

# 推动老字号“老树”发“新芽”

## 沪苏浙皖共话“重振老品牌,续写新传奇”

老字号是丰厚的历史资产,不仅体现着不同时代的价值信仰和文化沉淀,更是让人放心消费的品质象征。互联网时代,老字号如何“重振老品牌,续写新传奇”?

日前,长三角老字号创新发展论坛召开,来自沪苏浙皖四地商务部门、行业协会、老字号企业负责人和专家学者共谋长三角老字号新发展。

### 长三角老字号占全国三分之一

长三角区域自古以来地缘相近、人文相亲、商业繁荣、经济互融,诞生了一批驰名中外、经久不衰的企业品牌,老字号是其中的璀璨明珠。当前,长三角地区共有“中华老字号”企业近400家,占全国的三分之一。

随着时代的进步与发展,如何推动老字号“老树”发“新芽”,是此次创新发展论坛的核心议题。

在上海,黄浦区拥有老字号企业113家,占上海市一半以上,其中“中华老字号”96家。黄浦区商务委副主任徐文彪介绍,

打造新国潮促消费,仍是今年老字号品牌创新发展不变的主题:“推进老字号‘一品一策一方案’推进,构建老字号保护体系,打造老字号高品位地标。”

老字号是有效促进消费、加速消费市场复苏的重要载体。今年6月,江苏省启动老字号“三进三促”活动,推动老字号进校园、进社区、进景点,促进创新发展、促进文化传承、促进品质消费。同月,浙江省18个部门发文,促进老字号传承创新发展,进一步挖掘老字号潜力,促进老字号焕新升级。

安徽老字号发展带有显著的地域特色,全省认定414家老字号,其中“中华老字号”25家,414家中近七成是非遗企业,五成是地理标志产品。安徽省老字号企业协会副秘书长汪晓琴认为,对于老字号来说,拓展的前提是以品质和匠心技艺为本,这样才能在发展中“不掉粉”。

怎么让老字号国潮、新国货真正触达年轻人,是很多老字号最关心的话题。南京老字号餐饮联盟轮值主席闻伟表示,非

遗文化的发展对于拉动消费促进老字号文化及产品交流有着巨大的动能。“年轻人更趋向于个性化、定制化,要延伸和发挥非遗文化在老字号产品中的有效运用,不断改进工艺、创新产品,不断迎合新一代的消费需求。”

### 跨区域合作破解“老龄化”难题

如何破解老字号“老龄化”难题?除了更贴近年轻人的购物理念,近年来长三角地区还在尝试老字号品牌区域一体化发展。

2019年9月28日,在长三角路演中心,“上海品牌”与“浙江制造”强强联手,首批经浙江德清钢琴企业与上海钢琴厂携手打造的“施特劳斯”金边复古三角钢琴揭开“红盖头”。德清乐韵钢琴厂与上海钢琴有限公司合资组建新公司——上海施特劳斯钢琴有限公司,运作施特劳斯品牌,成为长三角高质量一体化发展背景下首例浙江民营资本与上海国有老字号跨区域合作样板。

去年8月,长三角主要城市中心城区高质量发展联盟正式成立,要在多个领域开展深度合作。其中,重点提出要依托联盟内现有的老字号品牌,鼓励支持经典老字号品牌在品牌策划、产品营销、知识产权维护等方面开展跨界跨区域合作。

去年11月22日,长三角老字号创新发展联盟成立。当天,上海、南京、无锡三地签约长三角老字号创新发展合作协议,推出创新发展五大行动,将通过活动联动、品牌联动、人才交流等形式,推动“老字号”品牌深度合作,不断转型升级,实现组团发展迈上新台阶,展现老字号品牌魅力。

近年来,沪苏浙皖联手,政、企、协、研联动,助力老字号企业发展的各种要素对接;实现长三角推进老字号品牌改革创新发展的合力;进一步挖掘和弘扬老品牌历史文化,在传承中大胆创新,互相借鉴,激活老品牌内生动力,实施更加积极的发展战略。

本报记者 黄佳琪

### 平湖博物馆新馆对外开放

## 万余件文物搬『新家』

近日,投资5亿元,占地31亩,历时5年建设的平湖博物馆新馆正式对外开放。博物馆新馆位于金平湖广场,建筑面积3.6万平方米,是集收藏、陈列、研究、教育于一体的综合类博物馆。

馆内现设有“金平湖——平湖历史文化展”“御侮抗敌——平湖三次抗击外敌专题展”“庄桥坟遗址考古展”“平和根本——根本塔天宫出土文物展”“金平湖里的自然课”五个常设展和临时展“武林有奇峰——浙江省博物馆馆藏蓝瑛作品及师承影响展”。藏有文物包括陶器、石器、玉器、瓷器、书法、绘画等17个类别13000余件。据第一次全国可移动文物普查

数据统计,平湖市博物馆现有国家一级文物7件、二级文物56件、三级文物1779件。此前,因博物馆旧馆面积所限,许多文物未曾展出。故此次展出的文物中,50%的珍贵文物(一二级)为首次展出。

其中,镇馆之宝——明宣德七年郑和舍圆瀚金粉楷书《妙法莲华经卷》在平湖为第二次完整展出,第一次还是在20年前刚发现时。整个经卷为磁青纸,是一种明清两代专门用于抄写佛经的特种纸,高10.1厘米,长4030厘米,由42条粘接而成。共有七万多字,字体古朴秀丽,精致而不失随和,既有唐楷的严谨,又有敦煌写经书体的神采。

“这次博物馆搬了新家,让几千年前的文物有了更好的保存和展示环境。除了有更多的展厅让文物展出外,还配套了少儿互动区、文创展示区、社教活动室、报告厅、文博少儿书吧等文化服务空间,这也是我们充分发挥博物馆社会教育机构职能,实现现代化转型的重要一步。”据平湖市博物馆相关负责人介绍,今后,这里也将成为青少年乡土教育、爱国主义教育、美育、德育的第二课堂。

本报记者 唐闻宣

### 句容

## 稻谷飘香庆丰收



稻谷飘香,丰收在望。位于镇江句容市白兔镇解塘村的首批100多亩水稻,近日迎来收成。水稻田里金光灿灿,收割机来回穿梭作业,呈现出一派丰收的景象。今年虽遭遇干旱高温天气,但当地加强田间管理,采取稻鸭共作模式,稻米的产量和品质比往年更好。 杨志国 摄影报道



■ 今秋第一篓阳澄湖大闸蟹捕捞出水 本报记者 刘歆 摄

## 阳澄湖大闸蟹开捕

### 今年预计产量近万吨

拥整个阳澄湖东岸线。与西湖、中湖相比,东湖水域较浅,约2米,光照充分,加上水底淤泥少、土质硬,适宜大闸蟹生长。这里水草丰富,大闸蟹最爱吃的饵料又多,因此巴城水域出产的阳澄湖大闸蟹以个大体重、蟹黄肥厚、肉质白嫩、滋味鲜美而享誉海内外,历来被称为“蟹中之冠”。

据介绍,今年的阳澄湖大闸蟹虽遭受了持续高温少雨天气的影响和考验,但当地通过开展延时增氧、水草补种、饵料增加营养、围网加强巡查等一系列举措,保证了大闸蟹的生长。

苏州市农业农村局公布的数据显示,今年阳澄湖大闸蟹的产量预计约为9400吨,其中湖区围网养殖面积1.6万亩,预计产量1500吨左右;高标准池塘改造养殖面积7.2万亩,预计产量7900吨左右。活动现场,2022版阳澄湖大闸蟹防伪戒指在开幕式上亮相,今年的防伪蟹扣阳澄湖湖区为深红色,高标准池塘为“绿色+蓝色”。开捕后,阳澄

湖大闸蟹将陆续上市,开始供应各地市场。

### 舌尖上的“蟹经济”

为了阳澄湖大闸蟹这块金字招牌,巴城镇在绿色发展、协调发展上探寻新路径,促进大闸蟹产业的持续健康发展。

2020年,巴城镇对原产地阳澄湖大闸蟹信用管理平台进行了全新改版升级,把苗种放养、饲料投喂、水质调控、水草养护、销售信用等全过程纳入信用管理平台,对养殖户进行信用等级评估,信用等级和阳澄湖大闸蟹农产品地理标志发放挂钩,实现地产大闸蟹来源可追溯。

在培育“五好”大闸蟹的基础上,巴城镇推动特色产业延链、补链、强链,衍生了东阳澄湖村省级农村电子商务示范村、大闸蟹电商产业园,并通过打造“蟹文化”名片,提升产业等级,开展大闸蟹开捕节、蟹文化旅游节等活动,形成了蟹种培育、成蟹养殖、暂养储运、包装销售、电子商务、餐饮旅游全产业链,带动当地农民就业3万余人,大闸蟹全产业链年总产值达40亿元,实现农业增效,农民增收。 本报记者 毛丽君

蟹船扬帆,横穿湖面,浪花激扬;返程收网,一只只大闸蟹在网中张牙舞爪……随着第一篓蟹出水,今秋阳澄湖大闸蟹正式开捕。9月23日,2022中国·苏州阳澄湖大闸蟹开捕节暨昆山巴城蟹文化旅游节在苏州昆山举行。

### 蟹乡吹响“开捕号”

上海人爱吃阳澄湖大闸蟹,却有不少人不知道,位于昆山的巴城镇食蟹、养蟹历史悠久,也是阳澄湖大闸蟹优势产区,更是中国渔业协会授予的、唯一的“中国阳澄湖大闸蟹之乡”。

阳澄湖分为西湖、中湖和东湖,巴城坐