

“新媒体时代的网红糕点”传承与创新问题探究

——以杨先生的麻花为例

韩梦楠 李梦瑶

南京科技职业学院

[摘要]我们现在是互联网时代,人、事、物都在发生着日新月异的变化。越来越多的人爱上了中式糕点。中式糕点是从西方引进的技术,如今大街小巷出现的网红糕点、甜点、蛋糕等等店铺越来越多,然而正因为如此,她们不仅需紧跟时代步伐创新发展,还需与自身特有文化属性相结合,深层次挖掘文化意义,探索出行之有效的发展模式。本篇文章就是探究网红糕点“杨先生的麻花”传承与创新问题。

[关键词]新媒体;网红;传承;创新

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.994

一、“杨先生的麻花”品牌状况

杨先生是杭州本土知名的老底子品牌,起源于清朝光绪26年,守护非物质文化遗产一小麻花传统制作技艺120余年,立志让中国传统糕点走向全世界。

(一)“杨先生的麻花”品牌的溯源

浙南闽北有一处“茶香小村”名叫西溪,有个村民老杨今年76岁,他有五个儿子。因为当地的支柱茶叶,老杨开了间茶厂来生存。老杨母亲擅长做麻花,他从小跟在母亲身边,后来自己也会做。八十年代每逢过年过节,老杨会带着几个儿子一起在村头炸麻花。

后来老杨的其中一个儿子—杨发伟来到杭州闯荡。1999年,他盘下了杭州骆家庄农贸市场一间小摊位,卖糕点麻花。有了一些资金后,2009年,杨发伟到西溪湿地租一间铺子做土菜馆,西溪湿地与老家西溪同名。盘下餐馆,杨发伟资金所剩无几,加之彼时湿地刚对外开放,游客少,餐馆经营很成问题,后来就关掉餐馆。他和弟弟杨发超一起四处找灵感,在重庆磁器口,杨发超看到一家只卖麻花的门店,虽然面积很小,但每次都要排队才能买到。这个品牌叫“陈麻花”,在当地很有名。他意识到即使是传统生意,也会有很大的市场。后来他就和杨发超一起开店—“杨先生的麻花”。

(二)“杨先生的麻花”品牌的历史发展

公元1127年中杨氏一族南渡江南,将北方寒食节的麻花带到江南。光绪年间丽水杨氏族长,撰写了3000字的《麻花辑录》。1982年杨发伟用十多年寻找南宋古籍、游历江南村落追寻麻花文化。1999年杨发伟将手工麻花带到杭州,打造杨先生品牌。2013年淘宝店上线,成为淘宝上第一批做传统糕点的卖家。2015年建设新型现代化标准化厂房,满足淘宝店产能需求。2017年中天猫旗舰店上线,实现里程碑式升级。2018年,他们深度赋能渠道,开辟增长新格局。2019年升级老店,落成杨先生糕点文化体验馆。2020年再次筹建新工厂,升级满足全渠道产能需求。

(三)“杨先生的麻花”糕点的特点

1. 大部分糕点纯手工制作。杨发伟始终坚持做手工麻花,他还拒绝百草味的代工需求。比如做麻花,分八个步骤,包括揉面、炸酥、拌糖等。在红糖熬制中,除了压榨使用机器代替牛拉木车外,开泡、赶水、过滤这些工序都坚持手工制作,虽耗时久,但保留了红糖最纯正的味道。并且杨发伟选择采用小锅搅拌,红糖不会厚厚的全覆盖而过于甜腻。其他很多糕点也是纯手工制作。2. 种类繁多。杨家镇店之宝主要有红糖麻花、糯米小麻花、芡实糕、青团。手工麻花有红糖、原味、肉松海苔味、榴莲味以及多达12种口味的糯米小麻花,共16款。芡实糕有红枣味、白桃乌龙味、紫米味、椰蓉味、桂花味5种口味。还有一些江南特色手工糕点,既有从老一辈传承下来的经典比如手工山楂条、手工牛轧糖、手工大蛋卷、坚果花生酥等等。也有根据现代人口味研发的新品比如薄荷绿豆糕、红糖肚脐饼、锦鲤绿豆糕等等。3

。口味清新。“杨先生的麻花”糕点主要以清香、细腻、松软、微甜为主。

二、“杨先生的麻花”传承与创新实践

一个家族,四代人,守住一门非遗手艺。

(一)申请非遗,保护“文化”

杨发伟—杨先生品牌创始人、非遗领军人物提名候选人以及杭州首家沉浸式糕点文化体验馆主理人,先后被中央电视台、新华社、浙江电视台、杭州电视台、天下网商等多家媒体专题采访。杨先生糕点汇集了浙南闽北特有的生产生活方式、风俗习惯、民俗信仰等因素,保有了浙南闽北特色的同时也体现出了民间技艺特有的创造活力。杨先生糕点是浙南闽北民俗与艺术传承的重要载体,以其丰富的产品类型、精细的制作工艺、独特的民族特色成为浙南闽北地区民间艺术的一道独特的风景。一直以来,杨先生糕点都保持着它最大的特色,就是传统的味道。杨氏家族也一直坚守着“一步一步,踏踏实实把中国糕点做下去”。一个家族四代人,守住一门手艺。

(二)招收徒弟,延续“文化”

第四代传承人杨发伟招收徒弟,严于律己。非遗小麻花传统制作技艺—根麻花须得经过融、揉、场、晾、排、切、搓、扭、炸、摊等数十道纯手工流程,对古法老红糖的熬制也有极高的要求。杨先生作为传承人的使命就是要确保这门“手工小麻花传统技艺”能够完整地传承下去,让大家看到精湛的技艺,要让后面的人知道这项技艺最原来是什么样的。

(三)参加比赛,提高“文化”知名度

最杭州—第一批3.15官宣的杭州特色伴手礼品牌。2020年,杨先生和万事利、龙冠、五芳斋、天堂伞等600多个品牌同台竞赛,在历时5个月、超千万人次投票中,脱颖而出,成为官宣的“杭州代言人”。

三、“杨先生的麻花”传承与创新建议

(一)推进糕点品种创新

在“复原”原有糕点种类、保留原有传统口味的同时,根据现在消费者的口味进行新品种的开发。还可以将一些传统节日、习俗的特色等融合到糕点中,让消费者可以在某些节日可以吃到特有的糕点,赋予糕点文化意义的同时,也能够更好地加深消费者的记忆。

1. 糕点样式上创新。糕点在选料上、原料比例上、装饰上花些功夫,就能做出口味不同、视觉效果不同的各式糕点,时常给消费者以耳目一新的感觉,琳琅满目、品种繁多,会让消费者增加在店铺的逗留时间。店铺可以在新推出糕点的时候给予一部分消费者体验试吃的机会,并听取意见,从而更容易了解消费者的口味需求。

2. 注重开发营养产品。21世纪食品的发展趋势是天然、营养、健康、安全、卫生。人们总是把健康放在第一位,因为有了健康,他们就拥有了一切。随着人们生活水平的不断提高,对饮

(下转第1910页)

纪检监察人员成为这些“纪检监察流动岗”的垂直监督人员,企业的纪检监察工作也能在秩序条理的状态下秩序展开,彻底消除在企业基层存在的纪检监察的“真空地带”。

(二) 组建权威监督群

针对企业基层员工对纪检监察工作不重视的现实问题,以及存在的纪检工作落实难的问题,建议从提升国企基层岗位职工对基层纪检监察工作必要性的思想重视程度入手。

一方面充分利用无线网络快速普及的便利条件,搭建以“全流程覆盖”为突出特点的“企业基层反贪反腐纪检监察互动钉钉群”,将网警、网监、官媒、各级党委纪委公布的监督举报平台的登录服务功能等与企业新组建的“企业基层反贪反腐纪检监察互动钉钉群”的快捷服务功能进行对接。这样一来,这个以基层纪检监察为主题的钉钉群就能将原本无法在基层落地的纪检监察工作以“线上落地”的方式“软着陆”。

一方面,企业纪委可以通过发布群待办信息的方式,在群发布基层纪检监察相关的制度文件、教育材料,跟进群待办信息的“已读”状态了解基层员工的学习情况;另一方面,可以利用钉钉群的多媒体互动功能和实时互动功能,将原本存在监管真空的基层岗位工作进行中的纪检监察工作“信息化”和“数据化”管理;再一方面,由于在群服务功能中对接了各类社会监督监管机关的服务平台,企业内部组建的监督群也成为“自我监督+领导监督+社会监督”相结合的全体系统纪检监察群,群监督活动的权威性和严肃性得到充分体现。这样一来,企业的纪检监察工作人员就能利用系统自身的相关功能对基层员工的工作表现和学习情况等有效“监督”,有质量地加深企业基层员工对基层纪检监察工作的必要性和重要性的认知和理解,削弱并最终彻底消除基层员工对企业基层纪检监察工作的不理解和不配合的情况。

同时也要从着力做好企业员工家人的思想工作的角度开展企业的思政工作,在“维护企业发展权益就是维护家庭发展权益”

这一点上谋求企业和家庭的利益重合。可以通过家庭座谈、亲子廉政作品、廉洁书信等活动的开展让家人的关爱、提醒成为企业干部职工拒腐倡廉的一剂“强心针”。对于家人来说,努力工作积极配合企业的各项管理要求,是家人对岗位员工的最大期待。这些员工出于更好地回报家人的支持和鼓励的目的,也会更加主动、“绿色”地配合企业开展各项工作。

四、结论

国企职工,尤其是奋战在基层的广大干部职工,有责任将个人的发展权益和企业的发展权益捆绑在一起,兢兢业业工作,勤勤恳恳努力。在面向企业基层开展纪检监察工作的过程中,企业要与时俱进主动顺应新的时代特点,采取更加有效的工作方式,将思政工作与企业基层纪检监察工作有机融合,促进企业纪检监察工作的优化升级。

参考文献:

- [1]于洋. 反腐倡廉新要求下的基层纪检监察工作探讨[J]. 幸福生活指南, 2020(9): 0128.
- [2]王妍. 浅谈如何将思想政治工作融入企业纪检监察工作[J]. 信息周刊, 2020(10): 1.
- [3]宋菁菁. 如何将思想政治工作融入企业纪检监察工作[J]. 时代人物, 2021(9): 1.
- [4]罗琴. 思想政治工作与纪检监察工作关系探析[J]. 新丝路: 下旬, 2019(8): 1-2.
- [5]田晶. 思政工作在纪检监察工作中的意义分析及措施探讨[J]. 法制与社会: 旬刊, 2020(8): 148-149.

作者简介: 马小燕(1982-), 女, 汉族, 陕西省延安市, 大学本科, 政工师; 研究方向: 党风廉政建设工作、纪检监察工作。

(上接第1908页)

食的要求也越来越高。他们不仅要吃得好, 还要吃得健康。据调查数据显示, 全球营养保健食品的发展趋势以无脂、低脂食品为主, 其次是低热量、无糖、低糖食品。生产营养丰富、比例符合人体需要的营养均衡食品是食品企业的根本目的, 是糕点食品发展的根本趋势。因而尽可能开发低糖和低热量糕点。低蛋白糕点和黑色糕点食品, 这些营养丰富的糕点可以满足不同年龄段顾客的需求, 将对糕点企业的发展和满足人们不同的需求起到重要的作用。

(二) 推进包装设计创新

随着“互联网+”时代的到来, 人们的视觉习惯逐渐从文字阅读转向图文阅读。图像化越来越容易为大众接受, 甚至有着比文字更强大的感染力。优秀的品牌形象设计能给企业带来良好的效益。若在糕点品牌形象设计中, 商家只求产品销量, 不顾产品品牌形象, 肆意挥霍产品本身所具有的文化意义, 也将有损该产品的品牌形象。我觉得“杨先生的店”可以根据自己独有的浙南闽北特色, 给现代人眼前一亮的感觉。况且在西溪湿地靠近西湖旅游景点, 也可以衍生出一些关于西湖的包装礼盒。此外也可以迎合年轻消费者的视角, 在包装上添加一些新奇的元素等。逢年过节的时候也可以推出限量的预定套盒, 让消费者在走亲访友的时候可以带糕点到更多的地方。

(三) 推进销售渠道创新

新媒体的迅速发展给各类商品都带来了更好的宣传机会, 除了电视、报纸, 还可以通过更多的平台进行宣传、与消费者互动, 比如现在流行的抖音直播带货等, 可以让大家未尝其味时也可以先闻其名。互联网的发展使得网上购物成为很多人购物的首选。杨先生糕点要积极入驻各大网络销售平台, 这样不仅可以有更好的销售成绩, 也可以成为一个很好的宣传平台, 让更多的人

知道杨先生糕点。

(四) 推进体验营销创新

消费者需求趋向多元化, 消费者对糕点的需求不仅仅停留在填饱肚子这个层次, 已经上升到品尝滋味、品味文化、享受休闲的高度, 另外消费者越来越倾向在糕点的营养、健康、安全上去考虑。消费者行为表现出个性化、互动化的特征。特别是年轻一代的个性消费观突显, 强调创造, 对于糕点需求除了食用, 年轻一代开始对亲手制作产生浓厚的兴趣。所以我觉得还可以与中小学学校、旅游公司等合作推出糕点制作体验活动, 让更多的人在学习手工糕点制作的同时加深对杨先生糕点文化的理解、记忆, 让杨先生糕点的味道众口相传、代代相传。

参考文献:

- [1]封卫婷. “互联网+”时代糕点品牌包装设计研究——以合肥四大名点为例[J]. 大观, 2021(09): 78-79.
- [2]初月. 山东老字号品牌的传承与创新——以青州隆盛糕点为例[J]. 中国市场, 2021(22): 97-98+112.
- [3]沈建莉. 我国糕点企业的体验营销策略研究[D]. 暨南大学, 2009.

基金项目: 本文系江苏省高等职业教育高水平建设专业(学校市场营销专业; 项目负责人: 许建民)、南京科技职业学院优化盈利模式科技兴趣小组(指导教师: 许建民)阶段性成果。

作者简介: 韩梦楠(1999-), 女, 安徽宿州人, 南京科技职业学院旭东商科实验班19级学生。