

守匠心、玩国潮、触网带货……他们蹚出转型升级新路径

徐州老字号为何越活越年轻？

文/图 本报记者 郑微

近日，省商务厅等五部门公布第四批江苏老字号名录，徐州维维食品饮料股份有限公司、徐州伊美清真食品发展有限公司、徐州老锅台餐饮管理有限公司3家企业成功入选。至此，徐州拥有中华老字号4家、江苏老字号17家、徐州老字号47家，各级老字号总量达68家。一批扎根彭城、承载城市记忆的老牌企业，持续扩容提质、迭代升级，在新时代绽放全新活力。

从街巷深处的百年老店，到享誉全国的非遗美食，从舌尖上的徐州味道，到可体验、可参与的文化符号……近年来，徐州老字号跳出“老手艺、老模样、老场景”的固有框架，以匠心守本源、以创新拓赛道、以融合拓市场，在产品研发、品牌营销、场景打造、业态升级等方面持续突破，让一个个历经岁月沉淀的“老招牌”，持续转型，成为传承城市文脉、拉动文旅消费、赋能地方高质量发展的崭新城市名片。

梯队培育

老字号集群持续壮大

老字号是城市商业文明的鲜活载体，也是深耕民生、服务百姓的特色产业根基。深耕徐州市场的各级老字号，大多历经数十年乃至数百年的市场淬炼，集中布局食品和农副产品加工、特色餐饮、中医药康养等民生领域，扎根市井烟火、贴合百姓需求，形成梯队完善、业态丰富、特色鲜明的本土品牌矩阵。

此次新晋的江苏老字号，正是徐州本土企业稳扎稳打、创新成长的生动缩影。

作为农业产业化国家级重点龙头企业，维维食品深耕食品行业30余年，构建起集种植、加工、销售于一体的全产业链，布局全国20多个生产基地，培育出“维维”“天山雪”“六朝松”等知名品牌，旗下豆奶粉产品常年领跑行业，同时孵化“百分植”“豆膳司”等新锐子品牌，兼顾传统产业优势与年轻消费市场，斩获多项行业重磅荣誉，成为徐州农产品深加工产业的标杆企业。

始于清乾隆二十二年（1757年）的“冯天兴”，历经8代匠人、260余年传承，凭借独树一帜的清真烧鸡烹制技艺立足彭城。区别于常规制作工艺，该品牌坚守“不过油、纯卤制”的古法精髓，以百年老汤配伍数十味中药材，经十余道精细工序烹制，成就肉质酥烂、香透入骨的地道风味，其特色制作技艺，已入选江苏省非物质文化遗产，成为家喻户晓的徐州地标伴手礼。

综观徐州68家老字号，既有家喻户晓的国民大牌，也有深藏街巷的非遗老店，更有深耕细分赛道的特色品牌，像老同昌、红叶、三珍斋、御众堂、握文堂等一大批深耕徐州数十年乃至上百年的老牌企业，锚定本源不丢技艺、严守品质不欺消费者，守正创新为品牌转型升级筑牢生存根基，也为徐州老字号规模化发展积蓄深厚底蕴。

多年来，我市坚持培育本土品牌、厚植产业土壤，在大力引进外来首店、潮流业态的同时，深耕本土老字号挖掘、培育、扶持工作，让新旧业态互为补充、共生共荣。

如今的文庙街区、彭城壹号、回龙窝等特色街区里，老字号老店与新潮首店、文创小店错落排布、交相辉映，既留住了城市烟火底色，也彰显了现代商业活力，构筑起层次丰富、特色鲜明的城市消费品牌矩阵。



有着70余年历史的红叶山楂糕，是几代徐州人的酸甜记忆。

文旅融合 构筑老字号发展新生态

深挖历史文脉、盘活存量资源，是徐州激活老字号生命力的关键抓手。按照规划，我市以彭城七里建设为核心载体，统筹街区业态规划布局，活化利用老字号、非遗等本地文化资源，打造老字号创新发展集聚区，推动老字号从街边小店搬进特色文旅街区，实现传统文化资源与现代消费市场双向赋能。

新晋江苏老字号的老锅台，便是文旅融合的生动实践。2025年，品牌抢抓街区建设窗口期，拓展直营模式，把地道徐州辣汤、传统早点搬进历史街区，实现传统市井餐饮与文旅消费的深度绑定。

每逢节假日，逛历史街区的游客纷纷进店，一碗辣汤、一盘煎包，让徐州市井饮食文化借助文旅客流打出品牌知名度。依托街区成熟的文旅引流优势，老锅台跳出单一社区开店的传统思路，稳步推进连锁化布局。

不止老锅台，我市商务部门以彭城七里为集聚区，持续出台配套扶持举措，定向招引本土老字号、非遗项目落地。

眼下，在户部山、回龙窝、大同街等特色街区，两来

风、三珍斋、许老八等老字号品牌，与新潮国潮首店、文创门店等新业态错落分布，形成“老字号+新业态”的多业态商业格局，共同丰富消费供给。

“作为土生土长的徐州人，我既爱逛新开的首店，也经常光顾老字号。”在回龙窝逛街的市民张绍雯坦言，现在徐州商业的多样性让人惊喜，既能感受到国际潮流，又能品味地道本土文化。

与此同时，不断升级的消费场景和多元化活动，持续激活品牌活力，带动消费升温。近年来，我市常态化举办老字号嘉年华，持续推进老字号“进校园、进社区、进景区”等特色活动，为本土老品牌搭建展示展销、交流互通、拓客增收的平台。通过“线下沉浸式体验、线上立体化传播”相结合的模式，推动万通酱醋、红叶山楂糕、沙沟香油等一批本土老字号品牌持续出圈。

同时，推动老字号全面拥抱数字化，眼下，不少老字号品牌纷纷入驻电商平台、开通线上小程序，通过直播带货、社群营销、短视频等方式，打破地域限制，让徐州老字号产品走向全国、走进千家万户。

守正传薪 新生代掌舵激活品牌新动能

老字号的生命力，在于代代坚守的匠心，更在于与时俱进的创新。在徐州，一批新生代传承人接过老字号传承的接力棒，跳出老一辈“重手艺、轻营销”的固有思维，用年轻化的思路、现代化的技术赋能老品牌、重塑品牌形象，让百年手艺适配当代生活，焕发新活力。

有着70余年历史的红叶山楂糕，是几代徐州人的酸甜记忆。90后传承人李珊珊，自幼便在山楂糕制作车间长大。她放弃舞蹈专业，返乡接过家族老字号事业，成为该品牌第五代掌舵人。面对传统老字号包装老旧、产品单一、受众局限的困境，她大胆改革，开启全方位创新升级。

一方面，在保留经典古法风味的基础上，同步迭代低糖配方、迷你独立包装，适配年轻群体办公、休闲场景，解锁多元消费需求。另一方面，重塑国潮简约包装设计，让传统糕点变身兼具颜值与质感的文创伴手礼。此外，李珊珊还借力短视频、直播等新媒体平台，收获大批年轻粉丝，让老字号重新走进大众视野，并转向文化体验、品牌传播、产业赋能的多元发展模式。

深耕中医药康养领域的百年老字号，同样在新生代掌门人的创新中实现突围。始于1910年的御众堂，历经4代传承，已从一间传统药铺成长为全国连锁康养企业。掌门人许爱华深耕行业20余年，立足传统古方、深耕技术创新，推动传统医术与现代科技深度融合，适配现代

健康需求，并研发多款智能康养设备，获得十余项专利技术填补国内细分市场空白，让源自彭城的百年中医品牌走向全国、走出国门。

600年非遗老字号握文堂，也在坚守与革新中焕发新生。作为非遗接骨膏技艺传承人，汪允岭恪守古法药材配伍与熬制工艺，守住传统骨伤诊疗技艺精髓。同时他还主动对接现代医学，联动高校、医疗机构开展产学研合作，科学拆解药理原理、优化工艺配比，大幅缩短康复周期。立足现代人运动劳损、关节不适等新需求，迭代推出多款细分膏方产品；并打破家族秘传模式，广收学徒普及非遗技艺，让古老中医手艺赋能发展，打造惠民利民的民生品牌。

一代代新老匠人的接力传承，一次次守正创新的大胆探索，让徐州老字号摆脱“老龄化”困境，实现传统技艺与现代市场的精准对接，彰显出老牌企业的韧性与活力。

政企协同发力，进一步筑牢老字号创新发展坚实支撑。徐州市商务局流通业发展处处长史琨表示，下一步，我市将持续完善老字号培育、宣传、扶持体系，深度挖掘老字号历史文化内涵与品牌价值；发挥彭城七里平台作用，聚力打造老字号创新发展集聚区，加快特色品牌落地、本土文化项目落地，持续丰富品质化、特色化消费供给，以老字号活化升级撬动消费新需求。