

# 经得住百年风雨，为何经不起市场洗礼

杨建楠

最近,打开某老字号在美食App上的评论区,不乏吐槽者,其中一条评价令人唏嘘,“在朋友的极力劝阻下,我还是来吃了。作为一个外地人,这个当不能不上……吃完我觉得他劝得真对。”一些老字号的现状,从这条评价中可见一斑:虽然凭借传承百年的金字招牌引来了顾客,却因为品质和服务跟不上,把生意做成了一锤子买卖。

“老字号经得住百年风雨,却经不起市场洗礼”,有网友如此感叹。面对市场洗礼,一些金字招牌为何不管用了?背后的问题值得深思。

当前,生产力迅速发展,物质产品日益丰富,随之而来的是市场竞争愈发激烈,消费需求不断升级,老字号若仍“吃老本”,显然行不通。据统计,商务部认定的一千多家中华老字号中,有相当一部分面临发展难题。在老字号中,寻求创新者也并不在少数,但效果却是几家欢喜几家愁。

有的在创新中完成了华丽转身,不仅老树发新芽,而且新芽抽新枝,品牌营收和影响力都更上一层楼。有的却是高开低走,虽然动静不小,可新鲜劲一过,便再次陷入沉寂。细究其中原因,走不走心是关键。

创新不“走心”,徒有其表,自然无法涅槃重生。有些原本十分接地气的老字号,不在提升质量上下功夫,反而想靠涨价走所谓高端路线,让消费者直呼“高攀不起”;有的营销费用远超研发投入,在外观设计、产品包装上花了不少心思,产品质量却不升反降。面对困局,提价格、换包装、搞花式营销终究只是表面功夫,经营理念和产品服务的变革才是“走心”之举。

说到底,“走心”的创新,应该是契合时代发展、顺应市场需求创新;是拥抱新管理方式、应用新生产技术创新;是坚持走数字化、标准化、网络化发展路径的创新。老

字号不单具有经济价值,还有深厚的文化价值,金字招牌中蕴含着历史记忆和情怀,消费者对其抱有很大期待。以精益求精的工匠精神向革新要动力,用优质产品和服务焕发新活力,走对了发展路子,金字招牌还是管用的。

老字号的金字招牌是一代代消费者认可“垒”出来的。老百姓认准一个品牌,愿意成为其忠实顾客,说到底是因为它或好吃、或好用,靠得住,这是老字号们得以扛住“百年风雨”的原因。无论时代如何变迁,在研发产品、提供服务时多想想百姓需不需要、用起来高不高兴,让产品和服务充满人情味、烟火气,才能迈过发展进程中的一道道坎,让金字招牌历久弥新。

## 聚焦老字号老品牌系列评论



村委会便民服务大厅的智慧大屏上,不仅有“美丽乡村积分”排名,村务信息、惠农安心租房信息、宣传海报等也一应俱全;电子印章、网上审批等功能上线手机应用,审批留痕可查,办事效率大为提升……近来,各地大力推进智慧村务平台建设,将数字化技术融入乡村治理的各个方面,不断提升基层治理水平,赋能乡村振兴。数字技术的广泛应用,让数据流带动资金流、技术流等向农村集聚,也为乡村振兴带来新机遇。

司海英 画

## 金之平 视线

# “活”起来 “动”起来 “红”起来

## ——营造近悦远来的发展环境③

金之平

消费是人民群众的生活所需,是“幸福指数”的直接体现,也是拉动经济发展的重要力量。提升消费便利度、舒适度、满意度,营造“近者悦、远者来”的消费环境,是为了让消费者吃得开心、住得舒适、行得通畅、购得愉快,更是为了让群众的美好生活实实在在地“空心”。

近日,堪称“街舞奥林匹克”的2023 HHI世界街舞锦标赛在河北区意风区开赛,圈粉不少年轻人专程“打卡”;《偷心晚宴》的天津首演在武清区创意米兰沉浸式剧场欢乐开场,创意米兰生活广场除了将开心麻花首部餐厅主题体验式喜剧引入,还有近20家天津首店、高品质消费场景,吸引各类新品牌拥趸、尝鲜者纷纷前来消费……从舌尖美食到参观游览,再到文化体验,今年以来,围绕建设国际消费中心城市,天津把本地独有的自然生态景观和历史文化元素,有机融入商品、服务、品牌,激发消费新活力。

实现美好生活“空心”,需要创新消费供给,有效对接消费需求。随着生活水平的不断提高,人民群众的消费需求不再是简单的“吃喝玩乐”,还有观光、娱乐、文化、研学、康养等创新型消费,这一变化,既提出

了新课题,也带来了新机遇。对于天津而言,提升消费热度,关键在于围绕“圈、街、楼、店、网”等维度,深入挖掘海河两岸、洋楼历史等“津味”特色资源,推进文化旅游场景与消费市场深度融合,“活”起来、“动”起来、“红”起来,让更多游客愿意来到天津,拥抱“诗和远方”。

实现美好生活“空心”,需要提升消费体验,真心厚待消费者,让消费者硬件更“硬”、软件更优。消费环境关乎城市形象,持续打造一个让消费者安心、舒心、放心的消费环境,就能让优质的消费环境激活经济高质量发展和民生幸福的“一池春水”。提升消费者的消费动力与体验,需要弘扬工匠精神,用高品质供给满足消费者所需,让消费者有“念想”。同时,破除消费障碍,畅通消费者诉求渠道,让消费者遇到“烦心事”维权有保障,推动消费环境更加规范有序。

攒紧的拳头最有力,提升消费环境是一项系统工程,需要政府搭台、企业唱戏、消费者共同参与。从需求侧的火热消费,到供给侧的优质产品,供需两端发力,塑造一座有颜值担当、诗意图腾、浓郁乡愁、时尚新潮的高品质生活之城。

## 新视野

闫丽

# 「跑腿」跑出发展新空间

在宁河康庄镇后米厂村,提起帮扶干部刘勇,乡亲们都称他为“跑腿书记”。一顶草帽、一根木棍、一个笔记本,是刘勇的“跑腿三件套”。为了乡村环境整治,他挨家挨户调研;为了把村里大米“卖出名堂”,他跑育种基地、跑采购企业;为了引入稻蟹养殖,他跑外省培育基地学习……

“跑腿”是一种提升工作能力的方法,也是一种联系群众、解决问题、推动发展的意识。跑起来、干起来,到群众最关心、发展最需要的地方去调查问题、研究办法。刘勇在反复“跑腿”中敏锐发现了乡村产业发展落后的根子:产业单一、产品质量不高。找准了“症状”,他又反复调研,在不断“跑腿”中开出了培育新种、稻蟹混养的“良方”。这位“爱跑腿”帮扶干部带领曾经的困难村,跑出了乡村振兴的新画卷,跑出了产业发展的新空间。

跑腿,是为了解决问题。跑起来、干起来,走进问题深处,就能找到解开发展难题的“金钥匙”,打通发展的“任督二脉”。如今,在武清区李大庄村,古色古香的民居吸引了众多游人。几年前,村党支部书记张姜男上任时,这里还无人问津,在深入调研中,他发现村里拥有丰富的历史文化资源,于是,按照古今辉映打造网红打卡地这个思路,发力文化旅游,让这个古村焕发了生机。同样的故事也发生在蓟州区孙后村,帮扶干部尉瑞斌来到村里的第一件事,就是走进村民家中开展调研,摸索“解题”路径——“选准果苗新品种,改变单一的种植业发展模式”,如今,新品种种植示范园已经硕果累累。善于抓问题,也要善于求答案,带着思考去调查,带着不达目的不罢休的劲头去研究,在一线挖掘“金点子”,闯出新路子,发展的“奋力一跃”就会水到渠成。

纪录片《我为群众办实事之局长走流程》中,某地人社部门一位干部体验外卖小哥的工作,送了一天外卖,他感叹:“这个钱不太好挣。”后来的一年里,该部门牵头为户外劳动者建起100多个务工人员之家,帮助务工人员。在真发现问题上用心思,在解决真问题上用力气,在实事求是中找准群众需求的突破点和制约发展的主要矛盾,就能推开发展的门,走进群众心门,更好地破解难题,打开发展新局面。

## 深一度

张羽

# “大V”之大，不是嘴巴大

孙一琳

“大V”之大,可不是嘴巴大。近日,北京互联网法院公布的典型案例显示,一名“网络大V”在微博上发表不实言论,称一名公众人物学术造假、生活作风有问题,引起广泛传播。法院认为该“大V”引导话题走向恶意营销炒作,吸引流量牟取不当利益,判决其向对方支付精神损害赔偿金10万元。

这一案例给某些惯于胡说八道的“大V”敲了个警钟:为了引流量、博眼球故意造谣、传谣,利用自己的影响力颠倒黑白、网暴他人甚至行骗、背德违法,就得付出惨痛代价。

所谓“大V”,取的是英语“verified”之意,即“得到认证的”。最初在社交媒体上被称为“大V”的人,主要是各领域的知名公众人物,比如学者、作家、艺术家等,辨识度很高。但如今的“大V”有些变味,只要粉丝够多,就能冠以“知名博主”“某某达人”一类头衔。有人便穷尽一切办法,发出聒人听闻的言论,捏造“劲爆”事实,只要热度炒上去了,不愁没有粉丝关注。如果这样还嫌费事?也没关系。网上有不少做代办“加V”生意的,靠造谣通过审核。由此可见,“大V”的含金量早已打了折扣,“含水量”倒是越来越大。

一些人趋之若鹜、不择手段地成为“大V”,根源在于背后有一条利益链。经过粉丝众多的“大V”宣传,事物或人物关注度立即上涨。请“大V”推广一条内容,少则几千元,多则十几万元,暴利面前,有的人顾不上道德底线、法律边界,极力诱导舆论,赚得盆满钵满。

遏制这种肆无忌惮的行为,除了法律施以重拳,平台也应从严管理。譬如“加V”时不能只看某个账号有多少粉丝、制造了多少话题,更要注重其所发内容是不是正能量。如果一个账号给社会带来的是“负效益”,哪怕其带有的流量再大,也不能通过“加V”的方式予以认可。对于那些法院判决违法的“大V”,完全可以摘掉认证,甚至封号都不为过。如今有的平台对一些“大V”的不实之词不仅不加审核、过滤,反而推波助澜。说到底,还是“流量经济”的思维作祟,因为“利益默契”而睁一只眼闭一只眼。

不加V,就是个人名,加了V,就是个名人名人,这是一些“大V”的逻辑。对为了获利不择手段的“大V”,还是让他回归成“人名”好了。

## 热点观察

# 一度电都要省，是抠门吗

孙一琳

东丽区一家大型商场,在各种运营细节上“斤斤计较”:客流低谷期的电梯只开放一半,商场里每一只灯泡、每一个空调出气口都在楼宇自控系统的管控中,不让任何一度电悄悄流走……

这家看起来很“抠”的商场,其实并不是怕多交电费,实际上,通过自建光伏发电系统,这家能源友好型商场已实现100%使用可再生能源,且发电量大于耗电量,在自给自足的同时,还能余电上网,反哺电力系统。

思路决定出路。“抠”一点,“抠”出的是更多节能降碳的潜力。“抠”的方法算不上高深,难的意识的转变。在天津电装电机有限公司,经过精密计算,车间卷帘门的开启高度控制在2米,开启时间也正好满足需要,一道门一个夏季就能节省六万余元电费;在一汽-大众华北基地内,废水处理和循环水让废水不废,可以进行二次甚至多次利用。小到生产环节,大到产业链条,打开思路,充分依托科技手段,不过任何一个“死角”,加快低碳技术的应用和绿色产品的打造,就能开辟更广阔的发展空间。

不只是生产端,消费端也是绿色低碳发展链条上的关键点。不久前,“绿盟碳普惠平台”的小程序在天津上线,可根据用户消费、饮食、出行等习惯形成碳排放报告,打造可量化、可记录、可核证的“绿色账本”,用户可以通过日常低碳行为积累碳币,兑换相关企业低碳产品。将“有价值”的事做得“有趣味”,鼓励人们向绿色生活方式转变,而低碳生活又能反过来推动低碳技术的研发和生产清洁程度的提高,倒逼企业的绿色生产升级,形成良性互动。

对话人:  
邵超峰 南开大学环境科学与工程学院教授  
李娜 本报评论员

绿水青山就是金山银山,拓宽绿水青山转化金山银山的路径,让生态产品价值不断实现,释放的是生态红利,增强的是绿色发展的内生动力。

李娜:蓟州山多,一些地方曾因开山采石使生态环境遭受破坏。而今,漫山遍野重披绿装,种果树、搞养殖、建民宿、发展旅游,由“卖石头”变成“卖风景”,吃上了“生态饭”,找到绿色发展新路。实践一再证明,把生态保护好,把生态优势发挥出来,才能持续增强发展的潜力和后劲。

邵超峰:是的,这本质上反映了保护和发展的关系问题,通过高水平保护实现高质量发展。绿水青山是自然财富、生态财富,也是经济财富,是发展的“摇篮”。通过高水平保护涵养高品质生态环境,把生态基础维护好,发展才可持续。但保护不是单一行为,目的是推动发展,高水平的保护一定是在涵养生态前提下追求人与自然的良性互动、和谐共生,也就是要在保护中寻找发展机遇,不断探索适合当地的生态优势转化为经济优势的路径。这个过程中,保护和发展的缺一不可。

李娜:生态转化为经济优势,关键在于如何将转化路径“拓宽”。像七里海附近村镇开展稻蟹混养,北辰双口镇发展林下经济,还有武清崔黄口镇水上发电、水下养鱼……生态价值转化路径是多元的,点绿成金、借绿生金,大有文章可做。

邵超峰:绿水青山转化为金山银山的模式和路径不是一成不变的,需要因地制宜、科学施策。既要经济发展和历史文化因素纳入考量范围,也要尊重自然规律,基于自然资源禀赋,看适合发展什么样的产业,同时还要遵循经济规律,看实际的经济技术发展水平、经济发展条件。将三者统筹考量,选择的转化路径才可能更适合当地。在这个基础上,通过增绿添金、点绿生金、借绿生金等多种方式,挖掘“生态+”的空间,引入新业态、新模式,生态产品价值实现方式更多元,转化路径就会更宽,发展更具活力。

李娜:转化不会自动实现,往往需要“催化剂”。生态产品多数属于公共产品,很多时候不能直接通过市场方式交换实现其价值。这时,探索建立健全生态产品价值实现机制,就显得尤为重要,对此您怎么看?

邵超峰:关于生态产品价值实现机制,各地都在探索,比如生态产品价值监测评价机制、生态产品市场交易机制、生态保护补偿机制等。有两个核心方向,一个是寻找上限,就是探索用什么样的激励机制,鼓励更多主体主动参与到环境保护、绿色低碳发展中来;另一个是明确下限,建立更为有效的约束机制。有奖有罚,才能形成正向引导。比如,有的地方林业资源丰富,以“整体打包”方式核算中远期林业生态产品价值,将好生态“卖”出了好价钱,当地保护生态环境的积极性更高。完善制度、规则,形成保护环境受益、破坏环境受罚的利益导向机制,当越来越多人、个人尝到生态产品价值带来的甜头,绿水青山转化金山银山的过程会更加顺畅。

李娜:拓宽绿水青山转化金山银山的路径,需要在推动生态产业化上有更多思考,也离不开生态产业化。走深“两化”融合路,让生态经济体系更健全,生态优势转化为发展优势的后劲才能更足。

邵超峰:是的。生态产品价值实现路径的拓展,前提是必须解决好资源供给和需求之间的矛盾问题。让这种矛盾减小,治本之策是走绿色低碳循环发展之路。通过产业生态化,对高耗能高排放产业改造提升,培育新兴产业,发展绿色低碳技术,来实现减碳、增长,这等于在提升保护生态环境的能力和水平,也是在以另一途径为自然添“绿”,提升生态系统服务功能。资源消耗少了,对生态系统补充多了,绿水青山颜值更高,才谈得上生态优势向经济优势的持续转化。沿着这条主线思考,实现“两化”融合协同共进,生态资源保值增值空间才能更大,转化路径才能更加宽广。

基层声音  
本报与各区融媒体中心联合推出

# 破题小区停车难

万彤

对于大多数老旧小区来说,停车是个绕不过去的难题。然而,在河西区越秀路街港云里社区,老旧小区常见的抢占车位、私设地锁等乱象消失,车辆停放整齐有序,渐行渐好的社区秩序、愈加和谐的氛围,让居民纷纷点赞。

城市的核心是人,人民群众对美好生活的向往就是城市治理的方向。停车位怎么施划、如何科学管理,关系着群众切身利益,考验的是基层治理能力。

与诸多老旧小区一样,港云里社区在建设之初并未施划停车位,且与商业区相邻,总有些在附近工作或购物的外车进入小区“免费”停放,停车乱、停车难问题尤为突出。针对外车随意进入、港云里社区立起了电子围栏;通过树木移栽、边道改坡、宣传栏改移等措施划出小区空间,尽可能多划出停车位;制作临时停车卡,确定停车时长,满足子女探望老人的临时停车需求……一系列具体实践也表明,老旧小区破解停车难问题,需要多管齐下、多方发力,既要充分挖掘社区“边角料”泊位资源,增加停车位空间供给,也要充分发挥制度创新的作用,凝聚居民群众的智慧和力量。

民之所盼,政之所向。社区停车位的有效管理,是顺民心合民意的举措。这也启示我们,好的城市治理应围绕群众的需求,在解决民生难题过程中转变治理思维,提升治理能力,让治理与时俱进、更加精细。从群众的操心事、烦心事、揪心事做起,通过一系列改变、创新,下足绣花功夫,城市生活才会变得更加方便、舒心、美好。