

拭去历史的烟尘,42家老字号的熠熠光辉里,埋藏着几代人的深深记忆。一批新时期传承人精心守护,突破创新——

让南通老字号焕发新活力

香糯绵软的四宜糕团、醇香的白蒲黄酒、精致玲珑的老天宝首饰……穿过古街老巷,走过濠河钟楼,许多南通老字号历经数年成为时代印记,渗透在百姓生活中,彰显城市历史文化底蕴,是拉动市场消费、提升消费品质的一支重要力量。然而,规模不大、创新不足、品类单一等短板,也束缚着南通老字号的传承与发展。

18日开始,市商务局先后前往如皋、海门、如东等地,调研南通老字号发展现状,倾听发展困惑,共寻破题良策。创新产品、擦亮品牌、拓展营销等种种意见与建议,成为政府部门与企业的共识。

正视短板,积极传承延续

几十年乃至数百年来,在商业、手工业的竞争中存活下来的“极品”,就是老字号。老字号是沿袭和继承中华民族优秀文化传统、展现鲜明地域文化特征和历史痕迹的重要载体,是城市历史文化的重要组成部分。2019年,我市首次认定南通老字号24个;今年7月,第二批南通老字号名单新鲜出炉,18家企业榜上有名,涉及吃、穿、用等多个方面。

42个南通老字号,西亭脆饼、林梓潮糕、颐生酒业、四海楼等南通人耳熟能详的品牌纷纷上榜,其中中华老字号企业6家、江苏老字号企业16家,同时包括国家级非物质文化遗产3家、省级非物质文化遗产7家、市级非物质文化遗产9家,

形成了老字号与非遗融合互动的局面。

通过走访调研,目前我市老字号企业基本维持正常经营,但大部分的规模、效益一般。有些凭借独特的技艺传承,产品供不应求,但升级换代迟滞,包装几十年不变,只想守好眼前的“摊子”;有些伴随资本和商品“双短缺”向“双过剩”转变过程已经显现严重的资产短缺和产能过剩,“老”企业遭遇“循环不畅”新问题。市商务局的一份调研报告显示,与先进省市相比,南通老字号的传承与创新工作存在许多不足:企业发展动力不强,体量受限;规模较小,后劲不强;品类、业态单一,优势不强;自身发展理念落后,产品更新慢,品牌打造力度不大;销售渠道不

畅、目标顾客流失,营商环境困难较多等等,都让南通老字号前进发展的步履缓慢。

“现在的人们,越来越看重精神上的回归。”如何把握时代脉搏焕发新活力?如何迎合年轻人市场,符合多元化需求?……市商务局此次调研中,白蒲三香斋、春华食品、颐生酒业等老字号企业纷纷表达发展困惑。市商务局相关负责人认为,我市老字号大多数都与张謇有渊源关系,在当前社会各界积极弘扬张謇企业家精神的背景下,南通老字号也恰逢其时迎来难得的发展机遇。“我们这次调研老字号企业,希望摸排了解实际情况,倾听企业诉求,为企业搭建更好的展示平台,解决更多实际问题。”

创新产品,加强数字化转型

正逢其时、乘势而上,这是记者采访中听到最多的感慨。面对日新月异的市场风云,不少南通老字号企业已经闻风而动、顺势而为,或加强产品创新,或塑造品牌形象,或加大数字化营销,力求历久弥新,延绵不绝。

走进江苏凯利绣品有限公司展厅,仿若走进五彩针线绣筑的缤纷世界:风景雅致的水乡、娇艳欲滴的花卉、灵动可爱的小鹿、青春活力的女孩……一花一木皆为线,一人一景皆是画。在这里,传统刺绣与时尚艺术相结合,古典元素、时尚潮流巧妙地融入各种日常用品。

作为第二批南通老字号,凯利绣品以沈绣技艺为支撑,注重产品的独创性、实用性,力求让传统技艺走入寻常百姓家。“我们注重丰富产品形态,不仅有格调高雅的刺绣艺术作品,也有扇子、车挂、丝巾、摆台等价格亲民的文创产品,其中旗袍已获得上百个专利,成为众多女性的‘私人定制’。”

凯利绣品董事长周占贤坦言,酒香也怕巷子深。全媒体时代,品牌打造和产品质量同样重要。对此,企业把传承沈绣文化作为品牌的主旨,以场景营销为基础,开启展陈、活动策划、时尚跨界合作、中高端定制、手工体验课程等服务模式,多元融合、跨界合作,让更多人认识了解沈绣。

“不愧是爸妈信赖的老品牌,珐琅彩足金系列超美!”“没想到款式一点都不古旧,珍珠项链爱了爱了!”……打开大众点评老天宝银楼页面,不少图文并茂的顾客点评都褒奖有加,其中大部分都是追求时尚、即将婚嫁的年轻一族。

作为中华老字号的珠宝品牌,老天宝很早就突破传统线下销售模式,把线上数字营销作为开拓新市场的重要手段。“我们通过互联网渠道,以新的营销模式和策略,为顾客提供更个性、快捷的消费体验。比如,品牌自身的线上商城、微信公众

号、VIP尊享群等,第一时间发布最新动态。”老天宝相关负责人施维介绍,企业在年轻人爱用的小红书、抖音、大众点评等App上,均设有官方账号,结合不断出新的时尚产品,打造成轻奢类珠宝的展示平台。

南通人最熟悉的经典味道狼山鸡,以市场需求为研发导向,以科研院所为技术依托,研发了如东狼山鸡风鸡、烧鸡等狼山鸡深度加工产品,产品销售以江浙沪为中心向全国覆盖。同时,入驻淘宝、京东、拼多多等电商平台,进入盒马鲜生、叮咚买菜社区生鲜连锁,进一步扩大品牌知名度和市场占有率。搭上了电子商务的“顺风车”,原本偏安一隅的狼山鸡也开始“火”遍大江南北。

调整配方、更新包装、开设线上店铺、研发周边文创……越来越多的南通老字号企业,坚守历史传承的同时,顺应新时代消费理念,不断打磨成为一个城市的地标文化、地方特产。

历久弥新,丰富品牌内涵

面对南通全方位“融入苏南、对接上海、推进高质量发展”的发展目标,南通老字号企业在做好传承保护的同时,更要放大老字号文化内函效应,不断适应时代发展变化。

作为精华制药独家生产的品牌中成药,王氏保赤丸凭借确切的疗效深受患者青睐,“成为南通老字号,应该在传承基础上积极创新,一方面培养传承人,挖掘德才兼备、立志中医药文化事业的年轻人,将老字号的古法技艺原原本本地传承下去;另一方面,实施技改、包装形式等创新,加大产品宣传、品牌宣传、网络宣传、学术推广,大力提高产品的知名度和大众认知度,使产品更好地满足市场需求。”精华制药集团股份有限公司党委书记、董事长尹红宇表示,正在谋求商业模式多样化,除了传统的销售模式,尝试电商销售模式,在旅游景点、商业街设立

产品专柜销售,目前已与唐闸古镇景区签订了合作协议。

老字号企业是代表我们城市历史上最具活力、最享声誉的企业,其核心不仅在于存在之久,更在于新鲜之汇。王氏保赤丸的有益尝试,或许能给其他老字号企业带来些许启示。业内人士建议,既要日常思维,更要创新思维,政府部门与企业都要从“长三角区域民营经济发展福地”振兴实体经济和复兴“近代第一城”等城市荣光的高度,促进南通老字号涵养匠心、培育品牌、汇集资本、赢得流量,激发其文化影响力与民生满意度。

“老字号只有通过创新丰富品牌价值内涵,才能在与时俱进中焕发出新的光彩。”在市商务局副局长茅红宇看来,要加大对老字号及老字号工作研学力度,放大南通老字号文化在传统实体经济、民营经济、文明城市

创建、商贸文旅战略多个市域事业发展板块中的效应;赋能南通老字号的辐射热度,形成政府政策扶持和营商环境机制建设;激活南通老字号企业改革创新的内生动力,持续“传承”并鼓励“创新”;聚焦全面小康满意度,厚植市民社会生态软实力。

“我们将学习借鉴扬州等地做法,研究将现有省级商务资金中的老字号项目政策向市级资金延续,优化老字号扶持政策。”茅红宇表示,还要依托展会平台,叫响南通品牌;推动老字号“触网”,线上线下开拓市场,以直播带货平台、短视频等形式切入市民日常生活;打造商贸文旅融合发展“硬核”,在高品质步行街之商业特色街建设嵌入老字号元素,有力促进商贸流通,提升消费品质……多措并举,让深藏着传统文化的“金字招牌”,在新的时代越走越远。本报记者朱蓓宁 刘璐

今日处暑,但暑气未消 本周最高气温将冲至34℃



晚报讯 出伏之后,今天又迎来“处暑”节气,标志着炎热暑天即将过去,天气将渐渐转凉。不过,从通城近期的天气形势来看,气温倒是有回升的趋势。

根据最新气象资料分析,本周前期有一次降水过程,25日起副高西伸北抬,我市以云系变化为主,多分散性阵雨或雷雨天气。具体预报如下:23日多云到阴,有分散性阵雨或雷雨,24日阴有阵雨或雷雨,25日至27日多云,局部有阵雨或雷雨,28日多云,有分散性阵雨或雷雨,29日多云。所以,为了避免突如其来的雨水,出门还是带上把伞,有雨挡雨,无雨防晒。

出伏后,虽然“秋老虎”暂未发威,但因为空气湿度大,闷热感十足。新的一周,前期在雨水的打压下,气温将稍微往下降一降,但后期随着副高的增强,又将有明显回升,到了29日白天,最高气温将冲至34℃左右,直逼高温线,大家一定要注意做好防暑工作。

风力方面,新的一周以偏东风为主,风力一般为陆上3~4级、沿江江面4~5级、海区5~7级。24日受气旋影响,风力增大,西南风陆上4~5级阵风6级、沿江江面5级阵风6~7级、海区6级阵风7~8级。

【今明后三天天气预报】23日:多云到阴,有分散性阵雨或雷雨,东南风4级左右,气温27℃~32℃;24日:阴有阵雨或雷雨,西南风4~5级阵风6级,气温25℃~28℃;25日:多云,局部有阵雨或雷雨,偏南风3~4级,气温25℃~29℃。

记者俞慧娟
(合作单位:南通市气象局)

铺轨基地顺利开铺 轨道交通2号线 转向轨道施工阶段

晚报讯 20日,轨道交通2号线一期工程轨道工程在园林路站铺轨基地顺利开铺,实现从车站、区间施工向轨道施工转变,轨道交通2号线距离开通运营又进一步。

轨道交通2号线一期工程起点为幸福镇站,终点站为先锋镇站,铺轨总长约442千米。铺轨单位在严格落实疫情防控的同时,以目标为导向咬定关键节点,统筹协调快速推进车站结构施工,完成园林路站铺轨基地建设,为轨道作业面开辟了作业条件,推动2号线铺轨工程向总体目标迈进。

记者从轨道公司了解到,截至目前,轨道交通1号线一期工程已顺利实现洞通、短轨通,并完成首次热滑试验,首列车顺利接至平东车辆段,目前已到段15列车,下半年将实现全线电通并开展联调联试,预计2022年开通运营。轨道交通2号线一期工程已完成16个车站主体结构封顶,预计2023年开通运营。

南通轨道交通工程实现了“当年谋划当年开工,两年双线齐头并进,三年工程总量过半、资开及运营逐步落地,新线规划建设加快推进、内部管理基本完备”的良好局面,打造了轨道交通“南通速度”,打响了轨道交通“南通品牌”。记者蒋娇娇

我新闻 讲述囧事糗事感人的事

八旬老人“不听劝”当起防疫宣传员

8月18日14点24分
市民陈先生来电:

自我市实行小区封闭管理以来,在虹桥街道交通卡口等地,经常能看到一位瘦瘦的老人,手举小喇叭宣传疫情防控期间的知识,他就是虹桥街道新中社区老党员施建忠。

85110110 新闻热线
记者俞慧娟

今年88岁的施大伯,平时就是一名热心公益的宣传员,喜欢自己编写宣传词通过小喇叭循环播放。在创文创卫期间,他会提

醒小区居民不要乱扔垃圾、高空抛物、毁绿种菜等;寒暑假期间,提醒家长注意孩子的安全;盛夏时节,提醒大家用电安全。总之宣传内容广泛多样,并根据实际情况不断变化。

当前,正值疫情防控关键时期,施大伯看着不少志愿者自告奋勇投入到疫情防控一线,更是坐不住了。由于还在三伏天里,太阳火辣辣的,加之又可能有风险,平日里一向支持他的老伴,这次也劝他不要出去。他生气地对老伴说:“我是一名共产党员,关键时刻更应该挺身而出。”虽然老伴给他摆下了“你出去就别回来”的狠话,但终究未能挡住他的脚步,他带着小喇叭继续“巡区”宣传去了。