

关于加强上海中华老字号高势能品牌建设的提案

※背景情况※

略

※问题及分析※

略

※建议※

1、建立中华老字号品牌振兴专项基金

依托上海交通大学团队《上海中华老字号品牌景气指数》建立中华老字号品牌发展扶持专项基金，每年定期发布指数，奖励进步大的品牌，扶持弱势中华老字号产品创新、品牌发展。

2、依托上海中华老字号企业协会进行品牌管理培训认证

借鉴国外行业协会在推动行业发展中所起作用，及上海会展行业协会组织定期进行的会展管理初级、中级、高级培训认证经验。建议上海中华老字号企业协会组织上海高校、

科研院所研究人员、行业品牌管理、新媒体营销、广告策划菁英等对上海中华老字号、上海老字号企业员工进行品牌管理初级、中级、高级行业培训和认证，提高企业管理人员与时俱进的品牌管理能力。

3、健全传承体系

2022 年 10 月华山 263 老字号品牌馆向公众开放，在老字号宣传推广中起了很大作用。今后可以在进博会人文交流活动基础上，建立进博会老字号品牌馆，展示老字号产品和文化。

2021 年 8 月《上海市建设国际消费中心城市实施方案》支持老字号在重点商圈集聚发展。建议今后继续加强原址保护，扩大老字号集聚区建设，鼓励老字号在南京路、淮海路、南京西路等步行街区范围内开展多形式文化展示体验活动。

4、举办老字号嘉年华等活动与促销活动

在公共节假日在世博馆、上海展览中心等地举办老字号嘉年华活动帮助中华老字号企业进行产品推广和文化展示。

5、增加进博会溢出效应，举办全球老字号博览会

目前为止，全国性的中华老字号展会较少，多是地方性的老字号展览会如浙江、河南、福建等。到外地参加老字号博览会的上海中华老字号凤毛麟角。2024 年在上海举办的第十八届中华老字号博览会已经有南非、巴基斯坦、尼泊尔等国家进博会爆款亮相。作为稳居中华老字号数量第一的上海

应该进一步增加进博会的溢出效应，在进博会后举办全球老字号博览会，邀请国外老字号企业参展吸引带动国内中华老字号企业及地方老字号企业参展促进国内外老字号、特色商品同台竞技，交流合作。同时举办论坛、会议、赛事等多种展中活动，多维度集聚电商、金融、传媒、智库等优质资源，为老字号创新发展赋资、赋能、赋智、赋力。

6、建设上海老字号元宇宙

目前乐游上海已经绘制了第一、二批的上海老字号手绘地图发布在公众号上，但是地图显示不清楚，随着数字技术的发展可以委托风语筑等数字会展企业建设上海老字号元宇宙以帮助上海中华老字号、上海老字号品牌建设线上展示馆，进行产品展示和文化宣传带动上海旅游经济，亦有助于老字号的出海战略。