

老字号·新活力⑤

好风凭借力！ 老字号

扬帆远航

自本报连续推出“老字号·新活力”系列报道后，一个个“破茧化蝶”的案例，一群群锐意创新的传承者，不仅引发广大网友的关注，也吸引众多业界、学界人士进行深入探讨。

“众人拾柴火焰高。唤醒老字号的主角，不仅仅是企业本身，还需要政策扶持、媒体关注、百姓响应。多方共同营造保护传承的良好氛围，才能促进城市文化品牌推陈出新。”宁波市社科院经济研究所所长吴伟强的观点，是业界的一种共识。

1 打铁还需自身硬

“老气横秋”“倚老卖老”曾是不少老字号企业被诟病的两大槽点。

“我与一些老字号负责人打过交道，其中不少自我感觉良好，一开口就提当年光荣史。他们思想比较保守，不愿创新，对电商等渠道也不了解。”宁波一位食品新品牌企业负责人直言不讳，现在消费者都是“用脚投票”，最看重的还是产品的质量、性价比，而非因为是老字号还是新字号，“市场竞争残酷，一些老字号如果‘倚老卖老’，产品与价格、服务不匹配，仅靠情怀是无法持续吸引顾客的，迟早会被市场抛弃。”

据记者调查，一些宁波老字号淡出市场，既有内因，也有外因。内因主要包括人才瓶颈、观念保守、资金制约等。以人才瓶颈为例，大多数传统工艺需要靠师傅带徒弟。因劳动强度高、收入低，年轻人从业意愿不强。而多数传人、掌门人年事已高，年轻的传承者无意继承现象普遍存在，以致企业被迫“关停并转”。

此外，多数老字号观念守旧、固守祖法、工艺固化，不善于根据市场需求和消费者的要求拓展新零售、电商等业务，市场道路越走越窄。

老字号还有一个“致命伤”——创新严重不足。由于多数老字号普遍规模偏小，受资金制约，缺少研发团队，对产品创新无力投入。这方面，与新生品牌强大的创新能力、高频的研发速度形成巨大反差。

不过，令人欣喜的是，随着宁波一批老字号企业通过资产重组、股权变更等输入“新鲜血液”，90后青年、职业经理人操盘掌舵已成一种趋势，创业观念与营销打法与之前有天壤之别。这为老字号减负前行、重焕新辉提供了更多可能性。



宁波老字号市集。资料图片

2 政策扶持老字号

《宁波晚报》长期关注老字号保护传承工作，多次为之奔走呼吁。2022年3月，《宁波晚报》一篇深度建议稿《一批濒危老字号企业生存堪忧 宁波亟需擦亮老字号“金字招牌”》引起宁波市委市政府高度重视，市委主要领导专门批示。根据批示精神，宁波市发改委接连召开四次座谈会、研讨会，召集市政府相关部门及老字号企业，分析研究当下宁波老字号存在的痛点堵点，探索制订解决办法，推动《宁波市促进老字号传承创新发展实施方案》细则落地。

近期，宁波市商务局、宁波市财政局发布《宁波市促进老字号创新发展专项资金实施细则》，在资金、设备投入、文化展示等方面，将对老字号予以重点扶持。

根据细则，宁波支持老字号扩大经营渠道，加速老字号焕新升级。其中——

对中华老字号、浙江老字号企业新开门店及原址改扩建，在店面租赁、外购技术与软件、设备的投入，且上一年实际投入100万元及以上，按照不超过实际投入的10%给予补助；

对宁波老字号在市内大型商超连锁门店设立老字号商品销售专柜、专区，每年给予2万元、4万元奖励，不足一年按月折算；

引导老字号将传统经营与互联网技术相结合，鼓励老字号企业在电商平台开设老字号专区；

支持老字号企业加大资金、管理和技术的投入，产品更新换代，创新营销模式，营造消费新场

景，对开展新产品开发、中央厨房、预制菜、共享药房等新项目、新业态、新模式等业务，投资（设备、外购技术及软件）超过100万元以上的项目，根据上一年投入总额给予10%的补助，最高不超过100万元。

细则规定——

支持宁波老字号品牌建设，对新获得中华老字号、浙江老字号、宁波老字号的企业，分别给予50万元、20万元、10万元奖励；

支持老字号企业传承技艺，支持老字号企业建设传统技艺传习馆、老字号陈列馆，所建场馆建筑面积不少于500平方米，或传统技艺传习馆陈列、展示面积300平方米以上，至少有1名市级以上非遗传承人、高级技师、高级工程师或其他具有副高以上职称的专家（含工美大师、中医师、特级厨师等），或老字号陈列馆陈列、展示面积300平方以上，至少馆藏历史原件展品不少于200件，复制藏品不少于300件，对符合条件的企业上一年度在场馆租赁、藏品装裱、展陈展出策划和布展等方面新投入超过50万元的，给予10%的奖励，最高不超过50万元。

此外，宁波将加大宣传推广全案策划，制定宁波老字号宣传战略，制作一套宁波老字号视觉系统；开展老字号城市伴手礼的策划、评选、展示展览；整理编写宁波老字号故事，挖掘老字号文化内涵；拍摄老字号专题宣传片、广告片；设立宁波老字号宣传推广中心等。

【记者手记】

“守正创新” 还有长路要走

通过为期两周的调研，记者采访了宁波10余家守正创新的老字号企业，倾听掌门人、团队心声，记录开拓创新的进程。

“老字号·新活力”探访系列暂告一段落，但留下不少思考。

一是守正创新的融合话题。新品牌与老字号融合、老师傅与新团队“会师”是近期宁波老字号转型的一大亮点。“守正创新”说易行难。目前的消费者口味越来越“刁”，消费场景也快速变化。如何不停留在“过去时态”，迎合现代消费者口味，引领时尚潮流，对老字号来说是一道常说常新的考题。

二是唤醒只是第一步，距离“蜕变”还有很长路要走。虽然转型老字号增多，但苦苦支撑、活得并不好的老字号大有人在。在市场大潮的优胜劣汰中，老字号的首要任务还是生存，只有活着才有传承下去的可能。

三是应回归老字号的“魂”。老字号的“长寿”秘诀，主要在于坚持“质优价平”战略，“好吃不贵”“薄利多销”才能行稳致远。目前，部分老字号走高端路线，包装精美甚至豪华，价格也非大众所能接受……这一趋势值得警惕。建议拓宽中低端产品线，多保留老字号“烟火气”，让百姓拥有更多获得感和幸福感。

杭州第19届亚运会即将到来，宁波老字号军团也将迎来“亚运时刻”，要在“甬风雅韵”亚运市集上展示风采；第三批宁波老字号的申报评选工作也在紧锣密鼓地推进中；更多的制造业、服务业品牌加入进来……

我们有理由期待，“好风凭借力”的宁波老字号将扬帆远航。

记者 周晖



宁波老字号伴手礼。资料图片