

燃·动 老字号③

谈起老字号,作为历经时光淬炼的商业传奇,其宛如镶嵌在大地脉络中的瑰宝,不仅承载着人们的历史记忆,更以不断的创新与变革精神,为城市的商业活力、文化深度和旅游魅力注入了新的生命力。

海南尽管是中国最年轻的省份,同样有着一大批陪伴一代代海南人成长的老店。

当前,海南正在打造国际旅游消费中心,面对新的消费需求和国内外激烈的市场竞争,有必要、有条件、也有能力培育壮大一批我们自己的“百年老店”,在旅游、文化体育、购物、医疗健康、教育等新消费领域发挥引领作用,进一步延伸消费链条。

海南老字号发展密码是什么?在新消费时代,海南老字号能否弯道超车,引领新国潮?



普莱赞国产生巧克力



大内联升布鞋

# 海南老字号的“道”与“术”

□ 本报记者 陈旻珏

## 紧扣特色文化擦亮老字号招牌

伴随着潮流文化在国内的迅速发酵,越来越多的潮流市集在全国各地举办。众多新生活方式消费体验品牌迅速俘获年轻人的心,新兴品牌和国际品牌的涌入,给老字号带来了前所未有的竞争压力。

在社交平台小红书上,一款名叫普莱赞的国产生巧克力受到追捧。据悉,普莱赞品牌创建于2021年,由海南老字号中国热科院香饮所兴科公司在国内注册。

兴科公司总经理苏宁坦言,普莱赞生巧之所以会爆红,一是踩中人们追求健康向上的时机,二是科研背书。这款生巧根据消费者的反馈,开发出多种口味,如益生菌口味、榴莲口味等,包装时尚精巧,主打高性价比,同时也是当下时尚、健康生活方式的体现。

在产品创新上,除了普莱赞的口味创新,兴科公司还开发了以香草兰为原料的新品牌——国凡驱蚊产品、香草兰茶,新增了芳香体验馆。芳香体验馆每个月有不同的活动主题,吸引了众多时尚女性前去消费。

如何面对竞争、穿越周期,做出具有本地特色产品和服务的老字号,放眼全球,我们有很多案例可以学习。

在日本度假胜地轻井泽,有一家1914年诞生的普通温泉旅馆,其活过了酒店扩张的饱和竞争、活过了外资高端酒店的打压、活过了经济危机,如今活成了日本顶级独家酒店集团——星野集团。

在《星野,如何重新定义度假》一书中提到,星野集团的风雨已经横跨五代酒店人,而在第五代人身上,其通过累积的经验,接收了一家又一家濒临破产的旅馆,将旅馆与当地特色结合起来,有的结合周边生态,有的开拓滑雪板块,每个旅馆都被挖掘出特色。

发展旅馆特色的同时,也细分出五个定位产品线,包括针对都市型、符合年轻人审美、推崇宾至如归、结合传统环境旅游以及针对亲子的舒适型旅馆。

此外,星野还发展“近所地图”,其品牌的酒店会邀请附近社区的优良小店进行联盟,游客跟着这份当地人攻略游玩,既不用怕踩雷,也不用去特别远的地方探店,把人文服务做到了极致。

紧跟消费人群,结合旅游淡旺季和海南的气候、旅游资源特色去更新老字号的品牌形象、服务质量,值得海南老字号参考。

## 一边讲故事 一边卖时尚

海南老字号中不乏手工业老字号,人们普遍认为,手工业老字号因主打手工打造,费时、费力,发展规模在一定程度上受限。

而同样是手工制作,来自北京的中华老字号内联升布鞋,既守住了经典又当上了“网红”。为了开发贴合年轻人时尚审美的联名款产品,又不影响内联升固有的品牌,内联升自2013年就成立了一个副线品牌“大内联升”,十多年来,已经和手游王者荣耀、如懿传、国家宝藏、大鱼海棠、BAPE等知名IP、品牌进行联名合作,引发时尚博主及年轻消费者的抢购。内联升通过巧妙的联名策略,老字号得以在激烈的市场竞争中焕发新的生机与活力。

在广州,一座有着97年历史的老字号电影院——永汉电影院,正在通过电影生活空间的概念打动新一代消费者。与Hi百货的潮玩展览互动;与联合书店举办联名活动;在电影院前台增设特调茶饮任君选择,摒弃常规的汽水,尝试用互动、沉浸式的潮流体验方式击中年轻群体的心。

老字号品牌要想焕发新生,实现持续发展,关键在于深刻洞察并把握消费者的心理。相较于全新品牌,有意思的老字号故事更容易赢得消费者的信任。通过跨界联名,讲述品牌故事的同时紧跟时尚潮流,将消费者对老字号产品品质的认可延伸到新产品上,老字号便能获得成功。

## 老字号既要“怀旧”又要“新意”

根据海南的现实情况,商号或者商标传承不少于二十年即可申报认定,当前共有47家海南老字号。但现实情况是,岛内消费者都不太了解哪些是海南老字号,更不用说游客了。如何让更多人知道老字号,喜欢老字号?

大运河,不仅是中华民族历史变迁与繁荣发展的见证者,也是无数老字号品牌的发源地。今年6月,来自北京、天津、山东、江苏、浙江等省市的知名老字号企业齐聚第四届“船说·大运河老字号”嘉年华。本届活动在嘉兴南湖天地广场设立主形象区,并特别设置了拍照打卡区,精选各行业具有重要影响力的老字号品牌进行展出。

主办方携手老字号企业推出丰富的折扣优惠和赠送促销活动,真正让利于消费者。活动现场还设有老字号体验专区和工作坊,让消费者能够更直观地了解老字号商品。

为了进一步推动老字号的发展,地方商务主管部门、专业机构、新闻媒体、电商平台、专家学者和企业商户需要汇聚力量,共同加大宣传推广力度。一方面,要充分利用“怀旧”元素,讲好老字号的故事,唤起消费者的情感共鸣;另一方面,也要大力开展创新宣传,展现老字号的“新意”,诠释“老号新意”的内涵。让老字号在传承“传统”的同时,也能实现“倚老卖新”“以新扶老”,推动老字号品牌的创新发展。

## 创新为老字号注入新活力

尽管众多传统品牌拥有“老字号”的美誉,但证券导报记者在走访中发现,许多老字号在经营管理、产品创新、供应链建设、品牌推广等方面仍存在诸多问题,发展遭遇瓶颈,而无力转变。

老字号的发展绝不是单打独斗,而是需要电商、金融、传媒、高校、智库等优质资源一起参与进来,为老字号创新发展赋资、赋能、赋智、赋力。

因此,在2023年第三届中华老字号创新发展大会上,商务部发布首批老字号协同创新中心名单,包括理论研究、数字转型、传播推广、金融支持、集聚发展等5个类别。

其中,通过资本的力量去助力,是让老字号破局发展的有效思路之一。

今年4月,商务部流通产业促进中心主办的老字号创新发展工作座谈会上透露,“全国老字号产业投资基金”有望在近期设立。

而在此之前就已经成立的我国第一只老字号产业基金——江苏老字号产业基金将为新基金的建立提供宝贵经验。

江苏是消费大省,也是老字号集聚大省。据了解,在商务部支持下,以江苏老字号产业投资基金创新实践经验为基础,主导设立了“老字号协同创新中心(金融支持)”,以更好地借鉴江苏经验,最终辐射全国。

据了解,该基金将主要投向有品牌影响力的成长期或成熟期优质企业、老字号及关联企业、老字号赋能平台,重点关注农牧食品、调味品、餐饮连锁、中医药等大消费相关行业。为了扩大基金的影响力,江苏老字号产业投资基金执行事务合伙人中新泓创已经向主管部门报告基金工作总结及设立“全国老字号产业投资基金”计划。

未来,“全国老字号产业投资基金”将辐射至全国各地,有望以与政府共同设立子基金的方式在全国各地实施当地老字号品牌孵化。

全国各地老字号发展的“道”与“术”,对海南具有极强的学习和借鉴价值。