

用 33 年诠释老字号的“守”与“变” 许金典：一块蝴蝶酥里的百年匠心

“只要东西好，
一定会受欢迎”

老香斋始创于 1851 年，最早售卖的是茶和茶点。20 世纪初，老香斋第六代传人许金典的祖辈许克石曾在上海开设了一家前店后坊的老香斋茶食店，主营苔条饼、黄金宝等闽式茶点，后因战乱，全家迁回安溪老家。到了许金典这一代，家业虽已不如往昔，但“崇德兴仁”四个字的家训，和代代相传的茶点手艺，始终牢记在心中。

安溪多山，山路弯弯。少年时期的许金典就是在山里跟着长辈们和面、调馅、看炉火。日复一日，手上沾满面粉，他心里却渐渐生出一个念头：这门手艺不能断，老香斋不能只留在老家的记忆里，得把它带到更大的地方去。

1993 年，20 岁出头的许金典，初到上海，在闸北区（现静安区）租下一间小场地，厂里连他在内只有两三个人。他天不亮就起来和面，糕点一出炉就被装进竹筐，他骑着自行车，一家一家地送到小商店、食品铺子，请人试吃。有人嫌贵，有人嫌牌子没名气，他就一遍遍地介绍自家产品，讲茶点手艺的来历。那时的他，心里始终绷着一根弦——老香斋不能倒在自己手里。

然而现实远比想象残酷。1996 年，来上海刚三年，许金典就亏了近 90 万元。在那个年代，90 万元是一个足以压垮人的数字。但许金典不气馁，将厂房出租给别人，自己则给人家打工，一点一滴重新积累。他说，那时候支撑他走下去的，就是一个信念——“相信自己，相信顾客，只要东西好，一定会受欢迎。”在他的努力下，终于还清了欠款，并重新拾起“老香斋”这块祖传招牌，开启了企业发展的新篇章。许金典给自己定下了一个目标：要打造百年老品牌。身边有人觉得他好高骛远，但他心里清楚，老香斋本身就是百年品牌，他要做的，只是把它找回来。真正的转机出

清晨，位于宝山区的上海老香斋食品有限公司生产基地的灯光已经亮了起来。空气中弥漫着黄油遇热后释放的醇厚香气。54 岁的许金典穿着工作服，站在操作台前，伸手捻起一块刚出炉的蝴蝶酥，轻轻掰开，层层酥皮应声而落，像一只蝴蝶在指尖振翅。他眯起眼睛看了看酥层纹理，点点头，递给身边的年轻技师：“这个火候，记住了。”

这是许金典来上海的第 33 个年头。这位从福建安溪大山里走出的少年，如今已成为执掌百年老字号的区级非遗传承人，他用一块蝴蝶酥，把“老香斋”三个字从尘封的记忆里，重新写进了上海的城市味觉地图。（本版图片由受访者提供）

◆记者 丁雨



▲2024 年“蝶王”蝴蝶酥斩获大世界基尼斯纪录
▲老香斋第六代传承人许金典



■老香斋研发的其他多品类点心

现在 2014 年、2015 年，许金典开办了品牌专卖店，“老香斋”的牌子终于从幕后走到了台前。

“我们的产品是做给父母孩子吃的”

品牌做起来了，但许金典很快遇到了新的瓶颈。老香斋虽然“活”下来了，但产品还是那几样传统糕点，顾客大多是中老年人，年轻人对这个牌子几乎没什么印象。眼看着市面上新品牌层出不穷，各种网红点心轮番抢占市场，许金典感到了前所未有的压力。

他开始静下心来重新审视：老字号的优势在于“老”——老技艺、老口碑、老传承，但短板也恰恰在“老”——观念老、机制老，产品形态和营销方式跟不上时代。当时，上海食品行业正在主推“伴手礼”概念。许金典敏锐地意识到，蝴蝶酥这款

源自海派西点的酥饼，在上海有着深厚的消费基础，但市面上品质参差不齐。他决定，就从这块蝴蝶酥入手，让老香斋打响名号。

为了做出理想中的蝴蝶酥，许金典带领团队一头扎进了研发中。传统蝴蝶酥一直有

个两难问题：含水量高了，酥是酥，却放不住；含水量低了，硬邦邦的，甜度也压不住。许金典偏要在这两难之间，蹚出一条路来。他和团队历时一年，反复调整配方和工艺。他们自主研发了奶油搅打设备并成功申请专利，光是配比试验就做了上百次。最终，他们将蝴蝶酥的含水量精准控制在 2% 到 3% 之间——这个数字看起来简单，背后却是无数次失败后的重来。正是这个含水量，让蝴蝶酥层层起酥、入口即碎，黄油的香气得以充分释放，保质期也随之拉长，便于走向更广阔的市场。

好的产品，市场很快给出了热烈的回应。老香斋的蝴蝶酥一炮而红，连续九届斩获“南顺杯”上海蝴蝶酥技能大赛金奖，超过 100 个门店和专柜遍布上海核心商业区域。线上渠道同样全面开花，天猫平台年订单量超百万单，抖音平台多次冲上休闲零食热销榜第一。

但老香斋要实现规模化、现代化，光有好配方还不够，必须打破小作坊的生产模式。于是，许金典咬牙购置厂房，建造属于老香斋自己的生产基地，引入十万级净化车间，通过了 ISO22000 食品安全管理体系认证，还引进了一条多功能蝴蝶酥烘焙生产线，将月产能从原来的几千斤一举提升至 50 吨。有人担心机器做出来的蝴蝶酥会丢了手工的魂，许金典的回答是：“机器解决的是效率和稳定，但核心的配方、关键的起酥手法、原料的配比，依然由老师傅把关，传统技艺的精髓一点都没有丢。”这话不是说说而已。老香斋的茶点制作技艺，核心始终在“手

上功夫”。以招牌产品苔条千层酥为例，老师傅们坚持“单个小包酥”的传统古法，用一双双巧手确保每一块成品都能达到 27 层。蝴蝶酥同样如此，每一个都是手工造型。“烤出来就像蝴蝶翩翩起舞，每个蝴蝶基本上不会是同一个样的，就像人一样。”许金典常说，我们的产品是做给父母孩子吃的，要用心做每一个产品，服务每一位顾客。

2019 年，老香斋茶点制作技艺被列入《宝山区非物质文化遗产保护名录》，同时入选《上海市传统工艺振兴目录》；2024 年，老香斋荣获“中华老字号”称号。也是在这一年，团队创制的 1.08 米“蝶王”蝴蝶酥斩获大世界基尼斯纪录，成为品牌技艺革新的标志。对许金典来说，这些荣誉不是终点，而是一份沉甸甸的责任。他成立了非遗传承人工作室，以自己为负责人，以第七代、第八代传承人为核心，形成老中青三代结合的梯队，先后培养出 20 余名技艺精湛的年轻技师，确保这门百年手艺后继有人。为了让技艺不再只靠“口授言传”，许金典亲自制定了生产操作规程和质量控制标准，把原本靠老师傅经验积累的手艺，编写成《老香斋糕点制作规范》，让每一道工序都有章可循。“传统的東西要保留，但也要让年轻人学得会、传得下。”

“面要揉得劲道，
人要做得实在”

走进老香斋的厂房，会发现一个特别的现象：这里的员工，很多都是一家人。许金典的三个孩子分别负责品牌、电商、生产，他的弟弟、妹妹也在厂里工作，一大家子人吃住在一起，工作在一起。有人问他亲兄弟在一起不会闹矛盾吗？他笑着说：

“吃亏是福，难得糊涂。心量宽了，福报就来了。”许金典说，这是他很早就认定的道理。

这种家风，来自从小教育。许金典是个出了名的孝子，他和父母不住在一起，但每天早晚都会过去看望，几十年如一日。这份孝心，他还延伸到了企业管理中，每年过年，许金典都会给员工的父母发红包，让员工带回家孝敬父母。孩子们看在眼里，自然也学在心里。他的小儿子今年 26 岁，大学一毕业就进了工厂，在生产一线干了三年多。每天和工人一起站流水线，从不叫苦叫累。许金典说起小儿子，语气里带着几分骄傲：“老实，听话，知道自己要什么。”

许金典的奶奶在世时，就经常给路过的穷人提供免费的食物。到了许金典这一代，这份善念长成了更具体的行动。他长期资助贫困学生；每年元旦、中秋、重阳，他都会带着员工走进敬老院，陪老人们聊天、送点心，还在安亭、彭浦、张庙等地设立常驻点，为长者提供免费餐食。就连采购原料，他也优先选择来自乡村振兴地区的面粉、核桃、芝麻。在他看来，做糕点和做人是一个道理：面要揉得劲道，人要做得实在。

有人问许金典，“老香斋”三个字到底有什么寓意？他总爱掰着手指数解释：“老，是品牌老，百年老字号；香，是色香味俱全；斋，是清静、干净的意思。”三个字，说的是一块糕点的来路，也是传承这门手艺的初心。从 1851 年到 2026 年，从安溪到上海，从一间闽南茶食铺到享誉全国的中华老字号，老香斋走过了 175 年，而许金典，用 33 年的时间，以行动完成了一次属于老字号的“守”与“变”。



■老香斋自主研发出的风味多样蝴蝶酥