迎着“国潮风”,在2023年中国国际服务贸易交易会北京老字号创新发展体验区,本报记者发现老字号们纷纷积极主动求变,通过丰富产品类型,进行多元化转型,不断用创新拥抱年轻消费群体,在传承与创新中展现老字号的魅力,为服贸会打造了一场“好看、好逛、好吃”的老字号文化盛宴。

来服贸会体验一场北京老字号文化盛宴

好看、好吃、好逛

□ 本报记者 王薛淄

来口豆汁儿口味的冰淇淋,把京派胡同的狮子门墩变成点心揣进兜,近距离欣赏珐琅厂点蓝技艺、瑞蚨祥盘扣制作……9月2日,在2023年中国国际服务贸易交易会首钢园区的北京老字号创新发展体验区,记者看到北京的老字号们正以守正创新的姿态,彰显深厚历史底蕴和独特文化魅力,诠释“让民族品牌大放异彩”的主旨。

好看:国货变国潮

“将饮食文化实现从吃到玩再到用的多维转变,能以更生动的形式带动传统饮食文化的传播与发展。”在北京老字号创新发展体验区上,北京稻香村展台负责人吴强在接受记者采访时表示。

此次服贸会,北京稻香村带来的非遗技艺京八件礼盒、零号店九宫格糕点以及从日用品到首饰品等趣味十足的文创周边,赚足了观众的视线。“这款礼盒叫‘京八件’,最早起源于宫廷御膳房,曾在北京消失了50余年。为了恢复这款礼盒,我们的研发团队查阅了大量古籍文献,用了将近一年的时间才将其恢复。现在,‘京八件’手工制作技艺已经入选了非物质文化遗产代表性项目,所以这款礼盒不仅是地地道道的京味儿美食,更是活态传承的非物质文化遗产。”吴强介绍道。除此之外,惟妙惟肖的“果园联萌”系列,外形与口味相呼应;文化味十足的“品味宫廷”系列,“点心殿”“玉玺糕”“令牌酥”,宫廷元素齐全;京韵特色的“胡同”系列,“狮子门墩”“龙头门环”京味十足。展台一侧,除了北京稻香村第一件文创产品“Plus版”枣花酥抱枕,还有经典点心造型的冰箱贴、盲盒玩具、毛毡包,耳环戒指项链齐全的枣花饰品,尽显老字号的创意新玩法。“不管是主营业务,还是周边文创,北京稻香村会在传统文化的基础上,不断研发,创新出更适合当代甚至是未来更好场景的产品。”吴强说。

和北京稻香村发展观念不谋而合的还有白塔寺药店。在白塔寺药店展台,记者看到,几乎所有展示的文创产品与中医药知识有关。中草药主题兔儿爷不仅画有人参、山楂、石榴、佛手瓜、金银花等草药,在兔儿爷的背部也放进了药店自制的含有金银花、冰片、藿香等十几味草药的药包,把“中药+非遗”进行完美结合,此外,结合传统古方四物汤描绘的国潮明信片,带有白塔寺药店特色的冰箱贴以及中秋主题的中草药香囊,也吸引了不少消费者的目光。

“白塔寺药店建于1872年,是一家经营了150多年的老字号。从2021年,我们开始走上了文创之路,一方面是为了给白塔寺药店引流,另一方面更是为了让更多的年轻人走进老字号,把中药材和文创产品融合起来,让他们在了解中医药知识的同时,注重养生保健,也能在店里真实地看到和感受中医药的魅力。”白塔寺药店展台负责人杨洋对记者介绍道,“实际上,从食补到养生,现在年轻人已经开始注重更健康的生活方式,像在饮品上,现在的咖啡也开始添加枸杞等材料来养生。但是中医药属于医药行业,用药需要十分严谨,所以我们在进行文创产品的研发时,会根据季节、时令进行相应的调整,以满足顾客的需求。截至2022年底,已经研发设计出30余种产品。”

好吃:传统变网红

有的老字号通过研发文创周边产品,传承和发展品牌文化,有的则瞄准自身特色,将传统和现代进行碰撞,让老字号变成新网红。

有着百年历史的“年记·兴顺斋”就是其中一员。“我们从2015年开始做豆汁儿的标准化生产,在规范生产和制定标准的过程中,我们就发现豆汁儿其实是一款特别健康的发酵饮品。但是因为口味上比较具有挑战性,我们就想着用一种年轻人能接受的方式把它推广出去。”兴顺斋第四代掌门人洪怡在接受记者采访时说道。

秉持着努力创新理念,兴顺斋将传统老北京豆汁儿和年轻人喜爱的冰淇淋产品相结合,研发出了豆汁儿口味的冰淇淋,今年5月推出以来,到店打卡的人络绎不绝。本次服贸会上,兴顺斋就带来了淡黄色包装的海盐豆汁儿冰淇淋和淡绿色包装的原味豆汁儿冰淇淋。“现在在兴顺斋牛街店,已经拿出一个窗口专门做豆汁儿系列,以后我们还会尝试有豆汁儿味的饮品,豆汁儿味的小点心。我们也希望通过创新,让老北京豆汁儿成为新的国潮,使更多消费者接受它并继续流传下去,将北京的传统小吃发扬光大。”洪怡说道。除了对老北京特色豆汁儿进行创新,她表示兴顺斋将在清真熟食方面进行创新,如推出适合年轻人消费习惯的小分量包装。

除此之外,在北京老字号创新发展体验区上,义利黄油饼干、红星高照高端二锅头、北平制冰厂HPP果汁、双合盛精酿啤酒等新产品纷纷亮相,二友居包子、同和居三不粘、护国寺小吃豌豆糕、同春园肉末春卷等吸引观众驻足。

一边是“老”小吃研发出新产品,另一边“老”餐馆也开启了新运营,寻找新市场。

成立于1953年的马凯餐厅是第一次参加服贸会,而这家老字号直接在现场“玩”起了直播,“1号链接就是咱们的特色产品。”一声声吆喝下,麻酱糖饼、肉末烧饼、黑芝麻发糕等,还有酱肘子、酱猪蹄等北京特色食品向各地飞奔而去。“我小时候就有这家店,最爱吃的就是肉末烧饼。”消费者刘先生感慨道,“以前只能回一次家才能吃,现在在网上看直播就能买到同样口味的。”

好逛:提供多个沉浸式互动体验

除了味蕾上的满足外,多个老字号品牌也根据自身定位,给观众们带来了各式各样的沉浸式互动体验。

在北京市珐琅厂景泰蓝制作技艺展区,小朋友用滴管将10余种颜料滴进卡通图案的掐丝珐琅圆盘,体验景泰蓝点蓝技艺;在北京剧装厂剧装戏具制作技艺展区,工作人员表演的燕京八绝之一“京绣”技艺,金线银针上下穿梭,不一会就勾勒出一朵牡丹花的雏形;在大北照相馆体验区,工作人员现场搭建出小型摄影棚,为路过的观众提供免费摄影修片的服务……

作为老北京的情感符号,本次服贸会上,60家老字号齐聚首钢园15号馆,集体“出圈”的背后离不开展示平台的扩大。记者了解到,今年是北京老字号第三次亮相中国国际服务贸易交易会。主办方在办展形式上屡屡创新,以本次服贸会为例,首次以专题展的形式展示北京老字号形象;首次以企业集团形式展示老字号品牌组合矩阵,如一轻控股携旗下北冰洋、义利、红星等品牌亮相,华天集团展示庆丰、马凯等品牌形象;首次引入市场化机制办展,政府引导、市场主导,激发老字号市场活力。

北京市商务局数据统计,目前北京有老字号247个,其中中华老字号117个,涉及餐饮服务、工艺美术、中医药等9个行业。老字号聚集度高,主要分布在东西城区,数量排名前三位的行业是餐饮服务、商业零售与食品加工。历史悠久,百年品牌的有132家,占比达57%,最长的超过600年历史。文化深厚,拥有非物质文化遗产105项。国企占比高,实现了集团发展的老字号占比44%。中小微企业多,老字号中90%为中小微企业。

服贸会是全球规模最大的服务贸易交易平台之一,也是老字号集中展示创新发展成果的绝佳窗口。组展方表示,全方位的老字号形象展示搭配特色主题活动,不仅在服贸会上打造了一场“好看、好吃、好逛”的老字号文化盛宴,对企业而言也是展示品牌形象、拉动消费的宝贵机会。

非遗文化“潮”起来

□ 本报记者 刘 元 文/摄

在2023年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)上,不少消费者熟悉的老字号纷纷发力,推出各具特色的时尚新品,用创新擦亮金字招牌。

打造年轻人接受度更高的产品

“小时候喜欢看姥爷写大字,他用的就是一得阁的墨,这么多年过去了,一看见一得阁这三个字就仿佛闻到了那股味道,想起了姥爷。”走进本次服贸会北京老字号创新发展体验区,在以古法制墨技艺闻名的一得阁展位前,记者听到一位观众如此说道。

记者看到,一得阁展台上经典款墨汁只占据了少量面积,各式各样的新品则占据了“C位”,其中,一款名为珍品油烟墨膏的产品引起了记者的注意。“这款墨膏只需兑水即可书写,浓淡自由掌握。”一得阁工作人员侯晓英向记者介绍,传统墨条需要研磨,墨汁不方便携带,墨膏则一次性解决了这两个痛点,且墨色浓黑,书写流畅,深受书写者和画家喜爱。

同时,一得阁还带来了《传古至今·墨韵国潮》拓印盲盒。“盲盒内含拓版、吸水布及包括毛毡、宣纸、朱墨在内的一整套拓印工具包。”侯晓英表示,拓印技术起源自东汉,在盛唐时期实现了广泛应用。一得阁开发这款拓印盲盒就是希望现代人能亲身感受拓印技术,通过拓片里的文字和图案来体会古人的心境,领略历史。

实际上,本次展出的墨膏和拓印盲盒只是一得阁坚持创新的一个缩影。“从推出学生系列产品助推书法进校园,到与恭王府合作生产国潮文创笔墨套装,再到花香墨系列加入花朵纯露让墨色五彩斑斓……一得阁想成为能真正走进年轻人心里的老字号。”侯晓英表示,近年来,一得阁在坚持传承非遗技艺的同时,紧跟年轻市场,从配料和技艺上寻求突破,打造年轻人接受度更高的产品,以精益求精的态度体现一得阁的品质,讲好百年老字号的新时代故事。

体育文创讲好品牌故事

在北京老字号创新发展体验区北京工美集团的展位上,一款名为“星空漫步”的杭州亚运会吉祥物电竞摆件吸引了许多观众驻足观看。

这款产品表面喷涂温感变色透明漆面,当温度低于10摄氏度,表面白色部分会逐渐变为深色,0摄氏度以下变为全黑。温度的变化,可使“白金版”摆件变为“黑金版”摆件,科技感十足。北京工美集团文化创意分公司经理助理王茜在接受本报记者采访时介绍说:“这是我们首次推出的电竞类变色手办,设计师考虑到很多玩家在游戏中会通过参与排位赛来晋级不同的段位,因此设计出了可变色手办,科技感十足。”

不仅是杭州亚运会特许商品,北京工美集团还带来了中国国家队特许产品。同时,本届服贸会上,北京工美集团文化创意分公司与北京市颐和园管理处举行战略合作签约仪式。未来三年,双方将联合进行颐和园文化研究和主题文创产品开发,将颐和园深厚的历史文化、人文自然景观以文创产品的形式展现出来。

老字号焕发新生机

把握国家级体育赛事等机会正成为老字号擦亮金字招牌的法宝。此前发布的《老字号创新发展趋势洞察报告》提到,在利好政策驱动下,老字号有望在全球市场中大展拳脚,打响品牌,掘金海外。老字号应充分把握“一带一路”倡议、RCEP政策红利,抓住国家级展会机遇,主动出击,结合实际场景,诉说历史变迁中老字号的品牌故事与人文魅力。

人民网舆情数据中心主任郑光魁曾指出,“随着新一轮国潮热的崛起,众多老字号企业正乘势而上,不断为老技艺、老传统注入新动能,焕发出新的活力与生机。梳理海量老字号相关信息发现,新视觉、新产品、新营销、新服务以及新模式是当前老字号创新的高频关键词。老字号企业正以品牌形象焕新、产品技术推新、营销策略更新、服务方式上新、经营模式创新为核心发力点,全面推动老字号品牌历久弥新。”

这一点与王茜的观点相符,她认为,老字号求新求变要在保留继承自身文化精华、挖掘自己核心优势的基础上,在产品形式和传播方式上创新。

王茜表示,“北京工美集团有限责任公司作为中华老字号、中国工艺美术驰名品牌,正以传统工艺美术的传承为基础创新发展新国潮文创品牌,深耕北京冬奥会、杭州亚运会、中国国家队等特许产品研发,提升产品质量和创新设计,将工艺美术与体育赛事融合,挖掘品牌与超级IP间的创新潜力,借助亚运会等体育赛事的舞台,打造富有传统文化内涵的文创产品,助力中国工艺美术行业的发展。”

中国国际皮革展落幕

超两万名专业观众和买家亲临 成交额比上届有较大增长

□ 本报记者 史晓菲

2023年8月29日,2023中国国际皮革展览会在上海浦东新国际博览中心举行。来自全球重要皮革国家和地区的展商、客商及相关行业从业者纷纷集聚展会,展示新技术、新产品,开展洽谈、合作,寻求新发展机遇。作为全球顶级皮革行业展览会,本届展会规模达8万多平方米,千余家国际、国内龙头企业华丽亮相,涵盖皮革、皮革化工、鞋材、皮革和制鞋机械以及合成革、合成革化工等各领域。本届展会是时隔3年,中国国际皮革展览会的再次扬帆,为全球皮革行业提供了一场饕餮盛宴。

集中展示新产品新技术 搭建买家卖家的贸易桥梁

开展当日,人头攒动,商贸气氛火热十足:精心布置的展台内,聚满了咨询交流的客商;展台外,交流人群也处处可见,或三五成群热烈交流,或面对面言谈甚欢;过道上,观众人来人往,其中一些人在一家前台简单咨询便留下名片转向了下一家……

为抢抓市场新机遇,本届展会期间,国内与国际皮革产业链上下游龙头企业推出了一系列创新材料、装备、技术、产品:鞣制效果极佳的化学鞣剂,顶尖先进的自动化机械,性能卓越的无铬鞣皮革,丰富多样的鞋材面料,种类繁多的合成革等等,整个展区呈现出了一场顶级的皮革业发展盛况。

“开展后,我们展位的30多位员工就进入了接待状态,介绍我们的新产品、新技术。”隆丰革乐美副总裁杨乘斌表示,针对国内市场,本次展会公司推出了涵盖毛革、羊皮、牛皮等三十余个系列新产品,这些产品在风格、色彩等方面都别具一格。

在东莞市爱玛数控科技有限公司展位,四款全新的智能裁切机正在不停地运行,展现其强大的裁切功能。公司董事长王国权表示,随着下游数字化、智能化需求的不断增强,公司自主研发了“C-906+V1视觉识别自动裁切机”等四款全新机型和“爱扫iscan”三项全新技术,可大大提高企业的裁切效率并节约生产成本。

“多数咨询人群是来了解我们的防水剂和无铬鞣剂产品的。”四川亭江新材料股份有限公司市场部经理利中胜表示,随着高质量发展主题的日益深入,公司针对下游市场需求,研发了众多新品,尤其是新研发的防水剂产品,防水效果卓越,得到了国内外企业的一致好评,由此也带动了下游企业对公司其他研发新品的关注。

近年来,鞋材新材料层出不穷,本届展会上,杭州锴越新材料有限公司就推出了其创新研发的热熔胶产品。据介绍,研发的热熔胶产品能匹配各种鞋类产品的舒适度需求,低温热熔胶产品可广泛应用于高跟鞋、正装鞋、休闲鞋;中温热熔胶产品可广泛应用于户外鞋、运动鞋。

互递名片,介绍交流,商贸洽谈,共享商机。据测算,本届展会有超过两万名专业观众和买家亲临,贸易成交额将比上届有较大增长。

聆听行业发展新思路 分享企业研发新成果

为方便参展人员集中快速了解展商带来的最新产品与最新技术,同时为企业搭建起一个快捷、面对面的信息直通平台,主办方特地组织了辛集专场和制鞋装备专场两场新产品新技术发布会。来自辛集和制鞋装备领域的知名企业与专业大咖,现场分享了企业最新的研发成果与经验,吸引了大批参展人员驻足聆听,成为此次展会的一大亮点。

展会期间,中国皮革协会还举办了国际制革产业发展高峰论坛。围绕“践行双碳战略 赋能绿色发展”主题,行业内专家、学者分别进行了主旨演讲,为业内同仁带来了一场行业发展新思路的盛宴。

据悉,为更好地搭建科技、贸易、交流、服务平台,展会还举办了两场制革和皮化新产品新技术专场发布,以及制鞋行业装备升级路线图修订研讨会等众多高规格的活动。

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局着力推进市场主体行政处罚信息查询及信用修复工作提质增效

丰台区市场监管局针对企业电话咨询及相关信用工作办理申请,优化服务方式,拓宽服务渠道,助力解决企业及群众急难愁盼。将外网公示电话转接到个人手机随时接听,确保咨询电话能够以最快速度得到解答。积极稳妥依托政府网站、政务邮箱、北京市企业信用信息网等平台实现申请线上办理、线上解答,致力实现“数据多跑腿、群众少跑路”。加强部门协作,畅通与北京市市场监管局、丰台区政务服务局及市场监管所的沟通渠道,严格把控审核办理时限,针对个别申请时间要求较短的情况,加班加点以最快速度办理完成,真正做到监管为民。全力做好行政处罚信息查询工作,为企业办理上市、发行股票、发行债券、招投标、安防资质年审、法人入党、评先评优等相关工作提供依据,自2023年1月至今,共为企业和个人提供行政处罚信息查询服务2100余次。平稳有序开展信用修复等相关工作。为持续优化营商环境,构建诚实守信的市场秩序,建立失信主体自我纠错的信用修复机制,稳妥有序统筹协调相关部门开展企业行政处罚信息公示信用修复工作。共计为3个企业开展行政处罚信息公示信用修复。 (金江玉)