

纵横

保护传承利用好无锡运河老字号

□ 瞿立新、秦潇璇、邵映红



老字号拥有世代传承的独特产品、精湛技艺和服务理念,是在商业和手工业竞争中大浪淘沙而形成的具有厚重文化底蕴的企业或品牌。2017年商务部等16部门发布《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》。2019年国家《大运河文化保护传承利用规划纲要》提出,保护发展大运河中华老字号。无锡运河老字号要在守正中出新,于固本中前行,成为无锡传播运河文化新魅力的重要平台、“现代生活新家园”的重要窗口、“现代气派新都市”的重要名片、“展现社会主义文化繁荣兴盛的现代城市文明新形象”的重要标识。



■无锡运河老字号历史悠久

无锡因运河而兴,自隋唐起,“商旅往来、船乘不绝”。旧时,无锡城呈龟背形,周11里,河道纵横23条,京杭大运河穿城而过,全城架桥75座。据《无锡文库》收录的无锡地方志记载,无锡早在上世纪20年代,就一跃成为苏南经济中心,经济繁荣带来了商业兴盛,逐步形成了运河沿岸的四大商贸流通中心区。上世纪50年代,随着城墙拆除和城内河道逐步填没,围绕城中心古运河环形水系,在城市公园、历史文化街区、城市商业街的节点区域集聚了与这座运河城市历史文化发展息息相关的众多老字号。

历史悠久是运河老字号最显著的标志。首批“无锡老字号”都是1956年公私合营前创办的商家,最早的可以上溯到宋朝。见诸文字的惠山泥人历史为400多年。“真正老陆稿荐”由无锡肉摊老板陆步高夫妇以卖熟肉起家,是有史料记载最早的无锡酱排骨品牌。皇亭小吃建于1876年,至1949年共有菜馆、饭店、面店、点心店36家,小吃摊担29个,各种小吃152个品种。创办于1863年的拱北楼面馆,原址在北门外游弄里,由面馆、茶馆、浴室三个部分组成。王兴记则是无锡历史最悠久的馄饨店。1889年钱孟安开设世泰盛呢绒布绸商店于大市桥。

■运河老字号发展面临挑战

运河老字号凝聚着运河两岸居民的勤劳与智慧,带有运河文化的烙印,既是运河文化物化形式留存与展现的重要内容,又具有运河文化开放包容、兼收并蓄的精神特

质,而吴文化、江南文化与运河文化的交融,又使无锡运河老字号彰显鲜明的地域特色。新时代下的大运河,已经成为无锡城市发展的空间轴。老字号的复兴,不再是一个企业、一个行业的命题,而是国货品牌、民族品牌崛起的重要命题。在产业体系日益完善、消费水平不断升级、文化自信不断增强的背景下,面对弘扬商业文明、打造无锡大运河文化带的时代要求,老字号发展面临着优秀管理人才和新型营销人才缺乏、利润微薄、外来文化与外来品牌冲击等发展瓶颈。

一些老字号的技艺传承仍沿用传统的“师傅带徒弟”模式,缺乏系统科学的培训手段及相应的激励机制,人才断档传承技艺面临困难;一些传统老字号生产规模不大,市场范围狭小,对自身品牌和非遗传艺缺乏保护,存在被侵权风险;一些老字号固步自封、机制僵化、组织架构陈旧,企业发展内生动力不足,忽视产品创新和品牌宣传,传统工艺难以与现代技术对接,营销策略和手段单一,市场竞争力不强,生存空间和发展空间日趋狭窄。

■加强顶层设计优化工作机制

正确认识文化遗产保护与社会经济发展的关系,完善老字号保护传承和创新发展促进机制,在保护中发展、在发展中保护,形成“有效保存—合理利用—反哺保护”的老字号发展良性循环。健全老字号保护名录制度,强化知识产权保护,引导和支持老字号企业在境内外注册商标、申请专利。财政、税务等部门要落实好国家支持老字号发

展的政策措施。

提升老字号行业协会的“抱团”作用。鼓励管理咨询、会计、法律、知识产权等中介机构为老字号提供专业服务。建立完善老字号企业人才的社会化、多元化培养体系,加强老字号传承人的教育培训工作,制定人才激励政策,吸引更多青年加入老字号传承队伍。通过实施好产业投资基金等新机制激发老字号内生动力,支持老字号以“金融+产业”模式进行市场化运作,实现转型发展。

■运用现代技术提升消费活力

老字号要顺应信息化、数字化、网络化、智能化发展趋势,加快数字化转型。目前已有约71%的中华老字号开设天猫旗舰店,销售过亿的品牌近60家。直播带货成为传统实体企业数字化转型发展的新模式。老字号要秉承工匠精神,主动适应市场变化,加强新产品研发与设计,既继承传统、保持传统特色,又创新发展、保持活力。百年医药老字号“李良济”依托原有中药产业基础向大健康产业延伸。百年老店上海家化和天猫新品创新中心合作推出“佰草集”“玉泽”等多款新品,重新焕发出活力。近400岁的刀具品牌“张小泉”通过天猫电商平台的大数据,分析消费者的年龄和喜好占比,结合时尚消费群体追求新奇、偏好黑科技等消费特征,2019年专门为年轻群体设计的“银鳞”4件套厨房刀具在天猫首发,立刻成为线上爆款。

老字号要紧跟消费趋势,聚焦年轻群体,更加关注品质和消费者个性化需求,重视用户细分需求和诉求变化,演绎老字号

“潮文化”的魅力,与时代发展同频共振,将代表彼时需求的潮流元素焕新为当下的时尚元素,将产品与服务所蕴含的传统文化精髓与现代潮流相融合,让国风年轻化、多元化、多样化,不断创新产品和营销方式,变身“新国潮”,更好地增强消费者的品牌认同感。

■融入文化旅游拓宽商业平台

以无锡大运河世界文化遗产为基础,以老字号相随相伴、2021年入选江苏100个“运河百景”标志性运河文旅产品的无锡“12景”为重点,把运河老字号提升作为无锡文化、旅游和商业高水平融合、高质量发展的重要抓手,丰富老字号的功能。

将旅游打卡地、文化展示馆、博物馆、传承人工作室、技艺传习所、研学目的地与经营场所融为一体,增强体验感。集成运河沿线街市商业活动、市民生活习俗等资源,把运河老字号打造成为“吃、住、行、游、购、娱”全产业链不可或缺的重要元素、城市文化旅游线路的特色文旅精品,使保留历史外观、再现文化场景的“活化”老字号,成为人们在穿街走巷中感受运河城市文化品位、体验运河城市现代与传统交织的独特生活气息的时空标识和文化名片,助力无锡建设国际消费中心城市、国家级全域旅游示范区。

(作者瞿立新为无锡城市职业技术学院院长、教授,秦潇璇为无锡城市职业技术学院影视学院副院长、副教授,邵映红为无锡城市职业技术学院旅游学院副院长、副教授)

观点

谋划布局未来产业 挖掘更多新兴增长点

□ 潘教峰、王晓明、沈华

“十四五”规划纲要提出,在类脑智能、量子信息、基因技术、未来网络、深海空天开发、氢能与储能等前沿科技和产业变革领域,组织实施未来产业孵化与加速计划,谋划布局一批未来产业。未来一段时期是重塑产业竞争优势、推动制造强国建设迈出实质性步伐的关键时期,要通过提升科技创新能力、发展未来产业挖掘创造更多新兴增长点。

加大源头性技术创新主体培育力度。要依托国家实验室、国家科研机构、高水平研究型大学、科技领军企业等国家战略性科技力量,加强面向前沿技术应用的基础科学研究,同时提升技术开发与成果产业化能力,合理布局未来产业技术学院和未来产业研究院,完善相应人才库,保障基础研究条件持续供给。

培育和壮大企业创新的核心能力。未来产业的发展要围绕创新链布局产业链,通过培育一批产业生态主导型企业,加快“两链融合”,构建“技术—产品—场景—业态”的未来产业培育链路。不仅要发挥好领军企业带头作用,更要发挥好专精特新“小巨人”企业在新兴技术和市场开拓方面的作用,围绕主导型企业培育中小企业生态,形成产业配套的区域集聚优势,营造良好产业生态。

强化未来产业的共性平台建设。未来产业的发展要在统筹应用已有战略性新兴产业良好创新平台和协作网络的基础上,加大跨领域、跨部门、跨行业的资源整合力度,加强知识产权服务、质量基础设施等共性平台建设,提升综合服务供给能力。同时,加快在具有一定优势的人工智能、区块链、未来网络、空天一体化等重点领域成立行业标准组织、产业联盟,支持相关组织、龙头企业主导和参与重要国际标准制定。

(作者单位:中国科学院科技战略咨询研究院,原载光明网)

速读



《数字位移:重新思考数字化》

胡泳 著
中国人民大学出版社

与地球板块的运动一样,数字科技革命带来相似的“数字位移”——原来的边缘变为中心,世界发生巨变。近些年来,数字和通信技术的发展引发互联网、移动互联网、大数据、人工智能、5G等领域的一系列变革,颠覆了生产和商业的运行方式以及人们的生活和思维方式。一个全新的数字世界正加快走来,我们正处于另一次大变革的前夜。作者从一位社会文化学者、商业观察者的视角,以细腻生动的笔触展现一个数字化的未来——包括企业的数字化转型,特别是数字化带来的社会、文化层面的变迁,启发人们认识世界、思考未来。



《乡村振兴与地方创生》

向勇 王昀 主编
金城出版社

本书辑录了第十六届中国文化产业新年论坛“乡村振兴与地方创生”主题论坛上专家学者的精彩发言,也有一部分来自“北京大学—澳门理工学院乡村创意设计工作坊”上专家的演讲,还有一部分来自业内约稿和相关主题的论文。编者希望通过本书的出版,能对如何重塑城乡关系,促进城乡融合,发展区域经济社会,深化农业供给侧结构性改革,走好有中国特色的乡村振兴道路提供一定的帮助。

华若中:把乡镇小厂办成泡塑行业龙头



中国企业管理无锡培训中心、无锡日报社 联合主办

编者按:在无锡乃至江苏,有一种精神很“出彩”,那就是“四千四万”精神:踏尽千山万水,吃尽千辛万苦,说尽千言万语,历尽千难万险。“四千四万”精神内涵与外延丰富,为乡镇企业异军突起提供了强大驱动力,成为改革开放40多年来无锡乃至苏南经济社会发展的重要精神支撑,进入新时代,仍然绽放出异彩。

“四千四万”精神也是中国特色社会主义在无锡乃至苏南的生动实践。江苏省委印发的《2018—2022年江苏省干部教育培训规划》中指出:弘扬江苏干部“四千四万”精神,大力宣传江苏党员干部中的先进典型。

无锡市第十四次党代会报告指出:改革创新中孕育的“四千四万”精神是无锡最珍贵的“传家宝”,让无数不可能变成可能,今天依然是探索新路的“开山斧”、攻坚克难的“金钥匙”。

无锡是中国民族工商业和乡镇企业的发源地,也是民营经济集聚发展的高地。近年来,中国企业管理无锡培训中心开辟“四千四万”精神干部教育培训基地,设立专题展馆,出版专著,旨在更好传承无锡最珍贵的“传家宝”,弘扬这一时代精神。

今年是建党101周年,党的二十大即将召开,中国企业管理无锡培训中心和无锡日报社联合推出《“四千四万”铿锵行》专栏,内容分荣光和求索两类,介绍无锡一批“四千四万”精神亲历者的创业故事以及专家学者对“四千四万”精神的研究成果,让“四千四万”精神更好地激励企业家和党员干部担当作为,为无锡在全省经济社会发展中挑大梁扛重责注入精神动力。

投稿邮箱:wxbdpinglun@163.com

探索 总第907期

精彩的经济改革史是一个连续的画面,其中有着前赴后继的企业传递经济接力棒的身影。1991年,一个日后成为我国泡塑行业“大王”的企业家真正登上舞台,他就是华若中。

一本杂志藏商机

起来,一篇文章跳入他的眼帘:《“赤膊”家电等农穿》。文章讲的是上世纪八十年代末至九十年代初,中国的家电品质好,已有很大批量出口到国外并受国外用户欢迎,但在运输过程中的损坏率非常高。究其原因,则是国外家电包装用了质轻耐冲撞的泡沫塑料(EPS),而国产家电因无EPS包装,只能用切碎纸衬垫,耐不起冲击碰撞而导致损坏。

不久后,华若中打听到上海、北京、南京都有可以生产EPS的企业,国内已经有企业

投资了上千万美元引进当时世界领先的EPS“一步法”技术,但产量仍然不能满足市场的需求。最让他吃惊的是,当时中国内地人均EPS耗用仅为每年0.08公斤,而德国、韩国分别是人均年耗用4.3公斤和2.8公斤,甚至中国的台湾地区人均年耗用量也达到了近2公斤。他敏锐地感觉到,世界最大的EPS市场就在中国!“小市场只能办小企业,大市场才能办大工厂。上EPS项目!”华若中果断决策。

五顾“茅庐”请贤才

学习专业知识,还有一路人员奔波于全国各地,寻找信息和市场。”这些做法十分奏效,企业尚未完全达产,用户订单就已纷至沓来,使得产品一直畅销不衰。

华若中办事扎实,但为人低调。他说:“作为厂长,我对自己的定位很低,我觉得自己是没本事的人,我必须要靠有本事的人来发展我的企业。”办厂伊始,华若中辗转寻找合适的技术骨干,打听到一位退休的孙师傅,是从大国企退休,从事过EPS相关工作,住在南京郊区。“我和同事早晨从无锡出发,花了几个小时总算找到了那里。敲门人不在,我们想,这趟不能白来。于是两个人坐在门口,中午吃着别人卖剩下的冷油条和大饼,拿出随身带的漱口杯,去问隔壁的

住户要一杯自来水喝。到下午3点多,孙师傅终于回来了,我们急忙把带来的无锡排骨等土特产送给他,结果被其家属连人带东西裹了出来。两个人只好灰溜溜回到南京火车站。”为了爬进火车车窗,华若中还丢了一只鞋……这只是他招贤的“序曲”。功夫不负有心人,华若中又上门4次,终于把孙师傅请进了车间。

儿子华啸威回忆起父亲创建新厂的经历,感慨良多。他至今记得,父亲为了节约厂里的经费,把“星期日工程师”请到家中过夜,自己只好打地铺。厂建起来了,家里的东西却越来越少了:因为厂里用于办公的桌椅板凳,都是华若中一件一件从家里搬去的。

力量之源在“三靠”

进口EPS抵挡在国门之外”的口号。在接下来的几年里,兴达以规模、价格优势逐个击败国内竞争对手,先后夺得6枚行业“单打金牌”:产量第一、品质第一、销量第一、利税第一、贡献第一,通过ISO9000质量体系认证和美国UL产品认证也是第一,从而一举在国内同行中奠定了坚不可撼的“龙头”地位。

现在,华若中初心不改,宝刀不老,实业报国和回报乡梓之志弥坚。今天的兴达依

凡是熟悉华若中的人都会有一种感觉:尽管他是资深乡镇企业家,创造了中国EPS制造业的传奇,但不事张扬,衣着朴素,办事朴实,浑身散发出一股朴素的力量。兴达能攀上行业高峰的力量之源在哪里呢?用华若中的话说,兴达关键是坚持了“三靠”的理念:即创业靠志气、发展靠科技、做强靠人才。

1994年底,华若中在全国用户订货会上响亮地喊出“扬民族志气,让兴达腾飞,将