

老字号传承创新是永恒话题

屠瑜

新民眼

这两天，茅台咖啡火了，热度持续不减。这不禁让人想起去年推出的茅台冰淇淋，当时一经推出也是相当火爆。据说茅台还将推出“茅台巧克力”。

白酒给人的感觉是“中年男性”的专属品。茅台推出一系列跨界产品，就是要借助本身的牌优势，瞄准年轻赛道。今年茅台冰淇淋一周年庆活动上，茅台集团董事长丁雄军就表示，贵州茅台将加大研发酒心巧克力、含酒饮品、棒支、软冰等产品，建立不同类型、不同价位、特色显著的产品矩阵。

年轻人喜欢新鲜事物，追求时尚，茅台

的这些年轻化尝试当然是值得肯定的，但这些主要还是依靠茅台的品牌优势，工艺流程和技术门槛都较低，如果只是简单“拼搭”，怕不能引发年轻人长久的热情。就拿茅台冰淇淋来说，这个夏天，要不是茅台咖啡突然爆红，茅台冰淇淋已鲜有人提起。不知明年此时，酱香拿铁是否还会有人排队购买？

就在上周一，位于南京东路步行街的邵万生旗舰店经过27天闭店焕新升级，再次开门迎客，吸引了不少客人。这些年，邵万生通过不断创新，产品品类有了大幅调整，新增不少自制产品。在糟醉柜台前，除了原有的醉黄泥螺等，还新增了不少冷冻点心，有糟香肉馅饼、糟香鲜肉饼、原味拇指生煎、黑猪鲜肉包等品种。

邵万生是糟醉老字号，号称“万物皆可糟”，此前就推出了糟香咖啡。刚推出时，这个概念极具传播性和话题度，加上邵万生这个百年老字号的影响力，让这款产品迅速出圈。但有不少喝过的消费者评论：“就是在咖啡里加了一点糟卤。”“只闻到一点糟卤的香气，但很难尝出来。”这也让经营者意识到，网红想要变成常红，产品本身依然是王道。于是，糟香咖啡豆应运而生。以邵万生糟卤为基调，经过多次研发确定口感和比例，达到从“添加”到“融合”的效果，最终效果还需要时间检验。

不管是茅台，还是邵万生，老字号的传承和创新发展是一个永恒的话题。在“2022长三角老字号振兴与品牌创新大会”上，国

务院原国有重点大型企业监事会主席季晓南说，老字号怎么深入到年轻一代，形成长久不可磨灭的记忆，是要研究的问题。茅台品牌的发展历程并非一帆风顺，茅台酒能走到今天这一步，其中根本一点就是坚守独特严格的酿酒工艺。

老字号积累了丰厚的品牌价值，仍需走守正创新之路。路该怎么走，归根到底还是讲理念创新、技术创新、工匠精神，沉下心来，放飞创意，拿出真正的硬实力和软实力。

酱香拿铁能否成功，时间会给出答案。无论对于茅台，对于邵万生，还是对于无数老字号、国企、民企来说，创新是永恒的活力源泉，但什么才是真正有价值的创新，“茅台+”将是一场生动的实践。

全国职业院校技能大赛高职组“导游服务”赛“以赛促学” 技能比赛冠军如何成为网红导游



■ 参赛选手正在接受导游素养及业务能力测试

本报记者 陶磊 摄

“高校培养的技能冠军，竟然做不了一名合格的导游。这样的怪事再也不能存在下去了。”在昨天开幕的2023年全国职业院校技能大赛高职组“导游服务”赛上，裁判长翟向坤教授说，本届赛事就是要打破职业教育“两张皮”现象，所有赛题充分对接行业实操需求。事实上，已经有企业人力资源主管“潜

伏”于赛场外，获奖选手基本上都会被全国的各大旅游服务单位“预订”一空。

这是上海旅游高等专科学校首次承办教育部的这项“国赛”。王伟是该校旅游管理专业的大三学生，也是从上海选拔赛中脱颖而出参加全国赛的本市两位选手之一。昨天下午和今天上午，他要连过导游素养及业务能

力测试、导游英语口语测试、才艺运用等三大关。“在才艺展示环节，我模拟的是北京环球影城观众排队时的情景。为了不让游客因等候时间过长而焦心，作为导游，我自创了一套小魔术，为大家现场解闷。暑假前，我专门去外滩一家魔术馆拜师，排练了一个取材自哈利波特魔法书的节目，让观众既惊讶又开怀。”他说，导游业务能力测试是一道实景开放题，他以四行仓库为参观点，以谢晋元将军为人物重点，将一则上海的抗战故事娓娓道来。

这次全国高职组的导游大赛完全对标旅游行业导游的业务范畴。以导游素养为例，包含儒家文化、传统节日、书法篆刻等50项内容，要求选手熟悉政务团、商务团、记者团、研学团等4种团型的导游服务要领，并在现场随机抽取一种团型开展模拟带团活动，还要解答若干问题。而英语测试环节的备赛题多达80项，比如抽到“文房四宝”题，要求用英语向“外国游客”作详细介绍。翟向坤透露，其中每人必答的一道单选题是不在题库范围内的，很考验这些未来导游的知识面和临场应变能力。

“以赛促学”是上海旅专在承办这次大赛时讲得最多的一句话。上海旅专旅游与休闲管理学院院长毛润泽说，现在旅游市场出现一个新的风向——网红导游特别吃香，游客会从直播平台点击预约他们的服务，而且这些网红特别擅长深耕某个领域的导游、导览、导购服务，这也迫使高校相关专业的教学要跟着改变，瞄准网红的各项本领。如何把技能比赛的冠军“包装”成网红导游，这是一个值得探讨的新课题。

本报记者 王蔚

“张江研发+上海制造”又一典型案例

国产1类创新药“津立生”获批上市

本报讯（记者 裘颖琼）近日，国家药品监督管理局通过优先审评审批程序附条件批准上海津曼特生物科技有限公司申报的纳鲁索拜单抗注射液（商品名为“津立生”）上市。该创新药在张江研发，2022年进入国家药监局优先审评审批程序，产品获批后将在本市生产供应市场，是“张江研发+上海制造”的典型案例。

纳鲁索拜单抗注射液为重组全人源抗核因子- κ B受体活化因子配体（RANKL）单克隆抗体，通过与细胞表面的RANKL特异性结合，抑制RANKL活性，从而抑制其参与介导所引起的骨质溶解和肿瘤生长。该药品用于

治疗不可手术切除或手术切除可能导致严重功能障碍的骨巨细胞瘤成人患者。这是上海今年获批的第4款国产1类创新药，其上市将为患者提供新的治疗选择。

该产品自研发申报至获批上市期间，国家药监局药品审评检查长三角分中心、市药品监督管理局药品注册部门和上海药审中心紧密配合，落实专人专班提前介入、主动对接、组团服务，协助解决企业在产品研发、临床研究、注册核查等环节遇到的困难，加快产品上市步伐。

据市药品监督管理局介绍，今年以来，上海已有4款国产1类创新药、6个III类创新医疗器

械获批上市。近期，市药品监督管理局将本市创新药械、列入国家或市重点项目的药械、罕见病用药、儿童用药、“揭榜挂帅”入围医疗器械、“卡脖子”技术突破医疗器械纳入重点服务产品项目清单，不断优化服务方式和工作程序，不断提升服务能级。支持创新药品前置注册抽样，对联合核查品种同步开展注册核查和GMP符合性检查，并将以促进产品注册申报为抓手推动研发技术进步，以服务企业重点项目为目标促进产业高质量发展，以创新服务机制为路径提升服务水平，进一步激发区域产业创新活力，为打造生物医药区域发展高地提供支撑。

二〇二三年服贸会闭幕

达成一千一百余项成果

本报讯（记者 钱文婷）2023年中国国际服务贸易交易会昨天在北京圆满落幕，共达成1100多项成果，国际参与度和影响力进一步提升。

本届服贸会为期5天，举办了15.5万平方米的展览展示和128场专题论坛、65场推介洽谈等活动，线下参展企业2400余家，线上参展企业7800余家，累计入场25万余人，近8万名专业观众应邀到会洽商，在成交项目、投资、战略协议、权威发布、首发创新和联盟平台等方面达成1100余项成果。

75家知名企业和机构发布成果139项，其中66家首发125项人工智能、金融科技、医疗健康、文化创意等领域的新产品、新技术，涌现出产业带数字地图、智慧实验室数字解决方案等一批优秀成果。

本届服贸会还创下多个“首次”：综合展核心部分首次融合展示我国服务业扩大开放和服务贸易创新发展取得的突出成就；首次举办“投资中国年”服务业扩大开放专场推介大会；首次举办联合国国际公约——《北京船舶司法出售公约》签约仪式等多场亮点活动。

聚焦自贸区战略提升

“观澜论坛”建言献策

本报讯（记者 宋宁华）昨天，“成就与梦想——中国（上海）自由贸易试验区十周年再出发”2023年浦东政协第四届“观澜论坛”在浦东城市规划和公共艺术中心举行。

在上海自贸区设立十周年之际，浦东政协立足于上海自贸区设立以来的历程与成就，聚焦自贸区战略提升，邀请来自政界、产业界、学术界的嘉宾，以及部分全国、市、区三级政协委员齐聚“观澜论坛”，积极建言献策，持续助力打造浦东“王牌”作用。

全国政协常委周汉民，中银国际证券全球首席经济学家管涛，上海市政协委员、上海社会科学院院长王德忠，浦东新区区委常委、常务副区长、上海自贸试验区管委会副主任杨朝分别以“国际贸易规则发展趋势与自贸区立法”“人民币国际化与自贸区金融开放”“中国自贸区未来趋势与战略提升”“上海自贸试验区十年制度型开放的探索”为题，发表主旨演讲。

此次“观澜论坛”集中展示34篇提案典型案例。会前，区政协还开展了为期1个月的观澜读书专题学习和“金点子”征集活动。