

一根麻花大变小 一滴墨水黑变彩

## 天津老字号“不啃老”求新求变

老字号，是非遗文化的载体，城市变革的烙印，市井民俗的写真。面对快速变化的消费需求，老字号“转身”不易，有些已经陷入困顿，但更多的老字号“不啃老”更“不服老”，历经浮沉仍旧求新求变。

记者走进天津多家老字号企业：有的正加速向直播带货等新销售渠道“开疆辟土”，有的则在“跨界合作”中寻到了新机遇。当老品牌、老文化、老技艺向健康精细化转型、向青春个性化转型、向智慧定制化转型，也就有了新顾客、新传承、新发展……

### 一根麻花里的“味蕾创新”

端午节期间，天津市河西区桂发祥直营店内迎来了不少顾客。除了闻名中外的十八街夹馅麻花与精美新潮的节日伴手礼，店里的“迷你麻花”也登上销售“C位”，掀起一波“囤货潮”。

“‘迷你麻花’的6个口味中，什锦味和十八街麻花的老味道一脉相承，尤其受顾客欢迎。老主顾把它看作浓缩版味的‘十八街’，年轻人将它当成休闲款的小零食。”一位店员介绍说。

诞生于海河西畔的“十八街麻花”已经95岁了。在面、油、糖要精打细算着用的年代，麻花是不少天津人眼中的“奢侈品”。

将桂花、闽姜、芝麻仁、核桃仁粉碎入馅，经过和面、和馅、对条、合条、手工搓制、炸制成型，再加上冰糖、青红丝……香气扑鼻、材料丰富的夹馅麻花，被称作“拧出来的艺术品”。“不仅拧入了多种食材，更拧入了多元的津门文

化。”天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司品牌总监徐燕青说。

在饭桌上“滋味儿不足”的年代，麻花“以大为美”，“大麻花”也诉说着桂发祥的高超制作技艺。长达2米、重达75公斤的“麻花之王”，曾创下吉尼斯世界纪录。

然而，随着物质的丰富与时代的变革，人们对休闲零食的爱好发生了转变——健康、便携，成了不少年轻人的新需求。

分管产品研发的天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司副总经理赵铮说，公司通过直营店消费者反馈、市场部销售部的定期市场调研结果等，了解到方便快捷、新鲜精致的“小食品”受到不少年轻消费者的青睐，决定研发一款“小而精”的“迷你麻花”。

然而难题随之而至——受工艺限制，夹馅麻花难以“微缩”至3克以内，“迷你麻花”只能通过调味制成。

“夹馅是十八街麻花的‘灵魂’，调味‘小麻花’会不会缺少核心竞争力？”内部讨论时，不少员工也有些犹豫。

“想要跟上时代的步伐，就要肯尝试、敢创新。”赵铮说。从买遍市面上的麻花产品、一一品尝研究，到增减减味原料、反复打磨味道，再到调研年轻人的喜好、丰富产品口味……经过一年多的时间，“小麻花”才终于“破茧而出”。2018年，赶上直播浪潮逐步兴起，休闲食品消费群体扩大，公司推出的“小麻花”一炮走红，成了备受欢迎的“网红爆款”。

“‘大麻花’叫响了老字号的知名

度，而‘小麻花’帮我们打开了年轻群体的市场，不少年轻人因为‘小麻花’认识了我们，由此爱上了老字号的老味道。”赵铮说，“如今生活水平提升、各式食品丰富多样，我们不能按照单一化生产的老路子经营下去，而更要顺应消费趋势与时代潮流，在食品的精细化、品质化上下功夫，这样才能让老字号的味道更好传承。”

### 一滴墨水里的“青春色彩”

旋开瓶盖，墨香立刻氤氲飘散；吸满墨汁，展纸静静写下美好时光……在“书信时代”，物美价廉的鸵鸟墨水，见证了数代人的青春年华。

诞生于1935年的鸵鸟老工坊是中国第一滴墨水的诞生地。书画用墨水、计算机喷涂打印墨水、动漫专用墨水……数十年来，鸵鸟墨水随着工业化发展的步伐，不断翻新产品“花样”。

第十三届全运会在津召开期间，天津市召集多家老字号品牌，在全运村建起了品牌形象店。

“我们反复琢磨，决定推出一些适合运动员、教练员的产品，带到店里展示。”天津鸵鸟墨水有限公司总经理黄强说，当时广受追捧的“秘密花园”填色画，给企业带来了启发。“我们立即以彩墨文创产品为方向着手研发，希望帮助运动员缓解压力、放松心情。”

全运会期间，鸵鸟墨水将彩墨套装与涂色书摆上了架，还专门开辟出了“解压画吧”。“本以为相对‘小众’，没想到画吧人气很旺，有的年轻运动员在店里一画就是一下午。”黄强说，这次要让

大家意识到，“老鸵鸟”在画材文创领域大有可为。

借着全运会的“东风”，公司正式迈出了文创产品开发这一步。

“墨水就是书写的，还能玩出什么花样来？”已在鸵鸟墨水工作了40余年的技术总监刘宝珠说，最初听到策划团队提出要开发“莫兰迪系”“小清新系”颜色、在墨水里加入香精等“闻所未闻”的新概念，自己感觉“一个头两个大”。

“在墨水里加入香精就是个大难题。”刘宝珠介绍道，香精不溶于水，一旦调制匹配不好，就容易对书写的流畅性、稳定性造成影响。不过，为了满足年轻孩子“五颜六色的梦想”，刘宝珠和研发团队静下心来，开始埋头“攻坚”。

调整用量配料、打磨颜色亮度……随着一个个技术难点被攻破，企业逐步研发了染料、颜料、荧光、sheen型等多体系700多种色彩及金粉系列墨水。此外，企业还不断挖掘国货的文化内涵，与故宫博物院、天津博物馆等开展“IP联名”合作，吸引年轻用户。

“近年来，我国文具人均消费额逐年提升，国内文具消费呈现品牌化、个性化和高端化的发展趋势。在消费升级力量的驱动下，彩色墨水成为带动鸵鸟墨水发展的新增长点。”黄强说。

数据显示，天津共有中华老字号66家、津门老字号163家。“作为一座百年商埠城市，天津有众多享誉海内外、深受老百姓喜爱的商业老字号。随着天津培育建设国际消费中心城市的步伐加快，这些老字号纷纷迎来了新生。”天津市商务局相关负责人说。（新华网）

年产提琴约40万把

## 河南确山：“乐器皇后”奏响致富曲

小提琴被称为“乐器皇后”，是一个以优雅著称的西洋乐器。曾经，大别山革命老区河南省确山县全县都没有几个人认识乐器，更别说是“乐器皇后”小提琴。但如今，这里年产提琴约40万把，造出了中国约80%的手工制作中高档提琴。

革命老区的普通农民是如何学会提琴制作技艺，并将其发扬光大的？这得从上世纪90年代说起。

上世纪90年代，竹沟镇的一批农民丢下锄头到北京的提琴厂打工，凭借着诚信踏实、工艺精良，他们从学徒干到制琴师，有些还当上了老板。于是，亲戚带亲戚、老乡带老乡，越来越多的竹沟人来到北京从事提琴制作。“确山师傅”一度成为手工提琴行业一响亮的名片，也成了手工提琴圈的技术标准。

与此同时，他们的家乡确山也在悄然发生着变化。2015年，确山县规划建设了占地600多亩的提琴产业园，对返乡创

业人员提供帮扶，标准化厂房、车间、配套用房可免费使用3年，并开启相关手续办理绿色通道。

随后，60多位制琴师先后返乡创业，123家提琴企业相继落地，从业人员有2000多人。

目前，确山当地可以生产的提琴相关产品包括小提琴、中提琴、大提琴及相关配件等超过30个系列、400余种型号。各企业实行产销一体化，产品远销全世界，主要出口美国、日本、韩国等地，年出口创汇约2000万美元。

提琴制作不仅壮大了产业，更带动了当地村民致富。拼板、刮板、刻头、装头、油漆、装配……在提琴产业园上班的技师孙雨告诉记者，小提琴制作工艺有40多道，十分复杂，每道工序都要精益求精。“我刚来时不懂，每一步都有专业人员进行指导，现在已经得心应手了，干活越来越熟练，挣得也越来越多。但我最看重的

还是在家门口就能就业，特别方便照顾家人。”

物质生活富裕了，竹沟人的精神文化需求也在不断增长。2018年，当地政府出资从平顶山学院聘请专业提琴教师，在竹沟镇中心小学、竹沟初级中学、竹沟思源学校开设提琴特色班，培养学生近200名。同时，又成立了竹沟镇提琴室内弦乐团，目前有演职人员近20名，竹沟镇政府为乐团演职人员协调经费用于购买演出服装、相关设备等。如今的竹沟人精气神十足，竹沟处处琴声飞扬。

近两年受国际经济形势影响和新冠肺炎疫情冲击，竹沟镇的提琴出口量整体下滑。“稳住国外市场，拓宽国内市场”成了竹沟镇提琴销售的新思路。

“原来我们没走国内市场，其实国内市场很大，主要客户还是在学校。例如西安音乐学院等高校，都有采购提琴的需求。”金鸣乐器股份有限公司总经理王

金堂说。

此外，直播带货早已成为竹沟镇提琴销售的法宝。鑫力提琴厂负责人王新利最早在竹沟镇开始直播带货，目前线上销售已成为鑫力提琴厂国内销售的主要渠道。

为更好地传承和发扬提琴制作技艺，在当地政府的大力支持和帮助下，竹沟计划打造一座既有竹沟特色又极具产业特征的提琴文化园，将其作为竹沟提琴产业与国际对接的窗口。提琴文化园建成后，将积极引进兴建小提琴配件生产线，如琴弓、琴码、肩托、琴弦及相关五金件等，最大限度拉长小提琴生产链，进一步降低成本，提升产品竞争力。

确山县文化广电和旅游局相关负责人介绍，未来，当地将陆续建设提琴展示厅、提琴演艺厅、提琴主题公园、提琴博物馆等，使提琴客商到确山后能一站式购买提琴、感受提琴文化、欣赏提琴演奏、了解世界提琴发展潮流。同时，还计划在竹沟举办提琴赛事，努力将竹沟打造成在全国乃至世界小提琴生产领域有分量的手工中高端提琴生产基地及高端提琴比赛基地。

（中国文化报）

**本报讯** 日前，首届江西省化妆品产业高质量发展论坛在赣江新区中国（南昌）中医药科创城举办。此次论坛积极贯彻落实省委、省政府推动赣江新区激发活力增强实力大会精神，旨在集群智、汇群力，推动赣江新区加速布局“中医药+化妆品”，带动全省化妆品产业高质量发展。

江西省药监局将以此次活动为契机，进一步创新监管方式方法，探索实施盲抽盲检、暗查暗访等举措，强化随机检查、突击检查、交叉检查，持续提升保安全、防风险的能力。江西省药监局将继续坚持罚帮并重，在查处企业违法违规行为的同时，加强对企业的服务指导，精准服务化妆品产业转型发展，引导企业加强品牌意识，强化技术研究，坚持绿色、和谐、持续的发展理念，从制造向“智造”转变，以品牌建设创新发展为抓手，加快推进江西美妆建设。

据了解，江西省各地正瞄准中药化妆品细分领域，布局护肤、医美、彩妆、药妆、检验等“美丽经济”，精心培育发展一批品牌特色鲜明、产品结构优化、产业链完整的产业集群，扶持推出一批科技含量高、富有江西文化特色的高端化妆品，努力打造化妆品产业发展的新高地。

（宗禾）

## 河南睢县『一双鞋』踏出大产业

走进河南省商丘市睢县先进制造业开发区，处处都有浓浓的“鞋痕迹”，安踏、特步、乔丹、鸿星尔克……道路两侧入目就是鞋企的标志牌。

“2011年，作为传统农区的睢县打破常规，按照‘跳出睢县、放眼全国’的发展思路，瞄准了被称为‘候鸟经济’的制鞋产业，将其确定为未来的主导产业。从此，全县上下打准‘一双鞋’，选准一条路，横下一条心，做大做强制鞋业。”睢县政协副主席、鞋业生态产业园项目负责人郭爱民说。

2011年，睢县招商考察团到福建晋江考察，将总部在晋江的睢县第一家制鞋企业——河南嘉鸿鞋业有限公司招引到睢县。自此，睢县按照“一年打基础、三年上规模、五年成基地、十年创鞋都”的发展目标，弯道超车、筑巢引凤、腾笼换鸟、亲情服务……全县上下全方位为制鞋产业发展提供优质土壤。

2017年年初，随着雄安新区规划调整，河北安新县三台镇制鞋产业链上下游企业要进行产业转移。睢县再次抢抓机遇，赶赴当地举行招商引资推介发布会，采取“拎包入住”的方式，打造雄安制鞋产业园和三台制鞋产业园，供企业租赁，吸引雄安新区超过210家制鞋及配套关联企业转移睢县。

2021年6月初，中乔（河南）体育有限公司进驻睢县，从签约到生产，仅用70天；鸿星尔克仅用45天；斯凯奇用时25天……良好的营商环境让当地项目建设不断刷新“睢县速度”。

创新赋能产业蝶变，“智造”推动转型升级。2017年，睢县确立26家重点企业，拿出5000万元科技创新奖励资金，调动企业创新的积极性。在睢县联想集团深慧视5G智能制造项目园，其生产的5G智能化生产线，成功解决了制鞋行业由于鞋型变化引起的生产线无法自动化的难题。在相同产能前提下，一条智能生产线相比传统人工生产线，可以节省30名人工。生产换线、设备换芯、机器换人，智能化改造为该县制鞋产业高质量发展插上了腾飞的翅膀。

截至目前，睢县已落地制鞋及鞋材配套企业427家，产能达3亿双，配套能力90%以上。该县已经成为除福建晋江外全国最大的休闲运动鞋生产基地，睢县制鞋产业实现了由“跟跑”到“领跑”的跨越。

“从0到1，唯有敢想敢闯敢试敢做，才能实现从无到有、从优到强。”睢县委书记曹广阔说，下一步睢县将牢固树立“项目为王”理念，坚定“一双鞋、一条路、一群人、一座城、一起拼、一定赢”的信念，促进制鞋产业持续快速高质量发展。

（河南日报）

■ 轻工特色区域

## 稳产业谋发展 江苏邗江上演『玩具总动员』

打包、盘点、装车、发货……6月15日下午，在被誉为“淘宝村”的江苏省扬州市邗江区西湖街道金槐村，万坤玩具有限公司生产车间内，工人们正紧张忙碌，一箱箱毛绒玩具被装上货车发往上海，再从上海出发漂洋过海到达欧美客户手中。

作为“中国毛绒玩具礼品之都”，扬州邗江现有毛绒玩具类关联企业1800多家，2021年全年产业交易额超过80亿元，设计、电商、直播等交易额达43.5亿元。受前段时间疫情影响，今年截至二季度的产业相关数据都有所下降，但是邗江毛绒玩具企业不等不靠，眼下正积极克服困难，力争实现逆风飞扬。

### 物流不畅 部分企业订单、客户流失

万坤玩具有限公司是邗江知名的毛绒玩具生产企业，每年销售额可达8000多万元，而其中出口订单占了九成以上，主要为迪士尼、沃尔玛等国际知名企业提供成品。

去年夏天扬州突发疫情，今年国内疫情多点散发，都对邗江毛绒玩具产业造成了不小冲击。“从3月底到5月，受疫情影响，物流不畅，我们的货出不去，原材料也进不来，给企业生产带来了巨大压力。”万坤玩具有限公司负责人焦小芳告诉记者，企业原材料主要来自苏州、常州、无锡等苏南地区，疫情期间几乎“断供”。“更头疼的是产品出不去，由于受上海疫情影响，公司出口欧美的货物一度‘躺’在上海港口的仓库里等待配船，最多的时候大约有100万美元的货物积压在港口。”对毛绒玩具生产型企业来说，没有原材料，生产的货物又不能及时“变现”，企业面临的就是停滞。

“停滞对企业来说还不算最可怕，最可怕的是辛苦经营的客户流失。”邗江区毛绒玩具协会秘书长袁有红告诉记者，企业生产不了产品、发不了货，但客户不会因此等待，而是立即转而寻找其他厂商。“等企业缓过气来想再从市场上争取新客户，需要花费更多的精力与成本。”

在邗江玩具行业，除了生产型企业，还集聚了以金槐“淘宝村”、五亭龙玩具城等为载体的数千家毛绒玩具电商销售型企业，在疫情面前，他们受到的冲击也不小。

五亭龙玩具城内的“贝梦思特家居”是淘宝上的10年老店，用户订阅数有23万，是一家不折不扣的“网红店”。店铺负责人告诉记者，网店依赖人气，有客流量才有成交量。“由于疫情期间物流不畅，网店成交量一度减少，随之而来的是浏览量、点击量的减少。”

### “企业自救+政府纾困”力争逆风飞扬

“对于传统的生产加工型企业，在外贸受阻的情况下拓展内销市场，是大家的共识。”焦小芳告诉记者，目前公司已接到国内市场近200万元的订单，虽然还无法抹平流失海外订单带来的损失，但只要市场在，企业就敢拼敢闯。

6月15日晚上，“贝梦思特家居”的抖音直播间里，主播正积极带货，引来数百人线上“围观”。“尝试多平台上货、多形式带货，已经成为我们电商企业的转型求变之策。”店铺负责人说，他们的抖音账号目前已经涨粉15万，“618”电商节期间要抢抓机遇多带货，把疫情期间的损失补回来。目前，“贝梦思特家居”招聘了6名专职主播，每晚的直播时间长达8小时，销量增长迅速。

企业发展遇到困难，除了自救，政府部门的纾困解难更为重要。“遇到困难请第一时间在园区企业家微信群联系我们，也可以直接联系我，我24小时在线。”维扬经济开发区相关负责人告诉记者，辖区内有10多家毛绒玩具规上企业，政府能做的，就是竭尽全力帮助企业解决市场以外的各种问题。为缓解毛绒玩具企业的用工难题，4月8日，维扬经开区联合扬州招聘人才网举办了春季网络线上招聘会，帮助企业解决了400多个就业岗位，有效缓解了企业的用工压力。

连日来，维扬经开区98名机关工作人员挂包352家企业，坚持每日上门服务，在宣传扬州“惠企40条”“纾困16条”的同时，向企业了解“真情况”、沟通“真心话”，用“真感情”架起政企互通的“桥梁”。

“要想对冲疫情带来的影响，毛绒玩具企业还需不断探索，走高端创意之路。”在做好服务之余，维扬经开区经济发展局副局长周定还支招道，五亭龙商务广场有“文创楼宇”的独特优势，正着力培育电子商务、游戏动漫、短视频、数字媒体类文创企业集群式发展。“传统毛绒玩具企业探索‘玩具+创意’之路，或能让企业实现逆风飞扬。”（邗江）

■ 前沿指数

“义乌·中国小商品指数”场内订单交易价格指数环比上涨0.04点

## 防晒用品、益智玩具等产品销量倍增

据监测，“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数6月第2周为101.6点，小幅下跌0.09点，场内订单交易价格指数环比上涨0.04点，出口交易价格指数与上周持平，网上交易价格指数和场内直接交易价格指数环比分别下跌4.14点和0.2点。

日前，各大电商平台“618大促”活动开局，强势带动线上销量增长，清透护肤美妆类、防晒用品类、桌面

风扇类等夏季产品销售可观。受教育部政策影响，劳动课将被作为一门考核课程，“中小学生学习做饭”等相关内容成为各大社交平台热点，中小学生学习用品成为近期的现象级爆品，“儿童厨具”“迷你厨房”等劳动教育类产品供不应求，订单纷至沓来。此外，益智类玩具深受当代年轻父母群体喜爱，如积木拼插、早教机器人、科学实验套装等产品销量倍增。

15大类价格指数7涨8跌，电子电器类、鞋类、五金及电料类、钟表眼镜类、首饰类、针·纺织类和护理及美容用品类7个大类出现上涨，最大涨幅为1.58点；文化办公用品类、体育娱乐用品类、工艺品类、辅料和包装类、玩具类、日用品类、服装服饰类和箱包类8个大类出现下跌，最大跌幅为0.9点。

（综合）

■ 图片新闻

## 河北河间：“文创+”玻璃制品俏销



近年来，河北省河间市加大工艺玻璃产业研发投入，加快升级步伐，在工艺酒具、工艺茶具等七大类产品体系中融入“文创+”概念，同时开展线上线下定制和销售，经济效益颇丰。

图为6月18日，河间市一家工艺玻璃制品生产企业，工人在车间包装工艺玻璃器皿。

李世文/摄