

“四大品牌”需要“美食不夜街”和老字号

政协委员就餐饮、老字号品牌在打响“四大品牌”中所起作用建言献策

□法治报记者 夏天

“上海这座具有全球影响力的国际消费城市，目前所具备的国际一流餐饮品牌不是太多，而是太少。”

“购物天堂还应是座‘不夜城’，是否可设立美食不夜街和日间流动美食摊位?”

“对于空壳老字号商标，能否探索旧瓶新酒模式，试点混合所有制，尝试品牌、资本、运营方的创新模式?”

昨天，市政协经济委员会组织了“全力打响上海‘四大品牌’，率先推动高质量发展”专题座谈会。“小南国”“十六盏”等本市知名食品品牌创立者，就餐饮、老字号品牌在打响“四大品牌”中所起的重要作用建言献策。



上海是座具有全球影响力的国际消费城市

如何打造更高质量“不夜城”“美食街”品牌?

1987 年，一家小餐馆在上海长沙路上开张营业。这家店面虽小，但从一开始，店方就十分关注餐饮品质，在用料和口味上均赢得了口碑。

2012 年，当年的这家小餐馆已发展为香港上市企业“小南国”，麾下业务也已从原来的餐饮及品牌经营，走向品牌集成化平台运营。

在全力打响上海“四大品牌”总体目标下，政协委员、小南国（集团）有限公司董事长王慧敏认为：餐饮企业应责无旁贷、全力以赴投入其中，必将起到举足轻重的作用。“民以食为天，餐饮不仅满足大众日常生活必需，而且恰逢消费升级，逐渐发展为拉动内需、繁荣市场、促进市民满意度，甚至是国际间商业交流的生力军。”王慧敏说。

王慧敏目前的工作重心，正放在研究“适合在华发展、且符合年轻人消费倾向、满足中国当下消费升级、中产崛起所带动的新生活方式”国际品牌上。她认为，上海这座具有全球影响力的国际消费城市，目前所具备的国际一流餐饮品牌不是太多，而是太少。“作为购物天堂、消费天堂，适合大众消费者的选择并不足够，缺的不是贵的，而是符合大众消费的国际一流品质品牌。”王慧敏说。

她还表示，上海不仅应是“购物天堂”“消费天堂”，还应该是座“不夜城”，餐饮商应该有更长的营业时间和更广的营业空间。“是否可设立美食不夜街和白天的流动美食摊位，让消费者更加与品牌美食间产生互动，打

造美食生活化的轻松方式?”而在此过程中，“政府部门应出具相应的监管环评机制与标准，让在品牌打造过程中，政府部门的管理更具有可量化的操作标准，也让企业可以被更精准的指导和引导。”

记者了解到，此前浦东新区著名的“夜宵圣地”——“昌里路夜市”曾全部关停。当时据监管部门表示：“夜市餐饮店共有 21 家，全部都是无证无照的，一律停业整顿。”而一些食客也对此纷纷表示惋惜：“魔都一条‘黑暗料理街’要没了!”“香酥鸡、烤脑花、羊肉串、大火锅都没有了。”

此外，近日著名的“寿宁路小龙虾街”也因涉及无证无照食品经营而被市场监管部门治理。

但在上述治理工作中，记者获悉：市食药监、市场监管部门秉持的是“拒绝一关了之，科学分类疏解”的工作思路。对于昌里路夜市的治理，监管部门表示如果符合“无违建、不扰民、有证照条件，通过取得经营证照，或者通过小餐饮备案的”，就可以经营，还可根据规定快速办理。同时，主管部门也会引导房东引入符合条件的商户，包括网红店，方便周边居民。

而在“寿宁路小龙虾一条街”的治理过程中，主管部门在对无证无照的食品经营者予以取缔后，对有照无证的食品经营者则采取“逐户约谈、分类施策”的办法，充分运用小餐饮备案纳管等疏导政策，引导他们合法经营。而对有证有照的食品经营者，则指导经营者开展标准化改造，实施小餐饮标准化管理，总体体现了城市管理温度和城市精细化管理的理念。

冗余老字号品牌库 可施行有监管转让

2015 年末，来沪游玩的游客们发现，上海市面上出现了一种名为“十六盏”的上海城市伴手礼食品品牌。“葱油开洋”“火腿猪油”“蟹肉辣伙”“法式牛轧糖”“苏味全蟹蓉”等融合了现代创新工艺的传统“上海味道”，均成为市场“爆款”，并形成口碑传递的多层复购。

浦东新区政协委员、德庭（上海）文化发展有限公司董事长邵毓挺，是该食品品牌的创立者。他认为：“品牌的成功是海派文化的赋能，也直接证明了文化驱动对老字号振兴与新品牌的发展是有效的抓手，也是上海文化落地的精神密码。”

邵毓挺是土生土长的上海人，他对海派文化及上海老字号具有极其浓厚的兴趣和使命感。他认

为：“海纳百川，万商云集。上海作为中国商业最先起步和发展的国际化大都市，老字号品牌积淀的数量和质量都名列前茅，这是上海的骄傲和鲜明特色。全力打响上海‘四个品牌’，上海老字号品牌是上海购物的重要基石与上海文化的切实承载。”

“但改革开放 40 年来，上海快得来不及转身，”邵毓挺表示，“大部分老字号品牌的发展，相比城市发展显得慢了一些，老品牌、老面孔、老常态，一快一慢间就反应了老字号品牌的现状。目前，老字号本身品牌运营能力高低不一，相对缺失。”

邵毓挺建议：“上海应监督区属国企集团对旗下老字号品牌文化梳理、再造更新举措。可开放冗余品牌库有监管地转让，避

免‘怕犯错’的不作为。可引入扶持有意愿、有实力、对海派文化实践有经验、有乡土情怀的运营者。对空壳老字号商标，可探索‘旧瓶新酒’模式，试点混合所有制，尝试品牌、资本、运营方的创新模式。”

王慧敏作为上海餐饮烹饪行业协会会长，也表示希望看到老字号品牌可以创新和重新包装焕发青春。她说：“这是很好的资源，不能任由它们被时间埋没，需要企业、行业、协会、政府共同去考虑和实现。”

记者在《上海品牌发展报告·2016—2017》中看到：“上海沉淀的老字号品牌尚有许多未能释放。建议对老品牌进行清理，发展好的重点支持；有潜力的积极扶持；不用的让社会有能力的企业来运作。”

企业知产维权难 需政府更多帮助

尽管“小南国”的经营已取得了成功，但王慧敏仍感到餐饮品牌经营之不易。她说：“不少优秀的餐饮品牌企业，在一些地区会遇到冒牌，这对于优质品牌是极大的损伤。以企业的力量很难做到充分维权。”

王慧敏建议：“对于品牌及知识产权的保护，需要政府给予帮助，对一些品牌赋予的餐饮相关知识产权给予更清晰的界定和订立标准，让品牌的价值更加被尊重，也让优质品牌得以更好生存。另一方面，对那些以次充好，甚至爆发过品牌和产品严重失信的企业，要进行严厉打击，避免不良竞争和不正当竞争影响良好的

行业秩序和追求高品质的良好风气。”

记者在《上海品牌发展报告·2016—2017》中看到：“知识产权保护是创新的基础，也是品牌延续和拓展的保障。知产得不到保护，创新就不可持续，也就没有上海品牌的未来。加强知产工作不仅要完善法律法规、改革体制机制，更要让知产保护观念深入人心。”

记者从本市检察机关获悉，2017 年全市检察机关共计受理侵犯知识产权审查起诉案件 210 件 388 人。其中，侵犯商标权类的案件量占比高，占受理总数的 84%。部分知识产权犯罪案件兼具侵犯知

识产权和危害食品安全的双重特点。

上海确立了要在 2020 年，力争把上海建设成为“创新要素集聚、保护制度完备、服务体系健全、高端人才汇聚”的亚洲太平洋地区知识产权中心城市的发展目标。为助推这一目标的顺利实现，上海检察机关积极打击侵犯知识产权犯罪，并在上海检察三分院建立了全国第一家分院层级的专业化知识产权检察处，充分发挥惩治、预防、监督、教育、保护等职能，综合运用各种法律监督手段，保障知识产权权利人的权益，为市场创新主体和知识产权发展提供公平正义的法治环境。



南京路上的上海老字号人气火爆

本版摄影记者 王湧