

“老字号”离网红有多远？

——“重塑老字号辉煌”系列报道之二

□ 全媒体记者 雷琳琳

“老字号”从历史深处走来，历经岁月洗礼，见证了国民物质生活从贫瘠走向丰盈的过程，温暖了一代又一代人。

“老字号”产品关注度高、信任度强，但也普遍存在品种、工艺、包装等陈旧，精品不“精”，特色不“特”，价格不菲等现状。

近年来，安庆“老字号”企业在传承传统工艺的同时，加大产品研发、市场开发、技术创新，推出不少深受年轻群体喜爱的产品，发展体验式消费等新业态，尝试打通销售新渠道，在新消费浪潮下“破圈”。



余良卿开发的健康系列产品。 全媒体记者 方芳 摄

推陈出新 积极抢占新的消费市场

“现代人都很注意控油减糖，像以前的元宝糖、寸金糖，现在的年轻人都吃得少了。为此，我们针对不同人群的不同需求，开发新产品，抢占新消费市场。在每个节令推出的特色传统产品，都是健康的低油低糖产品，市场反响很好。”安庆市柏兆记食品有限公司副总经理吴小明说。

麦陇香同样聚焦新产品开发，与中国农科院农产品加工研究所以及广东、台湾专业团队合作，推出东方墨礼等新品。“墨子酥是公司传承百年的一款产品。我们通过与大院大所合作，研发适合新消费群体口味的休闲食品，对传统食品升级换代。后期也是以开发绿色低油低糖健康食品为主。”安庆麦陇香食品股份有限公司副总经理曹应松表示。

对于以独特酱香闻名的百年“老字号”胡玉美来说，产品创新一直在路上。从最初的蚕豆辣酱和辣油椒酱两个主要产品，到如今开发复合型系列酱，目前已经有百余个品种。

同样，创建于1739年、安庆年代最久的“老字号”余良卿的产品及包装等更替迭代一直未停。以清凉油为例，其最早的包装是小红盒，使用不方便，后来改为软管，让消费者在使用性、观感上、消费上有更好的体验。同时该公司还涉足保健领域。

据安庆市商务局流通科负责人张礼霖介绍，尽管我市四家“老字号”企业在传承的基础上不断开

发新产品，抢占市场，但是总体规模比较小，只有一家企业营业收入超过亿元。

“上网触电” 尝试打通新的销售渠道

“这是胡玉美的鲜虾酱，我们安庆人的骄傲……”5月4日，著名黄梅戏演员吴琼在抖音上直播带货胡玉美酱。记者翻看吴琼抖音号橱窗商品，发现一个月时间，5款胡玉美产品仅售出400多瓶。

随着经济社会的发展，“老字号”的销售方式在不断变化。迈入电商时代，这些“老字号”也纷纷“上网触电”，开拓线上销售渠道。不过目前来看，我市四家“老字号”网上销售整体效果不佳，成为网红还有一段路要走。

麦陇香通过抖音直播带货，并入驻淘宝、京东等电商平台，但线上销售主要发挥引流作用，2021年线上销售额约为200万元，占全年销售额的3%左右。柏兆记入驻京东、天猫等电商平台，但是销售情况一般，2021年销售额约1000万元，占公司销售的12.5%，公司计划进军直播带货，但缺乏专业人才。

余良卿公司主要以线下销售为主，2021年全年销售额5.8亿元，线上销售仅占比2%。“我们电商业务是近几年才拓展的，主要是联合线上医药公司销售，不是直达消费者的。我们一直希望线上销售能大规模增长，但目前进展不大。”安徽安科余良卿药业有限公司总经理严新文表示。

“疫情导致生产和销售停顿，使得我们受到很大的影响。尽管我们开展了一些抖音直播等业务，但效果不佳。”胡玉美酿造食品有限责任公司董事长颜志勇表示，“我们积极策划打造视频号、公众号、抖音号，推出网红产品，计划在合肥成立销售公司，与大平台合作，努力推动线上营销‘出圈’，增加企业曝光度、提高产品竞争力。”

做大做强 蓄力走出区域走向全国

立足区域、走向全国，是每个“老字号”的发展目标。但现实是，“老字号”在区域内响当当，市场认可度高，消费者愿意买单。但要想走向全国，品牌影响力却不够。

柏兆记早在2003年就走向市场，除了安庆本地以外，在合肥、铜陵、芜湖等地都有门店，目前已有80余家门店，但是走出区域却步履维艰。该公司近三年来的年销售额基本持平，始终无法突破亿元。翻开柏兆记“走出去”的地图，依旧是安庆周边、安徽省内。

麦陇香曾濒临倒闭，2018年进行混合制改革后焕发生机，各项经营指标较改革前增长20倍以上。“产品走出安徽省目前困难比较大，因为省外的宣传及各渠道的成本非常高。我们除了与专业团队合作创新产品之外，积极向安庆周边地市扩展门店，三年内超过100家直营门店，预计今年销售额七八千万元，争取2023年突破亿元。”曹应松说。

胡玉美在走向全国的战略中

找准定位，明确了产品研发的重点。“我们的产品符合安徽人的饮食习惯，但是要想打开全国市场，就需要我们对产品降盐、增鲜、增辣，以适应不同地区的口味变化。”颜志勇说，胡玉美正在研制蚝油，主动应用新技术发展新业态。

余良卿则更换“打法”，采取合作模式推广药品，以走向全国。“品牌知名度和渠道建设是长期的。首先产品要进得去，其次看消费者对产品的认知，这需要大量的投入。我们现在通过搭建一个平台，实行合伙模式，药店卖一盒挣一盒的钱，这样铺向全国。”严新文说。

市商务局总工程师张健表示，目前我市四家“老字号”企业品牌知名度不高，经营模式比较传统，下一步将通过相关政策给予支持，鼓励“老字号”走出去，开设直营店或者专卖店，同时鼓励企业加强线上销售模式。

【记者手记】

目前全国“老字号”企业有1100余家，许多老字号通过设计赋能、IP合作、跨界合作、新零售等，推出了不少新产品和新服务，借助互联网销售成为“网红”。目前，我市四家百年老字号企业还未推出一款真正意义上的网红产品。

历史曾造就了老字号，但老字号也要符合时代的需求，唯有通过传承创新，聚焦新业态、开发新产品、拓宽新零售，在快速更迭的消费趋势中，紧跟市场的主力消费群体，才能历久弥新。