新华社福州1月24日电题：老味道翻新潮——探访老字号“年味儿”走俏“秘籍”

新华社记者邓倩倩

蹄筋、花菇、鲍鱼……几十种食材配料以古法熬制，闻之荤香浓郁，食之清淡精细。这道福建名菜佛跳墙曾是古代盛宴上的重头戏，如今一人盅、家庭装走进寻常百姓家，金汤、红汤多种口味可供选择，成为春节畅销年菜之一。

记者在福州闹市中心的聚春园门店看到，不同价位、分量的佛跳墙预制菜备受顾客青睐。入选国家级非物质文化遗产名录的聚春园佛跳墙制作技艺，就是来自这家创始于1865年的“中华老字号”。

“佛跳墙仍然延续着传统坛煨的烹饪方式，保持其原有风味，让‘佛闻弃禅跳墙来’。”聚春园的门店店长元晓丹说，不同的是，现在用料上选择更适合现代都市人口味的食材，推出的预制菜系列只需加热即可食用，今年春节在线上平台的销售量同比增幅达到60%以上。

跟随着预制菜的“风口”，聚春园还推出年糕、芋泥、荔枝肉等80余款预制菜和年货产品，进驻多个电商平台销往全国各地，今年春节期间销售额比去年同期增长27.8%。

食，是春节的主旋律。

大年初始，位于福州三坊七巷的同利肉燕老字号门店顾客盈门，长队排出了门外，人们翘首等待一碗热气腾腾的传统肉燕。“吃太平燕、享全家福”是福州特有的年节风俗，传承百年历史的同利肉燕也吸引许多外地游客慕名而来。

“肉燕的精髓在于燕皮，用木棒将猪腿瘦肉打成肉泥，掺上适量番薯粉，擀成纸片薄的皮。”同利肉燕第四代掌门人陈君凡说，燕皮要经过十几道手工工序精制而成，推动标准化、规模化是老字号融入现代发展的必由之路。

近年来，同利肉燕一改前店后厂的传统作坊模式，建立起“中央厨房”，吸纳100多名技术工人，日产量可达一两千斤，并通过包装冷冻技术销往全国。陈君凡说，如今还开发出牛肉燕、虾燕、香菇燕等，配合蒸煮煎炸，迎合全国老百姓的口味。

老字号仍有自己的坚守。源于1927年的“中华老字号”永和鱼丸第四代传承人刘景舒说，为了保护非遗传统技艺，老店仍坚持手工打制，用新鲜鱼肉制作，集中生产、分散销售以保证品质，“不能因为工业化而丢失传统饮食文化”。

高成本和品质追求对于老字号来说是挑战与机遇并存。刘景舒说，在传统的鲨鱼丸、鳗鱼丸等品种外，还研制出多种适合涮火锅的鱼丸品种，在春节期间主推有拳头大的“七星丸”，结合实体店和网店，每天可销售近千斤。

老字号并不“老”。春节期间，年糖年饼不可缺席。创始于1930年的福建老字号百饼园仍是时兴的“网红”，有洋酥、帝王酥、万字糕、礼饼等200多种中式糕点。

“传统礼饼是福州特产，寓意团团圆圆，如今在配料上大胆创新，去掉了传统礼饼中的肥肉，加入芋泥和咸蛋黄，实现降油、降糖。”福州百饼园食品有限公司副总经理吴凡说，未来的目标是带领闽派传统糕点走向全国。

多位老字号负责人说，老字号传承至今，讲求诚信，年节期间不涨价，只为把美好的祝愿揉进每一道传统美食。（完）