



中国2010年上海世博会唯一指定白酒

# 中国糖酒周刊

经理日报

THE MANAGER'S DAILY

责编:王萍 编辑:唐勤

版式:陈松 校对:刘晓燕

2010年8月23日 星期一

协办:中国贵州茅台酒厂有限责任公司

C4

品牌文化|PinPaiWenHua

日前,商务部公示了第二批中华老字号认定名单,涵盖了食品、酒类、餐饮等行业,对于入围企业而言,这张“金字招牌”对于企业摆脱龙钟老态及沉沉暮气,重新焕发生机与活力无疑具有非凡意义——

## 杭州 老字号找寻“新支点”

□ 章卉 李志泉

商务部日前公示了第二批中华老字号认定名单。2006年底商务部启动了“振兴老字号工程”,认定了第一批“中华老字号”,浙江省金榜题名的有38家企业,其中杭州市占19家。杭州的翠沁斋、景阳观、采芝斋、孔凤春等18家企业榜上有名。从2006年开始申报,终于快要等到这张“金字招牌”,各家上榜企业都很高兴。

**第二批老字号  
创立于1956年前**

我国历史文化悠久,孕育了众多具有浓郁民族特色、匠心独具、享誉国内外的老字号。在百姓眼中,老字号代表了中华商业文化的精髓,是诚信兴商、承担社会责任的典范,是不可再生的民族财富,也是全人类的瑰宝。

浙江省老字号企业协会的负责人说,因为老字号传承的是传统文化,从国家到各个省都很重视,企业也应当重视。2008年商务部明确“老字号”认定不能停,第二批中华老字号的认定开始提上议程。

记者了解到,这次被商务部第二批认定的中华老字号企业范围很广,有零售、食品行业,也有餐饮、中药、工艺品等行业。这些老字号品牌的创立至少在1956年以前,企业在社会上具有良好的声誉,品牌在当地甚至全国有一定的影响和含金量。

**翠沁斋掌门人:  
做不好对不起老祖宗**

看过TVB港剧《溏心风暴之家好月圆》的人一定还记得,经营“大鲍”叔叔家那间饼屋有多辛苦。现实生活中,老字号经历的风风雨雨更精彩。

此次上榜的杭州企业中,就有这么一家老杭州都熟知的“翠沁斋”。论历史,这家以清真食品为特色的企



杭州翠沁斋清真食品入选第二批“中华老字号”

业,创办至今已经有百余年了。在1993年,“翠沁斋”曾被国内贸易部授予中华老字号荣誉。

总经理唐宝强颇有感触地说:“老字号作为我们民族的品牌,做不好对不起老百姓也对不起老祖宗。”现在,家喻户晓的翠沁斋月饼已连续十年为全国质检中心抽检合格,荣获中国名牌月饼称号。这些年来,“老字号”品牌要做精做强已不再是一句口号,而是许多“老字号”扎扎实实的企业作为了。

**不赚钱的老字号  
该如何传承?**

中华老字号的认定让老企业感到宽慰。但如何传承,却是摆在各家企业面前很现实的问题。

不只是接班人的问题,就眼前来说,老字号要生存下来该如何面对如

今的新形势?

杭州市贸易局规划处王永清处长说,就拿糕点行业来讲,老杭州人喜欢的酥香斋、九芝斋、采芝斋都面临着同一个问题:重油重糖,而现代人对“三高”(高血压、高血糖、高血脂)很恐惧,除了给老人买糕点,年轻都不太会常常光顾了。这时候,老字号如何寻找新的生产点?

这是一个很难的课题,但并不意味没有成功的案例。

在杭州,楼外楼、知味观为什么能发展得比较好?一是尝试连锁发展,再就是推广半成品菜。楼外楼把酸菜鱼、黑胡椒牛排、龙井虾仁做成了半成品菜,放到超市,到小区开专卖店。还有一个方法是做配送,像采芝斋就在富阳搞了个加工基地。

阿基米德曾说:给我一个支点,我将撬起整个地球。相关人士认为,第二批中华老字号的评选将给上榜企业一个新的发展支撑。

**小贴士**

**“中华老字号”**

**称号企业的评选条件**

据了解,商务部确定的符合“中华老字号”称号企业的条件是:1、拥有商标所有权或使用权;2、品牌创立于1956年(含)以前;3、传承独特的产品、技艺或服务;4、有传承中华民族优秀传统文化的企业文化;5、具有中华民族特色和鲜明的地域文化特征,具有历史价值和文化价值;6、具有良好信誉,得到广泛的社会认同和赞誉;7、国内资本及港澳台地区资本相对控股,经营状态良好,且具有较强的可持续发展能力。

## 老字号 优胜劣汰势所必然

老字号经历了商业舞台百年沉浮,在市场经济的今天,又迎来了一个巨浪,老字号是应该勇立潮头,成为市场经济的弄潮儿,还是随波逐流,消逝在历史长河中,成为人们以后的一个回忆?

北京工商大学经济系副主任周清杰认为,在老字号的恢复时期和某些特殊时期,政府提供相应的支持是

必要的。但是老字号毕竟是企业,在市场经济中依靠自身力量获得生存发展才是最根本的。老字号可以通过产品创新和服务创新来获得更多消费者的认同,充分挖掘那些有强烈的传统民族文化认同感,并且有一定消费能力的“小众市场”。政府的支持只能是暂时的、外部的。

山东社会科学院历史所研究员,

北京大学餐饮总裁高级研修班主讲教授王赛时对老字号发展有着不同的看法,他认为,政府采取这些措施是可以的,但是对老字号来说没有必要转变经济形态,强使其发展,而是应挖掘老字号的历史文化内涵,进行保护。但只是保护,不需要对其进行发展。老字号作为一种历史它已经退出了历史舞台,只是历史的遗迹而已,已不再适合现代社会。

两位专家都认为,老字号的独特市场价值必须依托于独特的产品,如果它们的产品在功能、属性上与其他非老字号企业的产品没有显著差别,那么,这类老字号企业走向衰落就是市场经济的基本规律,属于自然现象,无需大惊小怪。

(文文)

## 贵州省经信委领导到习酒调研



本报讯 8月6日,贵州省经济信息委员会消费品工作处处长阙黎明

在省轻工设计院、遵义市工业能源委、习水县经贸局、白酒办等相关部

门负责人陪同下到习酒公司调研。在公司办公楼三楼会议室,常务副总经理钟方达向阙黎明一行详细介绍了习酒公司目前生产经营、技术改造及公司远景发展规划等各方面的情况,并希望省经信委继续关心、支持习酒发展,帮助企业解决技改方面遇到的一些实际困难和问题。听取汇报后,阙黎明一行在公司副总经理曾凡君的陪同下先后来到浓香片区及大地酱香片区技改工程施工现场调研,更进一步了解情况,每到一现场,曾凡君都要向调研组详细介绍工程施工

进展情况。调研结束后,阙黎明对习酒公司的发展和技改工程进展给予充分肯定,并要求习酒公司认真学习领会省政府关于《促进贵州酒业又好又快发展、促进茅台集团又好又快发展》的文件精神,做好充分准备,参加即将举行的贵州省白酒分析年会。同时要求习酒公司将技改工程相关问题详细形成汇报材料向省经信委汇报,经信委将统一上报,以便帮助企业解决一些实际困难和问题。

(陈华)

## 酒类品牌 冲刺第二批中华老字号

据悉,酒类企业对进入第二批中华老字号跃跃欲试,志在必得。浙江“古越龙山”和“鉴湖”黄酒品牌入选商务部公布的第二批“中华老字号”名录中,绍兴黄酒集团旗下的“古越龙山”和“鉴湖”两个品牌双双入选,加上2006年入选第一批老字号的女儿红、沈永和、会稽山、塔牌,绍兴酒业已拥有六个中华老字号品牌。

加上女儿红、沈永和,黄酒集团一家拥有四个老字号品牌,这在黄酒业内乃至整个酒业内并不多见。黄酒集团相关负责人认为,老字号的集中与黄酒业近年来的整合态势有关,通过整合绍兴黄酒实现了“强者愈强”效应。而这种效应反过来又推动了老字号的保护与发展。从历史上看,老字号之所以能成为老字号而没有被社会淘汰,就是因为其不断地与时俱进、创新发展。

**甘肃 四酒企有望获胜**

与此同时,记者从甘肃省商务厅了解到,目前全国第二批保护与促进的中华老字号工作已经进入尾声,其中餐饮、中药、工艺品以及其

他类的全国358家企业已经开始接受公示。据悉,共有甘肃金徽酒业集团有限公司、甘肃滨河九粮酒业有限公司、平凉新世纪柳湖春酒业有限公司、甘肃武酒酒业有限公司等4家酒企名列甘肃省第二批保护与促进的中华老字号名单,占入围企业半壁江山。据有关部门负责人透露,这四家企业均有望继续冲刺国家第二批“中华老字号”。

**贵州 4家白酒企业入围名录**

在商务部近日公布入围的第二批“中华老字号”名录企业中,贵州省又有赖永初酒业有限公司等多家白酒企业入围。

商务部近日对第二批“中华老字号”名录入围企业进行了公示,贵州省入围的7家企业中有半数以上是酒类产品,包括赖永初酒业有限公司(注册商标:赖永初)、三都水族自治县九阡酒厂(注册商标:九阡)、鸭溪酒业有限公司(注册商标:鸭溪)、振业董酒股份有限公司(注册商标:董),与此形成鲜明对比的是,在2006年公布的第一批“中华老字号”名单中,贵州只有茅台一家获得认定。

(钟河)

## 羊城擦亮老字号名片 3年内“广州老字号”力争上百家

广州酒家、陶陶居、陈李济、王老吉……这些“广州老字号”品牌在广州市民中已经耳熟能详。如今,“广州老字号”家族中即将再添新丁。

广州市经贸委近日宣布,将委托广州老字号协会,在全市开展“广州老字号”的推选认定工作,并力争在3年内使全市“广州老字号”企业数量达到100家。

2000年,广州曾在全市评选认定了第一批27家“广州老字号”企业,广州酒家、陶陶居等具有悠久历史传承的品牌均在其列。但此后十年,“广州老字号”评选陷入停顿。

此次评选将依据广州市经贸委公布的《“广州老字号”认定办法》。其中规定,参加认定“广州老字号”的企业,必须是广州市区域属地企业中,具有悠久历史、拥有世代传承的产品、技艺或服务,具有鲜明的中

华民族传统文化背景和深厚的文化底蕴,有广州地方特色,取得社会广泛认同,形成良好信誉品牌的成员。

针对参评企业的年限,则要求“企业、商铺或品牌创立达50年或以上,企业、商铺或品牌经营者或持有人具有独立的经营场所,并仍在利用该商号或品牌(商标)开展经营活动”。

广州一些老字号企业经历百年风雨洗礼,见证了城市变迁。陶陶居的月饼、王老吉的凉茶、潘高寿的止咳枇杷膏等,老字号的文化已经渗入广州人的生活。早在1999年,《广州历史文化名城保护条例》就提出,应把老字号作为一项重要的保护内容。

广州老字号协会会长欧阳强表示,老字号是广州贡献的历史名片,来之不易,政府在租金、税收、拆迁、选址等问题上应有所扶持。

(付航)

## 历时三载修行期待正果 枝江酒业 上榜“中华老字号”认定名录

8月10日,笔者从枝江市经济和信息化局获悉:为做好中华老字号保护与促进工作,商务部委托中国商业联合会成立“保护与促进中华老字号振兴发展(专家)委员会”,拟在全国重新认定1000家“中华老字号”。保护与促进中华老字号振兴发展(专家)委员会根据《“中华老字号”认定规范(试行)》有关要求,组织专家严格审核,初步确定345家第二批保护与促进的中华老字号名录(零售、食品类),并于2010年7月21日至7月29日向社会公示。

湖北枝江酒业股份有限公司(注册商标:枝江)等11家湖北老字号企业榜上有名。自2007年以来,湖北枝江酒业根据商务部《关于实施“振兴老字号工程”的通知》(商改发[2006]171号)精神及商务部办公厅《关于继续开展“中华老字号”认定等级工作的通知》(商改字[2007]8号)的要求,开展了“中华老字号”申报工作。当年3月,经

省商务厅对省内“老字号”企业摸底调查,确认湖北枝江酒业基本符合“中华老字号”认定条件,并作为商务部第二批“中华老字号”的企业、品牌之一向上正式申报。

据《枝江县志》和《枝江县轻工业志》记载,湖北枝江酒业股份有限公司的前身公私合营枝江江口酒厂成立于1951年。由公营“群利糟坊”的酿酒班与私营“维生公糟坊”合并而成。“维生公糟坊”是由高世元、杨厚海、李世炳、黄明斋等“谦泰吉糟坊”的8名工人利用原有场地、设备而开办起来的(其中,高世元为湖北枝江酒业的第一任工会主席兼团支部书记)。“谦泰吉糟坊”则创立于清嘉庆二十二年(公元1817年),距今已历190多年。

湖北枝江酒业由一个百年老店发展壮大成如今连续八年蝉联全国白酒十强的企业。“中华老字号”的认定,将使枝江酒业的三年申报终成正果。

(杨至爱 盛江华)