

“镜说老字号”：创业者擦亮品牌名片

助力沪上老字号焕发新活力

老字号，一头连着历史记忆，一头连着时代的进步和社会的发展。沪上那些响当当的老字号品牌，在唤醒人们传统记忆的同时，让更多的人开始思考，如何让老字号焕发出新活力，让创新创业的思维融入老字号实现传承和接力，碰撞出耀眼的火花。近日，为响应上海“四大品牌”建设，由黄浦区就业促进中心与星光摄影器材城共同推出的“镜说老字号”活动，“点燃”了沪上创业者的激情。他们用镜头记录下老字号的新变化，汲取创新灵感，擦亮老字号品牌，助力老字号企业焕发新活力。

青年报记者 陆安怡

【背景】

凝聚创业者智慧 打响上海“四大品牌”建设

本次活动由黄浦区就业促进中心与星光摄影器材城共同推出，同时得到了黄浦区人力资源和社会保障局、黄浦区商务委员会和黄浦区发展和改革委员会大力支持。

为了在老字号品牌发展和青年创业创新之间搭建互动平台，黄浦区人力资源和社会保障局从去年起推出“老字号新活力”创新创业专项行动计划，而“镜说老字号”正是今年新推出的系列活动之一。

主办方为“镜说老字号”活动设计了“老字号一日游”，包括淮海路和南京东路两条线路，旨在通过参与者对老字号品牌的走访，让大家交流有关品牌创新的独到见解，汲取灵感，同时也在互动中，考虑自身企业与老字号品牌的合作契机，为老字号品牌的升级出谋划策，推动老字号品牌焕发新生。

上海正在努力打响“四大品牌”，而“四大品牌”建设的核心正是创新。黄浦区作为老字号商户的高度集聚区，正集聚全社会智慧，创新“老字号”打响“上海购物”名片。



近日，为响应上海“四大品牌”建设，由黄浦区就业促进中心与星光摄影器材城共同推出的“镜说老字号”活动，“点燃”了沪上创业者的激情。

受访者供图

青创者结合自身资源 助老字号焕活力

古今、红房子西餐馆、奇美鞋业、叙友茶庄、全国土产食品商场……活动当日，虽细雨蒙蒙，却依然挡不住创业者和摄影爱好者的热情。他们中既中老年摄影爱好者，也有青年创业者。

“咔嚓。”端着单反相机，正聚精会神拍摄“古今”门店布置的张女士是一位“老黄浦人”，她说：“这些品牌都是儿时记忆。很高兴看到他们的服务质量和态度随着时代发展有所提升。”

“如何紧跟时代，焕发活力？”这是很多老字号正在思考的问题。

诞生于1887年的星光摄影器材城享有“北有五棵松，南有星光城”的美誉。为了擦亮这块老字号招牌，星光一直在积极创新，希望把目标客户集中到90后和00后群体。

星光摄影器材城党支部书记谢焯就是一位85后，他介绍说，企业注重培养新鲜血液，领导班子里50%到70%成员是80后青年人。而且他们每年都会鼓励青年人为企业建言献策，为企业创新提出“金点子”。

例如，推出手机摄影类课程、增加顾客体验环节等创新举措就是星光摄影城积极拥抱新变化的表现。

此外，创新创业也是星光摄影器材城非常关注的领域，他们打造了星光工坊设摄园，旨在帮助创业者在摄影领域有所突破，打开创业道路。

众多老字号是“上海服务”品牌的一颗颗星辰。历史悠久的红房子西餐馆就是“上海服务”的一块牌子。

活动走进“红房子”，头势清爽的领班迎来送往，让人如沐春风。洋葱汤、牛排、虾仁杯……在创业者的镜头下，一道道菜品散发着诱人的色泽。

红房子西餐馆刘经理表示，根据市场环境，老字号企业也要有所提升，要不断寻找亮点，开拓创新，不能守旧。

他举例说，为吸引年轻群体，“红房子”推出了更接近大众的简餐，并且在菜式上进行创新，在传承传统名菜的同时，推出口感新颖的菜品。“我们正在追求体验式服务，进行大胆尝试和创新。”而本次参与活动，也正是希望能够聆听创业者对老字号品牌创新的想法，交流心得，助推企业焕发活力。

90后的黄毅骏是一名文化产业创业者，出于想要深入了解老字号品牌的发展和传承，以及与老字号展开合作的念头，他报名参加了此次活动。

走访中，黄毅骏了解到老字号品牌当下面临的瓶颈，同时也给出了发展建议。他表示，后续自己将考虑结合资源，与老字号一起创新发展。“有创新才有未来，这次活动不仅带来了老字号与文化产业的跨界融合，还启发了大家对于品牌传承的思考。”

创业者融合时代潮流 为老字号谋新意

邵万生、蔡同德堂、新雅粤菜馆、黄隆泰茶庄……很多老字号门店坐落于人来人往的南京路，大量游客为店铺带来了高人气，也有利于老字号品牌的传播。主办方也在活动中开设了南京东路路线，让创业者体会老字号品牌在吸引年轻顾客方面的创新举措。

“这些包子好别致啊！”创业者在“包浆珺”柜台前发出啧啧赞叹。“包浆珺”是邵万生新开发的中式餐饮品牌，他们开拓创新，推出了更为年轻化的产品系列，并将消费人群定位为年轻消费者。

同样，重视年轻消费群的还有蔡同德堂，这是一家中医药老字号商店。蔡同德堂办公室主任、工会主席沃志敏介绍说，现在企业产品的定位开始重视“年轻化”，正积极开拓青年市场，这体现在包装和分类方面的创新改变。

一位参与活动的青年创业者表示，这些传统老字号可以引进年轻队伍，尝试用年轻人的视角阐述市场需求。“除了建立年轻队伍的培养制度外，还可以挖掘有上进心、专业素质和专业技能都较为优秀的年轻人，进行定向培养。”

这些老字号的创新举措令参与的创业者大开眼界。他们注意到新雅粤菜馆等企业开始拥抱互联网，开拓电商平台，于是积极与新雅方面交流营

销方式，甚至表示可以结合自身创业团队的活动推广，在营销方面开展合作。

当日参与活动的一位青年创业者建议，这些老字号的传统餐馆都可以搭载新零售热潮，在全网铺设销售渠道，包括京东、天猫等平台。消费者登录线上店铺，不仅能购买到糕点，还能采购到厨师团队研发的半成品菜肴，自己稍作加工，就能在家里享用美食。创新和匠心是支撑老字号品牌发展的关键。新雅行政总厨任康表示，团队在产品上不断钻研，每个季度都会推出新品。

创业者在了解老字号的过程中，为品牌创新出力，同时老字号企业也收获了不少品牌营销等方面的新思路。本次活动的意义并不仅限于“游”，更在于老字号的“学”和“创”。活动中，多家老字号企业表示，希望创业者能为老字号创新出力创智。

据悉，镜说老字号活动只是黄浦区去年推出“老字号新活力”创新创业专项行动的系列活动内容之一。在即将举行的7月18日黄浦区大学生就业创业服务周主题日中，还将公布黄浦区在今年的“老字号新活力”创新创业专项行动推出一系列的推进措施和活动清单，让来自创业者的活力与老字号，碰撞出创新火花，在打造上海“四大品牌”工作中全力推进创新创业氛围。