

始于1947
馬頭牌冰棒

“冰棒——马头牌，马头牌——冰棒！”这声传遍街头巷尾的吆喝，是不少老南京人的夏日回忆。如今，已经75岁的马头牌系列冷饮虽已不在南京生产，却并未消失在南京人的视线里。

现代快报+记者 蔡梦莹 邱骅悦 文/摄(除署名外)

被“雪糕刺客”暴击的你 是否会想起“冰棒——马头牌”

马头牌冷饮虽已不在南京生产但并未从南京消失；曾尝试出圈，反响一般



受访者供图

回忆

老南京人夏日记忆：
除了西瓜就是马头牌冰棒

今年76岁的濮业良是土生土长的南京人，家住门西一带。在他的儿时记忆中，南京的夏天总是伴随着售卖马头牌冰棒时的吆喝。“可以说，老南京人的夏天，除了吃西瓜就是吃马头牌冰棒。”他对马头牌最早的记忆是1958年左右。售卖冰棒的小贩斜背着一个黄色的木箱，中间醒目地画着马头牌图案。“最早口味比较少，奶油冰棒和赤豆冰棒，一个是3分钱，一个是4分钱，我觉得赤豆的好吃一点。后来才有了桂花味、橘子味的。”濮业良告诉记者，“上世纪七八十年代，我们也是厂里发工资或者发奖金的时候，会买冰棒吃。我女儿这一代对马头牌也是有印象的。”

“我嬢嬢(爸爸的姐妹)当时住在大行宫一带，她就做过几年小贩，夏天出门卖冰棒，挣得不多，只能说补贴家用，从5月卖到9月。”今年68岁的王忠穆也是个地道的老城南。他一边说，一边学着吆喝起来。“冰棒马头牌，马头牌冰棒！”王忠穆告诉记者，记忆中，嬢嬢主要在科巷、四条巷、长白街一带卖冰棒，有时候还会随身带着折叠板凳，累了就坐下休息。等到了上世纪80年代，他所在的厂要开小卖部，他还曾去生产马头牌冰棒的南京糖果冷食厂进货。

对于90后的小王来说，马头牌也是他童年当之无愧的C位冰棒。“主要是便宜，印象里我上小学的时候马头牌就卖1块多钱，能让我消费得起。”校园门口小卖部冰柜中的马头牌是他的最爱，放学后打会球，打完球买根马头牌冰棒解暑，边吃边回家可太逍遥了。在小王的记忆里，马头牌有四种口味，分别是橘子、赤豆、奶油和可可，他最喜欢可可。

探访

夫子庙贡院街开直营店
商超、便利店、冷饮批发店均有售

上一辈老南京人习惯了小贩的吆喝。如今，南京人想要找到马头牌冰棒也不难。在夫子庙贡院街上，有南京唯一一家马头牌冷饮直营店。门店布置得古色古香，颇有民国风情。工作日上午，游客不算多，店长姚先生向现代快报记者介绍，2014年，马头牌冰棒直营店进入夫子庙景区，先后在东牌坊、龙门街等地设点，2017年，转到贡院街上的秦淮礼物旁的窗口卖冰棒，扎根这一处已经有5年了。

说话间，有一名中年人路过窗口时停了下来，“要吃冰棒马头牌，要吃香烟三炮台……”姚先生见状立刻吆喝起来，这是他查资料后想出的口号。顾客挑选冰柜里的冰棒，姚先生在旁边介绍马头牌的历史。

记者在长乐路的一家连锁冷饮批发店看到，一侧的冷饮柜上，店家特意标上了“马头牌 1947”“老南京的记忆”等字样的宣传语。打开冷柜，有小冰砖、赤豆元宵、白玉茶、香芋杯等。袋装的批发价算下来，单根冰棒均价在3元以内，个别雪糕、冰砖贵一些。

一名老人带着外孙女走过来买冷饮，她和店员分享：“这个是我们小时候吃的，前几天我买了一点。”不过她说，孩子吃得不多，主要是她和老伴偶尔吃一些。店员也发现，马头牌冰棒比较受中老年人的欢迎。“刚好，我们店附近也是老旧小区比较多。他们老一辈非常认这个牌子，而且批发价算下来比较便宜，基本会顺手买几根走。”

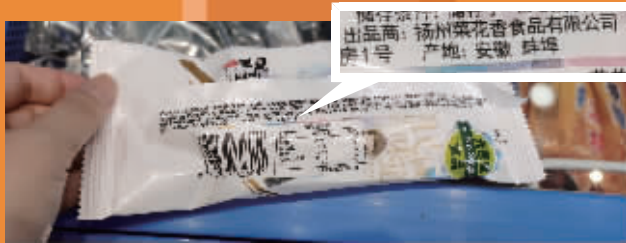
在夫子庙附近的一家生鲜商超，冰柜里各种口味的马头牌冰棒整齐排列。在秦淮区一家咖啡店，还推出了马头牌冰棒与美式咖啡的创意特调——马头冰砖厚乳拿铁。



夫子庙贡院街直营店，还有不少人来买冷饮 受访者供图



冰柜里的马头牌冷饮



马头牌冰棒的产地在安徽蚌埠

链接 马头牌与南京

1947年，南京马头牌由马燮庆创立。他收购了当时的鼓楼制冰厂，随后又托在美国留学的四弟代购了2台冰淇淋设备以及20台大冰柜开始创业。

不久后，南京玲玲机制冷厂正式挂牌营业。产品注册为“马头牌”，“马”取自姓氏，“头”则表示第一个产品。马燮庆之子马兴邨曾在回忆文章中表示，“马”字还有“驷马十驾功在不舍”的寓意。

1956年，公私合营。马燮庆把工厂产权和股份全部捐赠给国家，与其他私营企业进行改造合并，成立了南京糖果冷食厂，规模进一步扩大，其产品很快叫响南京城。

上世纪八九十年代，马头牌系列产品接连获得省市级各种荣誉，还被评为“南京人最喜爱的冷饮”和江苏省著名商标。到了90年代晚期，马头牌冷饮市场逐渐萎缩。

1999年，马头牌冷饮无奈宣布停产。

2002年，南京糖果冷食厂将生产设备及商标委托拍卖公司，后由南京新纪元食品公司竞标成功。

之后又经历了些许变故，马头牌的这一品牌为扬州一家公司所有，并在江苏常州和安徽蚌埠生产。

2014年，马头牌冷饮直营店在南京夫子庙开业。

调查

马头牌冷饮多数产自安徽蚌埠
南京早已不再生产

马头牌的故事，可以追溯到1947年，距今已走过了75年的风风雨雨。如今，马头牌冷饮已不在南京生产，出品商是扬州的一家企业，工商注册地址在扬州仪征青山镇。不过，现代快报记者从当地了解到，这一处也早已不再生产冰棒。这一说法也得到马头牌冷饮直营店的店长证实。

近年来，马头牌冷饮主要在常州溧阳和安徽蚌埠生产。姚先生告诉记者：“一般是常州的厂生产冰棒类，蚌埠的厂里生产线比较新，生产雪糕类。”记者发现，目前，南京市场在售的各类马头牌冷饮，产地多是安徽蚌埠。

姚先生坦言，如今，冰淇淋雪糕市场庞大，口味众多，消费者可挑选的余地也大很多。而马头牌冷饮专注南京市场，只能算小众品牌，产量不大，利润空间基本能维持成本。

未来

曾尝试出圈，反响一般
75岁的马头牌冰棒出路何在

今夏，围绕着雪糕的相关话题十分火热。

今年5月，由中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会联合国家机构发布了《中国冰淇淋/雪糕行业趋势报告》(以下简称《报告》)。根据《报告》，中国冰淇淋/雪糕规模化生产始于1926年上海海宁洋行“美女牌”棒冰。自上世纪90年代以来，随着中国食品工业高速发展，外国品牌来华投资，中国冰淇淋/雪糕市场规模逐年扩大。数据显示，2020年市场规模达1470亿元，2021年预计超1600亿元，稳居全球第一。

在消费者被“雪糕刺客”暴击之后，哈尔滨的马迭尔、上海的光明牌盐水冰棒、广州的五羊雪糕……各地的老字号品牌也越来越出圈。南京的马头牌冰棒能走出城市情怀，走向出圈之路吗？

对此，东南大学经济管理学教授周勤认为：“冰棒、雪糕是典型的快消品，对这类产品来说，并不是说品牌越老，就一定有人买账，还是要看市场的需求。”

“很多人吃老雪糕是因为有回忆，抱着追忆过去的想法去吃，但是要注意的是，雪糕的主力消费群体是年轻人，大部分都没有这方面的回忆了。”周勤认为，不少品牌所谓的火出圈，更多的是在运用网络等年轻人喜闻乐见的渠道进行营销。对于商品来说，做营销无可厚非，但不能就此盲目认为老品牌一定有别样的优势。周勤表示，雪糕能否“火起来”，主要还得看价格是否合理，品质是否过关，能否满足消费者的需求等因素。

马头牌冷饮直营店的姚店长坦言，他们也在“出圈”上做过尝试，比如曾在苏锡常的商超推广，但市场反响一般。也曾尝试冷链直送，还曾有商圈邀请他们去开新店，但考虑再三最终未能成行。他冷静地表示，一味追求“出圈”和网红式的营销，对于品牌来说不见得是好事。马头牌目前正在做的就是坚持留住南京人的味觉记忆。在保留经典口味的同时，推出符合市场需求的产品，并且通过夫子庙景区这一窗口，让更多游客一边吃着冷饮，一边了解南京城的历史。



扫码看视频