

闻香枫泾镇 心动老品牌

文 / 李治国



上海老牌新品首发地、长三角老字号企业联盟、长三角老品牌振兴基地……在上海金山枫泾镇，一系列老字号，都开始在这个远离上海市中心的地方生根发芽，还开始嫁接电商、直播等新玩法，赢得了越来越多年轻消费者的喜爱。

年轻人撑起老字号

陈勋，一个“90后”年轻人，同时也是美食老字号“叶聚兴”的第四代传承人。从跟着奶奶、母亲学包粽子，到把粽子事业从家庭小作坊生产带入标准化车间制作时代。他说，自己正一点点探索老字号在新时代的复兴之道。

2016年，枫泾的粽子店如雨后春笋般在古镇景区冒出来。也是在那一年，陈勋有了把粽子在网上销售的想法。他立刻行动起来，注册营业执照，开网店，联合有裹粽子经验的老师傅一起，把枫泾粽子销往全国各地。

随着订单量不断增加，家庭式小作坊的产能已经无法满足日益增长的订单需求。与此同时，上海枫泾农业科技有限公司对枫泾粽子品牌化、企业化发展正在探索新方向。陈勋与上海枫泾农业科技有限公司一拍即合，2020年，两家公司以厂

房租赁和枫泾LOGO授权合作的形式，把枫泾粽子推向更高的平台。同时，在上海市委、市政府对老字号振兴工作的大力支持下，陈勋作为枫泾粽子第四代传人的身份负责“叶聚兴”老品牌的振兴恢复工作。“叶聚兴”也因此落户枫泾镇长三角老字号振兴基地。

今年4月，厂房正式投入使用，在生产车间，洗米、拌米和拌料的环节都是机械化操作，不仅干净卫生而且高效，包粽子环节采用传统手工包法。“和过去的小作坊比起来，现在的产能大幅提高，订单也呈爆发式增长。”陈勋说，下一步，他计划在上海各个古镇开设门店，填补线下销售的短板。同时，他还计划将枫泾的方糕、青团等美食包装成精致伴手礼推向市场。“现在的年轻人，消费倾向更加精致化、个性化、品位化。”陈勋说。可以想见，扣准年轻人消费脉搏的老字号，将来的道路会越来越宽。

百年老店擦亮招牌

在上海市消保委主办的第四届上海伴手礼评测活动上，上海丁义兴食品股份有限公司的“四季如意状元糕”和“海纳百川丁蹄粽”在伴手礼

食品类初评赛中，以新颖的包装设计和独特的口感顺利晋级第二轮。

上海丁义兴食品股份有限公司负责人林星介绍说，“四季如意状元糕”有很深的文化内涵和传承，而为了迎合消费者的需求变化，丁义兴在状元糕的传统工艺中进行创新，推出四种新口味：抹茶、桂花、薄荷、芝麻。四款新口味象征了一年之中的四个季节，产品的外包装上集合了上海特色，如枫泾的小桥流水、上海的市花白玉兰和喜鹊，代表着玉兰花开喜事来，以吸引消费者的目光。

另一款新品——海纳百川丁蹄粽的制作也大有玄机。“在制作过程中并非只是添加丁蹄这么简单。”林星说，枫泾丁蹄最不可少的是凝结丁蹄精华的“百年老卤”，从烧制第一只丁蹄开始，这汤便煮了添，添了又煮，即使在酷暑高温停火之后，也能自然结成胶状。丁蹄粽则是在制作过程中与丁蹄传统老卤工艺相结合，使粽子香气扑鼻，品尝起来油而不腻，味道鲜美。

蔡同德堂创始于1882年，是一家中药老字号品牌。2017年，厂区搬迁至枫泾。

一排排闪亮的制剂罐，自动化预处理、制剂、包装流程，科研所级别的实验室，2021年的蔡同德堂正致力于将中医带上“数据说话”的科研领域；将传统组方转化成适用于自动化生产线的片剂、颗粒、胶囊等，以统一的标准稳定药剂功效。安装了中药提取及制剂全自动化生产线的生产车间，全部员工仅有22名，却拥有年生产片剂5亿片、胶囊剂3亿粒、颗粒剂30吨的处理能力。

厂长刘余敏相信，通过标准化生产，做出方便携带、服用的中成药，是中医药传承发展的未来方向。

从直播间走向全网

在坐落于枫泾的上海临港先进制造业基地二期，一个由中砺（上海）企业发展有限公司成立的长三角电商直播基地已投入使用。

“目前已经拿下长三角老品牌振兴基地这块牌子，凤凰、红双喜、马力等8个落户枫泾的老品牌已经入驻，222个沪上老品牌可以全部引入。”基地负责人袁飞介绍说。

该直播基地项目以枫泾镇政府为主导，金山区电子商务服务协会牵头，聚集阿里巴巴、韵达、临港集团等各方优势资源，共建互赢，全力打造完整的直播产业链，吸引和集聚优质直播平台、专业服务机构等入驻。

说起直播，人们第一时间想到的是各种“带货”，而这个基地谋划的却是一张更大的蓝图。“金山区很多中小企业对网络直播还摸不到门道，我们可以帮助他们走入直播间卖产品。此外，我们还可以展示生产流程，所以是走出直播间做直播。”袁飞介绍，从品牌宣传，到孵化网红大咖、制定直播行业标准，站在长三角的高地上，基地将目标定位在培育一批企业服务、生活服务、农产品等专业电商直播平台，培养一批优秀主播，孵化一批优质产品，传承和复兴老字号品牌，成为立足长三角、辐射全中国乃至影响全世界的示范性电商直播基地。

目前，上海新世界集团下的52个老品牌中，有7个已经“闻香”而至，剩余的正在陆续对接。“在直播间，老品牌将不再单打独斗，而是真正实现‘组团出道’，让更多年轻消费者共同掀起强劲的国潮之风。”■

