### 观念陈旧、服务落后、创新不足等因素严重制约企业发展-

# 中华老字号如何迸发新活力

本报记者 吉蕾薰



目前,全国由商务部认定的中华老字号共1128家,多数老字号企业经营情况欠佳,不少老字号甚至处于"僵尸"状态,空有品牌无产品。在全球最具价值品牌100强榜单中,欧美日上榜品牌超过半数,而中国仅有贵州茅台一家上榜。

为了更好地培育和振兴中华老字号品牌,由《参考消息》报社主办,中国品牌建设促进会、中国国际贸易促进委员会、中国证券基金业协会共同支持,同仁堂、全聚德、稻香村等老字号企业联合发起的"中华老字号振兴计划"系列活动启动仪式近日在北京举行。与会专家纷纷表示,老字号企业要进发新活力,必须要把继承传统与勇于创新很好地结合起来,在保持优良传统、产品质量的同时,跟上新形式,积极创新,特别是在创新当中,以市场为导向,不断满足百姓需求,做到精准发力。

### 🧘 反差促成反思

"中华老字号振兴计划"新闻发布会提供的最新信息显示,目前,全国由商务部认定的中华老字号有1128家,只有同仁堂、全聚德、东阿阿胶、稻香村、中茶集团等20%-30%的老字号企业处于不断发展壮大中。除此之外,多数老字号企业经营情况欠佳,10%的企业更是惨淡经营。

"相比国外许多老字号企业,当前 我国老字号企业的发展正处于一种堪 忧的状况。"《参考消息》报社总编辑张 铁柱分析说,国外的老字号企业通过强 强联合、产品创新等途径把百年老店变 成享誉全球的品牌。在连续多年发布 的世界品牌百强榜单中,欧、美、日上榜 品牌超过半数,其中很多都是老字号企 业,"这种鲜明的反差令人深思"。

张铁柱认为,目前我国老字号企业的发展一方面受困于体制和观念滞后,阻碍老字号的改革创新;许多老字号企业因循守旧,体制落后,冗员严重,企业所有者与经营者长期分离,满足于现状,不谋求新发展,缺乏与现代市场经济相适应的管理体系,缺乏创新发展的内在动力。

另一方面,产品和技术陈旧,制约 老字号的价值提升;面对多样化、个性 化的市场需求,一些老字号企业提供的 产品,从品种、工艺到包装几十年都没 有变化,无法适应现代消费者不断变化 的需求,市场逐渐萎缩。

此外,资金短缺、人才流失等问题 也降低了老字号的发展活力;目前,我 国大部分老字号企业规模较小,融资渠 道狭窄,长期以来设施设备、技术手段 都没有更新改进,使得优秀人才大量流 失,社会上的人才又难以引进,导致老 字号企业职工年龄大、文化水平低、创 新能力较差,企业内在发展活力严重缺 乏。"如今,固守'酒香不怕巷子深''独 此一家,别无分店'的传统老字号发展 的观念已经不合时宜,不注重运用自己



独有的老字号文化去塑造品牌、宣传品牌,终究会造成品牌价值和品牌效益逐步减少。"张铁柱说。

#### ₤ 改革带来机遇

近年来,随着老百姓收入水平的提高、互联网经济的发展以及市场开放程度的深入,老百姓的消费行为得到了快速升级。但我国大部分老字号企业仍普遍处在价格竞争阶段,无法提供满足庞大需求的品牌产品,导致消费者纷纷出国血拼、海淘代购。

"当前经济新常态下的供给侧改革给老字号企业的发展带来了新机遇。"国务院发展研究中心原副主任侯云春认为,供给侧结构性改革是当前经济下行压力下的主攻方向,需要各方面加强协同,"首先,企业在把产品从中低端向中高端推进的过程中,要提高标准,严格监管;其次,国家出台一系列减税降费政策措施,可以惠及企业;第三,要打击假冒伪劣,净化经济环境,破除地方保护主义"。

此外,国家鼓励创新,提倡"互联网+",也给老字号企业带来了重要的发展机遇。侯云春说,老字号企业要把继承与创新很好地结合起来,线上线下要相互结合,使老字号在新形势下,更加发扬光大。

"老字号在把握供给侧改革良机的同时,政府部门也必须转变职能,助力老字号振兴。"商务部研究院外资部主任马宇表示,供给侧改革需要转变政府职能,尽可能让市场发挥资源配置的主导性作用,减少政府对市场的不当干预,或对企业的不当管制,政府通过深化改革提供一个良好的制度环境,提供一个更规范、更透明的市场,才能有利于老字号企业的发展。

值得关注的是,最近几年来,随着品牌竞争成为各国经济竞争的焦点,国家开始高度重视老字号发展,大力倡导品牌强国战略。特别是今年5月11日的国务院常务会议,提出了"促进消费品工业增品种、提品质、创名牌,更好满足群众消费升级需求"。关键工作之一,便是推动中华老字号传承升级,支持企业培育新品牌。随后,《开展消费品工业"三品"专项行动若干意见》《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》相继出台,宣布实施"品牌基础建设工程""供给结构升级工程""需求结构升级工程"三项重大工程。

在刚刚结束的 G20 峰会上,作为"国礼"赠予各国嘉宾的《合礼》中,我国放置了杭州老字号"王星记"的折扇、"方回春堂"的精油和"老万年"的丝巾,无不凸显了老字号的价值与地位。这也让一度因为跟不上市场经济发展速度而沉寂的老字号,迎来了重占国内市场和登上国际舞台的机遇。

#### 🚣 创新才有生命

"振兴老字号要依赖创新,并把创新放到振兴老字号工作的首位。"国务院参事室特约研究员姚景源认为,只有发挥工匠精神,在市场竞争中加快创新步伐,才能真正振兴中华老字号。

如今,一部分老字号已经意识到创新的重要性,并在保持优良传统、产品质量的同时,跟上了新形势。中国北京同仁堂(集团)有限责任公司党委副书记陆建国介绍说,过去同仁堂的门店只在北京,"只此一家别无分号",现在门店有2000多家,其中在海外就有100多家。在传统丸散膏丹的基础上,对配方也进行了二次科研,将中药剂型增加到27个,满足了市场的新需求。

东阿阿胶在产品的开发方面也是做足了功课。据东阿阿胶股份有限公司总裁秦玉峰介绍,为了开发新产品,东阿阿胶立足中华文化来创新,比如"桃花姬"阿胶糕,灵感就来自于元曲《秋夜梧桐雨之锦上花》。如今,这款产品的销售额已接近5亿元。

稻香村的创新则不仅仅体现在对 传统食品的改造上,还有销售方式的变 化。稻香村食品集团有限公司董事长 周广军介绍说,稻香村在销售方面实现 了"互联网+",今年的月饼销售旺季,通 过互联网销售的月饼达2亿多元。

姚景源认为,推动老字号积极参与 市场竞争,不仅需要多方共同营造公平的 竞争环境,老字号企业还需在企业文化 上,加强自身品牌建设。近两年来,中国 品牌评价在国际上取得的突破,也给老字 号的振兴在品牌价值方面扫清了障碍。

"品牌评价给企业带来了明显的益处,评价结果有利于企业提升品牌竞争力,这给中华老字号的振兴提供了前所未有的时代机遇。"中国品牌建设促进会理事长刘平均介绍说,此前,国际上的品牌价值评价不分行业、类别,缺乏一定的合理性,按照这个评价机制,中华老字号很难同欧美发达国家的大企业抗衡。

可喜的是,2014年,国际标准化组织(ISO)技术管理局通过决议,决定成立ISO品牌评价技术委员会,秘书处由中国承担。通过实践探索,我国创新地推出了行业分类评价和产品品牌价值评价体系,客观公正地体现了老字号企业的价值,解决了老字号的品牌价值评价难题。为了振兴老字号,刘平均也建议社会各界要增强对老字号品牌的意识,共同关注品牌,培育品牌,保护品牌,宣传品牌,营造品牌发展的良好氛围,从而提升老字号品牌的竞争力。

### //一席 📝

资本最喜欢扎堆,尤其是在"寒冬"季节。往远了说,在出行服务领域,有滴滴、快的、优步掀起的网约车大战;朝近了瞅,仍然是出行服务领域,摩拜、ofo、小鸣、骑呗等一批共享单车玩家,也在资本的簇拥下摩拳擦掌。虽然从"四轮"变成了"两轮",但市场的热闹程度却并未衰减。

我认为,从严格意义上来说共享 单车还不能算共享经济。真正的共享 经济,应该是盘活存量。以单车分时 租赁为例,整合已有的闲置自行车,再 通过相应平台租给有需要的人使用, 才是分享经济。而如今的共享单车, 有的平台是自主研发、自行生产单车 的,这就不是严格的共享经济了。

共享单车为何如此受资本青睐? 因为其拥有巨大的出行入口、利于缓 解城市拥堵,在此基础上,还有绿色环 保等特点。但是,即便如此,也不能 认其有"先天不足",比如受天气因素 影响较大,冬季订单增长放缓;更不能 否认其还有不少槽点,比如用车行为 不规范、抢占城市空间资源、发生事故 时责任认定不清晰等。在上述问题没 有解决前,共享单车被资本引领得有 些"超速"了,急需调整到合适的挡位。

更重要的是,共享单车怎样找到 盈利模式依然是摆在运营方面前的一

道难题。虽说某些共享单车平台将自己定位于商业与公益之间,但若想获得资本方的持续支持,就必须让人看到有朝一日能实现盈利的希望。投资者注资的背后,是对出行刚需的认可,也是对共享单车背后海量用户变现的期待。但是,眼下仅靠那点可怜的租金,怎么算都不太靠谱。拿目前成本最高的摩拜单车来说,第一代车辆的制造成本在3000元左右,即使一天被租用5次、每次一元钱、一年有效租用300天,也需要2年才能回本。况且,这还没有将后期运营和维护成本计算在内。

因此,在仅靠租金难以支撑企业运转的窘境下,不妨将获利点转到广告和针对用户的增值服务上。比如,投放车身广告、APP广告等,杭州市政府公共单车项目的盈利来源就是广告,具有借鉴意义;或者,在租车者累积下来庞大数据的基础上制作骑行地图,在旅游景区和商务区提供引导服务等。当然,最终效果如何,还有待时间和实践检验。

共享单车大戏的序幕已然拉开。这个冬天,各个玩家都会接受"严寒"考验,谁能过了这道"坎儿",谁才能顺利骑向未来。



建立汽车报废〇2〇服务闭环

### 我国首个汽车报废大厅落成

本报讯 记者刘瑾报道:近日,我国首个汽车报废大厅——"报废专家·汽车绿色循环展厅"在北京北辰亚运村汽车交易市场正式落成。

据报废专家创始人赖晓凌介绍,作为北京环交所指定的老旧汽车报废服务平台,报废专家自2015年12月1日网站上线以来,快速搭建起涵盖报废专家官网、报废专家微信服务号、呼叫中心、线下门店及流动面签车等在内的多元服务通道,精耕服务,为车主提供更环保、安全、高效、便捷的汽车报废服务。截止到2016年9月19日,北京通过报废专家全平台回收的报废汽车总数突破1万台。

此次落成的"报废专家·汽车绿色循环展厅",是集汽车科技、汽车文化、汽车报废服务为一体的一站式综合服务平台,其作为报废专家重要的线下服务节点,将与其他服务通道共同组成业内最完善的汽车报废O20服务闭环。多样化的服务通道,结合报废专家首创的全流程线上追踪、24小时定制化上门收车、最短5天急速领取指标等三大创新服务,直击车主报废汽车的最大痛点,让车主彻底摆脱汽车报废的繁琐与风险,告别过去"报废无门"的窘境,有望引领报废汽车回收行业用户体验全面升级,让车主"报废有门"且"报废无痛"。

创新工场作为报废专家的首轮投资方,该公司董事长李 开复表示,报废专家最大的价值在于通过互联网与科技让汽 车报废更高效环保,减少报废车的环境污染,最终回馈于 环境

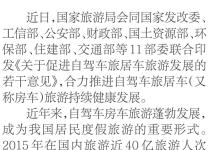
在未来,报废专家将与建设银行、汽车拆解厂、汽车经销商及主机厂等合作伙伴互惠共赢,将报废车主与新车、二手车交易相连接,释放置换价值;与零部件交易平台及拥有零部件循环再造资质的车企建立合作机制,让汽车零部件老有所用。

#### 11部委联合发文推进行业健康发展—

### /服务焦点

# 自驾车房车旅游有望"上路"

本报记者 郑 彬



成为我国居民度假旅游的重要形式。 2015年在国内旅游近40亿旅游人次中,自驾游游客已占到58.5%以上,达到 23.4亿人次。房车旅游发展近两年进入 快车道,每年以85%左右的速度增长。 然而,自驾车房车旅游在我国还是

然而,目驾车房车旅游任找国还是个新生事物,许多配套制度亟待完善。诸如,旅居挂车还不能上牌,上路不合法,影响消费者购买旅居挂车的积极性。各类房车上路收费标准不清晰,房车因为没有严格的座位数,没法简单套用现行的收费标准等。

对于解决我国自驾车房车旅游发展中面临的诸多问题,国家旅游局规划财务司司长彭德成表示,《意见》提出,到2020年,重点建成一批公共服务完善的自驾车旅居车旅游目的地,推出一批精品自驾车旅居车旅游线路,培育一批自



驾游和营地连锁品牌企业,增强旅居车

产品与使用管理技术保障能力,形成网

络化的营地服务体系和完整的自驾车旅

居车旅游产业链条,建成各类自驾车旅

居车营地2000个,初步构建起自驾车

在加强旅居车交通管理上,《意见》允

旅居车旅游产业体系。

近日,首居 丝绸龙会在开幕, 省嘉峪大市开幕, 本次博览关车300 多款。览会上 多款。览会上 大牌览户房车。 一款国产房车。

新华社记者 辛悦卫摄

许安装有符合国家标准牵引装置的小型客车,拖挂重量不超过2.5吨的中置轴旅居挂车上路行驶。同时,原则上将自驾游俱乐部纳入旅行社序列管理,自驾游领航员纳入导游序列管理,开展旅游经营的各类营地纳入景区序列登记管理。

营地用地问题是制约自驾车房车旅

游发展的主要瓶颈之一。为此,《意见》 明确自驾车营地用地政策,自驾车旅居 车营地项目建设应该符合城乡规划,不 得占用基本农田。

国土资源部土地利用司资产处处长 王卫真表示,今后,选址在土地利用总体 规划确定的城镇规划区外的自驾车旅居 车营地,其公共停车场、各功能区之间的 连接道路、商业服务区、车辆设备维修及 医疗服务保障区、废弃物收纳与处理区 等功能区可与农村公益事业合并实施, 依法使用集体建设用地,其自驾车营区、 旅居车营区、商务俱乐部、木屋住宿区、 休闲娱乐区等功能区应优先安排使用存 量建设用地,确需新供的,用途按旅馆用 地管理,宜以招标方式实行长期租赁或 者先租后让;其他功能区使用未利用地 的,在不改变土地用途、不固化地面的前 提下,可按原地类管理。

"选址在土地利用总体规划确定的城镇规划区内的自驾车旅居车营地,全部用地均应依法办理转用、征收、供应手续。已供自驾车旅居车营地项目建设用地不得改变规划确定的土地用途,不得分割转让和转租。"王卫真说。

ANDHRA PRADESH FOREST
DEVELOPMENT CORPORATION LIMITED
(GOVERNMENT OF ANDHRA PRADESH ENTERPRISE)

## 红木销售日期修订公告

销售公告续:2016年11月9日发布在网站http://www.apfdcl.com;http://www.forests.ap.gov.in;http://www.mst-cindia.com;http://mstcecommerce.com以及印度与国际性日报上的红木销售公告修订了销售日期,特此通知如下:批量红木第一次周期拍卖将于2016年12月19日、21日、23日举办,未售出的红木将于2016年12月27日、12月29日、2017年1月3日、1月5日拍卖。修订后的特定条款和相关信息在上述网站和www.indianembassy.org.cn公示。

Sd/

副总裁兼总经理 印度安得拉邦森林发展有限公司