

网上中国

精耕工艺,改进品质,借助网络平台

老字号创新 玩出“云”花样

本报记者 高乔

天津市中华老字号餐饮企业狗不理集团转型“互联网+技术创新”新业态,探索“直播间下单、送餐到家”;河南洛阳“高家三彩”直播带货等创意营销新模式打造新形象;广东中华老字号陈李济中药企业推动旗下健康食品进驻多家电商平台,结合互联网模式推广中医药养生文化……在数字技术和互联网平台的助力下,老字号玩出更多“云”花样,越来越受年轻消费群体欢迎。

百年老店变身“网红”

在上海市静安区华山路263弄,华山263老字号品牌馆成了上海新晋“网红打卡地”。在这里,游客不仅能骑上凤凰牌自行车、戴上VR眼镜,穿梭在上世纪的外滩和今天的陆家嘴,还可以通过线下的快闪店和线上平台,买到大白兔、红双喜等经典的老字号商品。这里是曾经的光明食品集团办公地,如今成了老字号品牌的“博物馆”,不仅展现了上海百年来的变迁,也让老字号的经典产品有了一个特色“展柜”。

对于很多人来说,老字号就是时令节日中的一家铺子、一抹味道、一丝乡愁,饱含着人们对“节日气息”和“家乡味道”的记忆。在稻香村买上一盒时令糕点,在六必居挑几样卤货酱菜,是北京市民的“春节记忆”。青岛啤酒厂早期建筑、浙江胡庆余堂、湖南安化茶厂早期建筑群等一批老字号文物建筑,受到年轻游客的青睐。

据商务部统计,中国目前有中华老字号1128家、地方老字号3277家,其中701家中

华老字号创立至今超过100年,历史最悠久的北京便宜坊已经走过607年。1128家中华老字号企业中,有近800家涉及非遗项目,其中87家本身就是国家级非遗代表性项目的保护单位。这些老字号广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域,全国营业收入超过2万亿元,既是中国优秀传统文化的具体体现,也为促进消费、推动产业升级作出了重要经济贡献。

专家认为,老字号是中国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”,拥有世代传承的独特产品、技艺和服务,具有鲜明的中华民族优秀传统文化特色和深厚的历史文化底蕴,已成为人们“日用而不觉”的一部分,在满足居民消费需求方面发挥着重要作用。中国作为全球第二大经济体、第二大消费市场、货物贸易第一大国,有条件、有能力也有必要培育壮大一批自己的“百年老店”。

直播外卖花式“跨界”

随着直播电商等互联网新业态的兴起,越来越多“百岁高龄”的老店在“触网”中焕发



在第五届中国国际进口博览会广西老字号非遗馆,身穿民族服装的工作人员直播推荐当地非遗工艺品。

新的生机。

数据显示,商务部认证的老字号中,有一半在网上商城开设了旗舰店。2022年,参与各大平台直播的中华老字号近350家,直播场次超过5万场,成交额超35亿元,成为品牌消费的一大亮点。据美团数据显示,全国“餐饮老字号”外卖、团购套餐等线上业务的普及率稳步提升,跨界营销成为老字号“出圈”的新方式,拥抱电商发展新浪潮也是老字号营销创新的重要抓手。

“老字号跨界创新有利于开拓新的消费市场。”中国贸促会研究院副院长赵萍说,例如吴裕泰卖绿茶冰激凌、同仁堂卖中药咖啡……这些老字号的跨界尝试,让忠于老品牌的消费者扩展了消费领域,也让品牌自身的生命力更强。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长刘涛表示,随着数字经济深入发展,国潮消费的内涵不断丰富。食品、服装、日用品等领域的一些老字号品牌通过

加快经营理念转变、技术和商业模式创新,适应了新需求新变化,成为消费创新发展的重要动力。

更多商机涌现“云端”

在有着百年历史山东青岛台东国家步行街,游客摩肩接踵,2023年“老字号嘉年华”日前在这里拉开帷幕。围绕节日消费、掌门人直播、老字号探店三大主题,商务部统筹策划28场全国性重点活动,指导各地聚焦重要节点,推出百余场特色活动,为全国消费者献上一场线上线下结合、贯穿全年的消费和文化盛宴。过去3年,“老字号嘉年华”活动连续举办,累计带动相关领域消费近400亿元。

除了统筹举办各类老字号推广活动,商务部正着手建设“老字号协同创新中心”,汇聚电商、金融、传媒、高校、智库等优质资源;组织知名专家、网红主播、探店达人等进行老字号打卡,把好产品、好场景、好体验传播出去,给消费者种草、带货。

近年来,政府相关部门不断加大保护发展老字号的力度。“十四五”规划纲要提出“保护发展中华老字号,提升自主品牌影响力和竞争力”。《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌,提高供给质量,推动供需在更高层次上实现良性循环。

商务部副部长盛秋平日前表示,下一步,商务部将抓紧部署开展新一批中华老字号认定,对现有中华老字号进行复核,定期开展评估,实施动态调整。在此基础上,进一步建立健全老字号保护传承和创新发展的长效机制,持续出实招、出硬招,把“金字招牌”擦得越来越亮。出台更多支持政策,搭建交流促进平台,举办专题推广活动,统筹线上线下,推动老字号走进千家万户、走进百姓生活。

陕西省社会科学院经济研究所副研究员屈晓东认为,在市场竞争激烈、消费升级换代的今天,老字号要顺应市场机制,守正创新发展。让消费者选择老字号,只靠“文化牌”“情怀牌”是不够的,消费者需求的满足根本上在于产品的使用价值。因此,老字号产品创新尤为重要,要契合年轻消费群体的个性化、多样化需求,实现文化价值与流行时尚相融合,与时俱进推动工艺改进,不断提升产品品质。

降本增效,提升利润

中小企业迎来转型“进行时”

海外网 李雪钦

出现混乱的情况。员工通过扫码出入库,实时采集生产过程中的各项数据,有效助力制定生产计划及采购计划。

中国人民大学经济学院教授张培丽接受本报采访时说,中小企业的数字化转型是必然趋势,这就需要中小企业保持开放心态,积极了解新技术、新模式,学会善于利用数字技术降本增效。“中小企业的数字化转型一定要符合企业利润最大化的本质追求,企业转不转型、什么时候转以及转型的节奏和步骤,都需要中小企业根据所处行业状况、自身资金、技术和人才储备等具体情况科学决策。”张培丽说。

助推企业“上线”

业界正采取新兴模式促进垂直行业的数字化转型升级。在江西景德镇,陶瓷行业工业互联网平台去年11月上线后,吸引陶瓷企业纷纷入驻,汇聚了300多位知名陶瓷大师和陶瓷设计团队。目前该平台已经为200多家企业提供数字化服务,在创新设计、工艺提升、强化质量、拓展市场等方面发挥作用,加速陶瓷行业中小企业转型升级。

在浙江杭州,凌迪科技公司自主开发服装仿真设计系列软件,赋能服装产业链上设计、制造、贸易等相关中小企业。据悉,传统的服装制作环节通常需要经历7次左右的样衣制作,而通过凌迪科技提供的数字化转型服务后,样衣制作仅需1次,样衣制作成本显著降低。此外,通过数据化可以对面料、颜色、款式进行快速检索、定制设计,帮助各类服装企业提升运行效率。

中小企业的转型发展需要自身创新,更离不开大型企业的带动。上海挚达科技公司是一家充电桩提供商,在转型直面终端消费者后,借助京东的用户、供应链、线上线下渠道等资源,迅速找到了实现销量增长的密码。据介绍,在中国中小企业发展促进中心的指导下,京东发布“2023满天星计划”,打造中小企业融通发展平台,现已落地全国35个城市,服务超过160万家中小企业。

“消费端的搜索技术能够使消费者快速找到感兴趣的产品,生产端的智能算法能够了解消费者的消费意愿和潜在倾向。”全国人大社会建设委员会副主任委员江小涓认为,互联网平台将多种数字化服务嵌入产业链,常用的有金融

服务、消费者定制、智能化采购、销售推广等,这些高度专业化的数字服务,可以帮助中小企业寻找客户、获得服务,以高效的协同能力提升全产业链经济效率。

服务尽在“掌中握”

中国中小企业发展促进中心日前发布的《2022年度中小企业发展环境评估报告》提出,部分地区在中小企业数字化转型支持政策和效果等方面还有待增强。张培丽认为,不少中小企业不敢轻易转型或没有能力进行转型,需要政府落实各项助企政策,让中小企业有精力、有能力推动数字化转型,还应积极打造中小企业数字化转型平台、各类技术共享平台等,为中小企业提供转型方案咨询以及相关数字化技能培训。

“有了‘泰企通’真是太方便了,足不出户就能全方位掌握惠企政策、项目申报等内容,一网在手,企业服务尽在‘掌中握’。”江苏省泰州市海陵区一家中小型机械公司的负责人感叹。原来,泰州打造“泰企通”服务平台,推出“转型升级+精准服务”模式,通过“码上政策”“码上诉求”“码上点单”等,创新开展企业转型升级服务。“泰企通”服务平台集纳近年国家、省、市、市区等一系列政策信息,为企业匹配政策报告、项目线上申报等服务。

各地积极运用数字技术,在优化中小企业发展环境上下大力、出实招。浙江借助“企业码”构建全天候、全流程服务机制,实现助企政策一站汇聚、特定政策精准推送、惠企政策直达快享、热点政策马上解读,打通政策服务“最后一公里”;为加快推动电子信息制造业中小企业“上云”,重庆市组织遴选了一系列“云产品”,供企业在不同发展阶段“点菜式”选择;深圳市龙岗区成立工业互联网创新中心,采用事前补贴形式为相关企业提供资金支持,并助力培养跨界人才,提升中小企业数字化转型积极性。

工信部2022年11月印发《中小企业数字化转型指南》,提出深化数字技术在企业发展各环节的应用,加速中小企业技术创新、产品升级和模式变革。专家认为,数字化转型是一项系统工程,具有很强的综合性、交叉性和复杂性,政府、金融机构、头部企业合力在软硬件的成本、效率等方面提供切实帮助,有助于中小企业加速数字化转型。



应用VR畅游科技馆

宁夏科技馆采用多媒体、人工智能、虚拟现实等技术,丰富科普资源,打造内容鲜活、形式新颖的科普活动。图为小朋友在宁夏科技馆使用VR设备体验月球车探测器。

文 瑞摄(人民图片)

上海发布网络安全创新攻关成果

本报上海电(记者沈文敏)记者从上海网络安全产业创新大会暨第三届上海数字创新大会数字安全论坛获悉,上海将聚焦普陀、松江等产业基础较好的区,推动网络安全产业园区建设,围绕跨境数据流通、数据安全、金融科技安全等方向,在全市范围内打造一批网络安全特色产业集群,形成产业集聚效应。

上海市经信委在会上发布了20项2022年网络安全创新攻关成果,涉及基础技术、应用技术和服务业态

创新三个类别,包括隐私计算、新一代数字身份认证、人工智能安全等15个方向。

当下,上海正持续推动网络安全产业创新发展,加快建设产业创新高地。《上海市建设网络安全产业创新高地行动计划(2021—2023年)》提出,到2023年,上海力争网络安全产业规模超过250亿元,带动相关产业增长超过2500亿元,培育10家行业龙头企业。形成一批网络安全关键技术、产品和服务创新成果。

AI质检、工业软件、智慧仓库、数字工厂、管理平台……通过大数据、物联网、人工智能等技术的应用,许多中小企业积极开展数字化转型升级,逐渐实现从设计到生产、物流、销售等环节的智能化,建立起质量可靠、过程可控、结果可溯的精细化管理模式。

尝到升级的“甜头”

如今,不少中小企业尝到了数字化转型升级的“甜头”。“通过采用大数据、物联网技术管理上下游,公司告别了物流‘糊涂账’,丢货、收货无凭据、追款困难等问题逐渐破解,节省了不少物流费用。”福建省有零有食科技有限公司相关负责人说。

在贵州省贵阳市高新区顺络迅达公司的车间,一台智能化机器设备拉动着比发丝还细的铜丝,正在进行焊接、检测等工序。据介绍,顺络迅达搭建了智能工厂一体化平台,随着生产数字化改造的深入推进,生产效率较之前明显提升。

黑龙江省九三农垦北大荒马铃薯产业有限公司启动数字化车间后,建立了设备之间的工业通信网络,可以充分采集生产信息,实现数据集成分析以及产品制造过程的可视化管理。比如,根据大数据可以对淀粉生产过程进行自动控制,避免人为控制的随意性和差异化操作,降低了操作人员的劳动强度,生产成本大幅降低。

山东省济南市章丘丰源机械公司实现了物料出入库的数字化管理,从原料采购入库开始就贴上专属的二维码标签,避免了之前物料采购单位不统一、财务核算工作量大、产品分类