

让“老字号”焕发新魅力

王老实

围绕着市场的需求而变化，注重传承与创新；开辟线上零售渠道、拓展新消费场景，成为老字号的“突围”之路。今年春节假期，宜城“老字号”品牌以其鲜明的地域特色占有一席之地，在新主场实现新增长，成为消费市场的一大亮点。

（《安庆晚报》2月17日）

说到安庆的老字号品牌，人们最先想到的可能就是“余良卿”“胡玉美”“麦陇香”“柏兆记”，它们以鲜明的时代标签和厚重的人文情怀，承载着几代人的心理认同。

老字号是一座城市的商业资源、历史馈赠和文化遗存。作为历史悠久的商号，在硝烟四起危机四伏的商海中，如何劈波斩浪勇立潮头，焕发超越传统的新魅力？期待着每一个拥有乡愁的家乡人的郑重回答。

客观地讲，品牌文化已成市场标杆。一些区域性的企业品牌经过时间的沉淀，靠着优质的产品，获得消费者和市场认可，但随着市场的一体化，品牌称谓的相似性稀释了其市场黏性。老字号在保持定力做好传承的同时，如何更新升级打造精品、如何深度开发“原字号”培育壮大“新



资料图片

字号”、如何强化竞争优势实现弯道超越等一系列问题，都需要认真加以审视。这也是如何让老字号实现从“公主”到“丫鬟”角色转变急需解决的问题，同时还要附带消解“皇帝女儿不愁嫁”及“养在深闺人未识”的现实窘境。做强品牌、提升品位是一个企业壮大的必然选择，也是加快自身产品转型升级迭代的重要内涵。围绕着市场的需求变化，在传承中创新、在创新中守正、在守正中超越，是老字号被“重围”后顺利实现“突围”的必由之路。

作为老字号，老去的只是时光和记忆。而产品的工艺、包装、价格及营销策略等却不能老调重弹，相反要与时俱进与当下的生活潮流合拍与当前的消费理念匹配，这其中都包含对大众消费“兴奋点”的

敏锐把握。要抓住人们的审美观念、消费习惯、接受心理，与其产生心理互融情感共振，针对不同需求实行柔性化生产与个性化定制，才能把底蕴转化为持久的生命力和强大的竞争力。如果只是一成不变以逸待劳，那么再深的底蕴也会黯然失色，难免会遭遇“风烛残年”的寂寞。

留住老字号，是历史之托是未来之责。留住了老字号，就是留住了记忆留住了情怀留住了文脉。



坚持守“老” 勇于创新

孙维国

作为独特的地域名片，老字号的保护、传承、创新与发展一直倍受关注。在新时代背景下，老字号如何在激烈的市场竞争中立足发展？面对新机遇新业态如何做到守正创新？如何更有效保护老字号的品牌，扩展品牌优势，提升品牌价值，让老字号发扬光大，做强做大做优，实现高质量发展，是摆在老字号经营者面前的现实命题。

答好这道命题，离不开政策的大力支持，通过政策扶持为老字号“输血”。作为老字号经营者更需苦练内功，通过经营管理、商业模式、技术升级等系统化创新，增强自身“造血”功能。

具体而言，老字号发展既要

坚持守“老”，也要勇于创新。所谓守“老”，就是老字号任何时候都不能丢了品质和诚信，这是老字号品牌得以传承的命脉，越是历史悠久的老字号，越要坚定不移地守护好品质和诚信，不能有一丝一毫、一时一刻的松懈大意。

老字号的品牌美誉度、知名度，是在经年累月的风雨积淀中一点一滴树立起来的。这其中，品质是支撑老字号品牌美誉度、知名度的基石。只有始终坚守品质至上，才能擦亮老字号品牌，使老字号品牌在岁月更替中，始终熠熠生辉。

诚信经营是老字号品牌能够代代相传、屹立不倒的生命。无

论老字号经营什么，不管老字号的模式如何变化，诚信经营都是贯穿其中的“生命线”，不可有一丝一毫的动摇。人们信赖、信任老字号，其实就是信赖、信任老字号品牌的诚信。

在坚持守“老”的同时，老字号也要与时俱进，大胆创新，勇于创新，善于创新，才能紧跟时代步伐，立于市场潮头。这里的创新是系统性的，而非单一层面的创新。从经营模式的与时俱进，到产品改进升级，从品牌形象重塑，到品牌文化内涵提升等，都应大胆创新，坚决摒弃守旧思维。只有不断创新，以变应变，才能让老字号始终充满活力，行稳致远，历久弥新。

紧跟市场 在“新赛道”上再发力

冯新

提起“胡玉美”“麦陇香”，老安庆人定然会涌现出许许多多与之相关的回忆，这些老字号就如同安庆这座城市的烙印一般，融合着安庆人的情感记忆。老字号从历史深处走来，历经岁月洗礼，见证了国民物质生活从贫瘠走向丰盈的过程，温暖了一代又一代人。

老字号的优势在于“老”——老品牌、老技艺、好信誉、好口碑。但老字号的不足，一定程度上也源于“老”——观念老、体制老、经营方式老，面临着空间有限、人才流失、体制不顺等问题。如何让老字号焕发“新”春？近年来，我市老字号企业在传承传统工艺的同时，加大产品研发、市场开发、技术创新，推出不少深受年轻群体喜爱的产品，发展体验式消费等新业态，尝试打通销售新渠道，在新消费浪潮下“破圈”。目前我市已有4家企业被认定为“中华老字号”，15家企业被认定为“安徽老字号”。

老字号拥有世代传承的产品、技艺或服务，具有鲜明的民族传统文化背景和深厚文化底蕴，取得了社会的广泛认同和良好的信誉品牌。历史虽造就了老字号，但老字号也要符合时代的需求，唯有通过传承创新，聚焦新业态、开发新产品、拓宽新零售，在快速更迭的消费趋势中，紧跟市场的主力消费群体，才能历久弥新。为巩固“老”的优势，破解“老”的难题，近日，商务部会同文化和旅游部、市场监管总局、国家文物局、国家知识产权局联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》，这对守住以人民为中心的“根”、传承优秀传统文化的“魂”、借好先进适用技术的“力”、加快创新发展、拓展更大市场、满足更多需求无疑将起到积极的促进作用。

铅华褪尽留本色，大浪淘沙始见金。弘扬老字号文化，就是回归和弘扬真正的商业文化、企业文化、产品文化、诚信文化。在提倡振兴民族品牌的今天，我市的老字号企业理应紧跟市场趋势，对标先进理念，激活老字号品牌资产，促进老字号企业的振兴发展，让老字号在“新赛道”上充满动力、充满活力、充满前进的力量，成为人们心目中永不动摇的品牌。