

## 时光钟表行 见证时光变迁

株洲日报·掌上株洲记者/任远

如果时间有生命,钟表便是它的载体。  
24年前,退伍老兵孙建平带着一位军人的信仰,创立了时光钟表行。24年来,他将服务人民的理念贯穿始终,秉承“人情商道、天长地久”的经营理念,钟表行发展得红红火火。  
在今年市商务和粮食局的“株洲老字号”评选中,时光钟表行位列其中。

### 钟表行里的人情味

1998年,在芦淞区江南商厦,孙建平带领十多名转业军人、自谋职业者创立了时光钟表行。

孙建平坚信,有人情味、讲诚信,生意方能长长久久。因此“冬天时一杯热茶、夏天时一杯凉茶”是进店必备。遇到上了年纪的老人来店买表、修表,工作人员尽职尽责,达成老人心愿后,还将平安送回家。对于低保老人和退伍老兵,钟表行也会在修表时给予费用减免。

孙建平将细致的服务融入日常经营。卖出一个挂钟,他必会送电池、配铜钉。正常维修保养时间为一年,时光钟表行则延长至两年。

一位株冶集团职工在时光钟表行购表后,根据亲身感受,写了

一篇《“钉子”精神》的文章刊发在《株洲晚报》上,倡导全市经营户学习时光钟表行“想顾客所想、心系消费者”的精神。

还有一次,孙建平收到一封客户的来信,里面就写了四个字:“你是好人。”信是一位家住天元区的婆婆写的,此前她拿着别人送给她的一块“双狮”旧机械表前来维修,时光钟表行的技师为她换了玻璃和摆轮,并免费做了洗油保养。可到了末了,老人提出,手表不戴也要永远不停,不然就要求拆回零件、退还款。对于这一有些“苛刻”的要求,接待她的孙建平没有抱怨,他将维修款退换给她,并对她说:“老人家您先把表拿回去用,什么时候满意了,记起来了,再来付款。”

点点滴滴,融入骨髓,成为门店持久发展的根本。

孙建平还长期从事慈善事业,从创立起,他累计向慈善事业投入500余万元,并连续17年参与株洲晚报送温暖活动,为需要关怀的家庭尽自己一份心力。2009年,他登上

“中国好人榜”,成为一座城市的文明代言。

### 让顾客明白白消费

时光荏苒,时光钟表行不断成长,从当初200平方米的门店,扩大至360平方米。今年年初,钟表行又从江南商厦迁至石宋西路锦绣江山一楼。舒适敞亮的店铺里,有优雅的古典乐传出……走进时光钟表行,时间似乎变得有魔力,满墙的挂钟无声述说着关于时光的故事。

时代变化,人们对于钟表的需求也发生着变化。“以前买表注重廉价、好看、方便佩戴,现在更注重品牌、款式、价值和可靠的服务。”孙建平说,唯一不变的是钟表行对优质商品和服务的追求。

面对激烈的市场竞争,孙建平在平时的经营过程中坚持“以德养店,以善修为养员工”,以优质的售后服务赢得市场信赖。他将员工送至西安轻工钟表研究所进行一站式技能培训学习,共培养出中高级技师四名,能攻克各类钟表领域疑难杂症。

在时光钟表行的维修区,顾客发现这里的设计有些特别:没有玻璃隔阂,客

人与维修人员面对面零距离。接待台旁摆有一部电子放大镜,以供观看监督。

“我们会在顾客的现场监督下将手表开盖,再操作、评估、判断、维修。对发现损坏的零件,用仪器展示给客人观看并详细告知,在征得客人同意后,方确定是否维修。换下的配件可以带走,且全过程都有监控摄像,不存在弄虚作假,确保让客户明白白消费。”孙建平说。

这种诚信经营获得消费者喜爱。许多从株洲去外地生活的退休老人,在有购表、修表的需求时,都会选择回到株洲的时光钟表行。“想到株洲,就想到时光钟表行。”有人如是说。

B2  
株洲日报  
28829237  
2022年3月29日  
星期二

责任编辑:赵云超  
美术编辑:王 莹  
校 对:杨 杰

# 经济

JINGJI  
观察



## 湘东情

### 攸县香干的“名片”



株洲日报·掌上株洲记者/刘芳

金黄又滑嫩的攸县香干,口感滑嫩、韧性足、口味纯,是湘菜馆中受顾客青睐的特色家常菜之一。说起攸县香干,湘东情算是这一行业的“名片”。日前,这家创立20年、手艺传承近百年的企业,被评为“株洲老字号”企业。

### 四代传承制作手艺

追溯攸县香干的历史,《攸县志》有记载:“攸县香干制作历史悠久,至明清时已享誉长江流域和珠江流域,经过长期实践,形成独特的传统制作工艺并一直完整保存下来。”

在民间,还流传着“皇图岭的香干,尝过之后永不忘”的谚语。“上世纪二十年代末,祖父钟树声以做豆腐谋生,有白豆腐和香干。后来,祖父将手艺传给了爷爷,爷爷又将手艺传给了父亲。”从小吃攸县豆腐长大的钟东锋,自然也成了攸县豆腐的第四代传承人。

攸县豆腐的制作讲究,属于古法技艺,主要有选料、除杂、浸泡、磨浆、甩浆、煮浆、凝固、压榨、定型等20多道工序制作而成。芳香诱人、白白嫩嫩的豆腐,卤水一入,让豆腐有了新味道,变成口感滑嫩、韧性足的攸县香干。

“这其中的每一道工序,都必须认真对待,缺一不可。”钟东锋说。

除了制作技艺讲究,材料也颇有讲究。其一,制作攸县香干的黄豆采用的是攸县本地八月黄大豆;其二是使用本地井水及攸县沙陵坡开采的石膏作为主要配料。

“攸县香干之所以有如此好的味道,还得益于这里的水质好。”钟东锋说,水质的独特性,使得攸县香干只能在攸县生产,曾经有广东、深圳的厂商买回攸县的黄豆,按照攸县人教给的工艺丝毫不差地进行操作,但制作出来的香干,无论是质地还是色泽、口味,均不能与“攸县香干”相比。

2002年,钟东锋接手技艺传承,2011年又注册了“湘东情”香干产品商标,建成了豆腐制品加工厂,日加工大豆8吨至10吨。从手工作坊到企业,“湘东情”并没有抛弃传承百年的手艺,而是采用机械与手工相结合的工艺。

“在挑选优质大豆与打浆上采用了机械,大大节约了时间人力成本,但后期的过滤、煮浆、定型等工序必须由手工完成。”钟东锋解释,因为只有通过纱布包裹过滤才能留存豆制品的细腻,再通过铁锅煮浆,手工搅拌可以时刻观察豆浆成型的过程,调整力道与手法。

钟东锋说,或许,手工的魅力就在于此,会让香干保持原味并入口更细腻。

凭借世代传承的产品,不断改良的技艺,湘东情攸县香干获得湖南省著名商标称号。

### 念好“豆腐经”

2011年,攸县香干申报成为国家地理标志产品。但受限于生产条件、生产技术以及保鲜技术,攸县香干却一直未能真正走出去。

钟东锋发现,要想让攸县的豆腐走得更远,只有一条路——解决异地运输的问题。

从2011年开始,湘东情的淘宝店、天猫店先后上线,湘东情的麻辣香干小吃在网上卖得火热。

线上平台和物流渠道打通后,湘东情又找到了湖南省农科院农产品加工研究所,针对攸县豆腐开发保存技术及包装。终于在2019年3月,第一片鲜豆腐在湘东情天猫店上线售出。

如今,在其电商平台上,湘东情除了提供香干类豆制品外,还重磅推出了鲜豆腐系列,配上专属保鲜袋,让水嫩嫩的豆腐可以“走”得更远了。

所以,无论你走到哪里,走进任何一家湘菜馆,攸县香干已成为湘厨的拿手好戏。而攸县香干的香与味,也化作浓浓的家乡味道,对老乡们予以慰藉。

在钟东锋看来,要让老牌子,尤其是农产品走得更远,还得靠企业的产品力。这几年,在乡村振兴的大潮中,在政府部门的支持下,湘东情还在当地不断开发八月黄大豆种植基地,先后与3个种植专业合作社合作,种植了2000多亩大豆。“既保证了原材料的供应,又带动了当地村民的就业,提高了村民的收入。”钟东锋说。

2018年,钟东锋又建设了攸县香干标准化生产加工产业园,在农科院的科研指导下,研发出了攸县香干系列产品、休闲食品、肉制品、水类产品、土特产等30多个优势产品,不断提升、扩大湘东情攸县香干的品牌效应。

念好“豆腐经”,从“小作坊”形成了“大产业”,在保证“原汁原味”的同时,湘东情也实现了“脱胎换骨”。

## 老乡情新写照

### 相关新闻

株洲日报·掌上株洲讯(记者/任远)近日,商务部等8部门印发关于促进老字号创新发展的意见。意见提到,将老字号集聚区建设纳入相关规划,鼓励有条件的城市打造老字号特色街区。鼓励特色商圈、旅游景区和各类客运枢纽引入老字号企业开设旗舰店、体验店。

意见提出,到2025年,老字号保护传承和创新发展体系基本形成,老字号持续健康发展的政策环境更加完善,创新发展更具活力,产品服务更趋多元,传承载体更加丰富,文化特色更显浓郁,品牌信誉不断提升,市场竞争力明显增强,对传播中华优秀传统文化的承载能力持续提高,对推动经济高质量发展的作用更加明显,人民群众认同感和满意度显著提高。

在激发老字号创新活力方面,意见提出推动老字号创新产品服务。支持举办老字号文化创意活动,深入挖掘老字号传统文化和独特技艺,创作富含时尚元素、符合国潮消费需求的作品,延伸老字号品牌价值。鼓励老字

### 八部门发文推动老字号创新发展

号企业联合有关机构开发文化创意产品,举办文化体验活动,提供定制化服务。引导老字号企业运用先进适用技术创新传统工艺,研发适应市场需求的产品和服务,提升质量水平。

支持老字号跨界融合发展。引导老字号企业将传统经营方式与大数据、云计算等现代信息技术相结合,升级营销模式,发展新业态、新模式,营造消费新场景。推动电商平台设立老字号专区。鼓励有关旅游机构将符合条件的老字号企业纳入旅游线路进行重点推介。

促进老字号集聚发展。将老字号集聚区建设纳入相关规划,鼓励有条件的城市打造老字号特色街区。鼓励特色商圈、旅游景区和各类客运枢纽引入老字号企业开设旗舰店、体验店。推动购物中心等大型商场设立老字号专区专柜,促进特色消费。放宽对临街老字号店铺装潢管理要求,允许老字号企业按照传统或原有风格对门店进行修缮,保留符合要求的传统牌匾。合理放宽老字号企业户外营销活动限制,支持老字号企业开展店内外传统技艺展示、体验和促销活动。

### 经观杂谈

### 将“老字号”打造为旅游消费新亮点

任远

日前,商务部等8部门联合发布《关于促进老字号创新发展的意见》。其中提出,支持老字号跨界融合发展,鼓励有关旅游机构将符合条件的老字号企业纳入旅游线路进行重点推介。笔者认为,将“老字号”集纳起来,形成一条特色旅游线路,不失为老字号创新发展的路径之一,亦是城市探索打造“网红”品牌的有效方式。

“株洲老字号”是城市非物质文化遗产的重要组成部分,其传统技艺、经营理念和内涵是中华文化和城市文化的集中体现,“株洲老字号”企业在吃、住、行、游、购、娱等领域均有广泛分布,是我市文化旅游发展的重要载体之一,文旅融合应成为推动“老字号”振兴发展的“新动力”。

随着自驾游和深度游的兴起,去一座城市探索“老字号”品牌,成为许多旅游爱好者的新体验。许多城市已付诸行动。如广州,早在2020年就推出9条老字号文化游径和旅游精品线路,以提升老字号旅游体验热度,进一步焕发“老城市”的“新活力”。

将“老字号”与城市旅游相结合,株洲有基础。细数“株洲老字号”品牌,既有红官窑、赖吉昌这样具有历史意义的地方特色

产品品牌,也有好棒美、熊阿公农家坛子菜、炎淋神、泉兴醋厂这样的特色美食品牌,还有诸如沈记大酒楼的实体餐饮企业。当地方政府在为打造城市旅游名片发愁时,这样地方美食、看地方文化、观摩地方产业的旅游特色线路,不正是在眼前的答案吗?

当然,培养出个别老字号成为旅游消费新势力并不难,老字号企业集体转型旅游消费新势力才是老字号发展的重中之重。以头部老字号企业带动所有老字号企业共同转型,用文创智慧催生更多“大牌带小牌、名牌带老牌”的国潮“组合拳”,才能让老字号整体上提升新活力。譬如,广州就推出首期规模达4.04亿元的广州老字号振兴基金,已在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金备案手续。

在本地最主要的景点和交通枢纽设立老字号特色街区,建设“老字号数字博物馆”,或启动“老字号回归”工程,鼓励有条件的老字号重新迁回旧址,通过商、旅、文的结合来带动商业转型升级,能够让老字号在当地活起来、火起来。除此之外,还可以通过资本运作、管理输出、连锁经营等多种方式,大胆鼓励本地老字号品牌走出去。让人们了解老字号,记住老字号,才能让老字号成为旅游消费新势力。

《老字号·新故事》系列报道之五