

多维赋能 激活老字号创新“引擎”

北京作为培育建设国际消费中心城市标杆,商业创新与供给不断升级,北京老字号以京味儿文化、精湛技艺和世代传承的商业信誉,塑造北京作为购物之城的独特魅力。2月11日,北京老字号协会发布《北京老字号传承创新发展报告(2021—2025)》,总结北京老字号企业传承创新经验,分析在新的城市功能定位与消费市场变革中所面临的核心问题,谋划“十五五”时期北京老字号如何更深度地融入北京城市发展战略、实现高质量发展,提供重要决策参考与实践依据。

政策体系的持续赋能,为老字号守正创新注入了制度性生命力,构筑了其可持续发展的根本保障与深层动力。自2017年以来,从国家到地方层面构筑了多层次、系统化的政策支持体系。从国家《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》的宏观指引,到北京《培育建设国际消费中心城市实施方案》的具体落地,

再到《北京老字号认定管理办法》等专项政策的精细化管理,政策覆盖了改革创新、品牌保护、产业融合、国资发展等关键环节。政策的多维支撑,使老字号从商业主体升级为兼具文化使命和城市服务功能的重要载体。

到2025年,北京已形成覆盖14个行业的老字号发展格局,政策体系的多层次支持为老字号创新发展注入了强劲动力。老字号的规模扩张并非简单的数量增长,而是品牌集群效应与产业价值重构的双重结果。274家老字号中,前8家百亿级以上企业贡献67.7%的营收,这不仅仅是头部效应的体现,更是老字号企业通过品牌矩阵和产业链延伸实现的价值倍增。

面对消费市场的深刻变革,北京老字号将创新作为激活品牌的关键“引擎”,沿着多条路径展开创新实践。创新的价值在于,企业将老字号承载的历史底蕴进行空间重构和文

化叙事,转化为可供当代消费的“体验产品”,纾解了传统文化现代化过程中最核心的转化难题。

数字化是老字号连接年轻消费者的重要桥梁。北京老字号企业触网率超过90%,已入驻京东、淘宝/天猫、抖音三大主流电商平台。同时,超过80%的老字号开通了微信公众号、服务号,部分企业成功开发微信小程序商城,实现全流程闭环服务。

人才是老字号传承发展的关键。目前,北京老字号人才结构中,技能技艺型人才占比超过87%,管理创新型人才占比约12%,而数字科技型人才占比仅为1%,显示出传统人才结构向现代化转型的迫切需求。

这一过程的瓶颈在于,老字号企业的人才结构与数字化运营需求之间存在系统性错配。人才队伍的构成决定了数字化转型必须走“渐进式融合”而非“颠覆式替代”的道路。

从业人员规模方面,从2018年的46935人降至2023年的40289人。这一变化既反映了企业适应市场转型的主动调整,也暗藏着行业发展面临的人才挑战。老字号企业正通过人才引进、项目合作等方式,快速弥补数字化和创新型人才短板。

知识产权保护是老字号可持续发展的基础。针对历史权属复杂、商标保护意识薄弱等问题,相关部门积极引导企业建立完善的知识产权管理体系,包括及时进行商标注册与布局、系统梳理保存历史凭证、建立侵权监控机制等。

老字号的知识产权问题是一个历史产权现代化的过程。商标授权确权纠纷、字号与经营主体分离等问题,源于计划经济向市场经济转型过程中的制度遗留。当前的保护体系正在从“确权维权”向“生态构建”转变。多方力量不仅关注打击侵权,更注重建立商标注

册、历史凭证保存、侵权监控的全流程管理体系。特别是跨区域协调机制的建立,标志着老字号保护从地方性事务升级为区域性协作。

在市级层面,配合商务、市场监管、知识产权、司法等部门,推动形成执法与保护合力。同时呼吁建立跨区域协调机制,对同一老字号在不同地区的合法分支予以合理保护,减少权利冲突。这些举措推动保护模式由被动应对向主动防御转变。

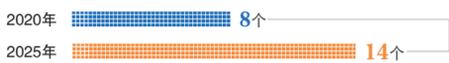
北京老字号作为京味儿文化的重要载体与首都商业的核心力量,近年来在政策赋能、创新驱动与市场变革中,走出了一条规模与内涵并重的高质量发展之路。从政策支持到规模扩张,从集团管理到经营模式创新,北京老字号不仅为培育建设国际消费中心城市提供了有力支撑,更为全国老字号振兴发展提供了可借鉴的实践样本。

北京商报记者 王维祯

/规模扩张/

行业覆盖面扩大,营收实现结构性增长

● 行业覆盖



8个传统商贸服务行业

逐步延伸至**金融、教育培训、演出场所、建筑、农业和旅游**等14个行业

● 经营规模

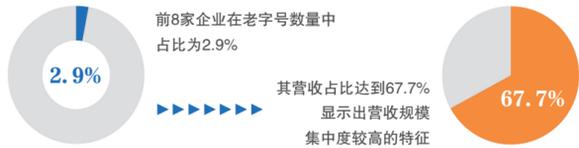
2021至2025年

▶ 新认定北京老字号达**77家**

▶ 总数量达到**274家**,在全国排名**第六**

▶ 其中**137家**同时兼具中华老字号称号,在全国排名**第二**

头部效应显著,集中度高,营收规模在百亿级以上的有**8家**



● 营业收入



营收增长不仅得益于新晋品牌的市场融入,更关键在于一些头部及中坚企业的支撑,通过数字化转型、产品创新与渠道拓展,不断探索新型业务模式,带动整体规模快速提升,推动老字号经济实现结构性扩张。

产品创新:长春堂旗下“顺时而饮”创新推出草本养生茶饮系列,将传统草本配方与现代茶饮结合,精准切入年轻健康消费市场。

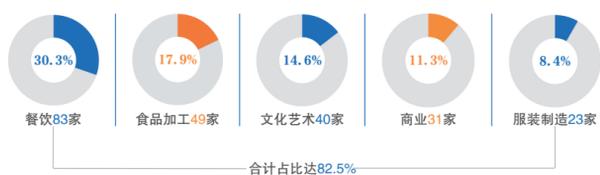
供应链创新:百花蜂蜜不仅建立了完善的可追溯产品体系,更通过“公司+标准化养蜂基地+蜂农”的一体化合作模式,从源头实现了对蜜源环境、养蜂过程、原料采收的全程数字化管控,这一创新体系既提升了产品品质与安全信任度,也强化了上游供应链的韧性,不仅在消费市场树立了“天然、可信赖”的高品质品牌形象,也为其产品升级与价值延伸奠定了坚实基础。

场景创新:北京稻香村“零号店”融合现烤糕点、文创产品与茶饮空间,打造沉浸式文化体验场景,吸引全球消费者打卡。

经营模式创新:紫光园以“档口+社区店”连锁模式深耕社区,提供高性价比熟食与餐饮服务,强化便民黏性。

品牌创新:吴裕泰构建了茉莉花茶子品牌“御泰壹香”、绿茶子品牌“春和景茗”、岩茶子品牌“夷岩九鼎”以及红茶子品牌“京粹红韵”等以“茶+”品类产品矩阵覆盖细分客群的品牌矩阵。

● 行业比例



北京老字号不仅实现了品牌数量与营收规模的量化扩张,更在文化传承、经济支撑、稳定就业、繁荣市场等方面发挥着不可替代的作用,成为兼具北京经济增长贡献力与历史文化传播力的核心载体,为北京国际消费中心城市建设和首都文化中心建设提供了坚实支撑。

/数字化转型/

触网率高但运营深度不足

● 电商运营



● 公域平台、私域布局

京东、淘宝/天猫、抖音三大主流电商平台累计开设店铺**306家**

抖音**127家**

淘宝/天猫**93家**

京东**86家**



北京呈现“本地生活高度渗透、内容电商快速跟进、传统电商聚焦快消”的格局。

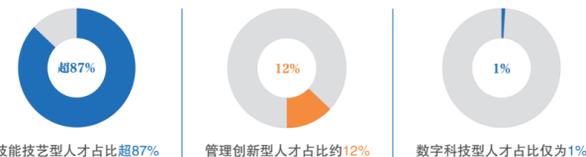
高效支撑品牌宣传、活动通知及会员积分体系,为数字化转型奠定坚实基础;部分老字号成功开发微信小程序商城,覆盖食品、餐饮等核心领域,实现产品展示、在线支付、到店自提及同城配送的全流程闭环服务。

部分企业仍处于“有渠道、弱运营”阶段:小程序流量依赖线下扫码或公域引流,缺乏独立获客能力;会员数据孤立于门店或平台,未与抖音、京东等公域账号打通;内容更新慢、互动频率低,且缺乏专职数字运营团队,多由市场或门店人员兼职维护,导致私域资产沉淀不足。

/人才队伍/

结构传统、总量下降、数字人才严重短缺

● 梯队建设



北京老字号在人才发展方面积极提升内部管理能力的同时,也积极寻求外部合作,充分吸引外部优质人才与合作机构,进行深度的合作。通过人才引进、项目合作、投资等多种方式,快速补足短板,将外部优质资源与老字号特点进行充分融合,从而实现价值最大化。

● 从业人员规模

2018年从业总人数为**46935人**,平均每家家老字号企业员工数量为**237人**

2023年,从业总人数降至**40289人**,平均每家家老字号企业员工数量缩减至**168人**

五年时间,北京老字号企业从业总人数减少**6646人**,平均每家家企业员工数量下降**69人**

企业适应市场转型的主动调整,也暗藏着行业发展面临的人才挑战。老字号企业用工因季节性、行业差异等因素使得用工人数在不同时间和不同行业中差异性较大。

/知识产权保护/

历史问题复杂,主动防御体系逐步构建

● 行业现状

面临问题

历史权属复杂、商标保护意识薄弱。

商标授权确权纠纷、字号与经营主体分离、权利基础复杂。

存在情况

主要举措

引导具有共同历史渊源的企业在老字号申报、宣传推广等活动中明晰知识产权边界,规范使用行为。持续倡导企业建立完善的知识产权管理体系,包括及时进行商标注册与布局、系统梳理保存历史凭证、建立侵权监控机制等,推动保护模式由被动应对向主动防御转变。

协会助力

积极搭建协同保护网络,在市级层面,配合商务、市场监管、知识产权、司法等部门,参与联席会议与联合行动,推动形成执法与保护合力,呼吁并协助建立跨区域协调机制,以期对同一老字号在不同地区的合法分支予以合理保护,减少权利冲突,同时支持加大对恶意抢注、攀附模仿等侵权行为的打击力度,并建议在维权诉讼中更充分地体现老字号品牌价值,显著提高侵权违法成本。

/集团化管理/

资源高度集聚,国企主导与民企补充并存

● 核心数据



国企在餐饮(**48家**)、食品加工(**26家**)等行业占主导

集团化的管理模式,在推动资源整合、实现品牌协同方面具有明显优势,有助于形成规模效应和战略联动,但也对集团内部的差异化运营能力和微观创新活力激发提出了挑战。



北京老字号的企业所有制构成,呈现出以国有企业为主导、民营企业为重要补充的发展格局。国有企业依托其深厚的资源积累与系统的政策支持,在大部分行业中发挥主导和带动作用,在品牌保护和技艺传承发展中发挥了引领和典型示范作用。