

論道

# 品牌跨界如何赋能老字号振兴

■ 胡晓鹏 闫金

近日,茅台品牌频频发出联名信号,国酒元素不断与咖啡、巧克力等深受年轻人钟爱的现代时尚品相结合,引起市场强烈反响,一时之间消费者争相购买普香咖啡、酒心巧克力。于是,传统产品的现代化和老年商品的年轻化,俨然成为一股时尚潮流。虽然茅台跨界前景还有待观察,但品牌跨界却值得老字号发展借鉴。

## 老字号振兴迫在眉睫

老字号是凝结历史文化、百姓记忆、城市精神和产业传承的城市符号,也是城市重要文化遗产和宝贵经济资源的象征。如果我们把品牌本质简化为群体记忆的象征,那么老字号就是经历岁月洗礼、时间沉淀、人心凝聚的记忆载体。但是,“老”是世代传承,“老”也是刻板守旧。在新消费观念之下,“老字号”如何焕发新活力,让情怀与口碑同频共振,与新一代消费者一道成长?

今年2月份,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》,推动老字号创新发展,促进品牌消费。针对老字号的发展困境,振兴老字号应从以下三方面着力:一是坚持企业创新,在经营模式和管理机制方面避免过分强调“继承传统”,努力接轨现代化的企业管理理念和管理技术。二是讲好品牌故事。每个老字号品牌都有着自己独特的故事和传统,要将这些故事与品牌形象和青年人的价值观相结合,向消费者有效传递品牌的独特性和吸引力,实现品牌和消费者年龄一道成长的目标。三是搭上数字经济快车,用数字化赋能老字号品牌。在当前数字经济时代里,注意力资本生产积累的速度大大加快,老字号虽有一批忠实消费者,也要拓展推广渠道和合作伙伴,避免品牌注意力的折旧速度不断加快。

## 品牌跨界助力老字号重获新生

具体而言,品牌跨界或许能够为老字号振兴提供一些借鉴。即通过老字号与新品牌、新产品、新技术的跨界融合,可以让老字号融入更多的时尚元素,也可以拓宽与老字号关联的跨界新产品的范围和种类,并赋予老字号更

“老字号因品牌跨界而重获新生。一是与现代企业结合的品牌跨界,能提高老字号经营管理的现代化水平;二是与时尚新产品结合的品牌跨界,可以改变老字号传统、保守的品牌形象;三是与数字经济流量思维结合的品牌跨界,可以挖掘并丰富老字号故事,深化年轻一代的老字号记忆。”

▲中秋期间,一大文创和老大房推出的鲜肉月饼。本报记者 袁婧摄



具吸引力的现代故事。在我们看来,通过品牌跨界可以对老字号企业进行一番现代化改造,老字号将因品牌跨界而重获新生。

一是与现代企业结合的品牌跨界,能提高老字号经营管理的现代化水平。北京同仁堂、东来顺等老字号之所以能够快速复兴,关键在于它们引入了更加先进的经营合作者和更具现代化的管理方式。如果老字号不进行产权制度改革和经营模式转换,小富即安,作坊式的经营模式迟早会被市场无情淘汰。因此,通过品牌跨界,能够为老字号引入战略合作伙伴,为老字号引入现代企业制度并导入现代经营理念。

二是与时尚新产品结合的品牌跨界,可以改变老字号传统、保守的品牌形象。东阿阿胶与奈雪茶联合开发了一种新产品,这是一个老字号和一个新茶饮的品牌跨界案例。实际上,老字号的优势在于“老”,老品牌、老技艺意味着好信誉、好口碑。但作坊式生产经营模式束缚了老字号的发展,也难以适应当前追求新奇求特的年轻人消费偏好。因此,老字号与时尚产品的品牌联姻,特别是和深受年轻人喜爱的文创以及动漫等现代产品的结合,不仅可以把老字号的市场影响力和忠诚客户群体赋能给新产品和新品牌,而且还可以让老字号品牌年轻化,彻底改变老字号过于传统、保守的刻板印象。

三是与数字经济流量思维结合的

品牌跨界,可以挖掘并丰富老字号故事,深化年轻一代的老字号记忆。每个老字号品牌都有自己的故事和传统,然而,随着曾经一代人的逝去,老的故事渐渐被遗忘或者不再能够俘获新一代人的心。故事当然要讲下去,但更要深入新一代人实际生活,把故事讲得更加生动。因此,如果想要老字号和消费者一道成长,就必须运用数字经济流量思维,开发出符合现代年轻消费者偏好的、有实际产品支撑的故事内容。比如,老字号企业和知名电商相结合,可以用数字化技术手段重新演绎传统故事,以一种引人入胜的方式呈现给年轻一代的消费者,让他们产生情感共鸣并与对老字号的品牌记忆建立联系。

## “有形之手”如何作为

近年来,“国潮”“国风”兴起,老字号发展创新不断迎来政策利好。进一步破除体制机制障碍,更好地推动老字号品牌跨界,让更多老字号守住传统经典,也当得了“网红”,仍需要政府的有形之手大力扶持。

第一,要维护好老字号品牌价值。老字号是国民记忆,各级部门需

要高度重视并支持老字号的品牌跨界,为此,首要的任务就是维护好老字号品牌价值不流失。比如,很多店铺型老字号的商铺产权和运营都相对比较分散,运营产品重合度比较高、周边配套环境比较差,这种情况下不能期望老字号自己就可以突破困境。如果政府置之不理,老字号品牌价值将迅速折旧。因此,相关部门应考虑牵头对商铺经营权开展回购,既要推动商业街区的集团化运营,又要做好与老字号相关“吃住行游购娱”等业态配套布局的完善。

第二,要做好老字号的品牌确权。在法律层面上,由于老字号是以字号为基础,涵盖商标、有一定影响的商品名称、包装、装潢、商业秘密及域名等知识产权权利在内的混合性知识产权,所以老字号的商标权、字号权等商业标识权利归属非常复杂。加上历史上创始人、传承人和继承人等多主体交叉使用的性质,导致品牌相关纠纷不断。如果不能做好老字号品牌确权,就不可能顺畅推动品牌跨界。为此,政府需要介入老字号品牌确权工作,通过明晰商标权、字号权等知识产权归属,为老字号品牌跨界开辟一条通途。

第三,要加大品牌经营人才培育。推动老字号品牌跨界,没有固定模式可循,需要专业人员根据特定老字号的品牌价值、行业属性、主导

客户和所在地区等因素进行综合设计,进而提供具体方案。很显然,拥有优良职业道德、高水平专业能力和长期战略眼光的品牌策划师就显得非常重要。正是因为品牌策划师的重要程度和要求很高,这就需要政府相关部门通过探索与专业院校、科研院所、市场机构等共同建立品牌专业人员的联合培养和发现机制,经考核认证后储备一批高质量的品牌策划师。

第四,要加大品牌跨界激励扶持。政府应进一步加大对老字号品牌跨界的扶持力度,提供更多优惠政策和激励措施,激发企业之间的品牌跨界,促进老字号与现代企业的创新和融合。此外,政府也需要大力加强老字号企业之间的合作和交流,促进资源共享和经验互补,实现优势互补,在合作中取得更大的发展。

习近平总书记指出:“品牌是信誉的凝结。一个品牌一旦在老百姓心目中确立起来,就可以成为质量的象征、安全的象征,老百姓就会放心购买和消费。”老字号就是信誉的象征,理应在新时代里更加熠熠生辉。我们坚信,随着品牌跨界的有序推行以及政策的积极支持,老字号必将重获新生,在促使人民追求美好生活的过程中凝练出老字号品牌的美好记忆。”

(作者单位:上海社会科学院世界经济研究所)

## 支持中小企业发展 融资应“双管齐下”

李湛 金岳成

党的二十大报告明确提出要支持中小微企业发展。为深入贯彻落实党的二十大精神,落实国务院关于助力中小微企业纾困解难实现高质量发展的工作部署,上海市印发了《上海市助力中小微企业稳增长调结构强能力若干措施》,聚焦中小企业最为关心的六个方面发展问题提出28条具体措施。目前来看,上海市中小企业市场性融资和政府性融资渠道比较健全和便捷。另一方面,中小企业发展具有社会效益属性,公益性融资安排应获重视。

### 中小企业发展的社会效益属性

中小企业发展的社会效益属性主要体现在以下几点:一是创造就业机会。中小企业是经济生活中创造就业机会最多的企业形式,尤其是在新兴产业领域。中小企业创新能力强,能够快速推进业务领域开拓市场,对于任何一个国家经济发展都非常重要。二是实现社会公平。政府给予中小企业补贴和优惠政策,这往往更有利于社会底层和弱势群体的创业和发展。四是推动科技发展。由于规模较小,创业成本相对较低,具备“试错”的灵活性,能够在新兴技术领域迅速切入并发挥竞争优势,中小企业是创造新技术和新商业模式的重要力量。

### 区分市场性融资和公益性融资安排

因此,需要根据中小企业的融资需求和目的判断区分中小企业市场性融资和公益性融资安排。如果中小企业进行商业活动、扩大生产和经营,或者为股票投资者提供收益,需要通过银行贷款、债券发行、股票发行或其他金融衍生品来获得市场性融资支持;如果中小企业是为社会公共福利或为获得社会效益开展生产服务活动,则需要有公益性融资,有针对性地寻求政府配资、慈善基金或社会捐赠等适合融资来源,在融资过程中尽可能减少风险并兼顾经济效益和社会效益的统一。

### 建立良好的公益性融资生态系统

建立中小企业公益支持基金。要将建立良好的公益性融资生态系统,作为体现政府重视和平等对待民营企业的重要“暖心”举措。建议试点建立相应减免投资增值和所得税的中小企业公益基金,在与政府、社会、各类公益组织建立深度合作关系的基金上探索整合多元化公益性资金来源渠道,健全公益性资金管理、项目筛选评估、效果信息公开等机制,提高公益性资金使用效率和社会公信力,助力有序、高效、规范和可持续的中小企业公益性融资安排。

同时,建立良好的公益性融资生态系统还可以促使中小企业加强自身社会责任建设,将社会责任和企业发展建设结合起来,确保资金用于能够实现社会效益和企业可持续发展的项目,注重公益性资金运营效率和资金使用,充分发挥资金杠杆作用以最大化地提升公益性社会效益。

(作者单位:上海社会科学院应用经济研究所)

锐见

## 以“知识中心”和“服务中心”建设为抓手

# 抢抓RCEP红利 提升上海城市功能

■ 赵嘉炜 钱洁

挥上海服务优势和能力,积极将上海建成RCEP区域的“知识中心”和“服务中心”。

### 加快构建面向整个RCEP区域的知识中心

上海作为国际贸易中心,应在整个RCEP区域中积极争取知识中心的地位和功能,以能力培训和知识传播为抓手,加快建设成为RCEP区域内领先、具有广泛全球影响力的信息集聚中心、数据挖掘中心和知识传播中心。

一是积极向国内外提供RCEP等高标准经贸规则的专项培训。利用上海专家多、师资丰富的优势,积极开展对长三角乃至全国的RCEP培训。建立面向东盟国家政府官员、企业家的RCEP能力建设中心,开展关于RCEP规则运用的专题培训与典型案例推介。在国家的整体安排下,积极发起面向RCEP国家的培训援助项目,尤其是聚焦中小企业提供贸易规则讲解、原产地规则利用等方面的专业教育与培训援助。

二是积极建立RCEP等高标准经贸规则的知识体系和培训课程体系。鼓励、引导在相关高校建立RCEP等高标准经贸规则的研究中心和学院,作为知识积累、创新、传

播的载体和平台。系统化地研发RCEP课程和教材,培养师资和人才,将原来以个人、公司为主的零散知识输出,提升为产业化、体系化、标准化的知识体系输出。积极研究应用案例,尤其是在货物惠惠测算、供应链规划等方面要形成不同产业链、不同国家、不同贸易方式的丰富案例库。

三是积极围绕RCEP等高标准经贸规则建立高质量贸易数据库。国际贸易数据库是全球经济发展的重要公共品,依托大数据技术,已经成为企业和贸易机构精准把握商机,以及国家和经济体之间制定产业政策、开展贸易谈判的重要工具。为此,上海要加快依托相关高校或智库,加强对相关国际贸易数据的采集、整理、分析和应用,定期发布相关指数和分析报告。其中,要重点完善人工智能、集成电路、生物医药,以及中国出口比重较大的纺织品、机电产品和化工产品的贸易数据。

### 积极谋划建设高水平、国际化的贸易服务中心

企业高水平利用国际经贸规则的背后必然是高水平的服务支撑体系,上海要利用RCEP协定推广应用的契机,面向亚太区域谋划建设高水

平、国际化的贸易服务体系的平台。

一方面,构建RCEP智慧公共服务,力争形成服务标准和体系。在原有“单一窗口”功能基础上,利用人工智能、单证图像识别、云计算等前沿科技手段,进一步开发建设RCEP原产地规则下全部FTA的税率比较与最优税率推荐、税金与节税预估管理、原产地证明、原产地合规批量复合、惠惠分析,以及智能申请证书、企业自主声明等,并在此基础上形成可复制、可输出的服务标准和体系,以及相应的软件系统模块。

另一方面,培育更多RCEP专业服务机构,力争成为区域性的国际服务机构集聚中心。当前国内有能提供RCEP专业服务的机构还比较少,上海可以通过减税、业务补贴等手段,引导更多在沪专业咨询公司积极开发RCEP协定下的专业咨询服务,鼓励并推动设立更多跨境贸易专业咨询公司或服务机构,加快在沪集聚一批专业化、多层次的国际经贸规则服务机构,力争成为辐射东南亚乃至整个RCEP区域的服务中心。

### 加快构建国际化的贸易支撑网络

通过贸易节点打造贸易网络,

以贸易服务支撑贸易网络是国际贸易发展的基本规律。要借助RCEP进一步的推广应用,加快引导贸易服务、贸易机构跟着产业链和供应链走出去,形成以上海为中心的国际贸易网络。

加快推动贸易服务机构走出去。借鉴韩国贸易振兴机构的举措(即韩国企业到哪儿,海外分部就开到哪儿),加快推动上海贸促会等贸易促进机构在东南亚布点,鼓励相关贸易公司、银行机构跟随企业走出去,从而形成以上海为依托,东南亚等RCEP区域重要城市为节点的贸易支撑网络。其中重点要依托智能化公共服务平台建立面向中小企业的服务,如帮助国内企业获得海外原产地证明、整合海外贸易网络和供应链、挑选合格供应商等。

积极参与RCEP治理机制和组织体系建设。上海要把参与RCEP作为主动参与国际高标准经贸规则的试水与锻炼,在国家整体安排下,积极参与RCEP秘书处的建设,参与RCEP联合委员会下设置专业委员会的组建,并参与重要职位竞聘。借助亚洲仲裁中心建设,主动搭建RCEP争端解决电子化服务平台等公共服务平台,支持区域内中小企业以更低成本开展争议解决。

(作者单位分别为华东政法大学、上海市人民政府发展研究中心)

上海作为崛起中的全球城市,对像RCEP这样的高标准经贸规则的利用不能止步于促进贸易,而是要在深入利用经贸规则中进一步提升上海在全球贸易网络中的地位和能级。建议立足于国际贸易中心建设和产业链供应链的国际化布局,充分发挥上海服务优势和能力,积极将上海建成RCEP区域的“知识中心”和“服务中心”。

今年6月2日,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)对菲律宾正式生效。这标志着RCEP对15个成员国全面生效。作为全球人口最多、经贸规模最大、最具发展潜力的自由贸易区,RCEP的全面生效将为我国推进高水平对外开放提供强劲助力,对上海乃至全国的开放经济发展影响巨大。上海作为崛起中的全球城市,对像RCEP这样的高标准经贸规则的利用不能止步于促进贸易,而是要在深入利用经贸规则中进一步提升上海在全球贸易网络中的地位和能级。建议立足于国际贸易中心建设和产业链供应链的国际化布局,充分发