

# 从“心”出发 行更远的路

## 三年的坚持与突破,为老字号注入青春活力

“老字号,新活力”创新创业专项行动计划启动至今已经三年多了,在社会各方的共同努力下,专项行动成效显著、成绩斐然,成为黄浦区乃至全市品牌建设和创新探索的成功典范,许多“老字号”在专项行动中展现了无限的青春活力。为总结专项行动三年工作经验、听取各界的意见建议、更好为新一轮行动开展提供助力,近日黄浦区召开“老字号从‘心’出发·行更远的路”创新创业座谈会。20余位来自区职能部门、老字号企业、高校、企业、媒体的代表集聚“星光色谷公共创业实训基地”,共谋老字号发展、共话创新创业。

青年报记者 孙琪

### 搭建桥梁

### 让青年人与老字号完美融合

让企业用力点赞的“老字号创新加速营”和“新国潮·青春范儿”青年文创大赛是专项行动今年重点推进的两个项目。

所谓“老字号创新加速营”,就是将老字号创新需求与社会创新资源、创业力量整合,以市场化手段满足老字号“求变”和创业者“求新”的共同愿望,进一步激活黄浦区“老字号”创新氛围。

据项目负责人一度天使创始人曹清介绍,“老字号创新加速营”从去年6月份正式在上海黄浦启动,经过近15个月的时间,老字号创新加速营共调研6家老字号品牌,发布42个老字号创新需求,开展线下活动15场,线上推广社群超过100个,媒体支持40家,活动影响范围超过2000多人,吸引207个长三角范围内新零售、新营销、人工智能、文创消费项目报名,最终筛选出60个与老字号创新需求相关领域的初创企业或小微企业CEO及联合创始人共同参与,并促成12项老字号意向合作创新成果。

“新国潮·青春范儿”青年文创评选活动则是专项行动搭建青年群体与沪上老字号品牌之间的平台之一。

据青年报社融媒体中心徐皎飞介绍,“新国潮·青春范儿”青年文创评选活动是去年12月启动,带着“向年轻人传播老字号文化”愿景,主办方与老字号品牌携手走进了包括上海师范大学、华东师范大学、上海戏剧学院、上海海洋大学、华东理工大学、上海商学院等沪上众多高校,同时走进8号桥园区进行了大赛推介和老字号论坛交流活动。几个月的时间,共收到了70余件作品方案的提交,有来自高校设计类学生,也有成熟的设计公司作品,这其中还有来自西安等外省市的作品方案。

“从一幅幅充满了设计感和现代感的作品中,我们看到了年轻人对焕新老字号的无限热情,也反映着年轻人对老字号品牌锐意进取、开拓创新的态度认可。”徐皎飞如此表示。



▲ 黄浦区就业促进中心主任傅宁提出未来三年着眼提升老字号内创能力。

◀ 座谈会上讨论热烈。

本版受访者供图



### “五新”驱动

### 绽放前所未有的双创活力

每一个老字号,都是城市的一段传奇。

上海市共有185家老字号品牌,其中黄浦区就有95家,占半数以上,围绕老字号品牌的传承、创新和发展开展创新创业活动,既是经济发展的需要,也是推进创新创业的有益载体。四年前,黄浦区人社局就围绕创建创业型城区工作,开始思考和探索将创建工作与区域经济发展相结合推进,其中如何焕发出沪上“老字号”的新活力成为重中之重。

2017年5月20日,上海市人力资源和社会保障局局长赵祝平、时任中共黄浦区委书记汤志平共同启动黄浦区“老字号·新活力”创新创业专项行动计划,也在黄浦区诸多“老字号”中掀起一股青春风暴。

“老字号·新活力”创新创业专项行动推进三年多来,紧密围绕“新伙伴+新技能+新使命+新模式+新视野”“五新”目标进行推进。

三年多来,新伙伴在不断加入,他们是星光摄影、湖心亭、老

凤祥、恒源祥、邵万生等30多家品牌;有华东师范大学、华东理工大学、东华大学、中华职校、商贸旅游职校等20多家院校;此外还有300余家创业组织,30多位市区创业指导专家以及20多个社会机构,这些成员之间形成了良好的合作和强大的合力。

“五新”专项计划开展得如何,伙伴们最有发言权。

邵万生商贸有限公司党委副书记郑峰业带着两件新产品走进会场,暖黄的包装十分引人注目,它上面印着红底黑字的“三阳南货店”,袋子下方还印有“coffee&cake”的字样,整个包装袋既有百年老字号国潮范,又含青春活力元素,另一只蛋糕礼盒直接印上萌萌的猫脸,给人独特新颖的感受。

“这是华理大学的设计方案,我们仅有40天就落地于公司最新产品的包装上。”郑峰业介绍,因为惊喜于大学生们天马行空的创意与十分接地气的设计作品,这家百年老字号与华东理工大学合作打造“老字号创新工

作坊”,同时邀请大学生参与邵万生、三阳南货店在南京路东拓街的创新首店的运营,合作以来,大学生们给老字号企业带来了前所未有的新活力。

“华东理工大学也是老字号,能和邵万生牵手成功,我很诧异也很开心。”华东理工大学艺术设计学院媒体学院研究员倪海璐认为这样校企合作很有意义,但他提醒老字号,多年实践显示,企业的成功很多时候不是取决于创意,也不是取决于策略,而是取决于掌门人的创新和决心。

“老字号有资源,也有文化底蕴,但如今的时代如何打开这张牌,我们也很忐忑。”第一铅笔股份有限公司市场部经理王凌蓉介绍,他们今年抱着试试看的想法,参加了专项行动系列活动中的“新国潮·青春范儿”青年文创评选,岂料在此过程中发现了一名海事大学大三学生剪刀的工业设计很有灵气,于是立刻联系该生来公司实习,如今该生在参与公司很多新项目设计,“给我们耳目一新的感觉。”

### 展望未来

### 走出有黄浦特色的产教研道路

老字号是一个城市历史感和深厚文化底蕴的标志和符号,承载着中华民族工匠精神和优秀传统文化。2020年,“老字号·新活力”创新创业专项行动将开启第四个年头,未来如何走,是众人关心的话题。

在座谈会上,老字号企业代表、高校代表围绕“企业内部创新和外力创新资源合作”“企业创新和创业人才培养”“公共就业服务平台从政策支持和服务功能提升”等方面展开充分交流,并就高校人才与老字号企业对接、老字号企业之间联动等方面达成初步共识。

黄浦区就业促进中心副主任彭明建言老字号想要与时俱进,就不能把自己当“老字号”。她表示“黄浦区正在创建创业型城区,区就促中心未来三年专项行动将更注重深度融合,新建老字号产教研平台,以老字号产业创新为命题与学校教学创新实践充分结合,让学生创业社团通

过参访、调研、设计、路演等形式参与老字号创新,走出一条具有黄浦区老字号特色的产教研道路。”

黄浦区就业促进中心主任傅宁总结“老字号·新活力”专项行动未来三年着眼五个点:

一是提升老字号内创能力,比如提供员工直播培训,开展企业内部创新创业大赛,加强高校合作,挖掘企业优秀人才;二是提升老字号外创能力,例如加强老字号资源之间的交流,加强区老字号与长三角老字号互动,加强老字号与新兴品牌的互动;三是创新创业政策推广优化,丰富黄浦区老字号公共创业实训基地内容,优化资源服务;四是未来青年就业政策的调整,将更多倾斜保障老字号;五是及时梳理专项行动中的好故事、好经验,不断提升该专项行动的影响力,助力黄浦区全力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌。