

昔日“瓜子大王”今何在？

□ 钱小秀 李青松 记者 李尚辉 王小雨 文/图

“瓜子大王”刘天成和年广久，可以说是改革开放初期的弄潮儿，谱写了一篇篇辉煌的历史，成为无数人津津乐道的商界传说。经过了岁月的变迁和市场的洗礼后，昔日被冠以闪耀光环的“瓜子大王”如今有着哪些不同的轨迹？是否能再次走向辉煌？

A 小刘瓜子：仍停产，今年或将拍卖

小刘瓜子曾作为徽派炒货的“符号”，食味安徽的“名片”，创建于1984年，此后不断发展，逐步成为合肥家喻户晓的品牌，其创始人刘天成曾被誉为合肥私营经济“六大王”之“瓜子大王”。

经历30年风雨后，小刘瓜子由于经营不善、资金链断裂，于2014年5月22日宣布停产。一年半过去了，小刘瓜子怎么样了？近日，市场星报、安徽财经网记者采访了小刘瓜子创始人刘天成。



小刘瓜子创始人刘天成(资料图)

停产一年半里一直在静思

一走进刘天成的工作室，首先映入眼帘的是各种笔墨横姿的书画作品，书架上整齐地摆放着书画、佛学方面的书籍。练书法、搞画展、学习佛学、出书，这些就是今年53岁的刘天成平日生活的主要内容。

“在公司停产的一年半里，我做的最多的就是静思。练习书法、作画、学习佛学都是静思的好途径。”刘天成说，通过静思他明白了失去了才懂得可贵，但是不能一味地滞留在对过往的惋惜中。

已将股份全部转让

说起30年前自己创建的小刘瓜子品牌，刘天成显得很释然，“从最初的一口大锅到拉着板车叫卖，再到拜师学艺，自己当老板，一路走来的艰辛还历历在目。之后，小刘瓜子蒸蒸日上，逐渐成为合肥口碑相传的品牌。”

1985年小刘瓜子开始走向繁荣，一时间供不应求，在四牌楼一天能卖出8000斤瓜子，那时候，小刘瓜子是合肥市民的年货必备品。2005年是小刘瓜子的鼎盛时期，年产值达到1个亿。

“当时企业虽然发展壮大，但一直没

有形成核心竞争力，没有一个很好的团队来管理。另外，在经营决策上也存在着很大的失误。”刘天成总结说，投资上的失误也是小刘瓜子走到今天的主要原因。

刘天成说，前些年，投资一些项目，但最后都是以失败而告终，尤其是池州与广德的两次投资，损失很大，可以说是血本无归。

“目前‘小刘瓜子’的资金链还没有恢复，正在北京尝试融资，计划将于今年通过银行进行拍卖，我相信机会还会有的。”刘天成表示自己已经将股权转让出去，小刘瓜子与他已经没有太大的关系了。

正在二次创业，方向为素酱

除了寄情于书画之间，刘天成目前担任安徽省徽派休闲食品研究所所长，致力于休闲食品方面的研究，目前他的研发团队正在开发“素酱”系列产品。刘天成说，“现在老百姓都讲究健康，追求养生之道，再加之我家以前有个祖传的‘东升酱园’，有些制酱的技艺，所以我们决定开发‘素酱’。”

据悉，刘天成的“素酱”产品研发目前在中试阶段，即将定型，其针对市场开发了瓜子酱、松子酱、五仁酱等十余个种类。“消费者是最好的检验者，我们现在能做的就是好好调试产品，等待成熟的时机

再打入市场。”

此外刘天成还尝试开办国学启蒙班，专门针对3~7岁孩子进行国学教育，希望借此对博大精深的中国文化的弘扬尽绵薄之力，让孩子从小形成“仁”“义”“礼”“信”等良好的思想。

刘天成在自己写的书里面这样写道：“生活更像一枚小小的瓜子，轻轻地嗑开它坚硬的壳，总会品尝到它的‘仁’。”在经历了潮起潮落后，刘天成表示自己现在更能体会到“舍得”二字的含义，“有舍才有得，不经历那样的风雨我也不会感受到现在生活的宁静和意义。”

B 傻子瓜子：只要老老实实做炒货，就不会倒

傻子瓜子与小刘瓜子同为安徽本土响当当的“瓜子”品牌，是芜湖特产之一，曾几何时，来到芜湖必然要买点傻子瓜子，傻子瓜子也成了徽派炒货的代表品牌。

2015年12月24日，市场星报、安徽财经网记者采访了芜湖傻子瓜子创始人年广久——这位79岁的老人，看上去精神矍铄，思路敏捷。“经济大环境对炒货业影响不大，如果一直单纯只做炒货，企业是不会倒下的。”



79岁的年广久依旧精神矍铄

从水果小贩到瓜子大王

傻子瓜子创始人年广久出生于1937年，为了生计，5岁时便与父亲开始了沿街叫卖的生活，卖鱼卖水果。1972年后他开始专门做瓜子生意。经过勤奋的学习和研究，他炒出来的瓜子独具风味，备受欢迎，生意也越来越红火。

说起“傻子瓜子”名字的由来却也有趣。年广久卖瓜子的时候，人家买一包，他偏要再送人家一把，人家不要，他硬塞给别人，久而久之，年广久就落了个“小傻子”的外号。他转念一想，“小傻子”生动又好记，索性拿“傻子瓜子”做招牌。

没有读过书的年广久有着十分精明的生意头脑。1978年，瓜子供不应求，在其他家都提价的时候，年广久的傻子瓜子却选择了降价，很快引发了傻子瓜子的抢购狂潮。不但赚了个盆满钵满，更是打响了名号。

炒货企业要量力而行

进入21世纪后，在“洽洽瓜子”“真心瓜子”等其他后起之秀纷纷突起的时候，年广久在与儿子之间进行的商标争夺战中，傻子瓜子错过了最好的发展机遇，洽洽成了安徽甚至是全国炒货的大佬和领头羊，而“三只松鼠”已经成为芜湖电商的标杆。“傻子瓜子”走的依旧是传统经营路线，打品牌、开门店、建连锁，依靠芜湖基地，支撑着这个老字号。

但傻子瓜子仍然是安徽甚至是炒货行业必不可少的力量之一，目前在全国有近3000家销售网点，还在美国建立了生产基地。

谈及傻子瓜子品牌为何30多年屹立不倒，还越炒越香时，年广久认为，关键是这么多年，傻子瓜子始终量力而行，一直秉持着良心办企业的准绳。

“芜湖4家店有30多名员工，每个月我都是提前为他们发工资，从不拖欠。作为芜湖近百家炒货店的龙头，这么多年我一直量力而行，从没有向银行借过1分钱，坚持抓生产源头和品质，持续滚动健康发展。”年广久说。

国内唯一的瓜子文化博物馆

2015年12月18日，在改革开放37年这个特殊的日子，芜湖傻子瓜子博物馆正式开馆。该博物馆坐落于芜湖市经济开发区年氏工业园内，由傻子瓜子总公司和年氏食品有限公司董事长年强（年广久的二儿子）发起并投入巨资兴建，属公益性民办博物馆。总面积接近2000平方米，包括序厅、关怀厅、溯源厅、历史厅、发展厅、成果厅、影视厅、独立厅八个展区。在博物馆内，每个展区均主题突出，特色鲜明。

年广久认为芜湖傻子瓜子博物馆作为国内唯一的瓜子文化博物馆，最终将其培育成为城市旅游的特色景点和社会教育的新型基地。