

简 报

(第六期)

中国商业史学会

2019年5月13日

《老字号创新发展与品牌国际化竞争力提升项目》 结项报告会在首都经济贸易大学举行

2019年4月28日《老字号创新发展与品牌国际化竞争力提升》课题结项报告会在北京花乡首都经济贸易大学举行。中国商业史学会会长王茹芹、中国商业史学会副会长王成荣、河南省人民政府参事赵志正、北京市商业联合会办公室主任冀平、北京市商委外经贸处原处长雷堃、商务部流通产业促进中心服务业研究室副主任陈丽芬、《中国名牌》杂志总编周志懿、中国商业史学会老字号专业委员会副主任胡颖、中国商业史学会老字号专业委员会副主任陆建国、中国商业史学会老字号专业委员会副主任孙丹威、对外经济贸易大学教授张梦霞、中国商业史学会原秘书长杨少萱、中国商业史学会常务理事赖阳、中国商业史学会常务副秘书长梁晨、北京内联升鞋业有限公司副总经理程旭、国声智库云媒国际全媒体平台执行总编邹佩等老字号专家、学者及企业家近百人参加了会议。



中国商业史学会王茹芹会长首先代表中国商业史学会致词。对课题提供支持和帮助的专家学者、各相关组织以及与会专家表示感谢。她认为本项目受北京商业联合会委托，以强烈的时代责任感和整体意识，从总体和国际化的视角展开了调查研究，强调了中华老字号以“功崇惟志、业广惟勤”的境界，分析了全国老字号的现状布局和发展脉络，总结了中华老字号与时俱进的创新发展和提升品牌价值的经验，提出了老字号创新发展与国际竞争力提升的指导意见，代表了中国商业史学会研究老字号的新认识和新水平。

老字号专业委员会主任祝合良教授首先代表课题组向课题委托方北京市商业联合会，以及北京市社工委、北京市商务局、北京市老字号企业和八个省市老字号协会和有关单位领导对本课题的大力支持表示感谢。他表示，通过文献整理、资料收集、实地调研、专题研讨、论坛交流等形式做了大量的工作，为课题研究奠定了很好的基础。最后他从老字号发展回顾与机遇、老字号真实性与老字号

传承和创新、老字号创新发展研究、老字号品牌国际化竞争力提升、老字号创新与国际化竞争力提升对策与建议五个方面对课题报告进行了详细介绍。

北京市商业联合会冀平主任首先代表北京商联会向本项目的成功完成表示祝贺和感谢。他指出，项目得到了北京市商务局的关注和认可，希望能够以本次项目成果为契机，在党和国家的相关政策支持下，在北京市商务局和相关部门的指导下，继续把老字号的创新发展及品牌国际化项目从理论上进一步深化，从实际的经营上与老字号企业形成有机结合，借力北京市商务局和商联会共同推出的《北京市提升商业服务质量三年行动计划》中对老字号的一些具体要求，打造理论联系实际的企业标杆和实例，为北京老字号发展提供更好的指引，为提升北京市的商业服务品质做出更大贡献。

中国商业史学会副会长王成荣教授认为课题报告是一个全景式的研究，提出老字号真实性的实证研究等创新，尤其是在老字号国际化的路径上提了很多很好的建议和意见。他提出，未来还需要在老字号泛化问题、老字号活化问题、老字号品牌化问题、老字号个案研究四个方面继续深入研究。

河南省政府参事赵志正认为老字号的发展与传播离不开媒体的关注。以河南省老字号为例，老字号故宫过大年活动后，河南日报刊发了老字号的专题内容，凤凰网组织了对 11 家河南老字号企业的专访，扩大了河南老字号在海内外的知名度和影响力。

商务部流通产业促进中心服务业研究室副主任陈丽芬认为课题

研究内容丰富、资料详实、结构合理、逻辑清晰、理论联系实际且具有创新力，既有发展脉络的回顾，也有机遇的展望；既有对提出问题的分析，也提出了解决问题的对策，对北京老字号的发展具有指导意义，也填补了当前老字号研究的空白。

《中国名牌》杂志总编周志懿认为课题的研究视野开阔、研究深入、脉络清晰、数据详实、注重实用。他建议在老字号“老”的研究方面可以更深入一些，体现老字号品牌的特点，强调老字号品牌在悠久的发展历史当中对展示民族自信，发扬文化传统方面所做的努力。

中国商业史学会常务理事赖阳提出在老字号创新研究方面，首先要厘清老字号本身传承的基因和创新之间的关系，在传承中要不断创新，创新与传承直接相关联。在老字号品牌国际化研究方面，尽可能参考国际老字号的发展案例作为研究的参照系。

中国商业史学会老字号专业委员会副主任陆建国建议报告中对老字号的概念、内涵和外延的阐释要界定得再详实一些，把老字号具有悠久历史的这个“老”字的内涵要鲜明地体现出来。

中国商业史学会老字号专业委员会副主任孙丹威提出老字号的研究要专注数据分析，同时要保持个性和独立性，在品牌运作中要加强自身造血功能。

北京内联升鞋业有限公司副总经理程旭认为老字号要寻求技艺传承与科技创新之间的耦合与平衡，学习国际品牌发展的规律、路径、发展脉络，以产品为核心打造品牌核心竞争力。

中国商业史学会常务理事、对外经济贸易大学教授张梦霞提出对老字号品牌价值的评估要突出老字号品牌价值的可持续性，应该把企业社会责任评估要素考虑进去。同时老字号要和国际品牌对接、对标，整合专家、市场、数据等资源，借助国外合作伙伴，寻求共同发展。

最后，老字号专委会主任祝合良教授对各位专家提出的建议表示感谢，提出了老字号专业委员会下一步研究的方向。

发：专业委员会主任、常务理事、理事

中国商业史学会老字号专业委员会供稿

2019年5月13日

(共印20份)