

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 162 期 总第 11130 期 四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2024 年 7 月 1 日 星期一 甲辰年 五月二十六

新闻简讯 | News bulletin

前5个月全国规模以上工业企业利润同比增长3.4%

国家统计局 6 月 27 日发布数据显示,1 至 5 月份,全国规模以上工业企业实现利润总额 27543.8 亿元,同比增长 3.4%,延续年初以来的增长态势。

工业企业营收持续回升。前 5 个月,规模以上工业企业营业收入同比增长 2.9%,增速比 1 至 4 月份加快 0.3 个百分点,连续两个月加快。从当月看,5 月份规模以上工业企业营业收入同比增长 3.8%,在 4 月份由降转增的基础上,增速进一步加快 0.5 个百分点。企业营收持续回升,为盈利恢复提供重要支撑。

近八成行业利润实现增长。前 5 个月,在 41 个工业大类行业中,有 32 个行业利润同比增长,占 78.0%,行业增长面比 1 至 4 月份扩大 2.4 个百分点。

装备制造业成为利润增长重要引擎。1 至 5 月份,装备制造业利润同比增长 11.5%,增速高于规上工业 8.1 个百分点,拉动规上工业利润增长 3.6 个百分点,是今年以来推动规上工业利润增长贡献最大的行业板块。(潘洁 韩佳诺)

我国海上首个超深大位移井项目全面投产

中国海油 6 月 27 日宣布,我国海上首个超深大位移井项目——恩平 21-4 油田全面投产,高峰日产轻质原油可达 740 吨。

恩平 21-4 油田位于深圳西南方约 200 公里的海域,平均水深约 89 米,属于小型砂岩边际油田。中国海油进行技术和管理模式创新,依托 8 公里外的恩平 20-5 无人平台,实施 2 口超深大位移井,经济高效地开发油气资源。

此前,恩平 21-4 油田 A1H 井今年 4 月在珠江口盆地海域投产,测试日产原油超 700 吨。该井钻井深度 9508 米,水平位移 8689 米,成为我国海上第一深井,同时创下我国钻井水平长度纪录。(印朋)

国家重大工程深中通道 6月30日正式通车试运营

深中通道管理中心 6 月 27 日举行新闻通气会宣布,国家重大工程深中通道将于 6 月 30 日 15 时正式通车试运营。深中通道是当今世界上综合建设难度最高的跨海集群工程之一。

深中通道集桥、岛、隧、水下互通于一体,全长约 24 公里,北距虎门大桥约 30 公里,南距港珠澳大桥约 31 公里。采用设计时速 100 公里的双向 8 车道高速公路技术标准。

深中通道是贯彻《粤港澳大湾区发展规划纲要》,构建大湾区综合交通运输体系的核心交通枢纽工程,项目是环珠江口“A”字形交通网络骨架的关键“横”,跨越伶仃洋,让“深莞惠”与“珠中江”两大城市群实现了跨海直连。通车后,从深圳到中山的车程将从目前的 2 小时缩短至 30 分钟。(田建川 叶昊鸣)

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金、广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转账到与报社无关的其他账号。举报电话:028-87344621 企业家日报社



责编:王萍 版式:黄健 新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com



建党103 红动九星城 上海九星城党群联盟揭牌仪式举行



●全国劳模、九星村(城)党委第一书记、九星集团董事长吴恩福致辞。



●活动现场

赵敏

6 月 28 日,值此中国共产党建党 103 周年到来前夕,九星“建党 103 红动九星城”暨上海九星城党群联盟揭牌仪式在九星城营销中心举行。多家意向企业现场集中签约,九星城党群联盟荣耀揭牌,100 余名新老党员齐聚“梦想地”,共赴“新征程”,共同回顾党的光辉历程,缅怀党的丰功伟绩,展望党的宏伟蓝图。

红色接力 见证“精神传承”

随着嘹亮的国歌回荡九星城营销中心,

这场“红色接力”正式拉开帷幕。表彰决定宣读完毕,全国劳模、九星村(城)党委第一书记、九星集团董事长吴恩福,九星村(城)党委书记沈春伟分别为九星光荣在党 50 年的老党员和 2024 年度“优秀共产党员”颁发纪念章和荣誉证书,“优秀”+“荣耀”,新老交汇的目光中,是时代精神在九星的再一次弘扬传承!一枚枚熠熠生辉的纪念章,是对老党员们半个世纪忠诚于党、奉献于党的高度认可和崇高敬意,更激励了九星广大年轻党员奋发有为,追求卓越!“我们将当好九星的宣传员、做好招商的推荐官,珍惜荣誉,谦虚谨慎,再接再厉,为九星转型发展助力添彩……”

发言环节,党员企业商户代表吴建文铿锵有力的发言,代表了广大企业商户对九星的支持、信任、期待,更对九星的发展寄予厚望。

资源共享 揭牌“党群联盟”

本次活动最大的亮点环节,属于九星城党群联盟揭牌仪式。闵行区公证处、市南电力集团、建设银行闵行支行、建设银行七宝支行、闵行区市场监管局七宝监管所、上海七宝电气设备安装有限公司、中铁建工集团 9 家单位代表齐聚九星,共同为“九星城党群联盟”揭牌。

吴恩福表示,“以党建工作为引领,激活九星发展动力与活力”是九星今后发展的关键主题,要加强产业间的交流与合作,形成资源共享、优势互补的发展格局,推动全域融合发展。让资源充分“流动”和“共享”,将“独唱”变成“合唱”。党群联盟的成立是各方资源共享的一项多赢举措,扩大“朋友圈”,完善“生态圈”的同时,更增加了企业发展的资源和路径,让未来各项工作更具热情和活力。

集中签约 招商“热势不减”

当前,九星城项目第二轮招商已经火热启动,延续首轮招商热势。不少企业商户“慕名而来”咨询签约。多家九星城党员企业商户在现场完成了集中签约,九星邀请大家踊跃咨询签约。今年 4 月 11 日起,九星城先后发布了 5 份《招商公告》,截至目前,累计签订意向租赁客户 1340 组,意向面积 263779 平米,牵手了包括西门子、飞利浦、欧派、九牧、科勒等著名品牌商户,招商工作成效远超预期。“追星九星、回归九星、共赢未来”是九星的呼吁,“扎根九星、深耕九星、赢在九星”更是大家的追求。“我姓九,九,中国市场第一村,铺天盖地门面房……”热情洋溢的音乐快板《welcome to 九星》更是将现场气氛推向高潮!

活动中,大家怀着激动的心情一起参观了九星村史馆,共同回味了从 1956——2024 影响九星发展的“大事记”,从“九星”的成立到“以市兴村、强村富民”,再到新时代“以村造城、转型升级”,九星始终紧随大势,一步一个脚印,稳扎稳打,一张照片一段历史,九星的历史血脉中始终镌刻着党不屈不挠、勇毅前行的基因。

老字号焕新

■新华社记者 谢希瑶 屈婷 潘洁 魏弘毅 周蕊 俞苑 丁乐

平均“年龄”近 140 岁的中华老字号,近来引人注目地强势回归了。

“居然你还在!”那些老年人心头的“白月光”、中年人的“儿时记忆”,仿佛穿越时光隧道,重新被摆放到商超货架的显眼位置,甚至成了电商平台年轻人追捧的“网红”。

据统计,目前全国中华老字号数量 1455 个,地方老字号 3000 多家。在中国日常消费品产能惊人、国际和国内品牌竞争空前激烈的当下,老字号爆发力从何而来?何以焕“新”?能否持续?

(一)“王者”归来

这个端午假期,老字号频频“上新”:

打开手机,在五芳斋发布的微电影《世界模型》评论区,随处可见“魔性”“粽来坞”的评价。透过前卫的影像和念白,“粽子大王”试图在倾诉、在重构,包粽子过程中人与食物、人与人的关系。

北京,前门大街。吴裕泰茶庄门口排大队的年轻人排队等的,是 9 块钱一个的茶香冰淇淋。端午假期,这个门店平均每天卖掉 4000 个冰淇淋,最高峰时要等上 1 个小时。

“喝了酱香拿铁还能开车吗?”茅台凭借一杯“酱香拿铁”一度冲上热搜头条,推出至今一直是瑞幸咖啡的明星产品。

跨界、联名、“触网”、打造形象 IP……在互联网电商平台和直播带货的推动下,不少老字号动作频频,把情怀的“老酒”装进时代的“新瓶”,让产品从“少人问津”变为“喝下一杯又一杯”。

“老字号,还挺‘潮’!”一位网友感慨地说道。

抖音电商报告显示,2023 年平台上获得收入的老字号商家数量同比增长 89%,购买老字号产品的用户数量同比增长 38%。

“郁美净终于通网”“蜂花捡箱子发货”“活力 28 大叔直播救厂”……一批老字号突然被网友推上“热搜”的背后,是当年年轻人既追求性价比、又追求情感连接的消费“偏好”。其涟漪效应就是:老字号纷纷在电商平台“复活”,有了“人设”和热度。不少网友感慨:“呦,老字号还活着啊!”

2024 年 2 月,商务部等 5 部门公布第三批中华老字号名单,新认定 382 个品牌为中华老字号,总数达 1455 个。

其中,上海市拥有 197 家中华老字号,名



●2024 年 5 月 5 日,第 32 届中国国际自行车展览会在上海新国际博览中心开幕,参观者在凤凰自行车展台上围绕一辆电动自行车旁交流讨论。方喆/摄

列第一,北京、江苏和浙江也是中华老字号较多的省份,分别拥有 137 家、113 家和 112 家;中华老字号共涵盖 7 个门类的 32 个行业,其中食品制造业占比最高,达 18.9%,其次是餐饮业的 16.6%、酒饮茶制造业的 15.5%、零售业的 12.9%。

对于如今的中华老字号,中国商业联合会副会长、老字号工作委员会主任张丽君用三个“更加”来概括:更加注重历史文化资源挖掘利用、更加聚焦服务百姓日常生活、更加强调发挥示范引领作用,“令人欣慰的是,这两年做得好的企业越来越多。”

一部分饱经岁月风霜的老字号,在此轮竞争中上演了“王者归来”的荣耀。

2023 年,五芳斋生产各类粽子 4 亿多个。为了找到新的增长点,五芳斋专门成立了非粽事业部,探索烘焙、速冻等领域,进军食品供应链。

“只有不断应对市场变化才能生存。”浙江五芳斋实业股份有限公司副总经理徐炜说。

(二)变局求生

对于老字号而言,此轮奋力拼搏,是一场事关生死的命运抗争。

首先,生活方式和消费场景的变化是致命挑战。

德州扒鸡,是伴随着慢速火车发展壮大一个老字号品牌。而今,高铁缩短了交通时间,并提供丰富多样的餐饮服务,人们倚靠车窗、抢购食品的情形变成过往,近年来德州扒鸡不得不转向开辟消费新场景,打造本地“市

民大厨房”、面向全国布局专卖店、紧抓线上新消费。这在老字号中并非个例。

传统食品对现代消费者的“黏性”也在明显减弱。“我们担心未来年轻人是否还会买粽子。”徐炜说,哪怕把粽子做到极致,品牌市场占有率超过 30%,也就几十个亿,市场的“蛋糕”就那么大。

显然,老字号的“江湖”已经发生翻天覆地的变化。

一方面是大量国产新品牌纷纷涌现。中式糕点里,鲍师傅、詹记、泸溪河等后起之秀频频“上新”,美妆日化则有完美日记、花西子这样的“网红”品牌。

另一方面,全球化的消费市场上,国际品牌对老字号的冲击也是碾压式的。

洋品牌里有不少“老字号”:69 岁的麦当劳、187 岁的宝洁、289 岁的宝铂……在制造成本、产品创新、营收规模等方面,不少老字号与国际大牌之间仍有很大差距。

老字号“被年轻人挑剔”的焦虑更加凸显。互联网时代,年轻消费者对信息的捕捉能力和商业模式的辨别能力日益增强,他们更注重商品的品质和性价比,而不仅仅是品牌的知名度。由于选择空间大,他们对品牌的忠诚度并不高。

值得关注的是,中华老字号不是一“老”永恒的护身符。

2023 年初,商务部等 5 部门联合印发《中华老字号示范创建管理办法》,提出要建立“有进有出”的动态管理机制,推动中华老字号守正创新发展。

2023 年底,商务部首次将 55 个长期经营不善的品牌移出中华老字号名录,对 73 个经营不佳、业绩下滑的品牌要求限期整改。

其中,“张小泉”被列入“予以整改”名单令人唏嘘。因“拍蒜刀断”深陷舆论风波的张小泉,在进退失据间,400 年荣光的“面子”被揭开,暴露出从企业文化到企业管理失守的“里子”。

实施“有进有出”“优中选优”的认定机制,亮明了市场优胜劣汰的根本法则。

(三)改革破局

“改变老观念真是比登天还难!”2013 年就任吴裕泰董事长的赵书新回忆:最初策划打折促销活动,老员工认为影响公司毛利;推动店面升级改造,老员工觉得没有必要;推行新来的大学生下基层锻炼,老员工觉得这是大材小用……

“老字号基本是通过公私合营变成国有企业,之后再经历国企改革。有的企业改得彻底,有的不彻底;有的是主动、创造性地改革,有的是被动地在政府要求下改制,这使得目前老字号发展面临诸多体制机制问题。”商务部有关负责人说。

破僵局,激活力。

正是依靠改革,创立于 1848 年的老凤祥稳坐我国黄金珠宝龙头品牌的位置,多次入选由国际权威品牌评估机构发布的“全球高档奢侈品价值 50 强”榜单。

2018 年,老凤祥股份有限公司入选为国企改革“双百行动”试点企业。通过引入国新控股(上海)有限公司等战略投资者,老凤祥仅用了 5 个月时间,就平稳解决了困扰企业十余年之久的股权固化问题。

老凤祥股份有限公司董事长杨奕表示,依据市场化路径解决国企改革问题后,老凤祥还推动职业经理人制度等改革事项,完善市场化选人用人和薪酬分配机制,激发经营者创新动力。2023 年老凤祥股份有限公司利润总额 39.79 亿元,同比增长 31.41%。

解束缚,促新生。

每 3 到 4 个月就会推出新品菜式,每几年就会对店铺风格进行升级……近几年,已经超过 140 岁的陶陶居吸引的顾客 70% 都在 35 岁以下。

作为广州餐饮老字号,陶陶居曾一度面临经营危机,直到 2020 年末,陶陶居完成混合所有制改革,品牌整体价值超 5 亿元,实现经营业绩、资产价值特别是品牌价值的快速倍增。 [下转 P2]