



既要有“匠气”也要接地气 宁波老字号玩起新花样

记者 史妮超

核心提示

说到宁波老字号，你会想到什么？

借着刚刚过去的“正月十五”这一营销节点，“宁波汤圆”又火了一把。今年，宁波汤圆不再只是“猪油黑芝麻馅”，全素汤圆、咸口汤圆等新产品吸引了不少关注。这背后是宁波老字号在传承和创新上的新探索。

1

每逢正月十五，宁波人的餐桌上少不了一碗“宁波汤圆”。这其中担纲“出品主力”的无外乎缸鸭狗、三全等宁波本土品牌，其中不乏宁波老字号。

今年，有所不同的是，除了传统“猪油黑芝麻馅”，包括宁波老字号在内的多个宁波品牌，推出了鲜肉咸口汤圆、素食汤圆等多种新口味，受到消费者追捧。

记者走访宁波市场看到，今年，缸鸭狗、三全等宁波本土品牌，都推出了追求健康导向的素食款汤圆。在盒马生鲜宏泰店内，三全的一款素食汤圆选用植物油代替猪油，以花生做馅料，看起来颇为新奇。

缸鸭狗也推出了主打素食的高粱红豆馅汤圆，鲜肉馅“咸口汤圆”也火热出圈。肥瘦相间的猪肉馅料代替黑芝麻、红豆沙等甜口馅料裹入其中，与鲜肉月饼颇有异曲同工之妙。此外，缸鸭狗还推出榴莲口味、抹茶口味、奶黄等多种新口味。

消费市场永远都在追逐新鲜感，让人眼前一亮的缸鸭狗也迅速得到市场认可。据了解，借助新品效应，进入2021年以来，老字号缸鸭狗的销售已突破2000万元。

无独有偶。早在2020年端午节期间，宁波另一家老字号赵大有就率先尝鲜，推出当时颇具人气的“自热粽”。与自热火锅原理相同，发热包遇水后散发热量，从而加热粽子。据了解，当时，赵大有天猫旗舰店推出的售价29.9元的包含鲜肉粽、蛋黄粽、豆沙粽等4只装规格自热粽，销量排名居第2位。

而宁波人对新鲜事物的消费热情也颇为高涨。天猫方面提供的数据显示，“自热粽”成交额排在前10的城市分别是东莞、宁波、上海、呼和浩特、宿州、合肥、北京、眉山、长沙、襄阳。

实际上，宁波老字号曾经因为缺乏创新，一度导致商标被占用、假冒伪劣产品横行，无形中损害了品牌的形象。譬如，宁波汤圆就因此陷入发展瓶颈，非宁波企业生产的“宁式汤圆”一度抢占市场，挤压了宁波汤圆品牌的成长空间。

“如今，不管是汤圆口味从甜到咸、从荤到素，还是粽子产品网红化，都是宁波老字号为适应当前消费趋势顺势而为的一种新调整和追求。这些新产品热销充分说明，在供给侧结构性改革大潮中的宁波老字号，必须接轨消费需求，创新供给、创新思路、推陈出新，才能立足长远走出新路。”宁波老字号协会会长张空表示。

对大部分老宁波来说，源康布店是一家久负盛名、妇孺皆知的老店。自清光绪三十年（1904年）创建以来，源康布店已历经近120个年头，早在1993年就被评为“中华老字号”。

在历经繁华与冷清、几度迁址后，为了继续紧紧抓住消费者，这家百年老字号也正在尝试为自己输入新血液。

与国内大部分老字号一样，在深入挖掘自身品牌底蕴的同时，源康布店寻找与年轻人的结合点，符合现代消费需求是源康的主要思路之一。

“以往，无论经营定位还是商品展示，相对比较宽泛，什么都卖，缺乏精准性。如今，在继续保持老店平价经营特色基础上，源康减少了经营品类，加强定制服务。”上世纪80年代就在源康工作的许向阳说，“与此同时，我们并不是经营单纯的服装品牌，还提供包括设计、缝制等传统服装手工艺服务。新一代消费者既迷恋传统手工艺，又对其有新的要求，我们会从设计、新面料、传统工艺等方面提供给消费者更多选择。”

许向阳告诉记者，由于婚庆品类是二百的优势类目，源康还将深挖婚礼服饰定制市场。“这个市场本身有很大挖掘价值，是目前新一代消费者需求的切入点，同时也可以和二百在这方面的经营类目形成补充和客群共享。”

宁波作为海上丝绸之路起点和重要港口城市，繁荣的商业文化一直是宁波的重要标签。而作为宁波商帮文化、工匠精神的传承，老字号在宁波市民心中有着不可替代的地位。

目前，在多方努力下，宁波老字号在传承、创新上的诸多难题正在逐步得到解决。

记者了解到，去年9月，宁波24部门联合出台《宁波市促进老字号传承创新发展实施方案》，涉及老字号传承创新的方方面面，其中包括首次开展老字号认定、加强传承保护、促进创新发展、推动企业改革等，对老字号品牌的发展按下“快进键”。

在创新发展方面，实施“老字号+互联网”工程，鼓励老字号企业线上销售、线下体验，发展在线预订、网订店取等服务，创新消费业态。

在企业改革方面，鼓励老字号企业引入各类社会资本优化股权结构；允许老字号掌门人和经营者参与企业混合所有制改革，实现股权多元化；支持符合条件的老字号企业通过上市、挂牌等途径做大做强。