

# 廣東22措施 促進老字號創新

## 專家：「港資本+粵老字號」可相互借鑒

### 傳承發展

廣東日前就促進老字號創新發展提出22條措施，提出到2025年，認定100家「廣東老字號」企業，並建成大灣區（廣東）老字號博物館等，通過保護傳承和創新發展並重，打造集約化國際化的發展平台，創新現代化多元化運營模式等，促進老字號的發展。專家認為，粵港澳三地的老字號有一定歷史傳承和商業聯繫，香港資本與廣東老字號可以相互借鑒、創新出彩。

大公報記者 黃寶儀廣州報道

9月8日，廣東省政府官網對外發布《廣東省促進老字號創新發展行動方案（2022-2025）》，共22條具體措施。這是廣東首次就促進老字號創新發展出台政策性文件。方案提出，到2025年，老字號保護傳承和創新發展體系基本形成。具體來說，未來幾年，廣東將培育老字號集聚區、特色區共10個；培育老字號（數字）博物館、展覽館、體驗館共20個；組織開展老字號專題展銷活動50場；認定100家「廣東老字號」企業。

### 支持建立海外網點

王老吉、李錦記、蓮香樓……對於文化同根同源的粵港澳三地居民來說，這些店名耳熟能詳，它們的歷史也是灣區人共同的記憶。「我們需要珍惜這些老字號。」翠華集團中國區行政總裁唐一瀚接受記者採訪時表示，在信息快速傳播年代，百年老店的培育和維持並不容易，但老字號不能僅有歷史，關鍵是要與時下的年輕人發生聯繫，「老字號的傳承與創新需要有年輕人的參與。」廣州酒家相關負責人接受記者採訪時也表示，老字號要立足長遠發展，與時俱新、守正創新是關鍵。

根據方案，廣東將建設「一個博物館」，推動建設大灣區（廣東）老字號博物館；建設「一條街」，支持和推動有條件的地市建設老字號一條街，營造原汁原味的老字號街區場景，還原老字號街區歷史感；舉辦「一場展覽會」，舉辦粵港澳大灣區老字號（文化）博覽會。

同時，廣東還將支持老字號企業建立海外營銷網點，推動廣東老字號優質產品和服務走向省外和國際市場；支持老字號企業搶抓區域全面經濟夥伴關係協定（RCEP）發展機遇布局「一帶一路」市場，形成廣東老字號的國際品牌效應。

### 建設老字號博物館

這些項目，不少與港澳相關，如建設大灣區（廣東）老字號博物館、邀請全國各地和港澳地區老字號企業參加



◀廣東日前發布22條措施，促進老字號創新發展。圖為老字號陶陶居直播推廣廣東府美食文化。網絡圖片



▲港餐飲老字號深受廣州年輕人歡迎。受訪者供圖

粵港澳大灣區老字號（文化）博覽會、組織粵港澳三地老字號企業開展交流活動等。這些項目都為港資企業提供了平台和機會。在唐一瀚看來，方案出台對於港資老字號來說是一個很好的機會，例如翠華就可以充分利用「港味」這個特色，結合簡約現代風格，分別於櫃檯、休息區及以餐桌上擺放網紅打卡裝飾品等方式，通過差異化的創新參與其中。

不僅是香港老字號企業在進行各種擁抱年輕人市場的嘗試，廣東各地政府和一些企業也在進行各種探索，例如廣州北京路的老字號集聚區、文和友的廣州及深圳項目等。廣東省體制改革研究會執行會長彭澎指出，粵港澳三地的老字號有一定的歷史傳承和商業聯繫，成功經驗可以相互借鑒。例如加多寶的成功，說明香港資本與廣東老字號可以創新出彩。他認為，「工匠精神+家族傳承+資本運作+品牌策劃」將是促進老字號發展的重要途徑之一。



2022年
開展省、市兩級老字號文化資源和品牌普查工作
2023年
支持和推動有條件的地市建設老字號一條街
2025年
推動建設大灣區（廣東）老字號博物館
開發「廣東老字號文化之旅」，打造粵菜美食鄉村遊、工業旅遊精品路線、中醫養生體驗遊等線路
發布大灣區（廣東）老字號品牌榜

大公報記者黃寶儀整理

### 廣東促進老字號發展時間表

◀廣州上下九是老字號最為集中的一條街，曾是海內外遊客必到之地。大公報記者黃寶儀攝

## 搞直播製動漫IP 老字號「潮」突圍

【大公報訊】記者黃寶儀廣州報道：從前時光很慢，「酒香不怕巷子深」；如今信息傳播很快，廣東一些老字號開始各顯神通，紛紛做直播、塑造動漫IP、融入非遺內容等，擁抱流量密碼謀新求變，以符合年輕人喜好和審美的形式走到台前，盡情展現老字號的新活力。

廣州上下九，老字號最為集中的一條街，曾經是海內外遊客到廣州必遊之地，廣州酒家、陶陶居、蓮香樓等總店均坐落於此。有意思的是，近年這些老字號紛紛「潮」起來了，如廣州酒家一方面將傳統食品與科技、時尚、潮流結合，如IP聯名、跨界合作，以「點心四大天王」中的蝦餃與叉燒包為原型，塑造卡通動漫IP形象「蝦餃仔」和「包大叔」；推出抖音直播「點心之王爭霸賽」，通過線上線下全渠道的形式，以「精緻國潮」賦能，實現流量轉化。

百年老字號陶陶居，則通過直播、創新

出品、外賣、零售化、私域流量等一系列變革進行煥新。蓮香樓在中秋前夕推出兩款嶺南印象文創月餅，以羊城新八景為主題，用八組富有詩情畫意的景觀，生動記錄一座城市的滄海桑田和成長軌跡，「一口吃盡羊城變遷」。

### 廣州老字號館開張迎客

老字號走出老城區。今年3月，首個廣州老字號優選手信集合展示店在廣州花城廣場揭幕，首批進駐的老字號及廣州手信企業包括廣氏菠蘿啤、利工民服裝、第一福珠寶、五羊錶業（前身廣州手錶廠）等。廣州首個集中展銷老字號產品的專櫃——廣州老字號館，日前也在一大型商場開張迎客。白雲山潘高壽、泮塘食品、利工民、鷹金錢、寶生園、紅棉、廣氏菠蘿啤、正氣茶、港三元等十幾家企業進駐老字號館，現場提供超過60款老字號產品供市民遊客選購和參觀。



▲百年餅家至今依然吸引市民遊客光顧。大公報記者黃寶儀攝

## 發布灣區榜單 開發「粵手禮」品牌

【大公報訊】記者黃寶儀廣州報道：日前發布的廣東省促進老字號創新發展行動方案提出，老字號要創新現代化多元化的運營模式，通過開發「粵手禮」品牌，發布大灣區（廣東）老字號品牌榜等方式拓展產品服務，鼓勵老字號企業導入先進管理理念，建立「一品一鏈」追溯模式。

### 鼓勵傳承人兼職任教

老字號是城市重要的歷史文化遺產，方案明確要開展省、市兩級老字號文化資源和品牌普查工作，收集整理廣東全省老字號資源，全面摸清老字號歷史名店、名品、名藝和名匠底數，充分挖掘廣東老字號文物古蹟。同時，建立健全老字號品類、技藝（工藝）、傳承人檔案，實行「一企一檔」「一人一檔」管理制度。

在人才培養和技藝傳承方面，方案鼓勵老字號技藝傳承人到院校兼職任教，推動職業學校與老字號企業合作開發相關教材或講義；推動職業院校與老字號企業共建產業學院、實習實訓基地、企業員工培養培訓基地等。方案還鼓勵符合條件的老字號企業積極推薦申報非物質文化遺產代表性項目代表性傳承人，設立代表性傳承人工作室，對代表性傳承人傳藝授徒給予相應補助。

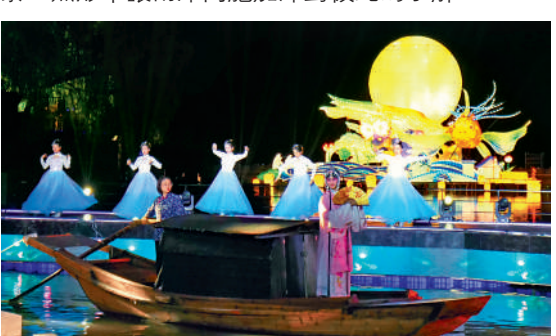
方案提出，支持開展「廣東十大旅遊手信」評選，開發「粵手禮」品牌，鼓勵「粵手禮」銷售網點開展離境退稅商店的備案登記。發布大灣區（廣東）老字號品牌榜，通過大眾認可度、盈利能力、市場營銷力、品牌創新力等指數全方位展現廣東老字號的發展力和影響力等。

## 兩岸中秋燈會昆山亮燈

【大公報訊】記者賀鵬飛昆山報道：花開並蒂，燈映兩岸。2022海峽兩岸（昆山）中秋燈會亮燈儀式暨第二十七屆中國周莊國際旅遊節開幕式8日晚在江蘇省昆山市周莊古鎮舉行，昆山慧聚廣場、周莊、澱山湖、錦溪四大燈區同步點亮。現場賞燈的台青感慨，雖然未能回台與父母團聚，但燈會帶來了家的溫暖。

在昆山創業的台青、蘇州諾浩眾創信息科技研發有限公司總經理蕭世傑表示，受疫情影響，今年中秋節他和妻子小孩都在昆山過節，父母則留在台灣。「但同樣是那一個月亮，同樣的圓。」他說，「燈會有很多台灣元素，讓人感到很親切。」全國台企聯常務副會長、昆山台協會會長孫德聰指出，為照顧台商台胞需求，昆山每

年都會舉辦中秋燈會，以饗台商台胞的思鄉之情。同時在燈會上可以看到很多大陸和台灣的元素，無形中讓兩岸同胞加深對彼此的了解。



▲2022海峽兩岸（昆山）中秋燈會亮燈儀式上的昆曲表演。大公報記者賀鵬飛攝

## 內地8月份CPI升2.5% 食品價回落

【大公報訊】記者倪麗晨上海報道：國家統計局9日發布數據，8月份全國居民消費價格指數（CPI）同比上漲2.5%，漲幅比上月回落0.2個百分點；CPI環比下降0.1%，較前值回落0.6個百分點。

國家統計局城市司首席統計師董莉娟介紹，8月份食品和非食品價格同比分別上漲6.1%、1.7%，漲幅均較前值回落0.2個百分點。食品中，豬肉價格上漲22.4%，漲幅比上月擴大2.2個百分點。國金證券首席經濟學家趙偉分析，CPI同比漲幅遜於預期與食品價格漲幅回落，以及非食品價格的拖累有關，CPI上漲節奏的驅動力或已轉向非食品價格領域。

當月，全國工業生產者出廠價格指數（PPI）

同比上漲2.3%，漲幅較前值回落1.9個百分點；PPI環比下降1.2%，降幅收窄0.1個百分點。董莉娟說，受國際原油、有色金屬等大宗商品價格波動傳導，以及國內部分行業市場需求偏弱等因素疊加影響，工業品價格走勢整體下行。

### 豬肉價或推動CPI升穿3%

植信投資研究院研究員丁宇佳表示，9月CPI同比漲幅是否升穿3%，取決於豬肉儲備放對市場預期的影響，以及疫情對消費修復的擾動。此外，受歐美持續加息、海外經濟衰退風險加劇，以及國內需求不暢影響，PPI同比漲幅或續回落，「未來半年或更長一段時間，『CPI高、PPI低』的格局將延續」。