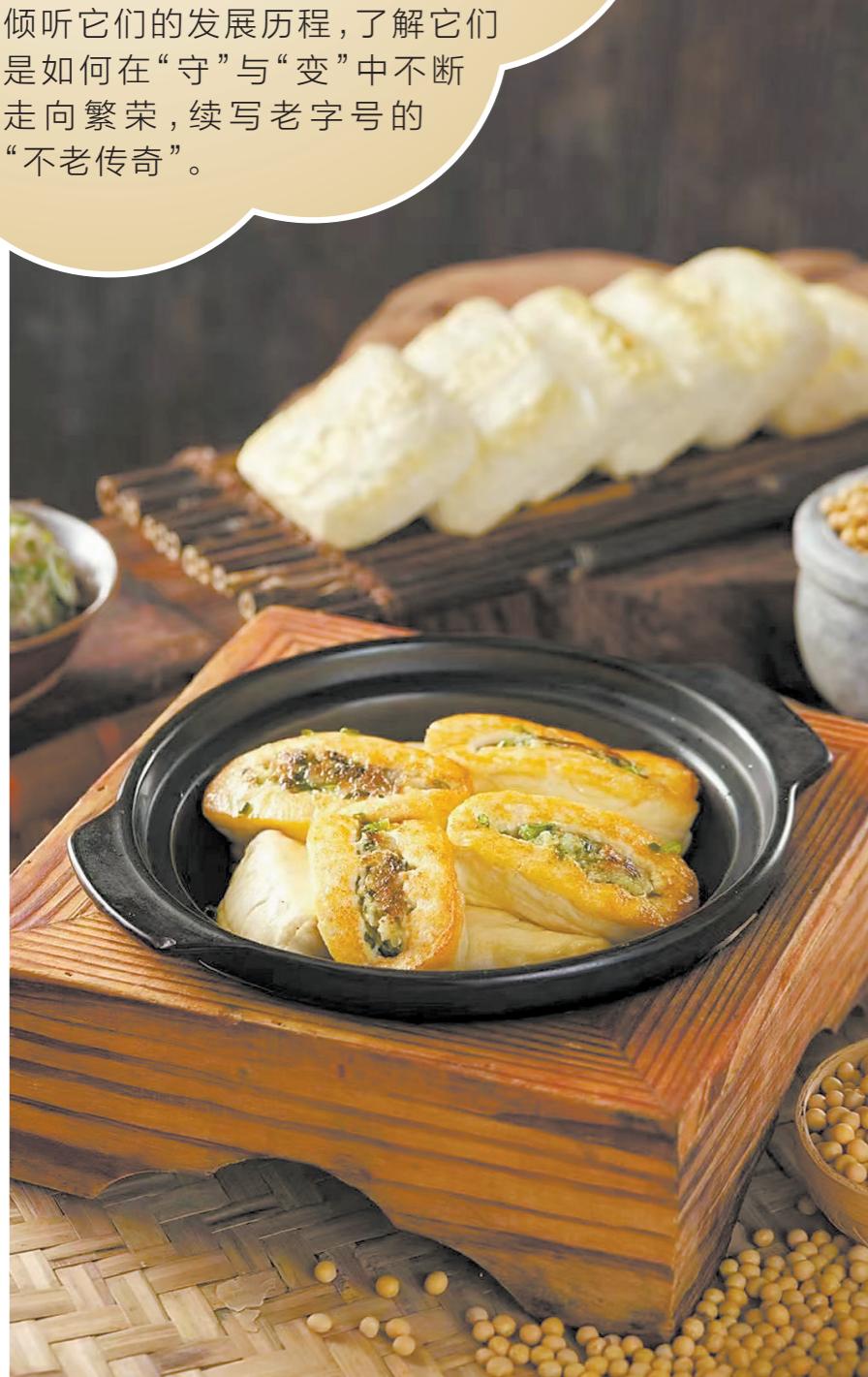


老

字号美食，不仅能满足口腹之欲，更是一种乡愁、一种情怀，承载着一座城市的记忆和生活方式，传承着一方文化。

去年12月，广东省商务厅发布第一批“广东老字号”名单，惠州有7家企业入围，其中烧鹅仔、老车田、郭师傅位列其中。几十年来，它们凭借地道的传统口味，在惠州积累了极高的名气，成为了惠州市民在日常生活中频繁光顾、备受好评的老字号品牌，也吸引了不少游客慕名前来品尝。

老字号美食的味道令人印象深刻。然而，随着时代变迁和经济社会发展，不少老字号面临着各种挑战和困难。本期《惠州文脉》聚焦烧鹅仔、老车田、郭师傅三家品牌，通过倾听它们的发展历程，了解它们是如何在“守”与“变”中不断走向繁荣，续写老字号的“不老传奇”。



车田酿豆腐作为老车田的招牌产品，深受惠州大众喜爱

贰

守正谋变，打造新场景焕发新活力

客家酿豆腐是东江传统风味名菜，也是客家饮食文化中极具代表性的一道传统菜品。在惠州，提及车田豆腐，绝大多数人第一时间想到的是老车田食府，这得益于老车田33年来对品质的坚守与传承。

时间回溯至1992年，老车田创始人邓永强只身来到惠州，刚开始在金叶大厦餐饮部担任中餐主管。同年与朋友合伙在红花湖旁开设“老车田食府”，从此踏上了餐饮经营之路。

邓永强告诉记者，其父亲是做车田豆腐的一名能手，技艺传承自祖辈。1990年，他从惠州学院中文系毕业后返回家乡任教，闲时在家帮忙照看豆腐坊的生意。“在家做豆腐是个辛苦活，每天起早贪黑，收入不高。由于在惠州读书，感受到惠州市区的商机，觉得家里这么好的车田豆腐，如果推广到惠州一定很受欢迎。25岁时决定辞去教师工作，希望通过自己的努力，将客家菜特别是祖传车田豆腐推广开来。”

1998年，邓永强独立在红花湖租了个门店，招牌沿用“老车田食府”品牌，主打东江客家菜。由于邓永强积累了不少餐饮业的经验，以及源于对客家美食的执着追求，他坚持所有原材料都从河源龙川县运到惠州，尤其是所需的绿衣黄豆、本地鸡和猪肉等。当时招牌菜有客家酿豆腐、钵仔猪肉汤、客家糍粑等，因物美价廉、材料新鲜，开业后广受好评。

“几十年来，一直坚持从老家运豆腐至惠州，保证了客家菜的品质，也获得社会各界的肯定。”邓永强介绍，2016年，成立了惠州车田餐饮管理有限公司，旗下品牌有“老车田喜宴楼”“老车田客家菜”等，公司发展巅峰时有八家门店，



老车田创新推出春禧宴会厅，为顾客带来视觉、味觉的双重享受

惠州老字号刮起“青春风”

文/羊城晚报记者 杨锦强 通讯员 周文媚 图/受访者提供

壹

子承父业，“创二代”在传承中创新

日前，记者来到位于惠城区河南岸景富·双湖湾小区的“烧鹅仔惠萃小聚”餐饮店。刚至店前，一个显眼的黄色大炉便映入眼帘。没过多久，一位经验丰富的老师傅从炉中取出刚烤制完成的烧鹅，只见烧鹅外皮油亮，呈现出诱人的琥珀色光泽，令人垂涎。

“这是现在主推的黄泥灶果木烧鹅，通过还原传统制作方式，保留了烧鹅的嫩滑脆口感，并融入了果木熏香。”广东省烧鹅仔集团有限公司总经理林勤介绍，正计划以烧鹅制作技艺申请惠城区非遗项目。

林勤是一名“90后”，自大学实习起便在餐饮业摸爬滚打，如今负责烧鹅仔在惠州的运营。谈及烧鹅仔的由来，他向记者娓娓讲述了其发展历程。

1982年，烧鹅仔创始人、林勤的父亲亲林伟成开始在惠州金带街制作烧鹅，并在附近的市场摆卖。因烧鹅味道好，且林伟成待人热情，门店的烧鹅迅速走红，成为当时惠州销量最好的烧鹅门店之一。周边的乡亲还亲切地称林伟成为“烧鹅仔”，意为“卖烧鹅的小伙子”。因此，“烧鹅仔”的名号由此诞生。

凭借物美价廉的产品和口口相传的口碑，烧鹅仔不仅吸引到周边城市的食客到店品尝，还有深圳的大酒楼、烧腊店等也找到“烧鹅仔”合作。至1992年，烧鹅仔迅速扩张，在惠州开了数家快餐店，接着又承包了惠州多个酒家，一时生意兴隆。后因经济环境不景气和门店扩张过快，导致生意开始亏损。1994年，机缘巧合之下，烧鹅仔进驻北京，并陆续开了5家门店。

1997年，烧鹅仔迎来了发展的巅峰时期，全国范围内拥有

40多家门店，分布在北京、哈尔滨、海口等地，平均每家门店有两三百人。但好景不长，受“非典”影响以及供应链管理经验不足、餐饮行业竞争激烈等问题，烧鹅仔关闭了许多门店。面对困境，林伟成重新思考发展方向，并进行经营模式调整，逐步稳住了发展脚步。

2006年，林伟成在惠州蓝波湾开设了“鹅城春天”门店，直到2016年租约到期。出于对家乡的情怀，2017年，林勤又在麦地开设了新店，一直到现在。如今，烧鹅仔在惠州有4家门店，去年卖出了超2万只烧鹅。

“父亲经常对我们说，你们不是富二代，而是创二代。一定要将烧鹅仔传承下去……”林勤表示，老字号不仅要坚守传统技艺，还要在此基础上进行创新。

去年12月，在鹅城大桥通车之际，烧鹅仔连夜赶制了鹅城大桥同款烧鹅以示庆祝，并拍摄了一段趣味横生的小视频，给人留下了深刻印象。“我们既要担得起老字号，也要当得了网红，引领美食产业发展风向。”林勤告诉记者，还计划定制一款添加鹅城大桥元素的餐具，在门店内推广使用。

为了唤醒惠州人对烧鹅仔的记忆，提升知名度，烧鹅仔正筹备在西湖壹城开设新店。林勤告诉记者，以前烧鹅仔在南坛的生意很火爆，老惠州人对此印象深刻，新店开在西湖景区周边，距离南坛老店的位置很近，相信会再次引起大家的关注与喜爱。

值得一提的是，邓紫棋在惠州演唱会期间，烧鹅仔还接到4500份快餐的大单。有人开玩笑说，“搞不好邓紫棋都吃了惠州烧鹅。”



如今，烧鹅仔在惠州有4家门店，主推黄泥灶果木烧鹅



烧鹅仔的烧鹅外皮油亮，呈现出诱人的琥珀色光泽



郭师傅的产品日益年轻化，主力消费群体年龄逐渐下降

叁

匠心传承，多渠道同步发力展“年轻态”



郭师傅第四代传承人郭汉光直播带货

每年中秋佳节之际，惠州市的大街小巷弥漫着浓厚的节日氛围，家家户户都会按照传统习俗，围坐在一起，品尝月饼。而在这些众多月饼品牌中，惠州本土的老字号“郭师傅”月饼，凭借其独特的制作工艺、地道的口感以及深厚的文化底蕴，成为了许多惠州人心中的首选。

“郭师傅之所以深受众人喜爱，主要是坚持使用货真价实的原材料，确保口感绝佳。我们深入原材料产地，严格筛选，如与农户合作种植核桃、与养殖户合作养山区走地猪等，总共精选了38种原材料。”郭师傅第四代传承人郭汉光说。

据郭汉光介绍，郭师傅月饼始创于明朝时期，迄今已有600多年历史，相传曾一度成为朝廷贡品。20世纪20年代，郭氏第二代传承人郭春仁开始跟随父辈学习月饼制作。1953年，第三代传承人郭佛良及其妻叶桂云传承了叉烧皇五仁月饼制作技艺，并于1958年进入惠东县吉隆供销社饼店工作，帮忙制作生产月饼。

“1978年改革开放后，作为郭氏第四代传承人，我承包了供销社饼店，自负盈亏，自主经营，在惠东吉隆建立了第一个小型月饼生产工厂，起名为‘郭师傅饼店’。”郭汉光告诉记者，在吉隆镇精心经营了30年后，为将郭师傅月饼推向全国，2010年，郭师傅在惠城区设立总部，并陆续开设分店；2018年，在水口街道成立惠州市登峰实业有限公司，创建3万平方米的月饼生产工业园。

如今，郭师傅已从当初那个只有数名员工的小型饼店，发展成为一家集研发、生产、销售为一体的现代化企业，目前拥有1个月饼生产基地、8家自营连锁门店，产品涵盖月饼、蛋糕、面包等。

“多年来，郭师傅在继承祖辈传统技艺的同时，不断探索新食

材、优化旧工艺、融入现代技术，成功打造出招牌叉烧五仁月饼，其独特的口味逐渐获得了大众的青睐。”郭汉光介绍，现在每年农历七月左右会进入持续一个月的月饼生产高峰期，一天最多能生产40万个月饼。

记者了解到，其叉烧皇五仁月饼曾获“国饼十佳”“国饼经典”等荣誉称号，且郭师傅月饼制作技艺于2024年被列入惠州市第八批市级非物质文化遗产代表性项目名录。

近年来，面对行业的“内卷”与竞争，郭师傅与时俱进、紧跟市场，除了制作传统的五仁、莲蓉月饼，还投入大量成本，研发火腿、水果、冰皮等品类月饼。如今，郭师傅月饼的品类已有40多种。与此同时，郭师傅还积极拓展网络销售渠道，目前已进驻天猫、淘宝、京东、抖音等网络平台，且销量逐年增长。

“要想把月饼做好，还得与时代一起奔跑。”郭汉光介绍，十多年前做过一项调查，郭师傅的主要消费群体集中在48岁左右的年龄段。通过不断创新，现在的月饼日益年轻化，已成功吸引了更年轻的群体，目前主力消费群体的年龄已下降至36岁左右。“接下来的目标是在15年内，进一步将主要消费群体的年龄降低到20岁左右。”

“一花独放不是春。”郭师傅荣获“广东老字号”，既是对过去努力的认可，也是对未来发展的激励与鞭策。我们将继续坚守对原材料品质的严格把控，同时紧跟时代步伐，不断创新，推出更多符合年轻人喜好的产品，因为这正是老字号品牌得以持续存在的价值所在。”郭汉光表示，计划进一步提升郭师傅品牌知名度，并将惠州的客家糕点等特色美食通过郭师傅的平台推向更广阔的市场，让它们也在新时代焕发出新光彩。