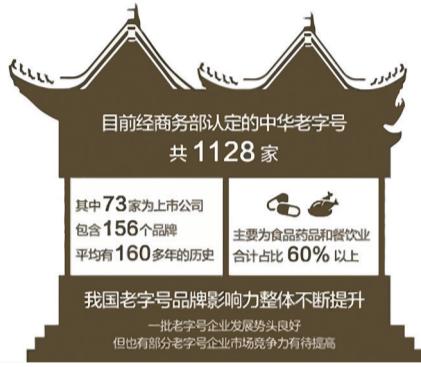


老字号如何“讲好中国故事”

“弘扬社会主义核心价值观，传承中华优秀传统文化精髓，传播老字号优秀商业理念，充分发挥老字号对弘扬优秀传统文化和建设中国自主品牌的作用，讲好中国故事。”

这是近日由商务部、中共中央宣传部、自然资源部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家文物局、国家知识产权局等联合印发的《商务部等8部门关于促进老字号创新发展的意见》(以下简称《意见》)中提及的“基本原则”之一。

老字号是指历史悠久，传承独特产品、技艺或服务、理念，取得社会广泛认同的品牌，具有鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史底蕴。目前，经商务部认定的中华老字号共1128家，平均有160多年的历史。



老字号的振兴

2019年，在第二届中国国际进口博览会上，“非遗”和“中华老字号”展示展演活动成为一个不可忽视的亮点。

作为国家首批非物质文化遗产，山西展区将汾酒古法酿造技艺放在了展厅的核心位置，为来自国内外的观众现场展示汾酒非遗酿造工艺。



在古法酿造工艺现场，中外嘉宾一同观看了汾酒古法酿造工艺的开酿仪式，酿酒师敬天、敬地、敬先祖，表达了汾酒人对大自然的敬畏和汾酒历代先祖匠心传承的感恩之心。



汾酒将古法酿造工艺搬到展馆现场，不仅体现了汾酒是最干净、最纯正、最健康、最文化的“四最”白酒，更代表着中国白酒精神的寻根和文化回归，让现场嘉宾对汾酒有了更为深刻的理解，全方位感受汾酒的独特魅力。

这也对应着《意见》对健全老字号传承体系三点要求中的“活化老字号文化资源”。

《意见》明确，要“鼓励有条件的老字号企

业和社会组织建设体现行业特色、反映民俗文化、弘扬中华优秀传统文化的专题博物馆、展览馆，聚焦中华民族传统节日，线上线下同步开展系列宣传推广和消费促进活动，支持各地结合地方特色民俗，开展形式多样的展览促销和文化体验活动。”

“活化”一直是汾酒文化传承的主旨。

2021年，从出版企业文化手册的到文化图书专柜揭幕，从参与成立山西省文化研究会到汾酒·格鲁吉亚两大酿酒文化交流，汾酒以文化之名、举文化之力、成文化之势，让文化不断传承与活化。

“在深挖和活化上还要持续下功夫”，汾酒党委书记、董事长袁清茂提出，要从产品销售思维进一步上升到文化营销思维，发展具有丰富体验感的健康文化传播体系。

壮大老字号人才队伍，也是《意见》中提及的内容之一。“老字号的传承创新，归根结底要靠人才”，商务部相关负责人表示，要支持老字号企业与职业院校合作共建“工匠创新工作室”和“教学基地”，鼓励老字号技艺传承人到学校兼职任教、授徒传艺，培育和弘扬精益求精的工匠精神，实现传统技艺薪火相传。

在老字号企业与院校的合作交流上，汾酒也是走在了前面。



2019年，汾酒与汾阳市、山西大学共建的山西大学杏花村学院(山西酿造产业研究院)正式揭牌成立。

杏花村学院依托汾阳市、山西汾酒和山西大学三方优势力量，以建成国内一流世界领先的酿造知识密集型高端创新载体、开放式国际化的教学实践场所、科技创新引擎和高端服务平台为建设目标，形成“理论学习在山大、科学研究在汾阳”的新合作模式。

而在企业内部的人才梯队建设上，袁清茂提出，要本着公平、公正的理念，坚持向生产一线倾斜的原则，用心用情、因地制宜地做好人才培养、队伍建设工作。“要通过政策引导，营造尊重人才、尊重劳动、尊重大师的良好氛围。”

而在活化文化、储备人才之外，汾酒也不遗余力地讲好“中国故事”。

2019年1月，《传奇老字号》第一季在山西、湖北、河北、云南、吉林五大卫视黄金时段陆续播出，杏花村汾酒与南京同仁堂、广誉远、六味斋、叶开泰等12家老字号企业一同亮相。

此档节目开创了一个先河：五家省级卫视积极响应政策，近200人的拍摄团队，横跨全国9大省17个城市，行程超3万公里，历时10个月，以专业的电影化拍摄手法，崭新的纪录片形式、打破传统电视节目的立体传播模式，讲述

了中国百年商业典范——老字号的传奇故事。

讲好中国故事

在今天的汾酒博物馆里，存有一张商标注册登记证，距今已有98年。

注册证上这样写着：“据晋裕汾酒股份有限公司杨得龄呈请，以高粱穗商标专用，于商标法施行细则第36条第38类之，汾酒商品业经本局依法审定核准注册取得专用权……”



商标注册证上，还有当时的商标局局长李登签发时的签名，注册证号是828号。

“高粱穗”商标图案由五株丰硕的高粱穗，23颗红色的饱满的红高粱以及一株绿色的高粱枝叶组成。



度为935，品牌价值达143.42亿元。

据悉，本次品牌价值评价企业数量达1293家，现场品牌价值发布数量为598个，共分为机械制造、技术创新、中华老字号等21个大类，发布的品牌总价值超过7万亿元。

中国白酒要“走出去”，在国际化的舞台上展示中国的形象，代表的是中国制造的品质与中国传统文化的魅力，不仅需要有自己完整的中国语汇去展现民族文化底蕴，更需要形成能为世界各国所接受的表达方式。

在面对世界的国际化表达中，汾酒以文化化的形式代表中国白酒走出国门，走向世界，将品牌文化充分融入到国家使命、国家战略、国家文化当中。以国际标准提升汾酒品质，以中国文化定位汾酒文化，展现出了国际话语体系对话的“中国汾酒”。

3克×10粒装

片仔癀

百年传承 奢誉中外

OTC 广告

片仔癀 PIEN TZE HUANG

清热解毒 凉血化瘀 消肿止痛

传统 中成药

由中华老字号漳州片仔癀药业股份有限公司独家生产的传统中成药片仔癀，以麝香、牛黄、蟾酥、三七等贵细药材，经保密工艺制成。片仔癀是国家级非物质文化遗产。片仔癀以清热解毒、凉血化瘀、消肿止痛等功效，广受信赖，畅销海内外。多年来位居中国中成药单品种出口创汇前列，享誉斐然。

国药准字Z35020240 营养食品（不外皮）尚明（注意事项）详见说明书
请按药品说明书或在药师指导下购买和使用

中华老字号 China Time-honored Brand

国家级非物质文化遗产 China Time-honored Brand

百年蘭陵王 王者归来

酒

百年蘭陵王 LAN LING WANG LIQUOR 酒精度: 38%vol 净含量: 500ml

山东兰陵美酒股份有限公司 热线服务: 0539—5588998

兰陵美酒宴会