

开栏的话

时代浪潮奔涌,老字号如何守正创新?徐州68家老字号,沉淀着城市商业的深厚记忆,也面临着守艺与焕新的时代课题。当传承的接力棒递给年轻一代,传统匠心与新潮思维会碰撞出怎样的火花?即日起,本报推出《掌柜的“新”事》系列报道,聚焦新生代传承人,看他们如何为老技艺注入新意,在产品迭代、数字浪潮中探索老字号“破圈”路径,彰显新时代掌门人的使命担当,记录老字号如何在守正中焕发新生机,谱写历史传承与时代创新的新篇章。

90后姑娘重塑70年老字号山楂糕

青春匠人李珊珊,以现代笔触绘就“红叶”品牌新模样

掌柜的“新”事

本报记者 郑微 实习生 李涛

在徐州,“红叶”牌山楂糕,是许多人记忆深处的酸甜滋味。这个已有70多年历史的老字号品牌,凭借坚守与突破,产品畅销全国,在果脯市场占有一席之地。而其背后,是一个家族几代人的匠心守护。

如今,执掌这份“甜蜜”事业的,是一位90后姑娘——江苏省老字号红叶牌山楂糕第五代传承人李珊珊。她学舞蹈出身,钟爱艺术,却在两年前毅然转身,成为红叶食品新一代掌舵人。李珊珊的故事,是一场“守正”与“创新”的温情对话,是一位青春匠人以现代创新思维,为老字号注入活力、实现品牌“破圈”的生动实践。



红彤彤的山楂填满童年记忆

走进红叶食品的生产车间,蒸汽氤氲,空气中弥漫着山楂特有的馥郁果香。在一排排古色古香的铜锅前,李珊珊正专注地观察着糖浆的色泽与稠度,手中的长勺匀速搅动,动作间透着老匠人的严谨。

李珊珊的童年记忆,几乎全被红彤彤的山楂填满。“别的小孩玩沙子,我玩的是山楂核。”在山楂厂里长大,一岁多就“泡”在车间,耳濡目染间,对选果、清洗、去核、熬制、塑形等每一道工序都再熟悉不过。

即便后来考入专业院校主攻舞蹈,一度憧憬着走向更广阔的艺术舞台,但命运的伏笔早已埋下。毕业前夕,整理旧物时,她翻到了小学时写的作文《我的愿望》。文末那句稚嫩却坚定的文字瞬间击中了她:“我要让我们家的红叶山楂糕,卖到全国各地,遍地开花。”往事涌上心头,她忽然读懂了父辈日复一日对手艺的虔诚,原来传承的种子,早已在心里悄然扎根。

“学艺术不是绕了远路,恰恰是为了更好地回归。”李珊珊这样解读自己的人生轨迹。在她看来,父辈用数十年的坚守,牢牢护住了古法工艺的“根”——差一秒都不行的熬制火候、非当季新鲜山楂不取的原料标准,这是“红叶”风味不变的“魂”。而她所要做到的,就是运用所学,为这份深厚的“老灵魂”,量身裁剪一件契合时代的“新衣裳”。

“守正”与“创新”的两代人对话

传承,从来不是简单的复制粘贴。当李珊珊带着全新的想法加入家族事业,不可避免地会与父辈产生了“碰撞”。

父亲李宝安是典型的“老手艺人”,笃信“产品即王道”,认为只要味道正宗、质量过硬,就不愁销路。“花那么多心思在包装上干啥?”这是李宝安最初对女儿很多创新尝试的不解。李珊珊则坚信在“酒香也怕巷子深”的当下,老字号不仅要有“里子”,还要有吸引人,特别是吸引年轻人的“面子”。分歧出现时,李珊珊没有选择正面争论。她带着父亲去看设计新颖的艺术展,逛人气火爆的文创市集,让父亲亲眼见证,精美的设计、有趣的叙事是

如何打动新一代消费者的心。

当第一批换上国潮包装的产品,因为精美的外观而吸引消费者驻足,并在品尝后纷纷成为回头客,更主动在社交媒体分享传播时,父亲脸上的疑虑渐渐化为理解的笑容。

“父辈是深扎大地的‘根’,守住了产品最核心的生命力——技艺的本真与产品品质的纯粹。而我,愿成为努力向上生长的‘枝’,负责捕捉时代的阳光雨露,通过创新,把老手艺传播到更广阔的地方,让更多的人‘看见’和‘爱上’。”李珊珊这样比喻。传统与现代,坚守与突破,这场两代人的“对话”,最终在理解中走向深度融合。

创新尝试,为老手艺披“新衣”

李珊珊为老手艺缝制的“时代新衣”,渗透品牌发展的方方面面,核心便是拉近老字号与当下生活的距离。

一方面是视觉焕新,打造“行走的名片”,李珊珊将艺术审美全面融入品牌视觉体系,包装一改以往的质朴风格,设计了更简约、更富美感、更适合礼品馈赠和社交分享的样式,让一块普通的山楂糕,变成了承载地方风物故事的文化符号。

另一方面,进行产品迭代,在严格保留传统经典口味的同时,她主导研发了低糖、迷你独立包装等新品系列,

精准切入健康饮食和便捷消费的市场需求,让传统糕点轻松融入年轻人的日常办公、休闲零食场景,成为日常可及的美食。同时,她还从糯米类食品中得到灵感,创新推出锦鲤造型山楂糕等新产品,产品一上市便大受欢迎。

为了让古法技艺“被看见”,李珊珊带领团队深耕短视频、直播等新媒体赛道,将山楂糕制作的过程,拍摄成充满烟火气与匠心的“治愈系”内容。透明化的生产过程呈现,不仅传递了对品质的自信,更拉近了老字号与年轻群体的距离,让山楂糕产品收获了大批年轻粉丝。

构建崭新的老字号活态生态

对于“红叶”的未来,李珊珊的蓝图不止于提升销量,她的愿景是让老字号成为“可呼吸、可参与、可体验”的活态生态。

中期规划中,她正积极筹划推进“红叶非遗体验工坊”,让消费者,尤其是亲子家庭和年轻群体亲手体验从清洗山楂、去核到参与熬制等环节,沉浸式感受传统手作的制作过程。她认为,这种“可触摸、可体验”的传承方式,远比单纯的说教更具感染力。长期布局里,她构想了一条完整的“山楂非遗生态链”,向上游,探索与优质山楂种植农户建立更紧密的合作基地,从源头把控口感与品质;在

产品端,持续进行风味和形态创新,解锁更多消费场景;在文化端,积极与学校、文旅项目合作,开展研学课程,将老字号的品牌故事与徐州的地域文化、美食文化深度绑定。

“我希望‘红叶’能成为‘正宗山楂非遗’的代名词——人们提起山楂糕就想到我们,说到老字号的创新传承,就有我们的身影。”李珊珊眼中闪着光芒。

而她最深切的愿望,是让企业成为家族奋斗精神的载体。“等我的孩子长大,他能很骄傲地告诉别人,这是我们的爷爷、妈妈一代代用心守下来的味道和事业。”这份穿越时间的匠心与热爱,是她眼中最珍贵的家族财富。

■记者手记

“红叶”山楂糕新“掌门人”李珊珊的故事,是老字号企业在新时代背景下“守正创新”的一个鲜活样本。它让我们看到,真正的传承,从来不是墨守成规的静态保存,而是让古老的技艺和品牌,在新时代的土壤里,勇敢

地抽新枝、发新芽、结新果。

在李珊珊这样的新生代老字号掌门人的手中,那抹传承了70多年的“红叶红”,正拂去岁月尘埃,变得愈发鲜活明亮,绽放出青春活力与创新光彩。这条路,既是对初心的回归,更是老字号走向未来的全新出发。

