

科技創新迎生機 老字號華麗轉身

「換臉」也「換心」 廣拓市場銷量增



■曾經沒落的上海鳳凰牌單車，現已成OFO共享單車的研發合作夥伴，重新出現在大街小巷。網上圖片



■縫紉機智能化讓布藝製作更簡單，受到外國人的喜愛。受訪者供圖

曾經「巨大」的縫紉機變身迷你智能機，舊時「刻板」的單車搭配了時尚與科技，過去「單一」的水筆展現獨創與高端。當「老」品牌們結合了創新，它們不僅迎來新的生機，甚至或再創一個新的黃金時代。老品牌回歸，老字號們擁抱「創新」之路欣欣向榮。

■香港文匯報記者 倪夢璟 上海報道

「我每天都要騎車大約4公里上下班，單車對於我來說，是最好的代步工具。」當香港文匯報記者正好騎着由鳳凰設計加工的共享單車來到採訪地點的時候，「80後」的徐力如是說。由於家離公司近，共享單車成了徐力離不開的「夥伴」。

共享單車大行其道，「騎行消費」的加速升級也為老牌車廠提出了新的機遇與挑戰。

不少老牌單車廠緊抓良機，為單車添加了更多年輕、智能、高科技的元素。「我們的設計師、研發師很多都是20歲出頭的年輕人，產品裡的時尚文化、科技元素都來自於他們。」鳳凰集團總裁王朝陽向記者介紹了這個已有120年歷史的老品牌的發展「新」路。在單車展廳內，香港文匯報記者看到了這一批批創新產物，「中國紅」、「中國鳳」的紋案展現是設計創新，智能導航、藍牙停車樁是科技創新，學生專用車型是理念創新……

「其實單車的用戶中年輕人很多，但是如何穩定市場，開拓市場，是我們時刻研究的。」王朝陽告訴記者，通過結合共享單車研發，引進青年人才等。

蝴蝶縫紉機：「智能家用」更便攜

三十多年前的「三轉一響」——縫紉機、單車、手錶與收音機，幾乎是每個家庭的理想標配。這四大件，既能解決「剛需」問題，又能夠彰顯家庭經濟實力，一時相當緊俏。如今，這些物件，早已成了一代人「無處安放青春」。

「上世紀90年代之後，成衣店越來越多，願意自己做衣服的人慢慢減少了，不少縫紉機廠倒閉或被收購合併。」上工申貝（集團）股份有限公司上海蝴蝶縫紉機分公司總經理陳琰直言。

直至2009年，蝴蝶員工耗時10年研製出的新型智能家用縫紉機，推出僅有原來1/8大小的智能

家用縫紉機，開創了布藝市場新局面，不僅增加了多種功能，例如從過去單一線跡增加至最多404種，縫紉的便利化，更吸引眾多粉絲，甚至吸引不少男學員加入。

「我們的產品每年銷售增長都是雙位數，現在，我們還研製了新的無線智能化家用縫紉機，這在全國是首創，通過互聯網連接將手機與縫紉機連接，可以通過手機APP操作。」陳琰說道。

「在我們的智能產品研究出來之後，不僅銷量大增，我們的縫紉課程也幾乎排滿。」「80後」的布藝老師陳曉韻，將學員縫製的抱枕、空調被一一展示給記者，這位對縫紉機充滿了感情的年輕布藝人，對於越來越多年輕學員們設計並製作的作品頗為自豪，他告訴記者，隨著智能縫紉機的推廣，縫紉機再度成為不少家庭不可或缺的一員，願意學習縫紉的愛好者們亦成倍增長。

近幾年來，公司已經舉辦過超500場的縫紉課程或比賽，並有超過1.5萬人參加縫紉培訓，其中，幾乎60%以上都是青年，甚至還有外國學員加入。「因為縫紉機不止是一個情懷，它還可以創新，更可以為家庭帶來便利。」

杏花樓「青團」引無數饞客翹首盼

在美食創新上，老字號往往相當敏銳，「網紅青團」、「網紅月餅」等人氣小吃，都出自老字號之手。

據新華網報道，清明的「網紅」青團，中秋的「蝦兵蟹將」月餅，端午的創意粽子……中華老字號中的傳統飲食精華通過師傅們「腦洞大開」的創新，在社交媒體的推波助瀾下，在傳統節慶期間掀起一波波「逆襲蹺蹺」熱潮。

當香港文匯報記者來到已有160年歷史的上海杏花樓時，為「網紅青團」翹首企盼的，不僅有街坊老食客，還有一張張滿臉興奮的年輕面孔。

正在排隊的崔小姐告訴記者，「我們年輕人體力比較充足，為了美食還是願意排隊嘗試的。」

據悉，在工作日的下午，前往位於福州路的杏花樓總店購買這款「網紅」，需排隊約2個小時。在淘寶網上，可搜到「上海美食杏花樓網紅青團代購」等字樣的商品，每盒價格為70元至100元不等，比門店每盒50元的價格高出不少。

同時，香港文匯報記者從杏花樓獲悉，預計2018年杏花樓集團將實現出口廣式月餅，中式米麵食品等中華傳統食品近百餘噸，部分將遠銷至美國、澳洲、新西蘭、日本、加拿大、香港、澳門等國家和地區，「我們有信心讓海外的同胞也吃到家鄉的美味。」杏花樓工作人員說道。



■1851年，在滬廣東人徐阿潤在福州路創建了「杏花樓」，因堅持推陳出新而紅火至今。網上圖片



■社交媒體推波助瀾下，老字號杏花樓的「網紅青團」極為暢銷，店前每日大排長龍。網上圖片

回力：我們追求的首先肯定不是財富

當人們還在擔憂，售價僅六七十元（人民幣）的回力鞋，到底能靠荷里活明星以及懷舊愛好者賣幾雙的時候，回力早已不在鞋業市場裡「戀戰」，而是大刀闊斧地開始了數輪改革。而改革的目標，並不僅僅指向盈利。

回力鞋業於1927年創建於上海，幾經沉浮，現由上海華誼（集團）公司全額投資，上海華誼是具有高技術附加值的上游生產商，是由上海市政府國有資產管理委員會授權，通過資產重組建立的大型企業集團公司，旗下產品涉及基礎化工原料、橡膠製品、化學製劑等十幾大類約近萬種。

發揮中國品牌示範作用

據人民網報道，回力品牌負責人曾在5月4日的「Made Online回力智能在線製造」年度品牌發佈會上明確表示，比起商業利益，回力更注重發揮中國品牌的引領示範作用，成為國家形象推廣和民族品牌塑造的先行者，而非單純地成為所謂的「潮鞋」。「我們和李寧、安踏不一樣，我們追求的首先肯定不是財富。因為回力品牌是民族的，我們作為管理者，只要有利於回力品牌的新發展，有利於中國製鞋行業技術的新發展，有利於中華老字號品牌的新發展，回力品牌願意先行先試，以開放、誠信的方式進行廣泛的合作。」

資本渠道等全開放合作

在國貨「活化」的道路上，先行者的足印已變得愈發堅實，目光也更為深廣，試圖為自身和諸多中華老字號、國貨消費品創造出更多可能。

當日的發佈會上，從材料到專利、從品牌到設計，從設備到生產，回力品牌先後提出了包括資本合作、渠道合作、管理合作、銷售合作等多方位的合作方式，力圖打造一個依託回力品牌資源的發展平台。

對此，上海回力鞋業有限公司執行董事周煒先生坦言：「上海回力鞋業也許成不了銷售百億的企業，但不代表我們打造的平台不能誕生銷售百億的明星企業，這就是回力品牌的平台協同。」周煒表示，將根據品牌特性，建立「運動健康、創意設計、技術製造」三大中心，打造更多時尚產品。

根據統計顯示，回力鞋目前在全國有2,000多家門店，去年銷售額比上一年增長100%，今年銷售額預計比去年增長30%。

目前，光是「回力」的大本營——上海，就有逾200家老字號品牌在謀求「活化」。毋庸諱言，新老國貨品牌都在探索中期待着，期待一條從中國「製造」成功轉化到中國「質造」的可複製道路應時出現。

■回力日前宣佈將用智能在線製造進一步做大品牌。圖為發佈會現場。網上圖片



「英雄」那堪行末路 「家化」走向國際化



■英雄智能筆D01。網上圖片



■上海家化高端化妝品品牌「雙妹」香薰產品。網上圖片

國產鋼筆、化妝品銷量下滑，若歸咎於書寫習慣、審美的改變，那為何萬寶龍、派克與諸多國際化妝品品牌仍老高價有市？調整發展戰略後，國貨老字號上海英雄金筆（以下簡稱「英雄」）、上海家化紛紛調整產品結構，帶着創新的底氣，逐步登上了與外來精品一較高下的舞台。

「創新是英雄的動力之源，我們的創新將一直持續。」上海英雄金筆廠有限公司總經理董文斌對香港文匯報記者表示，擁有87年歷史的英雄金筆，已走出谷底，踏上了嶄新的道路。此前，英雄與國際品牌施華洛世奇的寶石部門合作，在去年「一帶一路」國際合作高峰論壇上，成為元首圓桌會議用筆。

智能筆可檢測心率室溫

2017年，英雄研發出首支智能筆——「英雄D01」電子筆，不僅能檢測人體心率、周邊環境溫度、陽光紫外線強度，還能實時監控墨水存量。此筆一出，即在第19屆中國國際工業博覽會上斬獲「中國工業設計院（CIDI）研究大獎」銀獎。

家化轉型17載暢銷國外

同樣，坐擁120年歷史的上海家化（以下簡稱「家化」），通過貫徹「年輕化」新策略，更是「牆內牆外都開花」，順利走向國際化。「不斷的創新研發和產品衍生，將是品牌年輕化的重要助推器」。

家化相關工作人員表示，順應年輕消費者的偏好，發展粉絲經濟等，大大增加了品牌的影響力。

2001年，旗下子品牌佰草集進軍香港，邁出了走向國際的第一步；2015年，佰草集首家海外旗艦店於巴黎核心商圈揭幕；2017年，家化以歐洲為基礎，拓展了美洲和非洲市場，銷售六神香皂、花露水產品。

據《經濟觀察報》報道，3月20日晚，上海家化發佈2017年年度報告。2017年實現營業收入64.88億元（人民幣，下同），淨利潤3.9億元，自有品牌實現營業收入50.69億元，同比增長率達15.85%。

「鳳凰」：跳出「情懷」圈 分杯「創新」羹

冷冰冰的商品，一旦被商家披上「情懷」的嫁衣、裹上「復古」的包裝，往往就變得溫情脈脈、與眾不同了，讓人買也買得心甘情願。但是，一家單車企業若想靠着「情懷」吃老本，顯然不能行久致遠。

「改制以及創新，才是我們老企業轉型的機遇，也是年輕人選擇鳳

凰的原因。」鳳凰集團（以下簡稱「鳳凰」）副總裁張雅明說，鳳凰走過了「不斷仿製」的長路，才終於走上了自主創新的康莊大道。

成共享單車研發夥伴

銷售理念更迭的背後，實則是科技力量的支撐。事實上，早在

與共享單車合作之前，鳳凰等一眾單車品牌，已經多番進行市場化改革、技術升級，「有了改革的基礎，我們才能夠抓住共享單車的機遇。」張雅明強調，鳳凰不是共享單車的「代工廠」，而是重要的研發夥伴，共享單車上的智能鎖、App開發升級等，均有

鳳凰的身影。

他還補充，鳳凰最新開發的智能車，已經具備收集騎行數據、提供健康數據參考等功能，新款「皮帶」車，也更為環保、個性，日後或將推出專供體育競技的單車，上述創新與設想，將助力鳳凰在新的市場環境中再次輝煌。