

■ 老字号转型不易

“老字号有很好的‘基因’和沉淀，但老字号也存在发展观念陈旧、包装陈旧、产品概念陈旧等问题，如何给老字号产品赋予新概念，满足新兴消费人群的需求，是当前云南老字号食品企业必须思考的问题。”德和罐头公司总经理钱金莲表示，和很多老字号企业一样，德和罐头公司也曾遇到不少问题，如经营模式落后、品牌宣传落伍、盈利困难等。

商务部监测数据显示，近年来，我国有85%左右的中华老字号企业处于盈利状态，即便在疫情期间，仍有70%以上的老字号企业保持盈利。然而，我国老字号企业虽具有历史悠久、技艺优良等优点，却仍存在市场主体竞争力有待进一步提升、营销渠道不畅、消费氛围不浓等问题。

记者采访发现，部分老字号食品企业陷入发展窘境的主要原因有以下几方面：有的属于国有改制企业，产权制度改革后，与现代企业监埋制度没有很好地结合起来，其中一些甚至没有建立有效的企业运营管理制度；有的存在小富即安观念，固化于老款式、老品种、老传统，缺乏持续经营创新动力；有的资金和人才不足，制约了老字号发展活力；有的现代品牌意识不强，无法发挥品牌优势。

“作为一家传统糕点厂，新形势下如何再出发是我们一直在思考的问题。”通海县豆末糖糕点厂第三代传承人许传震表示，针对店面陈旧等问题，公司对豆末糖工厂店进行改造、升级等，将以全新面貌开门迎客。

■ 传承与创新并重

在第六届中国国际进口博览会上，云南

省商务厅组织的多家老字号企业吸引了不少客商驻足品鉴。其中，云南省通海斯贝佳食品有限公司通过创新纯手工制作技艺，生产的豆末糖落口即溶、香甜酥脆，深受市场欢迎。

当前，随着新消费时代的到来，德和罐头公司也积极作为，开设官方网站、在头部社交平台开设营销账号，通过第三方电商平台签约网红主播、美食博主等进行销售合作和宣传，不断提高企业知名度。同时，公司坚持传承与创新并重，打造午餐肉系列、品质黑猪系列等“德和产品十一系列”60余个品种，满足消费者多样化需求。

目前来看，在激烈市场竞争中，德和罐头公司打出的“组合拳”成效显著，值得因创新不足、后劲不足而面临严峻挑战的其他老字号商家借鉴。

“老字号确实有包袱问题、观念问题等发展困惑，但这并不意味着无法获得创新和发展机会。”钱金莲表示，如何给老字号产品赋予新的概念，更好满足新兴消费人群需求，是老字号企业要破解的问题。比如在销售方面，老字号企业不能再像过去一样，等着客户上门购买，要主动适应市场环境，创新销售渠道。

在许传震看来，传承不能守旧，创新不能忘本，老字号要与时俱进，紧跟年轻人需求，在吸引年轻消费者方面下足功夫。

今年初，商务部等五部门联合印发《中华老字号示范创建管理办法》，释放出推动老字号创新发展、促进品牌消费的积极信号。相关专家表示，将该《办法》落实、落细，引导、支持老字号企业顺应市场发展、守正创新经营，一定能让老字号持续焕发生机、涌现活力。 

本刊记者 杨旭东 / 文 受访单位供图