多

白蒲黄酒、老万和潮糕、三香斋茶干、四海楼美食、新中腐乳、西亭脆饼、孟家蟹包、四宜糕团、季德胜蛇药、鑫缘茧丝绸、如东狼山鸡、四和春饮食……在江海大地,上述品牌都是南通人耳熟能详、赞不绝口的“老字号”,说是大名鼎鼎、如雷贯耳,亦不虚传。

南通市老字号协会一名工作人员介绍:“我市各个层次和层面‘老字号’所传承的独特产品、精湛技艺和经营理念,具有重要的品牌价值、经济价值和文化价值。这些品牌既是南通的,也是中国的,更是世界的!”

穆义丰酒坊、遂生堂大药房、五山酿造、麒麟阁、景福斋、百年永泰、怡丰园、长寿集团、长来食品、周莲记、春华、馥寿生物……诞生并崛起于江海风韵之地、具有南通地域特色的一家“老字号”,

犹如一颗颗璀璨明星,高悬于中华“老字号”的耿耿星河之中,焕发出迷人的风采!

目前,南通一共拥有42个“老字号”,其中国家级“老字号”6个、省级“老字号”16个,其余均为南通市级。

在这些南通人津津乐道的“老字号”背后,还蕴含不少有趣的故事。

白蒲茶干距今已有300多年历史,可谓久负盛名的传统风味名吃。白蒲“三香斋”茶干有限公司工作人员介绍,清朝乾隆皇帝下江南时,地方官特别选择“三香斋”茶干作为贡品,乾隆尝后甚悦,便御笔写下“只此一家”的题字,“三香斋”茶干随即驰名大江南北。

再说说道逢年过节南通人必备的茶食之一——西亭脆饼。西亭脆饼有限公司工作人员说,曾经在群众中

流传着这样一首歌谣:“西亭脆饼十八层,层层分明能照人,上风吃来下风闻,香甜酥脆爱煞人。”曾任清政商务大臣的张謇,每年回西亭祭祖时都要品尝脆饼。他除了自己爱吃外,还用脆饼作为礼品赠送华商、外商及达官贵人,张謇还亲自为该店题名“复隆茂号”。

作为“老万和潮糕”的第五代传承人,总经理王嘉诚对家族代代相传的这一独门绝技甚为欣慰,他向记者解释:“据史料记载,清朝雍正时期一名商人开了一间‘老万和茶室铺’做米粉制糕点。由于商人是潮州人士,加上这种糕点从浸泡、制作再到品尝都离不开水,所以取名叫潮糕……”

可以说,江海大地“老字号”兵团之所以各方瞩目,背后都有着穿越历史时空的丰厚历史人文底蕴,让一个又一个“老字号”品牌和非遗产品焕发勃勃生机。

达50%以上。“未来两年内,我们还将建设一幢研发展示大楼,可以一边进行生产制造,一边供外来人员参观。”

作为南通人熟悉且亲切的“老字号”,西亭脆饼的香、酥、脆让人印象深刻。“我们的销售区域主要集中在江浙沪,最远的发送到新疆、内蒙古等地,虽然遭受疫情影响,依然保证了一年2000万元的销售产值。”西亭脆饼有限公司徐建清经理介绍。

江苏馥寿生物科技有限公司总经理马赞华也向记者表示,馥寿薏仁酒源于同治七年“六谷糟坊”生产的六谷酒,不仅在国内市场销售,还远销马来西亚、新加坡、印度尼西亚、非洲等国家。“我们现在正在进行传统生产工艺的改造,全部投产后年产值可达3亿元左右……”

“老字号”是一块块闪亮的金字招牌,售卖的不仅是商品,还是数十年甚至数百年积攒下来的口碑与情怀。

满足消费需求 承载几代人舌尖的记忆

“饿着肚子看阿姨包包子,一大勺蟹黄兜进面皮,沉甸甸放进蒸笼;掀开蒸笼,肥的包子碗口大,个个漾着黄澄澄的蟹油……像我这样四季馋蟹的人,这里就是宝藏!”

这是网友“游客小王”在小红书上,向人们推荐大名鼎鼎的如皋四海楼的蟹黄包。与之媲美的,还有距今已有160多年的孟家蟹黄包。孟家蟹包汤汁丰盈、口感浓郁,从食材的原料加工,到食客品尝前的蟹黄包成品,先后要经过20多道工序。

“蟹包是传统小吃,在年岁变更中承载着几代人舌尖上的记忆。”其第五代传人徐志良告诉记者,这些年不少熟客每每想吃“家乡的味道”时,总会通过微信和自己联系,“我们将制作好的蟹包发往各地,最多的时候一天能发出去200多箱。”

和“如皋蟹黄包”一样,

众多的“老字号”满足着南通人旺盛的消费需求。

南通五山酿造有限公司生产负责人崔文红告诉记者,作为南通调味品行业的龙头企业,其“五山”品牌系列调味品,以及“梅林”牌肉类、水果、蔬菜罐头,多次获得部、省级优质产品称号,畅销欧美、东南亚40多个国家和地区。

“作为国家商务部认证的‘中华老字号’、南通市非遗,‘老万和潮糕’正在申请省级非遗。通过政府大力支持,‘老万和潮糕’已经走出内地,在澳门参加了两次展览,年销售额在700万元左右,产品在淘宝等电商平台都有售卖。”说起林梓潮糕,王嘉诚很是欣慰。

“三香斋”茶干第15代传承人姚振宇介绍,白蒲茶干日产量达2000公斤,年产值约2500万元,主要销往南通、上海、苏州,市场占有率

师古不泥古 在传承中不断创新超越

时代大潮滚滚向前,波澜万丈吐故纳新。

南通季德胜科技有限公司拥有国家级非物质文化遗产、国家中医药管理局保密配方、江苏省著名商标——“季德胜”。南通季德胜科技有限公司销售总监胡卫兵介绍:“目前我们推出的日化用品包括洗发水、洗面奶、沐浴露、护肤水等,可以说是‘从头到脚’全覆盖。但这还远远不够,我们通过继续发挥萃取于季德胜蛇药的原液,在‘除螨、去痘、止痒’的基础上,借助和上海中医药大学等科研院校的合作,研制开发新的‘水、乳、凝胶、霜’,陆续投放市场。”

同样作为国家级非物质文化遗产,南通蓝印花布这一“老字号”也历久弥新。自染坊开缸染布起,历经五代染业职人心力传承。如何让传统的蓝印花布推陈出新,更吸引现代人的目光?南通曹裕兴染坊第五代传人江荣告诉记者:“我们将带有传统寓意的图案重新解构,设计出带有企业独立版权的图案,进一步满足现代人的审美需求。”

“人们生活水平越来越高,对食品要求不断提升,这倒逼企业不断丰富产品内容适应时

代发展。我们尝试调整产品包装,因为玻璃瓶,快递运输不方便,影响了线上销量。未来希望在政府支持下,同时借助互联网力量进一步扩大企业规模,走向全国。”崔文红表示。

“西亭脆饼也在口味上不断创新,新增包括奶油、葱油、绝味、柠檬等口味,配方也进行了改进,少糖少油,更符合当代健康生活习惯和口味。”西亭脆饼有限公司工作人员介绍。

久负盛名的鑫缘茧丝绸,也在不断适应时代新形势、市场新需求,不断研制新产品。“除了人们熟悉的蚕丝被、丝巾等,我们还推出桑叶茶、养生酒、蚕丝护肤品等产品,形成新业态和新的经济增长点,取得良好的经营效果。”鑫缘茧丝绸集团股份有限公司副总经理顾维斌告诉记者,“我把‘鑫缘模式’成功复制到广西、安徽等地,开拓了新的合作模式。”

业内人士指出,让“金招牌”不因时代风雨褪色蒙尘,既要传承“老字号”传统的技艺、服务与文化,取其精华,又要不断创新、革故鼎新,使其焕发新的活力!

本报记者周朝晖 俞慧娟
本报见习记者沈佳颖 张园
吕雪琦

