



创新

让传统行当拥抱新兴市场

尽管老字号承载着一段段回忆、一缕缕乡愁，但当消费市场加速变革的时代来临时，不少字号也出现了诸多困难。

郑家成说，我市老字号多属中小微企业，且主要集中在糕点加工、餐饮服务等传统商贸领域。存在的主要问题有以下几点：

一是创新能力偏弱。由于老字号多属传统行业和中小企业，在吸引人才上缺乏比较优势，且老字号多为小本经营，资金实力有限，创新风险相对较高，研发投入较少，致使企业创新能力相对不足。

二是税负相对过重。老字号企业多属传统产业，企业利润空间有限，同时受纳税总额低所限，相关税收优惠无法享受，致使企业税负相对偏重。

三是经营成本高企。老字号创始之初就多集中在商贸街区，后随着地产价格高涨，多数老字号都无力承受高昂的经营场地租金，或者因城市提升拆迁却无法再回迁主要商圈，造成影响力逐渐消退。另一方面老字号难与高新技术企业沾边，更无法享受用地指标等优惠，如此种种，造成部分老字号逐渐步入困境。

他介绍，去年5月份，中华老字号“天胜照相馆”因房租等原因，企业经营难以为继，掌门人几次表示，虽有不甘但力所不及，意欲关门歇业。市商务委主动跟进，积极会同市委宣传部，协调市广电集团、海曙区政府等多个部门，制定帮扶举措，为企业解决燃眉之急，让天胜老字号度过难关。

但“授人以鱼不如授人以渔”，政府帮扶并不能治本。老字号的发展还是需要符合市场的路径。宁波老字号的创新涅槃在近几年也闯出了一条独特路径。

首先是资本对接，宁波的多家老字号经历过解放初的公私合营与改革开放后的国企改革，经营方几经变革，生存能力与经营能力都有一定的波动。而进入新阶段后，选择资本对接，让专业的运营者承接延续成为一条不错的发展道路。

状元楼、梅龙镇等老字号都是实现品牌转让并重新开张的，目前的实际掌舵者是石浦餐饮集团，既是本地餐饮巨头，又深谙资本运营规则，使两家饭店的金字招牌更加耀眼，位于和义大道的状元楼更是成为目前宁波传统餐饮的扛旗者，仅央视报道就不下20次。

庄永大、恒利、缸鸭狗等老字号则实施了生产线或中央厨房升级改造和更新换代，以更新的生产方式来适应新兴的消费市场。

更多的老字号选择积极拥抱互联网以提升自己的竞争力。如黄古林、四明大药房等老字号“互联网+”战略，建立网上销售平台，开展网销业务，开拓线上市场。目前，这些企业的网上业务大幅攀升，发展势头良好。天胜照相馆的微信冲印平台也在本月火热出炉。据了解，建立网销平台和网销业务较好的老字号还能获得政府相应奖励性补助。

而更多的老字号选择建设博物馆，使老字号文化更加鲜活，以文化打动消费者。黄古林草编博物馆、引发雪菜博物馆、王升大粮油博物馆、赵大有宁式糕点博物馆、冯恒大年糕博物馆等老字号博物馆目前都重新打响了口碑，俘获了一大批年轻消费者。

思辨

让老字号成为城市的文化基因

经过在座诸位介绍，可以看出宁波老字号的发展正在朝着健康、可持续的方向前进。那么，在今后更长的时期，这些企业如何取得更为长足的进步呢？

“现在，我们更多的是以从扩大消费和老字号的生存与发展角度来看老字号发展的问题，而在今后更长的时间里，我们不妨换一个角度思考，从城市文化、乡愁基因延续的角度来看待老字号的发展。”韩隽说，“我认为需要处理好三对矛盾——首先是传承与创新，传承的是一以贯之的工匠精神、诚信精神等等，而创新则需要冒一定的风险，需要找准市场群体与接受度的契合点；其次是独特性与标准化，企业要发展、要扩大规模就面临着将原先独特技艺标准化生产的要求，但在人们的记忆中，老字号的原汁原味是来自老艺人的亲力亲为，因此我建议可以适度地将产品线做一些扩张与调整，保留一部分手工的产品，以满足乡愁的需求。”

王寒民对此也深有感触：“药品标准化生产后，许多百姓不太知道原来前店后厂时期的丸剂、汤剂是怎么生产的。特别是对怎么区别药材的优劣，更是一头雾水。因此我们将在目前寿全斋的经营区域中加入一些互动性、介绍性的活动，让文化符号更加深入人心。”

“第三对矛盾就是品牌与企业。老字号的品牌是亮在明处，但经营者、传承人却几经更迭，因此建议现在的掌门人可以用更开放的心态去看待品牌，考虑引进一些职业经理人，让老字号历久弥新，不断自我进化。”韩隽说。

此外，在座嘉宾还就老字号的发展提出了若干建议，周文伟建议对老字号企业在房产税、土地使用税等予以减免或部分减免，降低老字号企业生产经营成本；对老字号原址、原有建筑风格和店面及传统生产技艺等给予特殊保护政策，保护老字号品牌知识产权，彰显老字号的历史价值和文化价值；姜拥军建议把老字号纳入文化产业，给予享受文化产业发展扶持政策，设立老字号专项发展资金，以保护和促进老字号企业发展等。

唐慧卿表示，作为本地的主流媒体，东南商报将发挥资源优势，加大对宁波老字号的宣传推介，让更多人关心、关注并支持老字号工作，为老字号营造更好发展环境。