

“2018 老字号&青年创智主题论坛”成功举办

聚焦青年智创 赋予老字号新活力

老字号·新活力
创新创业在行动

老字号“不服老”，在“守城”和“开疆”的道路上，不断寻求创新发展模式，更好地融入青年创智，为老字号品牌增添“新活力”。

近日，一场以“聚焦青年智创·老字号再出发”为主题的2018老字号&青年创智主题论坛在上海市商贸旅游学校成功举办。

来自不同领域的专家学者、企业高管、创业者代表从不同的角度探讨有关“老字号新活力”与“促进青年创智”相结合的方法论，希望探索出一条让老字号创新和扶持大众创业相结合的成功之路，将创业创新与区域发展需要紧密结合在一起，为上海打造“四大品牌”行动赋能。

本版撰文 青年报记者 陈颖婕



论坛现场专家学者热烈讨论。

受访者供图

沪上老字号高管齐聚一堂 畅谈擦亮老字号的青年责任与担当

据了解，“2018 老字号&青年创智主题论坛”由黄浦区人力资源和社会保障局、黄浦区发展和改革委员会、黄浦区商务委员会、上海中华老字号企业协会等多家单位联合主办。来自上海社科院、新世界集团、豫园股份、淮海商业集团、老凤祥、回力鞋业等老字号企业，沪上多所高校的创业负责人，上海市创业指导专家志愿团黄浦分团的专家，创

业者代表和高校的大学生近百人参加了本次活动。

老字号品牌发展如何与青年创新能力相结合？如何在老字号企业中深度聚焦青年创智，推动形成线上线下、产学研用协同的创新创业格局？多位研究品牌发展的专家学者代表和老字号企业的管理者代表，在论坛上发表了以“擦亮老字号的青年责任与担当”和“老字

号·新活力·新发展”为主题的精彩演讲。他们结合自身实际，分享了各自对于老字号企业品牌发展之路的积极思考，并在为“老字号”注入“新活力”等举措方面贡献了富有建设性的意见和建议，同时也希望和参会者一起，共同为寻求老字号企业创新发展和促进青年创新创业相结合的突破口而不懈努力、贡献力量。

青年创业者与老字号高管思维碰撞 创新理念、创意思维激起千层浪

值得一提的是，在圆桌论坛环节，来自不同领域的专家学者、企业高管、创业者代表等多位嘉宾畅所欲言，围绕不同的角度探讨了有关“老字号新活力”与“促进青年创智”相结合的方法论畅所欲言。

老凤祥首席发言人、市场部总经理王恩生表示，就老凤祥而言，公司的产业创新需求很大，我们需要的人才智能化、多元化的。我们的产品也希望能不断推陈出新，企业的发展是要一直向前迈大步。他希望可以探索出一条让老字号创新和扶持大众创业相结合的成功之路，尤其是欢迎高校生、海归留学生加入老凤祥品牌，注入更多新鲜思维。上海回力鞋业有限公司常务副总经理张若松也建议，老字号企业的发展要不断引入新的思维，新的理念，才能让品牌文化发扬光大。上海市商贸旅游学校校长李小华则表示，希望老字号的创新与年轻人的创业更好地与区域

经济发展紧密结合，为上海打造“四大品牌”行动赋能。与会现场，还有多位创业青年代表发表感言。有创业者表示，自己一直十分关注老字号企业的发展，但仍然存在一些困惑，他还认为，目前的老字号品牌大多缺乏有创新思路的市场团队，“作为创业者的我们，如何与老字号品牌形成完美嫁接，在跨界的领域中，是否可以发挥我们的创新思维，提供创新的营销思路，很期待可以与更多的老字号品牌擦出火花。”热烈的交流讨论，引发了现场嘉宾与青年创业者的灵感频现。

据悉，“中华老字号”企业在上海市黄浦区经济发展中占有十分重要的地位。全市180个“中华老字号”品牌半数以上地处黄浦。而传承和创新老字号优秀的传统文化及技艺，发扬和利用老字号悠久的创业历史和丰厚的创业资源，业已成为黄浦打造“双创”升级版，推动创新创业高质量发展，打造上海“四大品牌”的

突破点之一。

去年，黄浦区人社局推出“老字号新活力”创新创业三年专项行动计划，和区域内五家老字号品牌企业共同建立了老字号品牌创新创业公益平台，形成了老字号创新与青年创新创业能力共成长的扶持机制，产生了一批老字号创新与青年创业成才的优秀成果。

今年，黄浦区人社局在汲取此前的宝贵经验基础之上，进一步取长补短，着力实施“八项措施”，分别从构建老字号创新创业发展的高层协商推进机制、构建老字号创新创业发展公益平台、鼓励校企联合促进老字号技艺传承、鼓励社会力量介入老字号的经营和传承、鼓励老字号企业内部的创新创业、构建“老字号”品牌创新创业扶持模式、鼓励“参与”和“引进”从而加快成果转化、构建老字号创新创业发展的激励机制方面推进老字号品牌和青年创新创业。

■ 专家观点

谢京辉(上海社会科学院副院长)

有牌无品、传承人流失、缺乏创新 是老字号困境所在

如今的老字号面临着哪些尴尬境遇？在上海社会科学院副院长谢京辉看来，有牌无品、传承人流失、缺乏创新活力，是老字号品牌当下的普遍困境。此前，有老字号企业曾经尝试将品牌出售，或是改名，但谢京辉认为，老字号应当赶潮流，让老字号流行化、文艺化、时髦化、年轻化，甚至从低龄开始培养。与此同时，老字号也应实现品牌延伸，例如重拾旧物，激发情怀，让老字号“活”在当下，焕发新生。“推崇工匠精神，让老字号逆袭新时代，这也是让老字号‘新生’的一种方式，例如，让市民们多走进一些带有

手工劳动特征的作坊型老字号，除情怀之外，更推崇工匠精神的回归。”

谈及青年一代，谢京辉表示，文化传承的社会责任在于社会贡献，青年人应当积极作为，采用高科技、互联网等形式打造老字号的新品，深入挖掘老字号的故事，传承老字号文化，使之代代相传，也让老字号回归社会创造新的价值。他同时指出，老字号传承不能原搬照套，而应当推陈出新，不断满足社会发展的需要，要有驱动力。“传承的应当是精神和文化基因，而非厚古薄今，充分利用‘长尾效应’，克服‘短视’行为。”

■ 高管建议

吴仲庆(上海豫园旅游商城股份有限公司副总裁)

老字号遇历史发展机遇 技术创新是破茧化蝶必经之路

“文化是老字号品牌的灵魂，也是其核心竞争力所在。”上海豫园旅游商城股份有限公司副总裁吴仲庆在论坛现场，对于老字号品牌的创新发展，深有体会。吴仲庆感慨道，近年来，老字号遇到了从未有过的重要历史机遇，“中华老字号是上海全力打响‘四大品牌’的重要组成部分，2017年商务部等16部门联合印发了《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》。”他指出，从历史源头上看，老字号是一部部鲜活的奋斗史，老字号的商道、祖训、创业故事等都是宝贵的精神财

富。这种精神同优质的文化价值观结合在一起，是中国优秀传统文化的鲜活表达，仍然具有当代价值和其独特魅力。

老字号要与时俱进，注重当代的表达，符合现代人的精神需求和生活方式。在吴仲庆看来，老字号要坚守传统工艺，但更要不断改进，追求对新产品、新技术、新业态、新模式创新。“传统的工艺使得‘老字号’有着传承不息的顽强生命力，而工艺改革、技术创新是老字号‘化蝶’过程中，必须突破的那层‘茧’，只有不墨守成规，大胆突破，才能为市场和消费者所接受。”