

2004年
老鼎丰糕点
厂牌匾。原样复
制清朝乾隆
年间牌匾。

历经百年,不变的永远是传统老味道 一口糕点尝尽冰城滋味

□本报记者
刘首辰 文/摄

百余年前的哈尔滨正阳街上,当一块糕点在经过高温烘焙出炉的那一刻,口碑便开始相传,文化便开始书写。百余年后的今夏,当南北游客再次来到那条更名后的靖宇街上,那块跟随历史车轮转动、历经百年传承的糕点,依旧还是那个味儿……这就是曾经的“老鼎丰南味点心货栈”,如今的“中华老字号”老鼎丰。

在夏季旅游旺季,刚刚重新装修升级的百年老店“老鼎丰靖宇街总店”内,游客络绎不绝。中华巴洛克风格的装潢,欧式的花窗和吊灯,以及各色糕点、红肠、冰糕、面包等特色产品,吸引着市民、游客进店体验。“都是真材实料、味道扎实,就想尝尝这传说中的老滋味。”一位游客说。据统计,该店每天约有3000人次顾客进店打卡消费,每逢周末销售额高达10万元。



老鼎丰总店。

老店、旧址、原味

百年老鼎丰新晋文旅打卡地

老鼎丰靖宇街总店是“老鼎丰”原汁原味的百年老店。传说乾隆皇帝二下江南游览到浙江绍兴,尽兴之余,品尝了一家果酱铺的美味点心,回味无穷,当即钦赐这家果酱铺“老鼎丰”三个大字,意为“碗里总有好吃的”。1911年,绍兴人王阿大、许欣庭闯关东来到哈尔滨,通过前店后厂的模式,合伙办起了“老鼎丰南味点心货栈”,将手艺传至哈尔滨,店铺正是现在的老鼎丰靖宇街总店这座建筑。

“这里不仅是口味的传承,就连店铺位置也是当年的原址,这家店经历了百年巨变,也见证了哈尔滨百年历史。”老鼎丰靖宇街总店店长于颖告诉记者,随着哈尔滨文旅火爆,越来越多的游客注重文化体验。为此,今年6月,公司将这里通过装修升级,打造成网红体验店,不仅内部装修融入中华巴洛克风格,店内还陈列了老照片、老物件供游客打卡拍照,了解老鼎丰以及城市历史。

“以前只知道老鼎丰品牌,今天来了才知道它历经清朝、民国、抗战等时期,以及新中国成立后公私合营、私企改制等百年沉浮,这些糕点一口咬下去,真是满满历史的味道。”重庆游客张女士说。老鼎丰市场部部长朱晓宇告诉记者,20世纪30年代,老鼎丰每天生产各式糕点达千余斤,且在当天就能销售一空。在当时的一些重要节日里,老鼎丰的礼票一天便能售出几千银圆。1956年,哈尔滨老鼎丰糕点厂实行公私合营,经营模式改变了,传统糕点制作方法和独特风味却沿袭了下来。2004年,老鼎丰跟随全国国营企业改制大潮,变成民营企业,但改制不改“质”,在火热的烤炉中,老鼎丰的故事依旧澎湃。

以新装修开业的老鼎丰靖宇街总店为例,每天约有3000人次进店打卡消费,每逢周末销售额高达10万元。除了糕点、面包、月饼、红肠外,在火热的夏季,雪糕等冷饮制品也颇受消费者欢迎。“冰棍、雪糕、冰糕等冰品一天最高能卖2万元。”于颖说。

保留手工生产线

新学徒培训一年技艺才能上岗

老祖宗创立的品牌,需要后人来传承,而口味与技艺是品牌能否延续的关键。在企业改制后,公司聘请老鼎丰第三代传人徐玉铎为公司副总经理,主抓生产与传统工艺传承。即便到现在,在老鼎丰现代化工厂内,依旧保留着手工制作川酥月饼的生产线。

近日,记者来到位于呼兰利民开发区的老鼎丰总部工厂,已经在老鼎丰做糕点近50年的研发工程师傅国华,正指导着手工生产线师傅制作糕点和月饼。“一方面是传统技艺不能丢,另一方面有些糕点的制作工艺和特性是设备无法替代的,用机器生产既不是那个味儿也不是传统口感。”傅国华告诉记者,每次有新学徒进厂,都需要他亲自培训一年左右的时间,才能上生产线制作,“现在工厂约有四分之一的产量是手工生产线供应的。”傅国华表示,每年中秋,一批批经过20多道工序、用传统模具定制的手工川酥月饼,都会为消费者带来独属于老鼎丰的“原味”。

众所周知,“有口皆碑”是老鼎丰的广告语。用口味赢口碑,老鼎丰也是在业内出了名的。“糕点全部用的都是白糖,没有一滴糖精,油采用非转基因大豆油,玫瑰花酱要自己酿,枣泥要自己炒。”傅国华告诉记者,像天津的青梅、杭州的金钱橘、河北的大枣、福建的瓜条、山东的果脯……这些原料都是派专人在特定时间去采购,然后由工厂自己制作月饼原料。

同时,老鼎丰也在品控上下功夫。在工厂内,有专门人员进行糕点、红肠等制品的品控管理,确保每一个产品在保质保量保味的同时,做到溯源可查。朱晓宇还告诉记者,面对糕点、红肠市场上的标准各异,老鼎丰不仅严守诚信商道,还陆续牵头制定了一系列全国或地方行业标准。其中,老鼎丰参与制定了《哈尔滨红肠质量规范》,也是哈市首批五家获准使用“哈尔滨红肠”商标的企业之一。此外,老鼎丰还制定了严于国家标准的企业标准,如风干香肠、风味小肚、粉肠、油炸肉制品、糖葫芦等的质量规范。2017年,老鼎丰还承办了元宵国家标准的修订项目。



总部工厂手工生产线。

20年累计纳税3.3亿元 品牌增值逾百倍

今年6月14日,是老鼎丰国有企业改制为民营企业20周年纪念日。改制后的20年里,老鼎丰从一家普普通通的国有糕点厂,发展成为省内同行业纳税前列的民营企业:20年累计纳税3.3亿元,品牌增值逾百倍。

这期间,老鼎丰先后荣获中华老字号、黑龙江省老字号、哈尔滨老字号企业,以及省级非物质文化遗产等荣誉称号,也多次被评为“中国名牌月饼”“金牌月饼”“中国名饼”“中国最佳特色月饼”,并被誉为“哈式月饼传承代表”。

“现在老鼎丰的产品已经包括中式糕点、面包、肉灌制品、生日蛋糕西点、冰糕冰棍、月饼、汤圆元宵、粽子、糖葫芦等九大系列千款产品。”朱晓宇说,在糕点品种上,从原来140余种发展到如今500多种1000多个花样。单就月饼而言,更是扩大为八个系列66套217个花样。

丰富的产品也实现了全渠道销售。目前,老鼎丰自建品牌专卖店100余家,进驻国际连锁及地方大型超市卖场50余家,国内经销商100余家,并开设多平台网络电商销售,每天订单不断。7月22日,老鼎丰还开启了今年中秋节月饼市场首批预订制作。“根据各门店的预订,以及大客户采购,加之旅游旺季外地游客的预订单,目前工厂正紧锣密鼓进行生产。”朱晓宇说。

同时,老鼎丰不断开拓市场,立足龙江,走向全国。目前,老鼎丰已在北京开设四家门店,并开设集下午茶、咖啡潮饮、零食周边、艺术娱乐于一体的体验店,为顾客打造更舒适的沉浸式体验性轻社交场景,为推动老鼎丰体验店走向全国的发展战略奠定基础。



博物馆内展品。



上世纪三十年代哈尔滨老鼎丰旧址。