

■

人大聚焦

□ 首席记者 陈颖婷

“抽屉式”老字号如何再放光芒

运用多元化盘活沉淀品牌 赋能品牌的培育激活与创新发展

□ 首席记者 陈颖婷

一部《繁花》令冷落多时的苔圣园容光焕发；“鲜得来”门店人声鼎沸；光明牛奶、杏花楼等老字号一起拼成了很多人对于上世纪90年代上海的记忆拼图。老字号作为老品牌的典型代表，是上海城市的“金字招牌”。经过岁月的沉淀，不少老字号变得悄无声息，成为躺在“抽屉”中的历史见证。如何让这些“抽屉式”老字号再次焕发出生命力，也成为了一道城市命题。

日前，相关部门在对市人大代表的答复中，提出将搭建“抽屉型”品牌库，推动资本运作平台运用多元化盘活沉淀品牌的路径方式，赋能“抽屉型”品牌的培育激活与创新发展。

老字号品牌缘何躺在“抽屉”中

“在中国近现代历史中曾涌现出许多老品牌，由于历史原因，目前大多数的老品牌集中在国有企业手中。”市人大代表吴君毅道出了很多老字号躺“抽屉”的原因，“由于产业合并等原因，同类型的老品牌往往集中在一个集团或公司中，同一类型产品不可能使用到所有保留的老品牌，这就导致剩余的一些老字号品牌不得不成为只具有文件属性的‘抽屉型’老品牌了。”除此之外，还有一些品牌，由于其原有产品已经被淘汰，因此也成为了“抽屉型”品牌。

但吴君毅认为，各类“抽屉型”老品牌仍具有一定的历史意义和在“别人”眼中的价值，因此这些品牌的消亡和沉积也是一种资产的流失。在他看来，造成这种自己不愿用，又无法交易给别人用的局面，既是社会资源的浪费又是历史传承的断裂。

他认为，这种局面的形成，缘于拥有人的积极度不高以及“抽屉型”品牌的信息公开度不足等，阻碍了转让的可能性。另外，外界无法了解到品牌的转让或租用信息，也同样会导致无人问津。

另外，“抽屉型”老品牌有难以评估及可能带来的问题。价值评估直接关系到双方的核心利益，对于已无产品支持的牌，其价值评估有时是难以进行

的，双方的分歧也较大。此外，这些品牌的拥有方也有着对“抽屉”品牌交易后可能带来的额外竞争或是成为外国公司附属品的担心。

对此，吴君毅建议，鼓励拥有人将“抽屉型”品牌作为一个宝贵的商品资源，按照历史价值、行业价值以及内在价值等标准进行有序归纳和包装，并对后续可转让或转租的条件等设定好可达到的条件。可以在政府认定的第三方平台上进行集中的所有权或租用权专场拍卖。初期可在特定范围内进行。

上海老字号七成是“国字号”

市商务委在答复中表示，本市目前拥有197个中华老字号和104个上海老字号。其中，国有企业占比约74%，民营企业占比约26%。据市国资委统计，截至2023年底，45家市属企业集团持有并运营品牌共计936个。目前拥有中华老字号56个，上海老字号17个，占全市比例分别为28.43%和15.38%。百年品牌的数量达到37个，最早的品牌“吴良材”（1719年）有305年历史。深厚的历史底蕴为上海国资留下了丰富的品牌资源。大白兔、回力（鞋）、光明（乳业）、蜂花、龙虎、第一医药商店等一批老品牌保持良好发展态势，行业影响力逐渐扩大。诚然，也有一些老品牌如耀华（玻璃）、金星（电视）等随着产业整合、产品淘汰已不再使用，成为了“抽屉型”品牌。



资料照片

对此，市商务等8部门联合印发的《关于促进本市老字号改革创新发展的实施意见》中明确提出，支持老字号产权改革，盘活存量资产，激活无形资产。鼓励企业在控股、收购、兼并老字号等市场活动中，充分挖掘和开发老字号品牌价值。深化实施老字号“一品一策一方案”，市商务委指导各区和相关国资集团分类施策，就“抽屉式”老字号发展需政府层面协调解决的问题清单，逐步解决，逐一销号。此外，本市已建立“有进有出”的老字号动态管理机制，定期开展复核，将不具备可持续发展能力的品牌移出名录，推动品牌拥有人持续盘活品牌。

品牌专业化平台助力“老字号”蝶变新生

今年，市国资委印发《关于鼓励和支持本市国有企业品牌加快发展的实施意见》，明确要着力建设两个品牌专业化平台，即国资品牌创新运营平台和资本运作平台。明确上海国盛集团作为国资品牌资本运作平台运营主体，聚焦战略调整品牌及“抽屉型”品牌，探索品牌所有权与运营权、使用权分离的运作模式，开展以体制机制改革推动老品牌焕新工作。市国资委透露，前期，国盛

集团已通过“授权激活、引资培育、赋能发展”三步走，实现了国有老品牌“东海”从“抽屉”再次走向市场的华丽转变，为“抽屉型”品牌焕发价值提供了宝贵经验。

今年3月，为进一步贯彻落实《品牌实施意见》，强化国资品牌资本运作平台功能，市国资委编制发布了《上海市国有企业战略调整品牌授权管理工作指南》。指南具体阐述了品牌授权管理工作背景意义、授权过程、授权后管理及授权期满后运作路径，并附录了《商标授权委托管理协议模板》《商标使用许可合同模板》供授权企业参考，规范了国有品牌授权模式管理工作，为推动上海国资战略调整品牌及“抽屉型”品牌有效激活、价值再造提供可操作的途径及方法。

近期，市国资委联合国盛集团国资品牌资本运作平台，正在开展“抽屉型”品牌调研工作，针对东方国际、上海仪电、东浩兰生等老品牌资源较多的市属国有企业及区属国企，组织开展专题座谈会。下一步在调研的基础上，还将搭建“抽屉型”品牌库，建立服务团队和对接机制，形成工作方案，发掘合作机会，推动资本运作平台运用多元化盘活沉淀品牌的路径方式，赋能“抽屉型”品牌的培育激活与创新发展。

■ 代表风采

□ 杨浦人大供稿

徐超：发挥双重优势，助力“幸福养老”

今年年初的杨浦区十七届人大五次会议上，杨浦区人大代表徐超针对杨浦老人居家养老意愿强烈，但社区综合服务供给、医疗等专业服务有待增强的现状，提出了《关于加大推进持续照料社区建设的建议》，希望加大推进以家庭为核心、以社区为依托、以专业化服务为依靠、社会性养老方式内涵的持续照料社区建设力度，以满足长者日益增长的多样化生活需求。

徐超代表是上海海阳投资管理集团有限公司董事长，深耕养老事业产业多年。当选为杨浦区十七届人大代表以来，他积极履职，持续关注区内养老事

业，充分发挥代表密切联系群众和身处行业一线的双重优势，针对养老服务提出了不少建设性意见和建议，积极主动服务杨浦区养老事业产业高质量发展。

杨浦是养老大区，要回应民生关切，这一迫切的民生需求就是徐超代表的履职发力点。通过人大代表接待日、代表集中联系基层以及各项监督调研活动，他经常深入街道、社区，倾听群众呼声，了解群众在养老方面的需求和痛点。在调研中，他清晰感受到整个养老服务产业在市场化推动下正在蓬勃发展，但也面临着各种问题，如医养康养板块，最核心的痛点就是医养资源不通、服务脱节。他关注养老政策制定，多次向政府部门就完善养老政策体系、

推动医疗资源与养老服务相结合、加强养老服务人才队伍建设等方面提出意见建议。

徐超代表不止一次在人代会上就养老工作提出意见建议。2022年，他曾与其他5位代表联名提出《关于加大推进医养融合的建议》，从丰富产品、创新模式、改善环境、吸引人才等多个方面提出了详细建议，并得到解决采纳，为深入推进融合养老模式、提升养老品质贡献了智慧力量。

在深入基层、摸清社区养老现实需要的过程中，徐超代表还形成了CCHC（持续照料社区）理念，并将这一理念践行于市场，在公司的养老服务中建立相应模式，打造集合娱乐、照料、护理等

综合服务的全日制式付费养老社区，建立“医养康护健”五位一体的立体型康养服务体系。他还积极探索“互联网医院+养老机构”可行模式，推动认知障碍照护床位、护理型床位等专业照料床位建设，助力提升养老机构医养服务能力，以医养融合养老模式推动解决医疗与养老发展不平衡不充分的问题。

看到自己提出的意见建议得到采纳，看到身边的老人养老环境越来越好，徐超代表感到自豪和欣慰。立足本职，聚焦养老问题，努力破解养老领域存在的瓶颈、难点、痛点，不断为老年人提供更好的服务，一直是他奋斗的动力，也是对践行人大代表为民初心的生动诠释。