

燃·功 老字号④

老字号里的年轻人

□ 本报记者 符蓉蓉



阿财花生油已传承三代人。

被需要的

没有人永远年轻,但总有人年轻。

对于老字号而言,新故事也总是属于年轻人的。

海南很多老字号里的新接班人,他们正陆陆续续从父辈手中接过帅印,无论他们接受过什么教育,从事什么职业,如今,他们都拥有同一个身份:老字号新掌门人。

此外,还有许多主动选择老字号的年轻人,相比起在大厂里卷“996”,他们更想选择一份“越老越值钱”的工作。

无论是主动选择,还是被动继承,老字号里的年轻人都给老字号这艘巨轮注入了新的“燃料”。

证券导报采访了几个海南老字号里的年轻人,看他们是如何用这个时代独有的方式与创意,推动巨轮驶离“乏味”“陈旧”的浅滩?又如何掌舵驶向发展的新航程?

陌生,却又很熟悉。

这是纪新飞最初对刀具行业的感受。

纪新飞的父亲做了一辈子的刀具,他记得小时候父母总是在工厂里忙。“我是很多老师傅看着长大的。”他对绪山正刀具厂有着天然的亲近感。然而毕业于华北电力大学的他,离开华能回家接手万宁绪山正刀具厂,可谓是从一个行业横跳到了另一个行业。

万宁后安镇做刀具的传统已经延续了几百年。在后安打铁最鼎盛的时候,镇上有四五十家铁匠铺,产出的刀具销售至全省各个角落。

“内心不是没有过挣扎,但是这个行业的年轻人太少了,家里也确实需要有人回来帮忙。”纪新飞表示,目前镇上有一些老打铁非遗传承人将面临失传的困境,这个传统行业也正经历人才断层的问题。

纪新飞不是唯一的例子。在回海南之前,刘宏杰曾在北京、香港从事过金融、旅游、酒店等行业。阿二靓汤于1991年开业,创立初期观察到海南建省初期有大量外商往来,而海南夜生活又比较丰富,阿二靓汤首推以燕鲍翅为主要产品的夜宵。

2017年,阿二靓汤遇到了品牌、产品、经营理念老旧的发展瓶颈。“所以我接受父亲的提议回到海南。”刘宏杰回到海南接手阿二靓汤,进行重新升级。

还有一个年轻人,毕业不久,他就当上了部门的销售冠军,喜欢旅游,尽管风土人情大相径庭,但是每到一个地方,张宗仁都会观察当地的牛肉干市场,一个问题始终在他的心里:如何振兴海南锦山牛肉干这个特色小吃?

锦山牛肉干,始于清末民初,随着海口通商口岸开放后,来往东寨港的货物船只越来越多,往往通过牛车将货物运送至各个村庄,这些水牛退役后就被锦山人做成牛肉干,由于锦山人常下南洋谋生,锦山牛肉干就常被人们携带在路上充饥。逐渐,

锦山牛肉干在当地成为一种特色食品,甚至是一道佳肴。然而,锦山牛肉干想要走出岛外还是比较困难。

2011年,张宗仁辞去在厦门的工作,回家帮助父亲运营张雄牛肉干这个老字号。初来乍到的他选择从一线干起。一回来,他就在车间各个生产流程轮转了一遍。他发现这家老字号需要作出改变:要想走出锦山,获得更大的市场,不能再按照小作坊的模式进行经营了。

新老碰撞的、融合的

拉锯,可以用来形容大多数老字号新任掌门人的感受。

回到自家的老字号里工作充满了困惑、不解,以及意想不到的辛苦。

但是父母年纪大了,应该休息了,对于子女来说恐怕没有太多选择。从犹豫不决到决定“子承父业”后,新老之间两代的交接,也并非一帆风顺。

陈秋之也曾在厦门读书工作,后来考虑父母年纪大了,还是决定回到父母身边,接手凝聚几代人心血的阿财花生油。

陈秋之回忆,因为新老两代人的思维理念不同,例如年轻人想要尝试开拓新市场,作创新尝试,老一代则想坚守传统,因此接手后没少和父亲吵架,最激烈的时候一家人吃饭都会相互回避。

但经历了拉锯、碰撞之后,就是融合。

随着两者磨合加强、沟通深入,陈秋之作的决策,父亲的反对意见是越来越少了,也越来越认可。如今,陈秋之的父亲大多时间在工厂里监管生产,保证产品的生产品质。

另外一边,在阿二靓汤的酒廊里,90后刘宏杰在谈起阿二靓汤的企业文化时,这个谦逊的年轻人用了一个词“包容”。

刘宏杰面对这个跟着父亲几十年的团队时,无论是服务还是产品方面的问题,他不会直接作出批评,正如店里装修设计与菜品“春风化雨”般改革,潜移默化地影响员工的改变。

“我服务好我的同事,我的同事就会服务好客户。”刘宏杰说道,近年来他反而感觉这个团队更加稳固,在流动率较高的餐饮行业,阿二靓汤管理层的离职率反而越来越低了。

以往,老字号并非年轻人的就业首选。但是证券导报记者调研发现,现在也有不少年轻人主动选择老字号企业。

记者观察到,不少网友在社交平台分享了从互联网行业转向民营老字号的心路历程。其中,小雨表示,“在经历了MCN行业的动荡之后,我觉得网红经济还是有点‘虚’‘飘’,我太需要这种老字号品牌带来的‘实’和‘稳’了,所以就毫不犹豫地加入了张小泉。”

此外,还有不少年轻人认为,选择老字号是在选择一份越老越值钱的工作。

“我们正在改变”

“老字号具有两面性。”刘宏杰谈道,成

为老字号是客观事实,但是也不想让消费者产生固化的印象,带上“老派”的标签。然而消费者是客观的,因此企业只能一直创新和求变。

“这个创新和改变又不能是剧烈的。”刘宏杰补充,因为这样会让消费者产生距离感。

作为年轻人,刘宏杰一直喜欢出去观察世界,他笑称自己是“爱玩”。在旁的楼面经理何淑兰却不这么认为。她已经在阿二靓汤工作了30多年,她感受到了这个年轻人从世界各地带回来的改变。例如在服务理念的提升、店面的装修与设计、产品的更迭与创新等方方面面,都给这个团队带来了新的火花。

“观看阿二靓汤的菜单,你会发现相比传统琼菜有很多差异。”刘宏杰谈道,例如这道紫米虾肠卷,市面上常用红米,阿二则选取了更为天然健康的粗粮紫米。

在车间各个生产流程轮转了一遍后,大学学习市场营销的张宗仁,最先做的改革不是进行渠道和品牌的改造,而是对厂房进行升级改造,规范生产流程,建立生产标准,取得QS、SC等相关资质,让小作坊转型升级为食品生产企业。

在解决完生产端问题后,2015年,张宗仁对张雄牛肉干的营销版图进行了重新规划,重新设计商标及包装,并获得了“2020中国特色旅游商品大赛”人围奖。同时梳理锦山牛肉干文化及工艺特色,形成张雄牛肉干的体系,并积极布局新渠道。随后,便积极拥抱了电商直播的风口。

“电商直播的优点之一就是能够扩大客户,让更多客户体验我们的产品。”张宗仁谈道,最重要的是电商所建立起的评价体系能够给商家快速反馈,“因此我们也一直在调整 and 改变。”

纪新飞或许没有想到,自己会成为万宁这个行业里最年轻的从业者。“后安刀锻造技艺是后安刀的灵魂,但目前产业的发展与时代脱钩,简陋的生产条件体力消耗较大,待遇未能吸引到年轻人。”

新一代的员工青黄不接,纪新飞感到不加入就更加不行了。尽管工业化制刀能够将价格降得更低,但是绪山刀具厂仍然坚持古法锻造,生产出来的刀具质量上乘,因此在岛内仍能拥有一定的市场份额。

尽管已有一百多种主要适用于农业生产的刀具,纪新飞仍然主张研发新品。纪新飞展示了几款新品:小巧精致多用的槟榔水果刀、轻盈适合女性的菜刀……

“研发的脚步不会停止,我们对古法锻造的刀具市场充满信心。”纪新飞表示,当前最重要的是加快厂房升级改造的脚步,吸引、培养更多的产业人才。

如今,老字号与年轻人正在努力实现跨越代际的沟通,老字号在拥抱年轻人,年轻人也热情地张开了双臂,老字号不仅仅是代表历史和地标的符号,它们正在以全新的面貌重新进入大众视野,回归人们的日常生活。