

# 平均活了过百年

# 广州国企老字号 亮出秘笈

## 陶陶居 推动广府饮食文化走出去

在最近的广州国企老字号30强榜单中,有着140多年历史的陶陶居以品牌活力指数75.5位居第一名。新年伊始,陶陶居宣布正式进驻网红餐饮城市成都。

在广州陶陶居有限公司董事、总经理刘智泉看来,深化混改、强化文化输出以及跨界创新,是陶陶居保持生命力的“三大法宝”。

“近年来,陶陶居先行先试,通过确立‘大品牌、轻资产、平台化’发展思路,将曾经是低效资产的陶陶居老字号成功激活,快速向全国具有较强影响力的‘餐饮+食品’品牌迈进。”刘智泉介绍,2020年12月,陶陶居完成混合所有制改革,不仅为盘活老字号品牌和提升公司业绩提供了重要支撑,也进一步完善了公司的治理结构、提升核心竞争力。通过上市公司并购

整合、产业赋能和混合所有制改革,陶陶居公司目前整体价值已超过5亿元,近10年增值逾500倍,实现了经营业绩、资产价值特别是品牌价值的快速增长。

老字号要注重跨界和数字化转型。据悉,过去三年陶陶居食品板块业务营收复合增长率逾30%,其中,电商渠道销量每年平均增速逾40%,成为食品板块增速最大的销售渠道之一。

为推动广府饮食文化走出去,早在2015年,陶陶居已率先走出广州,在上海、深圳、厦门、北京等城市布局,现有全国门店34家。“全国布局对于我们的供应链和技术团队都提出了更高的要求,我们还在不断努力中。”刘智泉透露,今年陶陶居还将在北京、上海等中心城市继续落子。



陶陶居进军成都市场,首店开张

## 广州轻工集团 “鲶鱼效应”搅动“一池春水”

广州共有83个市属国企老字号,其中,广州轻工集团拥有的老字号数量最多,达到了24个,旗下鹰金钱罐头、利民服装、双鱼乒乓球、555电池、广氏菠萝啤等极具岭南特色的老字号品牌,伴随一代代广州人成长。

如何带动这些老字号高质量发展?广州轻工集团有限公司副总经理黄兆斌表示,抓住机制体制改革这一核心,在经营机制、人才机制、创新机制上打好“组合拳”。

在经营机制上,“我们把改革的重点放在市场化经营机制的建立上,推进老字号企业建立现代企业制度。”黄兆斌说。

在人才机制上,“我们选择市场化程度最高、竞争最为激烈的鹰金钱公司、三角电器公司等5家老字号,作为集团职业经理人改革试点,引入了一批经过专业领域‘摸爬滚打’、经过市场‘真金火炼’的职业经理人到集团干事创业,同时推进各级企业共65家108人完成任期制与契约化签约,通过

‘鲶鱼效应’真正搅动了人才‘一池春水’。”黄兆斌介绍,2022年,鹰金钱公司营业收入增长26.1%、利润总额增长25.4%;三角电器公司依托资产重组与职业经理人引入的改革“组合拳”,营业收入增长3倍、利润总额增长1倍。

在创新机制上,黄兆斌介绍,企业建立了高效的产品孵化机制,新产品研发周期缩短一半以上,集团平均每年有上百款新产品研发上市,新产品销售收入每年增速增长。

## 珠江钢琴 372项有效专利背后 持续强化核心技术攻关

作为广州知名老字号品牌,今年以来,乐器龙头珠江钢琴同样动作连连。就在2月1日,文化艺术名家金铁霖和马秋华的工作室正式落户珠江钢琴创梦园。

珠江钢琴集团股份有限公司副董事长、总经理肖巍表示:“珠江钢琴创梦园已聚集近百百家音乐文化企业,吸引艺术家叶小刚工作室、金铁霖、马秋华工作室落户园区,引入‘三雕一彩一绣’等一大批非遗项目工作室,打造粤港澳大湾区文化创意创新平台。”

肖巍表示,创新是引领老字号企业发展的核心:“珠江钢琴构建自主创新、智力引进、产学研三

位一体的科创体系,建设了中国乐器行业唯一一家国家级企业技术中心,突出强化核心技术的研发攻关,保持年均研发强度不低于10%。作为行业的龙头企业,牵头修订国家行业标准近200项,拥有有效专利372项,其中发明专利44项,12项科技工作项目获得省部级的科学技术进步奖。”

## 广州产投集团 强化资本赋能 坚持“一品一策”

30强榜单中,餐饮美食老字号共计10家入选。其中,泮溪、大同等多家老字号餐饮由广州产投集团负责品牌运作。

在推动老字号品牌创新发展方面,作为旗下拥有10余个老字号、老品牌的集团公司,广州产投集团成立了老字号品牌运营和投资的载体——广州产

投老字号公司和广州产投老字号基金,搭建了培育孵化、赋能宣传、投资发展的平台。同时,按照“一品一策”推动旗下泮溪楼、泮溪、北园、大同、回民饭店、太平馆、惠如楼7个老字号,以及南园、菜根香、华北饭店、广饮、大三元5个老品牌的全面振兴。

“下一步,广州产投集团将通过实施‘平台运营+基金赋能’的组合拳,在助力产业升级、创新品牌宣传、加强商标保护、引领文化自信等方面进一步主动作为,为振兴老字号贡献力量。”广州产业投资控股集团有限公司党委副书记、董事、工会主席蒋丽红表示。

## 广药集团 “产业+文创+电商”不断破圈

在最近的30强榜单中,广药集团同样收获颇丰。旗下共9家老字号入选榜单。其中,“王老吉”荣获广州国企老字号食品饮料行业品牌第一名;最长寿药厂“陈李济”位居医药健康行业品牌首位。

对此,广州白云山陈李济药厂有限公司总经理孙东分享经验称,要坚持守正创新,擦亮金字招牌。

守正传承方面,目前陈李济的乌鸡白凤丸、壮腰健肾丸、玉屏风袋泡茶等畅销产品,均源自古方。同时,2022年,陈李济成立石洪超劳模和工匠人才创新工作室,由广州市第七批市级非遗传承人石洪超领衔发起,发挥“传帮带”作用,带领青年技术人才成长。

创新方面,据孙东介绍,陈李济将“产业+文创+电商”破

壁结合,聚焦服务人们的健康养生需求,于2015年启动大健康产业建设。依托百年陈皮文化开拓“陈皮+”大健康产业,目前,陈李济建立新会地理标志陈皮基地,推出了“陈皮+茶叶”等养生茶饮和健康零食产品,覆盖糖果等十多个细分品类;同时,实施陈李济陈皮“百城千店”计划,目前已在全国开设100家陈皮养生茶道馆。

近日,中国黄金协会公布最新数据,今年春节到元宵节期间,我国黄金消费同比增长18.2%,呈现出快速回暖的势头。在广州,近期就有市民在广百百货的中国金币专柜一次性购买约40万元的收藏金币。广百顺势新推黄金收兑业务。近年来,年轻人越来越爱买金,近期黄金类小商品如兔小首饰、古法首饰金同样热卖。

## 黄金消费快速回暖 现在的年轻人更爱买金

专家:收藏金币将成为带动黄金消费增长的潜力股

羊城晚报记者 许悦

### 有市民一次性花40万元收藏金币

有了春节和元宵节这两个消费旺季的支撑,近期黄金消费市场一片红火。周生生、周大福、金至尊等品牌均推出了一系列的兔年生肖挂坠、串珠、福牌、龙凤手镯、足金项链等单品,特别是萌萌的兔子造型挂坠大受消费者欢迎,重量只有1克左右,可以搭配手工绳串成手链。

不少品牌负责人均反映,近年来黄金消费最大的特点就是年轻消费者越来越多,以前的人买金更多的是婚嫁消费,看中黄金的增值价值。现在年轻人更多的是看首饰好不好看,特别是对近年来大热的古法金,年轻人的喜爱程度也有点超乎品牌的预期。

据广东省黄金协会副会长兼首席黄金分析师朱志刚介绍,近期的黄金消费,已经从以前想买的“粗放型”消费,变为更加理智的“精打细算型”消费。小件的黄金商品更受顾客欢迎,这对黄金市场来说是个利好消息,因为黄金类小商品销售流转将进一步加快,有助首饰类的连带销售延伸到更大提升。

不仅如此,金价自去年11月以来一路走高,带动收藏品中的生肖金币、熊猫金币同样受欢迎。近期就有市民在广百百货的中国金币专柜一次性购买约40万元的收藏金币。据朱志刚介绍:“去年这名市民在金价上扬的情况下,仍能达成上百万的交易,充分说明收藏金币将会成为带动黄金消费增长的一只潜力股。”

### 广州商场推出黄金收兑业务

在销售回暖的带动下,广百顺势新推黄金收兑业务。记者在广百百货北京路店看到,夹层珠宝商场已新设了一个服务专区,推出了黄金收兑服务,包括全品类黄金类产品的回购、维修、以旧换新等服务。

据介绍,除了北京路的服务点,广百在其他门店也设立回收咨询点,50克以上将会由北京路店派专人到咨询点回收。



柜台黄金饰品 受访者供图



近期黄金消费快速回暖 受访者供图

百年烧鹅、鸡油花雕蒸水晶蟹、鸡仔饼.....

# 广州百道名菜名点名汤名小吃出炉

文/羊城晚报记者 孙琦曼 图/受访者提供

2月7日,2022年广州国际美食节名菜名店发布盛典暨时尚广州·餐饮产业场景数字赋能大会在广州举行。活动现场公布了广州超过100家各具特色的餐饮名店以及100道名菜名点名汤小吃。

记者从会上了解到,本次评选活动吸引了300多家餐饮企业参与竞争评选。来自世界各地的美食齐聚一堂,上百道岭南创新名菜、名点、名汤、名小吃,数十家岭南名店,在专业评审团的严格评选下展现于众。

上榜的名菜包括陶陶居的“百年烧鹅”、南海渔村的“鸡油花雕蒸水晶蟹”、陈记顺和的“手锤牛肉丸”、翅叔港式酒家的“姜油浸生蚝”、名厨轩酒家的“黑醋子姜猪手”等;名点包括中国大酒店的“金鼎鲍鱼酥”、点都德的“金沙海虾红米肠”等;名小吃包括银记肠粉的“传统布拉肠”、御手信的“鸡仔饼”等。



岭南名菜 广州长隆香江酒店·糯米焗罗氏虾

岭南名菜 新越东南亚菜·泰中黑胡椒炒大头虾

岭南名店 广东亚洲国际大酒店云顶阁旋转餐厅出品的生蚝

## 千年商都春节重现烟火气 主要星级酒店入住率同比提高40%

活动中,广州市文化广电旅游局副局长柯显东表示,春节黄金周7天广州市全市共接待市民游客983万人次,同比增长27.6%;旅游业总收入超过68亿元,同比增长25%;外地来穗游客超过312万人次,同比增长42.5%,重现了广州千年商都和现代化大都市的浓浓烟火气。

“能够有如此亮眼的成绩,离不开各位餐饮文旅行业同仁的努力。”柯显东说,在春节期间,广

州各家旅行社推出新的旅游线路,把广府年味融入旅游产品中;各星级酒店、各餐饮企业布设营造浓郁的新春氛围,吸引八方来客。据统计,广州主要星级酒店假日期间平均入住率超过70%,同比提高40%。

“人间烟火处,年味正浓时。”中国烹饪协会特邀副会长、广东省餐饮服务行业协会执行会长谭海城表示,今年,餐饮文旅业迎来了一个与众不同的春节。广州的街头人山人海,商场影院消费持续火热,餐饮业订单满满,文旅市场繁荣兴盛,熟悉的年味在街头巷尾弥漫、发散,重温了久违的“人间烟火”。

谭海城认为,广州的消费,尤其是餐饮消费一直走在全国前列,很多消费新时尚都是从广州兴起并风靡全国。在这样的大环境下,广州从1987年起就坚持举办“广州国际美食节”,让广州市民、各地游客领略何为“食在广州”。

## 餐饮行业数字化转型困境多 专家呼吁行业进行数据共享

近年来,数字经济的快速发展正推动着社会生产方式和大众生活方式深刻变革,中国餐饮业发展也由要素驱动向创新驱动转变,在推动经济增长、优化行业质量、吸纳劳动就业、保障百姓民生和增强生活便利度等方面发挥了更加重要的作用。

然而,餐饮业在数字化转型的路上也面临困境,如行业高成本挤压利润空间,增大商户的经营压力;数字化渗透水平存在差异,行业转型潜力大但竞争激烈等新旧矛盾对餐饮业的高质量发展形成制约。

“对餐饮经营者来说,小数据比大数据更实用好用,也更容易获取。”对此,广东省餐饮服务行业协会秘书长程钢分析,堂食经营数据、小店外卖数据、高端单店数据等收银系统和外卖平台中的信息,都是餐饮经营者容易忽视的

量数据,但只要有效利用,它们就能成为分析并解决餐厅内实际问题的利器。

程钢还列举了多个可视化指标模型,通过对堂食的菜品销量、等位流失,外卖的高峰时段、营收指数等进行精准分析,可为及时调整经营措施、对长尾产品的取舍等提供参考依据。他也呼吁,餐饮业应抛弃价格战内卷,并进行一定程度的数据共享,发挥餐饮数据的更大的行业价值。

中国银联广东分公司市场拓展部经理周嘉裕表示,高质量发展,持续提升内需,提振消费是今年工作重点。加上“食在广州”的底蕴,提供了良好外部环境。不过,餐饮业面临着客流量、经营成本、现金流、食品安全、同业竞争、产品更迭等问题,而应对策略就是资本化、数字化、线上化、零售化。



岭南名点 点都德·金沙海虾红米肠