

唯有创新，才能赢得未来

Only Innovation Wins the Future



陈惠泉 上海开开（集团）有限公司董事长

提到开开集团的品牌与产品，大家印象最深的，可能就是“开开”衬衫和羊毛衫。实际上，在我们今天的开开集团中，“开开”只是众多品牌中的一个。我们集团现在的主业有4块，包括：医药业、食品业、服饰业和外贸业；另外，根据静安区委、区政府要求，社区商业也是我们开开集团承担的一个重要任务。所以，现在我们集团旗下拥有很多品牌，除了“开开”之外，还拥有“鸿翔”时装、“亨生”西服、“第一西比亚”皮货、“龙凤”旗袍、“蓝棠”女皮鞋、“博步”男

皮鞋、“大美华”布鞋等服饰业的著名“中华老字号”品牌；在医药业有“雷允上”以及“上雷”中药滋补品和“鹤”牌中成药产品等品牌；在食品业有“红宝石”蛋糕、“第六粮油”服务、“亚细亚”副食品（菜场）、“新镇江”餐饮等。我们开开集团的特点是老字号多、老品牌多，都拥有悠久的历史 and 较高的知名度。

面对老字号多、老品牌多这样一个特点，如何做好这些历史悠久的知名商业品牌？我们深深感到：要做好老品牌，就必须创新。老字号品牌唯有创新，才能赢得未来。所以，我们在近几年，一直强调“创新”，有一年还搞了一个“创新年”活动。整个集团上下解放思想、开动脑筋、追求创新，推进品牌发展。

一、以创新推进企业科技进步

蓝棠-博步皮鞋有限公司是国家商务部重新认定的第一批“中华老字号”。他们在创新理念指引下，引进了有较高科技含量的设备，与自己的传统技术优势结合起来，在南京西路上开设了一家皮鞋定制中心，专为高端客户提供度脚定制个性化精品皮鞋的服务。顾客来到店内，只要把脚放进测量仪器，三维电子测量设备马上可将脚型准确测量出来。这样定制出来的皮鞋，就比传统

的手工测量定制更加合脚、更加舒适，也使顾客看到了一个具有崭新面貌的“蓝棠-博步”。市商务委的一位领导看了“蓝棠-博步”的皮鞋定制中心后，高兴地说：“这就是传统老字号与现代技术的结合，这就是创新。”

再介绍一下亚细亚食品（集团）公司创新发展的情况。“亚细亚”的前身是静安区副食品公司。前些年，由于经营上出了问题，一度困难重重。后来，经过班子调整、加强企业管理等动作和几年的努力奋斗，再加上创新，走科技发展之路，使“亚细亚”重新焕发了青春活力。他们自主开发了具有科技含量的“标准化菜市场信息化综合管理系统”，顾客可以刷卡买菜，通过上网查询交易情况。该系统在菜市场管理、副食品安全追溯和平抑与稳定蔬菜价格等方面发挥了作用。通过信息化技术管理，也提高了菜市场的管理水平，使传统的菜市场管理脱胎换骨，出现了新面貌，人们称赞他们是“以百货公司的管理方式来管理菜市场”。国家商务部陈德铭部长到“亚细亚”考察后非常满意，要求有关部门予以推广使用。现在，“亚细亚”已向部分兄弟菜市场输出了这套具有自主知识产权的信息化管理系统。“亚细亚”被评为“上海名牌”，“亚细亚”的企业负责人今年还荣获了上海市质

量金奖（个人）。

二、以创新推进企业做精品牌

创新，是企业永恒的主题。只有创新，品牌才会继续发展。以药业为主业的上海雷允上西药有限公司在近几年稳定发展的基础上，围绕创新，不断提升品牌含金量，打造“上雷”品牌。“上雷”牌参茸系列产品，是雷允上公司自主开发的系列化高档滋补品，也是近几年的主要经济增长点。随着市场竞争的加剧，为进一步做大规模，雷允上公司根据市场变化，不断调整产品结构，提高品牌综合竞争力。雷允上公司进一步加快新品开发速度，继续对参茸产品和膏方产品进行深加工，在目前以冬虫夏草、野山参为基础的基础上，开发第二梯队品种，重点关注燕窝、灵芝孢子粉等产品，使“上雷”牌产品的开发继续向纵深发展。努力开发高附加值的强势产品，形成高增长、高盈利的业务模式，不断提升品牌含金量。他们还积极发挥品牌优势，做大传统冬令补膏的市场份额，取得了良好的业绩；并研究制订了膏方定制技术标准，通过创新来引领市场。目前，“雷允上”和“上雷”中药滋补品分别蝉联“上海名牌”称号，“上雷”参茸还荣获了“上海市著名商标”称号。

“鸿翔”、“蓝棠”、“博步”、“龙凤”、“第一西比亚”、“亨生”和“大美华”等“中华老字号”，均具有悠久的历史与历史。我们提出了“传承为本、创新为魂”的理念，要求“老字号”不能够吃老本，要创新，特别是在国际品牌不断涌入中国市场的大环境

下，考虑“老字号”品牌的创新发展。鼓励他们走精品路线，提供高端客户定制业务，做精品牌。

作为国家级非物质文化遗产保护项目的龙凤旗袍，我们集团加大支持力度，鼓励它创新发展，做精品牌。去年，“龙凤”作为“中国元素”传统文化的代表，3次进入2010上海世博会表演；在世博会“上海周”开幕式上，受到各方赞誉。今年，他们又被湖南卫视“天天向上”节目请去表演，还开讲上海滩“老字号”的历史文化故事，通过卫星把“龙凤”的品牌影响扩大到全国。在产品上，“龙凤”积极创新，走以定制为主的高端路线，把中华传统文化体现到服饰产品上，把手工缝制的服饰产品做成艺术精品。今年9月，他们加工制作的一套具有浓厚中华传统文化色彩的喜褂服饰，售价高达3万多元，陈列出来后不到一星期就被顾客买走了。

“蓝棠-博步”现在也紧紧盯牢市场，每年设计、开发五六百款新皮鞋推向市场，满足市场的需求。

三、以创新改进销售手段，拓展顾客群

“亨生”西服，也是国家级的非物质文化遗产保护项目，他们在走精品路线，提供高端客户定制业务的同时，积极拓展青年消费顾客群体。在创新理念指引下，“亨生”不断改进西服产品款式、满足时代进步需求。在此基础上，一年多次走进“婚博会”，为即将新婚的新人定制婚庆服饰提供服务。通过不断努力，不少青年人成为了“亨生”这个老品牌的新顾客。

“开开”品牌是中国驰名商



标、上海市著名商标及上海名牌，他们积极发挥名牌效应，积极开拓全国华中、华南、华北等各大区市场，发展连锁商店，提高“开开”牌衬衫、羊毛衫、休闲服饰等主要产品在全国市场的覆盖率与销售排名。与此同时，他们也紧紧围绕创新，探索电子商务新路，寻求新的业务增长点，推出了KKSSP电子商务网站，开拓网上销售业务，以网络这一快捷便利的方式来吸引广大青年消费群体。

“鸿翔”、“龙凤”、“第一西比亚”、“亨生”、“开开”和“蓝棠”、“博步”等具有悠久的中华传统文化与历史的“中华老字号”，在创新理念指引下，今年还联袂走上了“上海时装周”舞台，秀中华服饰文化，充分展示“中华老字号”企业在创新理念下的自信，吸引青年消费群体关注“老字号”品牌。

为支持自主品牌创新发展，我们集团还设立了“加快自主品牌建设专项资金”，积极支持与鼓励自主品牌在国际化市场大环境下走创新与自主发展之路，使自主品牌与文化得以延续和发展。

通过实践，使我们更加深切地体会到：唯有创新，才能赢得未来。■