



藏在深巷中的黄河肉类加工厂。
株洲日报·掌上株洲记者/任远 摄

“涑江”牌腊味： 让“肉香”飘出“巷外”

株洲日报·掌上株洲记者/任远

在醴陵，“涑江”牌香肠、腊肉是许多人记忆里的乡味。醇厚弹牙的口感、鲜香质朴的味道，让人回味了六十多年。今年，这一品牌入选“株洲老字号”，成为城市品牌印记。

本土化的老字号品牌如何在市场竞争中走远？摆在“涑江”前的课题，如同一道大门，连通起老字号品牌的过去与未来。

●老城里的老品牌

1956年，醴陵县加工厂成立。这家以屠宰为主业的国营企业，在供应当地肉品市场的同时，也顺带加工一些腊制品，在当地口碑极佳。

那时候企业在醴陵本地设了4个销售点，从早上开卖，每天到了下午四五点便被抢购一空。王芝石在厂里干了几十年，回忆起加工厂的辉煌时刻，他的神情难掩自豪。

几十年来，加工厂沿袭古法加工手艺，由工人手工制作，用瓦岗腌渍肉类，再用纯天然的茶壳、谷壳进行熏制。腌肉时不添加防腐剂，只用炒过的盐按专门的配比，佐以少量香料进行腌渍。配方是经过几十年经验总结得出，经得起时间推敲。

滚滚涑江穿城而过，见证城市变迁。起初，加工厂以“涑江”为意，为腊制品命名。直到1988年，加工厂正式注册“涑江”牌肉制品商标，与城市共成长。

1989年，“涑江”牌肉制品获得中商部表彰，2012年，该品牌又在省内拿下芙蓉奖，为品牌再添光彩。

醴陵人李先敏每次从北京回来，他的母亲都会特意去市场上买上几段“涑江”香肠，蒸给儿子吃，“鲜香的香肠嚼在嘴里，就是小时候妈妈做菜的味道。”

“大人、小孩都喜欢这个味道，好多从外地回来的人，特意过来排队，就是要尝尝‘家乡味道’。”王芝石说。

让品牌走出去

60余载时光变迁，加工厂经历岁月更迭，曾经的醴陵县加工厂更名为黄河肉类加工厂，企业也完成

了改制。

4月7日，记者前往黄河肉类加工厂。穿过热闹的城市干道，在一个僻静的窄巷里，“黄河肉类加工厂”的招牌映入眼帘。火红的灯笼、老式的建筑、爬满爬山虎的厂房，里面的种种都留下时光的痕迹。

在厂门口，工厂的新掌门人何慧在阳光下向记者热情地招手。她的丈夫曾是加工厂的负责人，如今企业由她接手经营。

加工厂依旧沿用传统方式生产，里面的工人也保留了下来。他们熟悉操作流程和加工手法。

但加工厂的销量也与前些年基本保持一致——这一点让何慧颇为烦恼。毕竟，在激烈的市场竞争如逆水行舟，不进则退。

如何将“老字号”做大做强，让品牌走出醴陵，是摆在何慧面前的难题。其中两个现实问题最为棘手。

其一是商品保存问题。“为了保证产品的口感，产品没有添加任何防腐剂，但也对存放条件提出了更高要求，食用期限大大缩短，即在20℃以下环境中只能保存约2个月。”何慧坦言，正因如此，在很长一段时间里，“涑江”牌肉制品只限于醴陵本地销售，连株洲城区都很少进入。这大大制约了品牌的知名度和推广度。

其二是商品产量问题。由于人工的制作技艺，限制了产品的量产，让这一“老字号”的“香味”被局限在了“巷内”。

渠道拓展是何慧选择的破局方向。在她看来，拓宽销售渠道能让品牌走出醴陵，让更多消费者知晓，从而以销量带动产量。

为此，从前年起，企业就做了不少尝试。比如他们与醴陵当地电视台合作，以线上线下相结合的方式，让品牌走上“云端”，销往全国。“我们还在努力参加各类展会，向外推介‘涑江’腊制品。”何慧说。

作为“老字号”经营管理者，何慧也期待相关政府部门能帮忙“牵线”，予以资源、政策等支持，让这一“老字号”品牌有更多在大展亮相、活动中有更多“露脸”机会。

老味道新烹法

「烹法」

《老字号·新故事》系列报道之七

经济杂谈

老字号复兴 我们有信心

株洲日报·掌上株洲记者/任远

今天是《老字号·新故事》系列最后一期，这个系列报道也就此收尾。回顾过去七期报道，我们深入城市“血管”之中，走访了14家“株洲老字号”企业，希望通过追溯它们脚步，倾听它们的故事，找到推动城市老字号发展的思路与线索，在探索中展望未来。

在这场特殊的旅程中，我们欣慰地看到了一座城市商业繁荣的微观景象。在城市发展历程中，有这样一批企业，它们执着于品质与服务、诚信与匠心，在波涛汹涌的市场浪潮中，以做百年企业为目标，始终坚守自己的初心与使命，不为外界所扰，只为中心所念，坚持走出坚实的步伐。

它们中的部分企业已然找到连通历史与未来的出路。有些“老字号”企业因时而变，自我革新，拥抱年轻化市场，积极探索触网之路。有些企业运用技术手段，破解过去困扰企业的商品运输、储存问题，让本土“老字号”有机会“走出去”。还有些企业改变过去讲故事的方式，走出一条非遗传承之路，用品牌带动企业发展。

也有一些企业尚处于迷茫的探索阶段。对于它们而言，许多困难依然摆在眼前，等待他们的管理者去克服、去突破。比如，如何扩产扩销，从城市一隅走向世界，从乡村走向城市；又比如，在激烈的市场化竞争中，面对外地品牌挤占空间，如何在日渐狭窄的发展道路上杀出一条血路；再比如，在全新的商业环境下，“老字号”品牌如何突破传统经营方式，实现现代化管理之路。

坚守品质，妥善保留消费者喜爱和留恋的特质，摒弃不符合市场规律的故步自封，在适度的创新中寻求“新与旧”的平衡，老字号才可以重焕青春，在新锐的市场潮流中找到属于自己的舒适表达。

这个过程需要企业自身不断探索尝试，也需要政府部门从身后推一把、拉一下。实用而具体的扶持政策，不仅将为“老字号”企业提供良好的营商环境、政策帮扶基础，同时也将激活“老字号”企业的内生动力，为企业做大做强打下基础。

“老字号”需要新人才。针对人才短板，政府部门要更加关注当代老字号掌门人、管理者、经营者的培育，并战略性培养二代、三代掌门人、继承人，以人才建设推动“老字号”品牌建设。

“老字号”需要新平台。要帮助更多老字号“出国”，靠“单打独斗”力量太薄弱。政府部门可以借助平台搭建，打造我市老字号的集中展示窗口、特色旅游线路，支持我市进一步包装老字号产品、建设老字号展示中心、开展“老字号进博会”“老字号进社区”等形式多样的老字号促消费活动。

“老字号”需要新推手。许多“老字号”看似成熟，实则脆弱，需要政府部门给予从营商环境角度给予更多融资、推广等政策、资源支持。只有精准滴灌，方能为“老字号”提供源源不断的活水。

“老字号”是城市品牌的集中代表和中华优秀传统文化的重要传承载体。“老字号”复兴，没有放之四海而皆准的相同路径，只有传统品牌释放新生活力的路径思考。

老字号复兴，路还很长，但我们有信心。

沈记大酒楼： 不变的是“初心”

株洲日报·掌上株洲记者/易蓉

或走小清新，或行庭院风，或人造古典景致，或店名别出心裁……伴随着消费需求不断变化，市场竞争日益激烈，当下各种营造“氛围感”的餐饮店频出。但有一家餐饮店，却和它的店名一样，30多年来保持着“传统”风格。

它就是——沈记大酒楼。作为株洲首批老字号品牌里唯一一家餐饮店，这家酒楼是如何从一个路边的档口小店，成长为如今上万平方米的大酒楼，为何又能屹立餐饮界30多年风采依旧？4月11日，记者对其进行了探访。

●小店，靠“良心”发家

如今坐落于涑口区茶亭路一街角处的沈记大酒楼，发轫于涑口火车站旁的一个小档口。

上世纪80年代，正值改革开放热潮时期，想干出一番事业的沈新玉辞去稳定工作，选择“下海”经商，用借来的5万块钱，租了一个20平方米的小档口，开起了饭馆，并取了一个具有时代烙印的名字——“发展酒家”。

彼时，涑口火车站周边区域是该区的“CBD”，改革开放后该区第一批创业经商的个体户齐聚于此。民以食为天，相对来说，饭店生意门槛和风险都较低，但这也意味着竞争激烈。

如何从一街小店中脱颖而出？

起初，家中排行老四的沈新玉，凭借哥哥姐姐们带着亲朋好友捧场，小饭馆生意不错。“人我是带来了，但是能不能留住客就靠你自己，要对得起顾客。”大哥跟沈新玉说。

这句话，沈新玉一直铭记于心。

在有同行小店为节省成本，用不新鲜食材甚至地沟油的时候，沈新玉打出的招牌就是用自家炼制的猪油、茶油和正规品牌的桶装调和油；一手自制腊味也是童叟无欺，让这家小店攒下一批忠实的客源；为保证食材新鲜可靠，酒楼的采购一直由沈新玉亲自负责。

“虽然自己辛苦，成本也高，但是口碑有了，客源多了，就当薄利多销。”沈新玉说，好口碑，一传十，十传百，“发展酒家”渐渐成长为走出小档口的

“沈记大酒楼”。

因为生意兴隆、门店扩张所需，沈记大酒楼搬迁了6次，现在成了营业面积1680平方米、可容纳80桌酒席的两层大酒楼。

●“坚持”，成就“老字号”

但沈记大酒楼之所以能成为今天的餐饮老字号，沈新玉认为最重要的是“坚持”。

坚持做好一件事。2005年左右，沈记大酒楼成为当地家喻户晓的酒楼。沈新玉也早已攒下了人生的第一桶金，当时有投资房地产等赚快钱行业朋友向她跑来“橄榄枝”。

“说实话，餐饮给我带来了财富，给家族生活带来了改善，是我的衣食父母，我不舍得放弃。”沈新玉更舍不得她手下一批跟着她二十年的老员工，她喜欢跟他们一起做事。

坚持对得起顾客。2008年年底，因冰雪灾害，沈记大酒楼原本接下的绝大部分订单都退单了，女儿也打算接沈新玉去深圳过年，但沈新玉却临时“变卦”了。

“我有一批老顾客朋友，他们中有要办满月酒的、有办搬家宴的，很多酒楼因食材不够，都不接单了，我不能推脱，不能辜负他们的信任。”沈新玉说，在她看来，没有老顾客们的支持，就没有沈记大酒楼的今天。

当时，已经50岁的沈新玉还是亲自到芦淞区钟鼓楼菜市场采购食材。雪厚路滑，她拄着拐杖走了两个半小时，才走到钟鼓楼。

正是凭着这股干劲，尽管旁边的饭店换了一茬又一茬，但“沈记大酒楼”这块招牌一直风采依旧。

“我们的60寿宴、儿子娶亲、孙子满月……一家三代的重要宴席都在沈记大酒楼里完成。”一位20多年的老顾客告诉记者。

尽管餐饮市场竞争激烈，尽管当下受疫情影响，但沈新玉心中不慌。

她认为，老字号品牌，最为看重的就是品质。“无论如今餐饮市场怎么变，我们都会坚持‘以不变应万变’的理念。即，坚守品质不变、坚守服务不变，坚守老字号优良传统不变，不断丰富品牌内涵。”沈新玉说。

沈记大酒楼外观。
株洲日报·掌上株洲记者/易蓉 摄



沈记大酒楼的招牌菜之一“沈记头碗”。
株洲日报·掌上株洲记者/易蓉 摄

