

如何打破“内外交困”窘境，他山之石或可攻玉 沪上老字号这样“破圈”

国企新观察 老字号

策划：吴江
文/羊城晚报记者 孙琦 孙晶 陈泽云
图源：中国国际消费品博览会组委会

在刚刚结束的第二届中国国际消费品博览会（以下简称“消博会”）上，不少老字号的展位十分热闹。豫园股份的海鸥“潮表”、以岭药业含有清香爆珠的口罩、皇上皇的自热煲仔饭——人们在这里看到了一个个不一样的老字号。

曾经提起国货老字号，大家在脑海中浮现的第一印象，大抵都是“质量优质但略显老派”“不够新潮、产品单一”。如今再看消博会上的上海老字号，关键词已然转变成为“新潮”“跨界”与“破圈”，他山之石或也可以为广州老字号的发展支一招。



豫园股份旗下新品牌“真誉家”展出的展品

创新品牌赋能餐饮老字号

豫园股份所在的上海，拥有着全国最多的老字号品牌，数量远多于地处改革开放前沿的广东。由于历史积淀时间长，上海的老字号保护工作也做得较好。根据上海国企改革“三年行动”的重点，上海将设立老字号专项扶持资金，推进市属老字号品牌赋能平台建设，支持老字号走出省外、国外，参加各种博览会。

除了政策端的扶持以外，上海的老字号企业也有着自己独特的突围探索。随着旧市面的衰落瓦解，部分以老字号为载体的传统文化商业形态也趋于式微，在这样的分水岭面前，老字号亟须通过业务更新迭代或资产重组探索新的发展机会。

以豫园股份为例，作为上海“老八股”之一，2018年完成重大资产重组，通过一、二级市场的联动，收购兼并了众多有稳定现金流的老字号品牌。目前，豫园股份拥有老庙黄金、亚一、松鹤楼、南翔馒头等知名品牌，近20家被投老字号形成了多元有机的品牌矩阵。围绕国潮布局投资，豫园股份旗下企业覆盖了珠宝时尚、文化饮食、酒业、国潮腕表、美丽健康、复合功能地产等诸多业务板块。

除了海鸥表以外，豫园文化饮食集团旗下创新品牌真誉家也在本届消博会上带来了其创新研发的老字号联名系列产品：松鹤楼焖肉面、大排面、上海老饭店的海派、本帮风味预制菜等。

如何通过创新品牌赋能，让老字号餐饮走上更多的百姓餐桌？上海老字号能为拥有“食在花都”名片的广州支上一招——据该品牌工作人员介绍，该品牌选取多家豫园旗下老字号餐饮品牌的核心产品，如松鹤楼的苏式面、上海老饭店和德兴菜馆的本帮菜、绿波廊的海派菜肴等进行预包装食品化研发，制成消费者在家就能快速、便捷品尝到的老字号风味美食产品。这一创新产品也顺应了当下年轻人因生活节奏加快而产生的新消费需求，进一步推动老字号的现代化发展，延展了品牌生命力的内核。

回看同样拥有许多老字号餐饮的广州，广州市国资委也于去年支持设立了广州老字号投资控股有限公司，将莲香楼、北园、大同酒家等多个老字号餐饮品牌纳入麾下统一管理，探索老字号“一品一策”的发展道路。

在尝试进行品牌统一管理后，上述几个广州餐饮老字号均有新动向：莲香楼新店落于广州开发区，北园筹备试水预制菜，大同酒家连开新店客满盈门……

虽然成功例子在前，但事实上，目前广州仍有许多餐饮老字号经营困难，甚至有不少已经停业，空留名号在世。

从消博会上这些历久弥新，甚至重新融入时代大潮的老字号们身上，我们或许能够得到一些启示：像豫园股份这样通过一、二级市场联动助力老字号突围的方式也好，国资入手重新擦亮老字号品牌也罢，都是从内忧和外患两方面入手，为老字号破局提供助力。

从国货老字号到引领新国潮

随着时代更迭，人们的物质需求、精神需求不断更迭，广州国货老字号应该如何吸睛？新消费潮流之下，广州老字号如何能够打破区域性的限制，走向全国、走向国际，甚至在国际消费上占得一席之地？对于这些问题，上海老字号的实践或许可以给出一些答案。

借着国潮的东风，上海老字号“飞”回了大市场。海鸥手表、老庙黄金、老凤祥珠宝等上海老字号在近年来不断继承原有的老传统、老技艺，同时积极迎合新生代消费者的喜好，从产品的外观设计、商业模式、联名创新等方式入手，努力融入新市场，焕发新的生机。

海鸥表诞生于1955年，成了中国钟表行业的领军企业，后面面临着转型困境。2019年年底，上海豫园股份通过旗下汉辰表业集团有限公司参与天津海鸥表业集团有限公司增资扩股项目。交易完成后，汉辰表业持有海鸥表业65%的股权，成为其控股股东。此后，汉辰表业实现对“上海表”和“海鸥表”两个国民腕表品牌的控股。

今年消博会上，海鸥就带来了与王者荣耀联名的联名潮表，成了展出一众国货中备受关注的“宠儿”。

此番与经典手游的合作，正是选择经典手游这一当下年轻人更喜爱、更易理解的“语言方式”，将东方经典的美学文化、中国精密制造技术与当下时尚潮流的生活方式三者黏合在一起。”

海鸥表相关负责人表示，通过结合合于突破、永不屈服的中国优秀民族精神与文化价值理念，老字号在当代年轻消费群体中也有

了更强烈的共鸣。

作为老字号，老凤祥拥有完整的产业链、多元化的产品线，但其创新不仅仅局限于传承基础上对现当代国内元素的借鉴与融合，还借鉴了国外元素。今年的“六一”儿童节，老凤祥还推出了迪士尼系列产品，将迪士尼元素融入传统的金铃铛等作品中，吸引小朋友、小朋友的“童”心。

管中窥豹，不管是海鸥表还是老凤祥，近年来都在积极主动地向外探索。对老字号来说，想要重新“飞”进市场主流，就要与年轻和潮流保持着深层互动，在品牌焕新的同时，从跟随潮流走向引领潮流，完成国货到国潮的转变。

管中窥豹，不管是海鸥表还是老凤祥，近年来都在积极主动地向外探索。对老字号来说，想要重新“飞”进市场主流，就要与年轻和潮流保持着深层互动，在品牌焕新的同时，从跟随潮流走向引领潮流，完成国货到国潮的转变。

上投摩根慧享成长混合型 基金发行

近期，在二季度引领A股强势复苏的成长赛道出现分化，引发市场对其后市走向的思辨。在上投摩根基金看来，短期波动实难预测，但长期向上趋势仍未改变。借鉴海外资本市场经验，科技、医药、消费等领域仍值得以中长期视

角布局。据悉，上投摩根基金8月8日推出上投摩根慧享成长混合型混合基金，以期助力投资者把握成长赛道结构性机遇。投资者可通过招商银行、中信证券等各大银行、券商代销渠道，上投摩根直销中心及官方网站进行认购。

(杨广)

平安少儿守护加护保险产品计划

重疾保障有加护 平安无事可领钱

功能全

120种重疾保障⁸
可灵活附加轻症及轻症豁免

满期领

可选择40/50/60/65/70/75/80岁
领取满期金，领取满期金⁵后
重疾身故责任持续享有⁶

加倍保

30岁前重疾额外给付
50%/60%基本保额³
18岁至满期⁴前意外身故
额外给付50%基本保额

享服务

享有臻享RUN服务
可享受在线问诊、门诊预约协助
及陪诊、重疾专案管理等服务



注：1、少儿守护百分百加护保险产品计划含平安少儿守护百分百加护两全保险、平安附加少儿守护加护提前给付重大疾病保险/平安附加少儿守护提前给付重大疾病保险、平安附加轻症100%豁免保险费医疗保险，本计划中的附加险均为可选附加，您可根据实际保障需求与经济承受能力合理规划选择保险产品计划，如附加险不符合需求，您也可选择单独购买本产品计划中的主险；若单独投保少儿守护加护，责任详见条款；
2、主险满期时被保险人仍生存且未发生合同约定的重大疾病可领取一笔满期金；
3、少儿守护加护保险产品计划包含重疾身故责任，在特定期限有额外重疾及意外身故责任，加护对应重疾额外50%基本保额，倍护对应重疾额外60%基本保额；
4、满期指主险保险期；
5、满期金至主险满期时被保险人仍生存且未发生合同约定的重大疾病可领取少儿守护加护保险产品计划的主险和附加重疾（少儿

加护或少儿倍护疾）的保费之和；
6、重疾金与身故金不可兼得，被保险人于18周岁保单周年日前身故，按主险及少儿加护或少儿倍护疾年交保险费之和X已交费年期给付身故保险金；被保险人于18周岁保单周年日后主险满期前身故，按身故时主险的基本保额、或主险及少儿加护或少儿倍护疾现金价值之和两者取大给付；主险保险期满后身故，按身故时少儿加护或少儿倍护疾的基本保额、现金价值取大给付；
7、平安臻享RUN健康服务计划所涉服务由平安健康互联网股份有限公司、平安医疗科技有限公司及平安国际智慧城市科技股份有限公司提供。中国平安人寿保险股份有限公司保留对服务内容、服务提供对象、服务提供规则的调整权利；服务提供对象：限指定产品的被保险人，服务详情、服务使用规则等详见服务手册；
8、重疾保障由少儿加护或少儿倍护疾提供。

中国平安人寿保险

95511 pingan.cn

中国平安人寿保险股份有限公司广东分公司
广东省广州市天河体育东路160号平安大厦18楼、20-26楼

中国平安 PINGAN

专业·价值

专业 让生活更简单