

铸“金字招牌” 创“百年老店”

——2023开年老字号企业新观察

□新华社记者

2月4日,立春,山东青岛。具有百年历史的台东路步行街上人头攒动,展示着一个个老字号品牌。由商务部主办的2023年“老字号嘉年华”活动在此启动。

每逢时令佳节,逛老字号店铺,品老字号美食,看老字号手艺……对很多人来说,一家家承载着历史积淀的“中华老字号”就是记忆中一抹熟悉的味道,一丝难忘的乡愁,饱含着浓浓的家国情怀与时代记忆。

百年沧桑,金字招牌。连日来,新华社记者深入全国多地老字号企业采访调研,触摸新时代新征程上老字号企业发展新脉搏,探寻未来发展新动向。

历久弥新:百年老字号展现新气象

新春佳节,一家家老字号,让年味更浓,人气更旺。

早晨8点刚过,北京稻香村“零号店”门口已排起七八米长队。店里新上的“福兔献瑞”系列兔年糕点,手工鲜做、门店现烤,来晚了就没有了。“销售的火爆程度超乎我们预计,今年开年以来整体销售额同比增长了近40%,已经恢复到2019年的水平。”北京稻香村副总经理俞大治说。

地道京味儿,年味儿,离不开炸酱面中的黄酱,涮羊肉时嚼的几瓣糖蒜,吃饺子时蘸的一点醋,喝稀粥时的那一碟咸菜丝……许多讲究的北京人,慕名而来的外地人,直奔百年风味老店六必居。开年以来,北京六必居所有门店销售额同比增长约38%。

一张照片,纪念团圆,传承记忆。从小就在大北照相馆照相的宫先生也带着自己的孩子前来拍照。“家里有这个传统,也想给孩子留下美好的回忆。”开年以来,大北照相门市日均客流量2643人次,销售同比增加45%,日均客流量同比增加37%,客流量最大时要排队3个小时。

2023年开年,随着疫情防控转入新阶段,一家家历经岁月洗礼的老字号企业也焕发新颜,以其浓厚的传统文化增添了节庆仪式感,成为消费新亮点。

目前,我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家。其中有701家中华老字号创立至今超过100年。

据商务部监测,我国85%以上的中华老字号企业处于盈利状态,即便是近几年受疫情影响,仍有70%以上的企业保持盈利;2022年,近35%的老字号企

业年销售额超过1亿元,突破1000万元的占7成以上。

上海老字号国货“大白兔”成为热销年货;福州百年老店聚春园通过电商将美味销往各地;广州老字号数字博物馆迎来大批消费者打卡购物……全国各地,线上线下,大批老字号热度攀升,展现出历久弥新的生机活力。

兔年春节假期,京东平台“老字号”相关词搜索上升120%;去年“618”购物活动期间,百雀羚等老字号品牌多个单品在拼多多销量同比增长超400%;“双11”购物节,京东、淘宝等平台多个老字号品牌成交额大幅增长……

党的二十大报告提出,增强消费对经济发展的基础性作用。去年底召开的中央经济工作会议部署,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》提出,“打造中国品牌,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

商务部部长王文涛在2023年“老字号嘉年华”启动仪式上的视频致辞中说,要以此次活动为起点,统筹线上线下、全年持续推进,以更高品质的商品供给,更加新颖的消费场景,让群众在品味老字号的过程中,拥有更多获得感、幸福感。

守正创新:老字号融入新国潮

走进有着“中国布鞋第一家”之称的内联升总店,“玉兔迎新”生肖彩绘鞋、“卯足”国潮男鞋十分吸睛;喝一杯“大内·宫保”咖啡,再逛一逛非遗博物馆,以全新方式打开百年老字号的传奇故事。

北京民间流传:“头顶马聚源,脚踩内联升,身穿瑞蚨祥,腰缠四大恒。”始创于1853年、以做千层底朝靴起家的老字号品牌内联升,如今也在传承与创新中融入新国潮。

“希望打破年轻人对于内联升人老、店老、产品老的刻板印象。”内联升鞋业有限公司总经理程旭说。

商务部副部长盛秋平说,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”,可能存在观念老化、机制老化等问题,特别是在年轻群体中的接受程度不够高,难以满足当前消费升级和时代发展需要。唯有守正创新发展,才是老字号的出路所在。

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”,越来越多的老字号巩固“老”的

传统优势,顺应“新”的时代潮流。

引入“90后”海归设计师、推出针对“95后”“00后”的潮流副线大内联升、与国际知名潮牌合作联名款、推出潮鞋快闪店……近年来,内联升主动将目光投向年轻人,努力探索“从朝靴到潮鞋”的时尚化转型。

样式再“潮”,也离不开一针一线的扎实针脚。2008年,“内联升千层底布鞋制作技艺”被列入国家级非物质文化遗产名录。“近40种工具,90多道工序,光是纳鞋底,就要花费一个熟练工人3天的时间。”内联升第四代传承人的徒弟蔡文科师傅说,目前机纳技术还远达不到人工技艺水平。

文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓明说,正是这些世代相传的传统技艺、工匠精神和诚信理念,成为老字号企业不断适应时代发展、历久弥新的重要因素。

走进位于山东聊城东阿县的东阿阿胶产业园,工厂车间处处是科技元素,5G和大数据等技术助力生产工艺及营销模式持续升级,过去九天九夜的制胶流程在这里提升了30多倍。预计2022年企业盈利比上年同期增长73%至84%。

天津达仁堂积极探索科研数字化,将临床记录“痕迹”转化为大数据,为学术研究提供支撑;浙江西泠印社联名《三体》推出多款新奇有趣产品;北京东来顺通过盒马鲜生渠道销售联名水饺,利用直播平台“达人探店”拉动销售……

盛秋平说,老字号的创新应当是传承弘扬中华优秀传统文化的创新,是对标先进理念、顺应市场机制的创新,是符合企业长期规划、取得市场普遍认同的创新。只有定群众认同、市场认可的“调子”,才能找到守正创新的“路子”,实现长期发展。

强化品牌:培育壮大“百年老店”

“很多外国人不会说中文,也能说出片仔癀三个字。”片仔癀药业股份有限公司董事长林伟奇说。

开年以来,位于福建漳州的片仔癀生产车间加班加点,一批批产品陆续销往印度尼西亚、泰国、新加坡等海外多个国家。仅元月上旬,产品销量就达去年全年的十分之一。

福建漳州方言把热毒肿痛统称为“痲”,因一片即可退痲,故名“片仔癀”。作为国家级非物质文化遗产,片仔癀已走过近500年历史,以其独特的配方和疗效,受到海内外消费者的青睐。

老字号在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用,具有极大的品牌价值开拓空间。

盛秋平说,从国际上看,重视对老字号的保护支持是普遍做法,日本仅2022年就向年轻人,努力探索“从朝靴到潮鞋”的时尚化转型。

推动老字号优秀传统文化融入当代生活,弘扬当代价值——

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》。从历史文化深厚、经营管理规范、创新发展能力三个方面突出“优中选优”“动态管理”,设计量化的认定指标,把真正的好品牌找出来。

国家文物局文物古迹司司长邓超说,要通过加强老字号文物的保护利用、活态传承,让老字号文物活起来,让人民群众真正能在原址原境品味中华老字号的原汁原味。

支持老字号在创新发展中打造更加硬核的质量品牌——

如今,上海老字号凤凰也在海内外迎来新飞跃。其生产的锂电助力自行车远销欧美日发达国家,售价是传统自行车的十倍乃至数十倍。

上海凤凰自行车有限公司品牌总监徐力说,2019年以来,凤凰研发发现锂电助力自行车市场不断增长,于是加大从研发、生产到销售投入力度,组建高标准锂电研发中心和检测中心,获得不少专利。

引领老字号以高品质产品提升信誉度,满足人民美好生活需要——

质量是品牌的生命。近年来,中华老字号企业整体发展势头良好,但也有个别企业出现质量和品牌下滑现象,甚至被诟病“倚老卖老”,一定程度折射出一些老字号企业重营销轻品质、重规模轻口碑、重短期轻长远等问题。

“老字号好不好,必须由人民说了算。”商务部流通发展司副司长李刚说,商务部将会同各部门多措并举,及时跟踪老字号企业市场表现,引导规范经营,鼓励创新发展,帮助更多人民真正喜爱、经过市场检验的好品牌培育壮大为“百年老店”。

(记者 谢希瑶 王雨萧 魏弘毅 张昕怡 袁敏 吴剑锋 周蕊)
(新华社北京2月4日电)

国资委等13个部门发文支持 国企办医疗机构高质量发展

新华社北京2月4日电 为进一步推动国有企业办医疗机构高质量发展,国务院国资委等13个部门制定了《支持国有企业办医疗机构高质量发展工作方案》。国资委网站日前对外发布了这一方案。

近年来,为落实党中央、国务院决策部署,国有企业在通过资源整合、重组改制等方式不断深化改革的同时,保留了部分医疗机构。发展壮大以医疗健康为主业的国有企业办医疗机构,形成与政府办医疗机构等相互促进、共同发展的健康保障格局具有重要意义。

此次方案所指的国有企业办医疗机构是指国有独资、全资或国有控股企业实际控制的非营利性医疗机构。

在加强国有企业办医疗机构的统

筹规划方面,方案明确将国有企业办医疗机构纳入区域卫生规划和医疗机构设置规划,纳入分级诊疗和医疗急救体系,并按照自愿申请、多方评估、协商签约的原则,将符合条件的国有企业办医疗机构纳入医保定点范围。

方案明确,国有企业对举办的医疗卫生机构按照现行体制和相关领域改革要求落实经费保障责任。同时,方案提出,要落实政府支持公共卫生服务政策。

此外,方案还在提升国有企业办医疗机构学科建设能力、解决主体资格及产权归属问题、鼓励国有企业创新办医模式、完善现代医院管理制度以及健全保障措施等方面提出了明确的要求和工作部署。



冰上龙舟迎元宵

2月4日,参赛队伍在竞赛中。当日,吉林省吉林市在江滨公园举办冰上龙舟公开赛,来自各地的龙舟爱好者齐聚于此,竞速角逐,喜迎元宵佳节。

新华社记者 颜麟蕴 摄

全力营造市场化、法治化、国际化一流营商环境

■上接第1版 积极搭建人才引进和用工平台,助力企业解决招聘用工难题。深化商事制度改革。积极推进企业登记全生命周期便利化。加强电子印章、电子营业执照在一网通办中的应用。深化“证照分离”改革,完善改革事项清单动态管理机制。拓宽融资渠道。进一步健全和完善政府性融资担保体系建设,支持金融机构开发更多纯信用的普惠金融产品。持续整治政府失信行为。对政务失信行为进行投诉举报。积极推动政府守信践诺。严格依法依规开展招商引资、政府采购、招标投标等工作,严格履行各项约定义务,杜绝“新官不理旧账”等现象。

服务线上线下统一、服务标准统一。持续提升政务服务水平。进一步推进不动产登记便民利民改革,全面推行“交房即发证”,拓展“互联网+不动产登记”服务种类,完善线上缴纳税费功能。进一步加强办税服务大厅标准化建设,优化增值税留抵退税流程,压缩增值税留抵退税时间,多措并举提升企业纳税服务水平。加快推动数据共享互通。大力推进“一网通办、一证通办、跨省通办”,持续完善数据资源目录,建立高效的数据共享协调机制。优化“跨省通办”业务模式,探索建立“双随机+信用监管”模式。全力提升12345热线服务质量。提高转办效率,压实承办部门责任,强化反馈回访,切实提升诉求办理质量,以响应率、解决率、满意率为核心内容,对盟市、部门工作进行考评,推动工作水平提升。

体育元素热闹了元宵佳节

■上接第1版 前来参与的市民首先在冰场大厅体验亲手制作灯笼,随后在教练人员的指导下穿着护具、冰鞋等,大家一起进行冰上小火车、冰上分队射门小比拼等游戏。

“冰上九曲阵”人气颇高,大人小孩兴高采烈地上冰转“九曲”,祝愿四季平安。呼和浩特市全民健身服务中心副主任于首森说:“东河冰场在2022年最后一天试运营,并在1月13日起正式运营,不仅入场免费,各个冰雪项目都是最低收费。从正月初三到现在,每天接待2至3万人次。”

2月3日,由呼和浩特市文化旅游广电局、呼和浩特市体育局主办的“多彩青城·畅玩新春”2023年呼和浩特东河冰上嘉年华在劳动公园正式开幕。占地10余万平方米的东河冰场上,市民可以体验雪圈、雪地摩托、雪地坦克、冰车、冰球等趣味冰雪运动,首次亮相的

元宵满满的全民健身活动开启了健康过节新习俗,时尚新型体育活动为传统节日注入新鲜元素,成为元宵节一道独特的风景。



内蒙古卓资县:化工企业节后生产运输忙

2月4日,在卓资县一家化工企业聚丙烯车间,工作人员驾驶叉车搬运产品。新春伊始,位于内蒙古乌兰察布市卓资县的化工企业生产线一派繁忙。企业开足马力赶订单,加紧运输化工产品,力争“开门红”。

新华社记者 贝赫 摄

我国启动2023年“老字号嘉年华”活动力促消费

新华社青岛2月4日电 (记者王凯 谢希瑶)4日立春之际,全国迎春消费季——2023“老字号嘉年华”暨“惠享山东消费季”在山东青岛启动,释放力促消费暖意。

党的二十大报告提出,增强消费对经济发展的基础性作用。去年底召开的中央经济工作会议部署,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》提出,打造中国品牌,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌。

商务部部长王文涛在启动仪式上通过视频致辞表示,全面启动2023年“老字号嘉年华”,就是要以此次活动为起点,统筹线上线下、全年持续推进,以更高品质的商品供

给、更加新颖的消费场景,让群众在品味老字号的过程中,拥有更多获得感、幸福感。

商务部流通发展司副司长李刚介绍,今年商务部将2023年“老字号嘉年华”作为全国迎春消费季的重要内容,将围绕节日消费、掌门人直播、老字号探店三大主题,统筹谋划28场全国性重点活动,指导各地聚焦重要节点,推出百余场特色活动,为消费者献上一场线上线下结合、贯穿全年的消费和文化盛宴。

自2020年以来,“老字号嘉年华”已连续举办三届,累计带动相关领域消费近400亿元。本次活动由商务部、山东省政府主办,山东省商务厅、青岛市政府承办。

两岸同胞在厦门闹元宵

新华社厦门2月4日电 (记者付敏)4日傍晚,厦门市湖里区联发华美空间文创园张灯结彩。两岸元宵系列活动在此启幕,两岸同胞欢聚一堂,在丰富的活动中欢度元宵佳节。

在联发华美空间入口处,两岸同胞将对兔年的美好期许写在灯笼上,挂上许愿墙。

“两岸和平,春暖花开,团团圆圆。”厦门市台协协会会长韩莹莹在灯笼上写上自己的期许。他表示,在厦门33年,早已将这里当作自己的“第二故乡”,“我将尽己所能,帮助在厦门的台企更好发展,也热烈欢迎更多的同胞到厦门创业就业”。

两岸婚姻代表、台青周姿琦也在灯笼上许下愿望,期望家庭和和美美。活动现场,她还与丈夫李鹏飞一同演唱了歌曲《同说新年好》。

主办方厦门联发商置有限公司特意制作了200多条灯谜,其中有不少是关于闽台文化的内容。

“我从小就喜欢猜灯谜。”台青罗鼎钧告诉记者,“猜灯谜是中华民族独有的传统民俗活动,启迪智慧的同时又有浓浓的节日气氛。”

活动现场,主办方携手中国邮政举办的明信片邮政快闪,积聚了最多人气。参与者可以自己设计,将自己喜爱的画面定格在明信片上,并现场打印。明信片不仅可以寄给在台湾的亲友,也可以慢慢,把希望和梦想送给未来的自己。

台湾青年金子峰将自己的全家福作为封面,寄给在台湾的姐姐。2014年就在厦门创业的金子峰说:“我希望两岸之间的往来更加便捷,有越来越多的同胞到厦门、到大陆。”



立春时节农事忙

2月4日,安徽省蒙城县板桥集镇农民利用马铃薯播种机播种早茬马铃薯(无人机照片)。立春时节,各地农民抓住节令翻整田地,播种施肥,积极开展春耕生产,田间地头呈现人勤春早的忙碌景象。

新华社发