

燃动 老字号①

# 海南老字号的“守”与“变”

□ 本报记者 郭静瑜

历史悠久为“老”，文脉传承成“字”，经久不衰称“号”。

大到历史传承，小到弄堂街边，“老字号”历经岁月洗礼，沉淀而来。

商务部公布信息显示，我国有中华老字号1455家，地方老字号超3000家，全国老字号营业收入超过2万亿元，在消费促进、产业升级、文化引领等方面发挥着重要作用。

具体到海南，截至今年5月底，海南拥有47家“海南老字号”品牌。其中，两家获批“中华老字号”，分别是海口龙华沿江饭店和海南椰岛(集团)股份有限公司。

从行业看，海南老字号广泛分布在食品加工、餐饮日化、居民服务等10多个领域，既有柴米油盐，也有工匠技艺。从地域分布来看，海南老字号主要分布在海口、琼海、万宁等地，其中海口有20家老字号品牌，占全省老字号品牌的42.5%。

作为时代的荣光和骄傲，海南老字号企业是海南省商业的重要组成部分，这些企业不仅是城市的商业明珠，也是鲜活的文化名片。

在新消费浪潮下，大量“新秀”涌入市场，“老队员”如何守住阵地，挖掘自身品牌价值与文化，从而续写“不老传奇”是众多海南老字号企业都在思考的问题。



中华老字号沿江饭店。

## 时代在变 创新不变

坐落在海南省东南部沿海区域的万宁市兴隆华侨农场，这里山清水秀、景色宜人。20世纪50年代，在这里诞生了新中国的第一杯咖啡——太阳河咖啡。

仲夏时节，证券导报记者走进万宁正大兴隆咖啡产业园，感受海南老字号悠久醇厚的历史。

1952年，兴隆集体农庄成立并开始种植咖啡，其中的“综合农副产品加工作坊”位于太阳河西岸，这是兴隆华侨农场咖啡厂的前身，也是中华人民共和国成立后的第一家咖啡厂。

“兴隆作为一个只有四五万人的华侨农场，有大大小小的咖啡馆将近200家。”正大集团咖啡事业部副总经理王孟军向记者介绍，当地百姓对咖啡十分喜爱，每天都会饮1-2杯，咖啡配油条已经成为他们的一种生活方式。

“当下市场各种新消费涌现，作为海南老字号，太阳河咖啡也曾是立于‘新消费’潮头的踏浪者。”王孟军说道。

业内专家表示，老字号玩创新有着得天独厚的信誉优势和文化积淀。相比于新锐品牌，老字号多了一份沉淀，凝聚了一代又一代的口碑。

自2020年全面接手太阳河品牌以来，正大(海南)咖啡秉承“传承与创新”经营理念，在工艺上，研发出“红酒日晒”“厌氧日晒”等鲜果处理方式，丰富了兴隆咖啡的风味，同时也对兴隆咖啡的价值链提供增值。在拼配咖啡方面，通过将全球不同地区、不同配比、不同品种的咖啡生豆科学创新拼配，以满足不同市场的不同风味需求。

王孟军表示，老字号企业需要一种基因式的改变，就是让创新变成习惯，要有自我淘汰、自我革命的勇气和底气。

证券导报记者调研发现，近年来，海南老字号企业产品上新相关声量呈上升趋势，食品、制造行业的老字号企业有效发明专利数十分可观。企业从自身特色出发，尊古不泥古，创新不失宗，寻觅能够更好地满足消费者需求的新技术。

## 形象在变 情怀不变

国内的巧克力糖果市场长期被巨头垄断着：玛氏、雀巢、费列罗等国际品牌占据了国内72%的市场份额。归根到底，巧克力还是一种舶来品，好的原料地和高效的供应链都不在中国，国内品牌想造出品质更好的巧克力，无奈力不从心。

而海南老字号企业海南兴科热带作物工程技术有限公司(以下简称兴科公司)，作为中国热带农业科学院香料饮料研究所(以下简称香饮所)旗下企业，依托科研优势，利用我国自有知识产权可可品种生产出纯可可脂系列巧克力。

走进位于万宁兴隆的香饮所，记者看到几位穿着白色实验服的科研人员正在品尝着桌上的黑色方块巧克力和白色方块巧克力。

“这就是网上目前爆火的普莱赞生巧。”兴科公司研发与质检部副经理宗迎介绍道，该系列产品目前线上月销量突破10万盒。2023年，该品牌巧克力产品市场销售额达5000万元，今年有望突破7000万元。

证券导报记者了解到，近年来，香饮所依托海南优越的气候地理条件，几代科研人员攻坚克难，从源头方面培育出咖啡、可可、胡椒、香草兰等多种可在本土生长的热带作物良种良苗。

除此之外，为了迎合年轻消费者，产品在包装、营销方面不断发力，在品牌运营上更具“网感”，从而迎来了厚积薄发式的“出圈”。

香饮所成果转化中心主任、兴科公司总经理苏宁表示，“到目前为止，无论是咖啡、巧克力，还是香氛、润唇膏，兴科都秉承着老字号应有的高品质、高品位以及高品格。品牌形象更加多元，但品牌自身的情怀不变。”

“老字号沉淀的是街巷的烟火气，镌刻的是城市的历史和记忆。老字号应该爱惜羽毛，努力保护好品牌独特的情怀和记忆。”业内人士表示。

北京大学中文系教授、文化资源研究中心主任张颐武也曾在接受媒体采访时表示，老字号蕴含着深厚的文化价值和巨大的商业价值，是一个地域文脉的延伸，守正创新，老字号企业将创造出更多新力量、新可能。

## 潮流在变 传承不变

细数海南47家老字号企业，两个字镌刻在企业基因中：传承。

“五代沿江自天赐，百年匠心修臻品”的沿江饭店；“三代匠人，一把好刀”的后安绪山刀具；“与蜂为伍，牧蜂世家”的卓津蜂业……海南老字号的形成大多历经几代人的努力，无论是质量至上的工匠精神还是诚信为本的商业道德，这都赋予了老字号品牌强大的生命力。

作为海南第一家被授予“中华老字号”的店，沿江饭店有太多的故事可讲，祖祖辈辈五代人传承至今，可谓是家喻户晓。

“从1936年至今，我们始终坚持用最传统的做法，不用色素上色，不用味素增香，使用海南文昌天赐村养的鸡，凭真本事制作出色香味俱全的美味佳肴。”沿江饭店总经理、创始人符之望说道，从18岁入行至今，传承父辈手艺，他已和文昌鸡打了33年交道。如何让这道海南名菜受到更多人的喜爱，这是他一直在思考的问题。

“我们这碗鸡饭火了88年。”聊到文昌鸡，符之望非常自豪且总有说不完的话。他介绍，沿江始于1919年，并于1936年由自己的祖辈创建品牌。1982年后，自己的父亲符国鑫抓住改革开放的机遇，在文昌市文城镇开饭店，延用该品牌至今。从父亲手中接棒后，符之望坚守初心，逐渐将沿江品牌打造成“中华老字号”。

荣誉的背后是几代人的艰苦传承，但对传承的坚守，并不意味着对传统的固执。

“传统不代表落后，传承也不代表守旧。今年10月份，我们在杭州、新加坡等境内外的门店也会陆续开业，进一步助力海南鸡饭走向全国、走向世界。”符之望说道，岛外门店也会持续发力外卖以及线上业务。



兴隆咖啡·正大产业园。