

厦门老字号保护发展规划

(2021-2025)

厦门市商务局
2020 年 12 月

目 录

前 言.....	1
一、厦门老字号保护发展现状.....	3
（一）厦门老字号概况.....	3
（二）厦门老字号特点.....	5
（三）厦门老字号保护发展工作开展情况.....	8
二、厦门老字号保护发展环境.....	13
（一）发展机遇.....	13
（二）问题和挑战.....	17
三、厦门老字号保护发展总体要求.....	20
（一）指导思想.....	20
（二）基本原则.....	20
（三）发展目标.....	21
四、厦门老字号保护发展重点任务.....	22
（一）实施挖掘抢救工程.....	22
（二）实施传承保护工程.....	25
（三）实施改造提升工程.....	28
（四）实施创新发展工程.....	30
（五）实施交流合作工程.....	32

(六) 实施人才培育工程.....	34
五、规划实施保障措施.....	36
(一) 组织保障.....	36
(二) 政策保障.....	37
(三) 宣传保障.....	38

前 言

作为中华优秀传统文化和民族品牌的代表，老字号承载着独特技艺、精深服务理念和商业文化精髓，是中国优秀传统文化在商业领域的集中呈现。同时，作为具有较强竞争力和国际影响力的优秀民族品牌，老字号在国内外具有广泛的消费群体和卓著的品牌影响，具有不可再生的经济价值、社会价值和文化价值，在满足消费需求、丰富人民生活、传承民族文化、推进供给侧结构性改革和社会诚信体系建设等方面具有重要意义。自 2006 年 4 月商务部启动“振兴老字号工程”以来，国家有关部门先后制定出台了《关于保护和促进老字号发展的若干意见》（商改发〔2008〕104 号）、《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》（商流通发〔2017〕13 号）等多部规范性文件，振兴老字号工作取得了积极成效，老字号品牌影响力不断提升，老字号发展环境不断优化，保护和促进体系日益健全，发展状况有了很大改善，从而为老字号的传承保护和改革创新奠定了良好基础。

市委、市政府高度重视老字号的保护发展工作，2016 年 10 月，市人大常委会通过的《厦门老字号保护发展办法》，经省人大常委会批准于 2017 年 5 月 1 日正式实施，这是全国首部保护发展老字号的地方法规，得到了国家有关部门的充分肯定，在全国老字号行业领域起到了示范作用。当前，

适应新发展阶段，践行新发展理念，构建新发展格局，作为提供优质商品、秉持优秀传统商业伦理的老字号面临前所未有的发展机遇，同时也存在一些困难和挑战，必须善于因势利导，在危机中育新机，于变局中开新局，才能把厦门老字号传承好、保护好、创新发展好。根据《厦门老字号保护发展办法》的规定，在深入调查研究、反复征求意见和修改完善的基础上，市商务局制定了《厦门市老字号保护发展规划（2021-2025）》。

一、厦门老字号保护发展现状

（一）厦门老字号概况

老字号是指历史悠久，拥有世代传承的产品、技艺或服务，具有鲜明的中华民族传统文化背景和深厚的文化底蕴，取得社会广泛认同，形成良好信誉的品牌。本规划中所称老字号包括厦门市域范围内的“中华老字号”、“福建老字号”和“厦门老字号”。截至2019年底，厦门市经商务部门认定的老字号企业中，“中华老字号”企业12家，“福建老字号”企业7家，“厦门老字号”企业112家。

1. 中华老字号

2006年和2011年，商务部先后认定两批共1128家“中华老字号”。厦门市被认定为“中华老字号”的企业（品牌）有12家。其中，餐饮业类2家，好清香、南普陀，占16.7%；食品（调味品）类7家，黄则和、淘化大同、黄金香、白鹭、陈有香、叶氏麻糍、吴招治，占58.3%；农业类厦茶1家、工艺品类惟艺漆线雕1家、医药类光华大药房1家，各占8.3%。从企业性质看，国有及国有控股企业6家，民营企业（含个体工商户）6家，各占50.0%。

2. 福建老字号

2006年，福建省政府部门启动省级老字号认定工作。厦门市先后有7家企业被认定为“福建老字号”。其中，食品（调味品）类3家，占42.9%；医药类2家，占28.6%；百货类1家、化工类1家，各占14.3%。从创立时间看，创立于清朝的老字

号3家，占42.9%；新中国成立后的老字号1家，占14.3%；新中国成立后至改革开放前的老字号3家，占42.9%。全市7家“福建老字号”企业全部注册了商标。从企业性质看，国有及国有控股企业4家，占57.1%；民营企业（含个体工商户）3家，占42.9%。

3. 厦门老字号

2018年，市商务局启动首批“厦门老字号”认定工作，并对原有的、通过其他方式评定的“厦门老字号”按照当时的认定条件进行核定，共有112家老字号企业通过了认定和核定，其中被首批认定的老字号58家，核定的老字号54家。

上述112家“厦门老字号”中，已获“中华老字号”和“福建老字号”称号的企业1家；已获“中华老字号”称号的企业8家；已获“福建老字号”称号的企业3家。这些老字号历史悠久，底蕴深厚，是在长期创业中积累起来的宝贵财富。

表1：首批“厦门老字号”企业商号

被认定为“厦门老字号”的58家商号	好清香、黄则和、新南轩、海堤茶叶、真真厦港、宝贵、中燃、芋包嫂、小眼镜、照强、1980烧肉粽、月华沙茶面、南普陀、欢欢、鑫雅坡、阿德土笋冻、林添发、福春姜母鸭、吴招治、鑫旺旺汤包、何氏骨科、思瑞达、奥佳华、怀德居、星鲨、中鲨、光华大药房、鼎炉、旷野、叶氏麻糍、周宝珍、汪记、鼓浪屿食品、三都、杨金灿、中绿、陈有香、味正、洋江、万利、程泰、石语、蔡氏漆线雕、桐文、银敲、千境、龙头鱼丸、厦门轮渡、辉煌、东顺、厦门航空、厦港船务、厦门港、和平客运、海天码头、三安、三圈、通士达
被核定为“厦门老字号”的54家商号	古龙、厦港酒家、阿吉仔、惠尔康、香满堂、香贡贡、陈源香、黄胜记、东浦食品、早龙、老作坊、德春、齐安、鹭燕、古道、清雅源、亚酿、夏商百货、兴茂、奥林、华视、鹭达、有我们、金鹭首饰、黎姿、贝特如、邵子牙、佳味再添、吴再添、缘盛意、大方、佳丽、舒友、牡丹、佳味馆、记和、舒心、味友、周正、老和、鹭发、珍滨、亚珠、鼓浪别墅、京华、华侨大厦、嘉福、均和评估、惠和、优必德、太川、玉鹭、澜馨、名姿

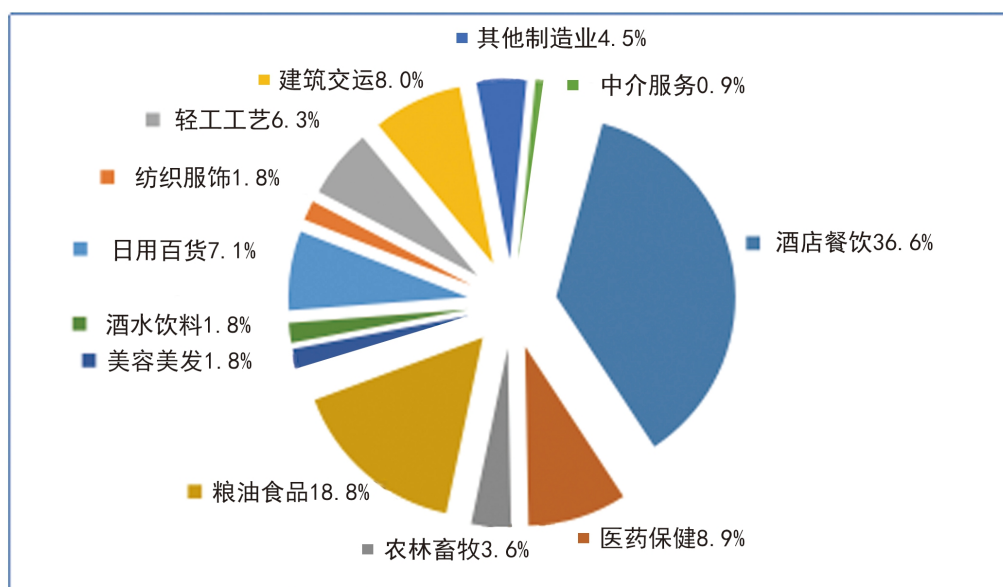
（二）厦门老字号特点

1. 改革开放后创立的老字号居多

从创设时间看，在 112 家厦门老字号企业中，1978 年前创立的企业有 43 家，占 38.4%。历史最悠久的三家老字号是分别创始于明万历年间（公元 1554 年）的怀德居药铺、1907 年的淘化大同海堤酱油和 1911 年的新南轩酒店。1978 年以后创建的老字号企业 69 家，占 61.6%。

2. 行业分布广泛

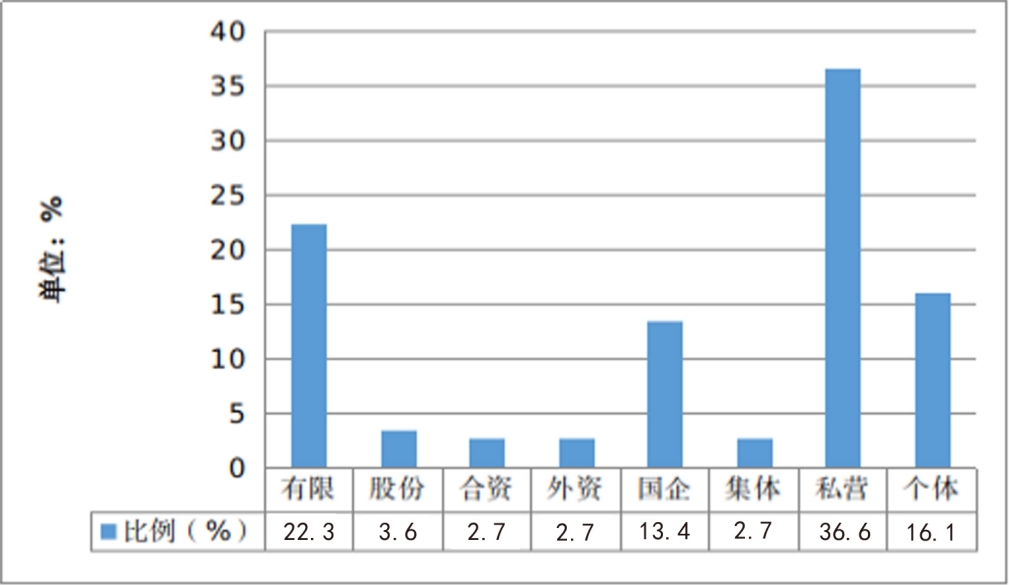
从行业分布看，酒店餐饮类41家，占36.6%；粮油食品（调味品）类21家，占18.8%；医药保健类10家，占8.9%；建筑交运类9家，占8.0%；轻工工艺类8家，占7.1%；日用百货类8家，占7.1%；轻工工艺类7家，占6.3%；其他制造业类5家，占4.5%；农林畜牧类4家，占3.6%；酒水饮料类2家，占1.8%；纺织服饰类2家，占1.8%；美容美发类2家，占1.8%；中介服务类1家，占0.9%。



图一 厦门老字号行业分布

3. 企业类别较多

从企业性质看，112 家厦门老字号企业中，私营企业 41 家，占 36.6%；有限责任公司 25 家，占 22.3%；个体工商户 18 家，占 16.1%；国有企业 15 家，占 13.4%；外资和合资企业各 3 家，各占 2.7%。



图二 厦门老字号企业的组织形态结构图

4. 规模以中小微型企业为主

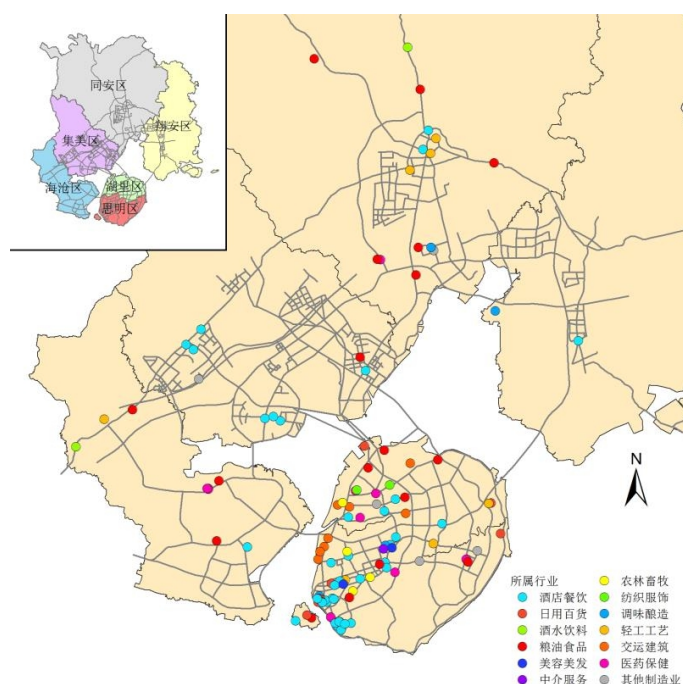
从企业营业规模看，大型企业 19 家，占 17.0%；中型企业 40 家，占 35.7%，小型企业 38 家，占 33.9%，微型企业 15 家，占 13.4%。

表 2 厦门老字号企业营业额规模分布表

规模类型	大型	中型	小型	微型
营业额标准 (万)	餐饮≥10000 工业≥40000 交运≥30000 零售业≥20000	餐饮≥2000 工业≥2000 交运≥3000 零售业≥500 农林≥500	餐饮≥100 工业≥300 交运≥200 零售业≥100 农林≥50	餐饮<100 工业<300 交运<200 零售业<100 农林<50
数量	19	40	38	15
比例%	17.0	35.7	33.9	13.4

5. 老字号企业主要集中在厦门本岛

从区域分布上看，思明区 52 家，占 46.4%；湖里区 27 家，占 24.1%；同安区 14 家，占 12.5%；集美区 9 家，占 8.0%；海沧区 8 家，占 7.1%；翔安区 2 家，占 1.8%。



图三 厦门老字号企业空间分布图

6. 员工人数、学历和职称差距较大

从员工规模看，厦门老字号员工人数超过万人的企业 3 家；超过千人的企业 7 家；大部分企业员工在千人以下，其中员工在 101-200 人的企业最多，有 20 家；在 51-100 人、201-500 人之间的企业各有 13 家。

从学历结构看，102 家企业拥有本科以上学历人员，但本科以上学历人员占比在 20% 以上的只有 30 家，占比在 10-20% 的 26 家，占比在 10% 以下的 46 家。

从职称结构看，53 家企业有高级职称人员，但占比不高。

高级职称人员占比在 10%以上的 14 家；高级职称人员占比在 1-10%的 24 家；高级职称人员占比在 1%以下的 15 家。57 家企业拥有中级职称人员，其中占比在 10%以上的 24 家，占比在 1-10%的 33 家。

7. 半数以上老字号企业采用连锁经营

从企业组织化程度看，采用连锁经营的厦门老字号企业有 59 家，占 52.7%，主要集中在厦门本岛。已采用连锁经营的企业，店铺数量前四位的分别是 689 家（其中直营店 26 家，加盟店 663 家）、460 家（其中直营店 2 家，加盟店 458 家）、450 家（其中直营店 120 家，加盟店 330 家）和 250 家（其中直营店 45 家，加盟店 205 家）。

8. 产品销售以线下方式为主

112 家厦门老字号企业中，采用网络销售的 36 家，占 32.1%。其中采用网店销售方式的 22 家，占网络销售企业的 61.1%，采用网络直营销售方式的 8 家，占网络销售企业的 22.2%，既开通网店销售方式又采用网络直营销售方式的 6 家，占网络销售企业的 16.7%。开通网店和直营平台的有 9 家，占网络销售企业的 25.0%。

9. 企业经营绩效一般

112 家厦门老字号企业中，32%的企业营业额近年没有增加；37%的企业营业额呈下降趋势；31%的企业保持增长。

（三）厦门老字号保护发展工作开展情况

近年来，厦门市认真贯彻党中央、国务院的决策部署，按

照商务部等国家有关部门的工作要求，在保护老字号、促进老字号改革创新方面做了大量工作，取得了显著成效。

1. 立法先行，率先在全国开展老字号立法

2016 年，市人大启动了老字号立法调研，在市政府的重视支持下，市商务局组织厦门老字号协会和相关单位起草《厦门老字号保护发展办法》（草案），经过多轮修改完善，2016 年 10 月 28 日，经厦门市第十四届人民代表大会常务委员会第三十九次会议通过，并于 2016 年年 12 月 2 日经福建省第十二届人民代表大会常务委员会第二十六次会议批准，《厦门老字号保护发展办法》自 2017 年 5 月 1 日起实施。厦门成为全国首个对老字号进行立法的城市，老字号保护发展工作走上了法治化的轨道。

2. 传承保护，出台方案促进老字号创新发展

为贯彻落实《厦门老字号保护发展办法》和商务部等 16 部门《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》，在借鉴部分省市经验做法的基础上，结合厦门实际，市商务局起草制定了《厦门市促进老字号改革创新发展实施方案》，并于 2019 年 8 月以市政府办公厅名义印发执行。该方案从加强老字号传承保护、促进老字号创新发展和推动老字号企业改革等方面，明确了厦门市老字号保护发展的目标任务和工作举措，力图把厦门老字号打造成促进厦门市经济社会发展的历史文化烫金名片。

3. 振兴发展，立体搭建老字号展示推广平台

近年来，市商务局积极指导、发挥行业协会及商贸、电商、会展等平台作用，立体搭建老字号展示推广平台，使厦门老字号焕发出新的生机与活力。一是在全市各主要商场黄金位置为厦门老字号企业开辟统一销售专区，举办老字号嘉年华和新国潮集市系列活动；二是组织厦门老字号企业参加各类展会并给予参展补助，帮助老字号企业开拓国内市场，提高了厦门市老字号商品在全国市场的知名度和市场占有率；三是举办“最闽台伴手礼”、“厦门特色品牌”等评选活动，充分发挥媒体作用，向全社会推介其品牌传承故事和商道精神，提高老字号企业、品牌和产品在公众中的认知度；四是充分发挥协会的桥梁纽带作用。厦门老字号协会自2014年成立以来，在开展老字号认定、推动老字号立法、保护老字号知识产权、帮助老字号企业开拓市场、加强老字号合作交流和行业自律等方面做了大量工作，为保护发展老字号作出了积极贡献；五是推动沙坡尾老字号品牌聚集区建设与发展。2019年，在市商务局和思明区政府等部门的推动下，厦门老字号协会牵头引进老字号企业进驻思明区沙坡尾，与沙坡尾吃堡、八宝丹中医药文化馆初步形成了一个展示厦门老字号品牌的聚集区，使老字号找到了年轻的客群，也让中老年人拾起了城市记忆，记住了乡愁。

4. 多措并举，提升老字号品牌市场认同

一是引导老字号企业加强品牌建设。老字号承载着独特技艺、精深服务理念和商业文化精髓，是我国弥足珍贵的自

主品牌。2017年5月以来，市商务局联合市市场监督管理局等部门对老字号企业的经营和产品质量加强指导、督查，引导企业推动品牌建设，推动老字号线上线下融合，创新经营管理模式，提升了老字号品牌价值和市场竞争力。

二是促进品牌消费提升消费品质。2019年以来，市商务局制定出台了《厦门市加快发展流通促进商业消费若干措施》（厦府办〔2019〕124号）、《促进消费专项行动实施方案》等系列促进消费政策，从培育新型消费热点、促进商业品牌消费出发，提出“保护和发展中华老字号品牌，鼓励老字号实施‘走出去’战略”，鼓励老字号企业积极参与厦门市促消费活动，充分挖掘自身优势资源，拓宽消费渠道，进一步提升了居民消费品质。

三是推进老字号企业融入夜间经济。2019年12月，市政府办公厅印发了《关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的工作方案》，从打造时尚夜购、活力夜娱、魅力夜游、风味美食及综合性夜间文旅消费集聚区五个方面明确任务，推动夜间经济繁荣发展，同时梳理出了多个夜间经济项目，引导鼓励厦门老字号积极融入夜间经济。

四是让老字号搭上步行街改造顺风车。2019年，市商务局牵头制定了《厦门市推动步行街改造提升工作方案》，明确提出“鼓励各类新型零售业态、国内外连锁品牌总店、地方老字号、区域首店等品牌店落户街区”、“积极引进地方特色美食、传统手工艺、文化创意、国外特色、老字号等品牌

商户，鼓励侨、台、闽特色鲜明的业态门店，打造地域符号”等，使厦门老字号在步行街改造提升中烙上了明显的印迹。

五是将老字号档案移交市档案馆。为长期妥善保存老字号企业资料，市商务局联合市档案馆，在聘请专业公司对 112 家厦门老字号企业档案资料进行整理建档后，统一移交市档案馆集中存放、保管，为后人留下了一份权威、系统、完整的厦门老字号资料。

表 3 厦门市部分非物质文化遗产代表性项目名录一览表

序号	项目名称	级别	保护单位
1	厦门漆线雕技艺	国家级	厦门惟艺漆线雕艺术有限公司
2	珠光青瓷烧制技艺（同安汀溪）	省级	厦门市同安区汀溪镇综合服务中心
3	厦门珠绣手工技艺	省级	厦门正人珠绣手工技艺传习所
4	惠安石雕（惠和影雕）	省级	厦门惠和股份有限公司
5	素菜制作技艺（厦门南普陀）	省级	厦门市南普陀寺实业社
6	传统香制作技艺（厦门闽南天然香制作技艺）	省级	厦门市妙吉祥香道文化传播有限公司；厦门天善美香业有限公司
7	薄饼制作技艺（厦门同安）	省级	厦门市同安区薄饼嫂传统美食园
8	厦门酱油古法酿造技艺	省级	厦门古龙食品有限公司
9	锡雕（同安锡雕）	省级	厦门市同安区新赐锡雕工作室
10	中医正骨疗法（何天佐传统中医药正骨疗法）	省级	厦门思明区梧村骨科医院
11	厦门漆宝斋漆艺	省级	厦门湖里区柒宝斋漆艺传习中心
12	澳头蠔干粥传统制作技艺	省级	厦门沃头中餐有限公司
13	大笼甜粿传统制作技艺	省级	厦门市同安区凤岗老年人协会
14	厦门青草药	市级	厦门市海沧区保生青草药传习中心
15	松筠堂药酒配制工艺	市级	厦门市思明区文化馆
16	嘉庚瓦制作工艺	市级	厦门市集美区文化馆

序号	项目名称	级别	保护单位
17	齐安堂民间传统医药	市级	厦门市湖里区齐安药房
18	厦门贡鱿鱼手工技艺	市级	厦门市思明区福隆益食品店
19	新店番薯粉果传统小吃技艺	市级	厦门市翔安区文化馆
20	闽南蛇伤疗法	市级	厦门市海沧区闽南蛇伤疗法非遗传习中心
21	滕派蝶画技艺	市级	厦门市湖里区文化馆
22	龟糕印技艺	市级	厦门外图集团有限公司
23	海沧土笋冻制作技艺	市级	厦门市海沧区文化馆
24	厦门微雕（许通海微雕制作技艺）	市级	福建君巍文化发展有限公司
25	闽南传统彩绘技艺	市级	厦门市湖里区汉堂工艺品厂
26	传统纸扎技艺	市级	厦门市集美区前场陈氏糊纸传习中心
27	剪瓷雕	市级	厦门市湖里区闽南传统建筑营造技艺传习中心
28	传统纸扎技艺	市级	厦门市集美区前场陈氏糊纸传习中心
29	闽南金银饰锻制技艺	市级	厦门市湖里区汉堂工艺品厂
30	福船制作技艺	市级	厦门市湖里区东渡社区居民委员会
31	翔安文兴瓷制作技艺	市级	厦门市文兴工艺有限公司
32	厦门馅饼手工制作技艺	市级	厦门市鼓浪屿食品厂有限公司
33	龙眼干传统烘培技艺	市级	厦门市翔安区鹏林禽畜专业合作社
34	传统面线制作技艺	市级	翔安区面缘百丰面线加工厂
35	同安封肉传统制作技艺	市级	厦门市吴招治传统美食有限公司
36	炸枣传统制作技艺（同安、翔安）	市级	厦门市同安薄饼传统制作技艺传习中心、厦门市翔安区新店镇澳头社区居民委员会
37	李氏叩击经络保健技艺	市级	厦门李计划医药研究所

资料来源：厦门市非物质文化遗产保护中心

二、厦门老字号保护发展环境

（一）发展机遇

1. 国家和省市对保护发展老字号高度重视。保护与促进

老字号发展是实施国家品牌战略、促进优秀自主品牌做大做强的重要举措。2014年5月，习近平总书记考察上海时提出“让民族品牌大放光彩，做好保护和促进老字号发展工作，营造良好的有利环境”。2016年5月，习近平总书记在黑龙江考察调研时提出，要改造升级“老字号”，深度开发“原字号”，培育壮大“新字号”。2020年9月，习近平总书记在主持中共中央政治局第23次集体学习时强调，“历史文化遗产不仅生动述说着过去，也深刻影响着当下和未来；不仅属于我们，也属于子孙后代。保护好、传承好历史文化遗产是对历史负责、对人民负责”。这为保护发展老字号、推动老字号改革创新指明了方向，提供了遵循。近年来，省市各级党委、政府对老字号的保护和发展工作十分重视，将之列入经济社会发展的规划和总体部署中。2020年12月25日召开的“福建老字号高峰论坛”宣布，福建省商务厅将于2021年重新启动已中断4年的福建老字号认定工作。作为一座拥有1700多年建城历史的著名侨乡，厦门历史文化资源禀赋优越，闽南文化、华侨文化、西方文化和台海文化等多元文化交融，形成了厦门城市独特的历史文化价值与特色，这些都为厦门老字号的保护发展带来了新的发展机遇。

2. 老字号保护发展的法治和政策环境不断改善。2017年1月，中央办公厅和国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》中，明确“实施中华老字号保护发展工程，支持一批文化特色浓、品牌信誉高、有市

市场竞争力的中华老字号做精做强。”同年2月，商务部等16个部门印发《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》（商流通发〔2017〕13号）。4月，福建省商务厅等16个部门出台《福建省促进老字号改革创新发展实施方案》。5月，经省人大常委会批准、市人大常委会通过的全国首部老字号地方性法规——《厦门老字号保护发展办法》正式实施。2019年8月，市政府办公厅印发《厦门市促进老字号改革创新发展实施方案》。2020年2月，《厦门市申报国家历史文化名城工作方案》印发。同年4月，市人大常委会通过《厦门经济特区闽南文化保护发展办法》，明确规定“市、区人民政府应当将闽南文化保护发展纳入国民经济和社会发展规划。”10月，《厦门市历史文化名城保护规划》编制完成，为包括老字号在内的历史文化保护实施提供了规范性指引。11月，厦门市获批福建省“省级历史文化名城”。近年来，省市区各级先后制定出台了一系列老字号扶持政策措施。例如，海沧区政府规定，对当年度获得“中华老字号”认定的企业，一次性给予100万元奖励；获得“福建老字号”认定的企业，一次性给予20万元奖励；获得“厦门老字号”认定的企业，一次性给予5万元奖励。老字号传承保护和改革创新发展的政策环境明显改善。

3. 国内国际双循环的新发展格局为厦门老字号扩大交流合作提供了契机。伴随我国经济实力的不断壮大，对外交往的日益密切，经济文化的海外影响力显著增强，特别是随

着“一带一路”建设的深入推进和高水平对外开放格局的形成，包括老字号在内的商品、资本和管理走出去、引进来的趋势正在加快形成。作为我国改革开放缩影和侨胞、台胞重要聚集地的厦门，经过多年的保护和发展，厦门老字号具备了进一步扩大交流合作的基础和条件，尤其是随着我国与“一带一路”国家和地区经贸往来和人文交流的不断深入，以及海峡两岸经济的日益融合，厦门老字号走出去，输出生产要素、字号品牌和传统商业文化，参与国内国际双循环面临着新的发展机遇。

4. 网络时代为老字号发展开辟了新天地。首先，新零售扩大了老字号的传播范围。长期以来，老字号企业以区域发展为主，品牌传播范围有限。借助移动互联网，老字号品牌的传播空间得到拓展，传播的广度和深度得到提升，老字号企业得以开拓出更为广阔的市场。其次，新零售是以客户体验为中心的商业模式。线上线下与现代物流相结合，围绕客户的衣食住行打造生态圈。同时，助力老字号树立“无处不在”的经营理念，突破地理局限和季节约束。第三，新零售赋能老字号精准营销，提升盈利能力。新零售赋能老字号互联网思维，充分激发了老字号的营销动能。通过互联网、大数据、云计算和人工智能等科技手段，老字号企业可以实现及时、全面地掌握目标客户和潜在客户的消费需求，将产品设计、包装、物流、售后与客户诉求有机结合。第四，新零售激发老字号品牌活力，构建长青基业。新零售的全渠道、

无边界的服务特性为老字号品牌触及到更广泛、更年轻的消费者提供了可能。通过场景化消费、互动式交流，老字号将青年消费者追求时尚、健康、个性、快节奏的生活方式，同老字号的工艺品质、匠心创造相结合。这都表明老字号发展潜力巨大，前景广阔。

（二）问题和挑战

从老字号自身看，一是具有技艺独特优势，但字号竞争力不足。老字号是优质商品、精美工艺、良好服务的代表，更是至臻至善的工匠精神、历久弥新的时尚情怀、童叟无欺的诚信理念的象征。自 2006 年“振兴老字号工程”启动以来，老字号在提升品牌质量方面取得了积极成效。然而，厦门传统型老字号企业或采取家族内传授技艺，或严格挑选徒弟授艺，虽保持了独有的传统技艺和富有特色的商品，但对字号品牌的抢救挖掘不足，传承保护不力，技术改造不够，生产成本居高不下，与现代化、标准化的大生产要求不相适应，字号竞争力有所弱化。**二是地域化特色突出，但字号影响力较弱。**长期以来，厦门老字号企业大多数扎根、成长于当地，品牌地域性明显，产品销售半径小、溢价低，缺乏全国乃至世界级的知名品牌，品牌知名度和影响力不大。**三是消费群体基础好，但企业发展缺乏动力和活力。**目前，每家老字号企业在厦门已形成相对稳定的客户群，但受多种因素的制约，大部分老字号企业体制机制变革进展缓慢，特别是国有老字号企业，一定程度存在经营理念落后、创新意识不

强、体制机制僵化、侵权案件频发、商标等知识产权保护不够等困难和问题，大部分老字号企业不善于借力资本市场，单纯依赖自身积累，严重制约了企业的创新和发展。**四是商业文化基础厚，但创业和工匠精神待弘扬。**厦门文化是闽南文化的代表之一，闽南文化的吃苦、拼搏、精细，厦门文化的开放、包容、务实等，奠定了“厦门老字号”独有的营商理念和文化根脉。然而，在新时代经济大潮中，从业者价值观、择业观的变化使得老字号工匠精神的传承面临着后继乏人等前所未有的危机。

表 4 厦门老字号企业类型基本情况表

老字号类型	数量	行业分布
传统型	29	酒店餐饮（12）医药保健（7）粮油食品（6）酒水饮料（1）调味酿造（1）轻工工艺（2）
革新型	30	酒店餐饮（14）粮油食品（7）轻工工艺（3）其他制造（2）医药保健（1）农林畜牧（2）调味酿造（1）
现代经营型	53	酒店餐饮（15）交运建筑（9）日用百货（8）粮油食品（5）其他制造（3）医药保健（2）农林畜牧（2）纺织服饰（2）轻工工艺（2）美容美发（2）调味酿造（1）中介服务（1）酒水饮料（1）

从外部环境看，一是行业竞争对手剧增冲击老字号企业传统市场。老字号之所以能历久不衰，关键在于其始终秉持诚信为本、公道守规、货真价实、服务优质的商业道德，以及质量第一、顾客至上的经营理念。然而，部分老字号企业经营理念守旧，产品质量一般，服务跟不上，靠吃老本过日子，致使经营陷入困境。特别是市场经济时代竞争激烈，替

代品不断增加，潜在入行者层出不穷。老字号不仅要面对国内竞争者，还要面对来自国外强劲对手的冲击。随着西方餐饮业的引入，在其先进经营理念和管理模式的冲击下，部分老字号餐饮企业经营惨淡。年轻人更多地选择洋快餐，而放弃黄则和、吴再添等老字号就是典型的例子。另外，部分老字号企业抱着“酒香不怕巷子深”的态度，不重视品牌宣传，在洋品牌和新品牌强大的宣传攻势下，消费者尤其是青少年及中青年消费者逐渐淡忘了老字号。

二是消费观念改变老字号企业目标市场。消费观念的转变改变着老字号企业的目标市场，例如食品行业，消费者对营养搭配合理、健康绿色的食品需求十分迫切，这意味着食品生产要更加注重健康环保，特别是现代人生活节奏快、压力大，大量时间花在工作和学习上，越来越注重方便快捷的消费方式，购物习惯也由线下转向线上，网络和电子商务满足了人们的需求，这对一直依赖传统销售模式的老字号企业是很大的挑战。同时，伴随着消费升级，消费者对产品品质、包装、宣传、售后等提出了更高要求，老字号企业急需通过经营模式的创新，以个性化、差异化、体验化产品和服务融入消费群体，尤其是青少年这一潜力客户群体，部分老字号企业显然无法满足这一需求。

三是新零售对老字号品牌建设提出更高要求。在新零售环境中，商圈已经不是单纯的地理概念，互联网、物流、服务能触及的区域都在商圈范围内。信息的高度透明化、传播

高速化、来源多样化，要求老字号企业在品牌的规划、设计、宣传中必须更加高效和精准。只有用新理念、新技术、新模式持续强化品牌建设，才能使品牌价值持续提升，为老字号企业带来持续、稳定的增长原动力。但从现实情况看，厦门老字号企业大多仍然依赖传统商圈，墨守成规，对品牌建设的积极性不高、投入不够，产品附加值难以提升。

三、厦门老字号保护发展总体要求

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，通过实施挖掘抢救、传承保护、改造提升、创新发展、交流合作、人才培育等“六大工程”，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，同时加强政府引导，推动老字号企业做优做强做大，形成“中华老字号”、“福建老字号”和“厦门老字号”多层次共同繁荣发展的局面，提升老字号的品牌价值、经济价值和文化价值，把老字号打造成促进厦门市经济社会发展的历史文化烫金名片。

（二）基本原则

1. 守正与创新相结合。把好目标方向，准确定位，练好内功，守护好老字号的根和魂，确保老字号赖以基业长青的文化传统、匠心技艺和至臻品质不断发扬光大，世代传承，长盛不衰。同时，处理好技艺传承和创新的关系，既要重视传统技艺的传承，深入挖掘老字号传统技艺和品牌内涵，弘扬老字号工匠精神，又要加强科技创新、管理创新和模式创新，在保证质量的基础上，适应市场需求，不断加大研发和

技术投入，创新特色产品和服务，提高老字号核心竞争力。

2. 保护与促进相结合。遵循保护传承与城市发展相协调的原则，正确处理保护与利用的关系，尽最大努力做好保护的同时，发挥好老字号文化遗产的功能作用，使老字号保护与城市发展相互促进、相得益彰，提升城市品质、形象和综合实力。同时，通过保护与促进，使老字号企业不断适应和满足广大居民对老字号产品和服务的需求，使老字号在创新发展中创造更多的社会、经济和文化价值。

3. 市场主导与政府引导相结合。既要以市场为导向，充分发挥老字号企业在转型创新发展中的主体作用，又要通过制定实施法规标准，加强政策支持和信息引导，积极发挥政府的导向作用，为保护和发展老字号营造良好环境。

4. 行业促进与社会广泛参与相结合。通过政府、协会、企业等各方面共同努力，建立健全保护与促进老字号发展的支持体系，形成全社会重视、支持老字号发展的良好氛围。

（三）发展目标

1. 总体目标。通过政府、企业、社会等多方共同努力，充分发挥市场在资源配置中的作用，建立健全保护和促进老字号发展的支持体系，激发老字号企业发展动力，推动体制转型、观念转变、管理创新、技术创新和营销创新，促进老字号企业的数量规模明显提升，创新能力明显提升，市场份额明显提升，在国内外的知名度和影响力明显提升。

2. 具体目标。

——恢复发展一批。通过挖掘整理，恢复发展一批具有

优秀传统文化但目前已经消失的老字号，使之重获新生、逐步振兴。

——传承保护一批。对文化底蕴深厚、传统技艺精湛的老字号，做好传承和保护工作，鼓励社会力量参与老字号非物质文化遗产的保护和合理开发利用。

——培育认定一批。培育一批社会影响广、发展潜力大的知名老字号，努力做精做优，使之成为具有较强竞争力的著名自主品牌。到 2025 年，力争新认定“厦门老字号”20 家，力争推荐认定“福建老字号”5 家、“中华老字号”2 家。

——改造提升一批。改造一批具有一定品牌影响力和市场认知度的老字号，不断提升其市场竞争力。特别是对现阶段活力不足、困难较大或濒临破产的老字号企业，通过转让或引进战略投资者等途径实施体制转型，促进管理、技术和营销升级，实现有效保护和发展。

——创新发展一批。支持具有一定品牌影响力和市场认知度的老字号企业，通过交流合作、吸引各方资源解决发展中面临的困难，培育新增长点，实现做强做大。到 2025 年，老字号主营收入在 50 亿元以上的企业争取达到 3 家；10 亿元以上的企业争取达到 6 家；亿元以上的企业争取达到 10 家。

四、厦门老字号保护发展重点任务

（一）实施挖掘抢救工程

1. 开展老字号“四名”普查。开展我市老字号文化资源调查研究，编制老字号传统技艺工艺目录，梳理一批重点保

护的老字号传统技艺工艺。建立健全老字号名录体系，定期开展厦门市域老字号资源普查，摸清市域内老字号“四名”（即名店、名品、名艺和名匠）家底，从地方志、各类媒体、商业史、名人传记等史料中挖掘老字号资源，全面掌握老字号发展的历史和现状，进行主要元素的格式化造册登记，建立并发布老字号名录，并按照《厦门经济特区闽南文化保护发展办法》的规定，将符合条件的老字号企业纳入闽南文化保护名录中。在普查的数据资料基础上，对老字号企业实行动态管理。鼓励各区参照上述做法，建立区属老字号名录。

2. 抢救濒危的老字号项目。开展抢救性保护成果的利用和传播，采用现代科技手段系统、专题、系列地建立影像文献，让非遗老字号真正“活起来”。对一些属于文化传承的老字号，即使市场需求不大，也要采取特殊办法作为非物质文化遗产保留下来。对符合国家级非物质文化遗产的老字号项目，按照国家级非物质文化遗产项目代表性传承人抢救性记录工作规范管理，有序开展抢救性记录工作和抢救保护措施。建立濒危项目信息资源库，实施抢救过程、措施施行和抢救成效全程记录。

3. 挖掘整理和宣传老字号故事。对具有独特历史价值、文化价值的濒危老字号及破坏严重的老字号技艺工艺、重要文献和珍贵实物开展抢救挖掘，广泛征集老字号历史资料和历史文物。挖掘和整理老字号创业故事、工匠典故、员工故事等，出版整理书籍、数字影像等各类宣传品，免费向公众提供，宣传和延续城市文脉。鼓励行业协会、研究机构和老

字号企业等单位，秉承“老记忆不能丢”的原则，运用文字、图片、录音、录像、数字化多媒体等信息化手段，开展老字号音视频录制拍摄制作，挖掘整理老字号传统产品和技艺，对老字号传承人及传统手工技艺、发展史料和老字号纸质、照片、音像、实物、口述档案等进行收集、记录、整理和保护，制作出版有关老字号专著、译著、图册、音像资料等，将老字号的经典故事、商业传奇等制作成影视剧、短剧、电视专题片、纪录片、微电影和抖音等。

4. 实施“活化老字号”计划。支持老字号企业、厦门老字号协会和社会各界建立宣传展示老字号文化和传统技艺的史料馆、品牌展览馆、陈列馆等，做好老字号历史记忆的保护与传承。鼓励老字号企业设立老字号创始人雕塑群、工匠墙或蜡像馆，建设厦门老字号技能传承工作坊或其他文化展示场所，将其作为老字号历史文化教育基地和对外文化交流基地。结合老字号科技、文化，推广推动以村、镇、区为范围的特色全域旅游，用老字号特色文化带动旅游、文创经济的发展。具体包括，在街区、厂区、景区、片区规划建立“厦门老字号文创园”。以一个原生态和现代相结合的展示馆、一个工业旅游休闲线路、一桌富有地方浓郁特色的好饭菜、一台津津乐道的好戏和一件兼容文化韵味与使用价值的礼品“五个一工程”为抓手，提升厦门老字号品牌价值。同时，借鉴日本和我国台湾地区著名景点的文化体验模式，开展“城市体验日”等活动，并通过文旅局牵头，组织旅行社开设“老字号品牌精品一日游”，开发“先店后厂”、“前店

后坊”和“现场定制”等模式体验与老字号企业的互动，丰富厦门城市品牌的内涵。

5. 建立健全老字号档案。开展老字号文物认定，建立健全老字号信息化管理档案，实现老字号文件在线归档、保存、共享和利用，并将其中具有重要文化历史价值的老字号史料、实物选入市档案馆保管。做好老字号传统技艺、发展史料以及老字号纸质、照片、音像、实物、口述档案的征集、整理、记录和管理工作的。建立健全老字号信息化管理档案和全宗档案，实现老字号文件在线归档、保存、共享和利用。推进具有普查资源保存系统、名录项目和传承人管理系统、保护载体管理系统、检索系统和信息安全系统的老字号综合数据库建设，做好普查资料、各类保护载体的数字化整理工作，在此基础上，完成相关老字号档案移交档案馆工作。

（二）实施传承保护工程

1. 加强对老字号原址风貌的保护。对普查、推荐为现存老字号原址建筑进行初步筛选后列入保护名录建议名单，组织专家委员会进行评审。鼓励符合条件的老字号申报历史风貌建筑、不可移动文物，并按法规规定进行保护。对老字号比较集中的地段，符合法定条件的核定公布为历史商业地段。在城市建设拆迁改造中，对无法原地安置或原区域就近安置的老字号，按照房屋拆迁补偿安置有关规定进行补偿，依法维护老字号权益。鼓励拥有老字号经营原址的产权所有人按照公平合理的原则将老字号经营原址产权转让给老字号企业或者以优惠租金优先租赁给老字号经营。优先将符合

条件的老字号历史建筑核定、公布为“文物保护单位”、“历史风貌建筑”或“老字号原址”，并依法划定保护范围，按历史文化遗产予以传承保护。对老字号企业比较集中的商业地段，优先核定公布为“历史商业地段”。城市改造中应尽可能实施老字号原址保护，保留原有建筑，厚植乡愁。对于无法在原址上保护的老字号历史文化建筑、文物保护单位应予以迁址保存。同时，降低老字号企业用地用房成本，政府直管经营性用房、国有企业自持运营用房优先向老字号招商，房租予以30%左右的优惠。各区、各工业园区支持老字号企业落户建立产品生产基地，土地、厂房租金予以优惠。鼓励拥有老字号经营原址的产权所有人，将老字号经营原址产权转让给老字号企业，或以优惠租金优先租赁给老字号企业经营。

2. 加强老字号知识产权保护。将老字号纳入重点商标保护名录，构建商标保护、技术保护、原址保护等大保护体系。鼓励和支持老字号进行商标、域名注册和专利申请工作。企业注册商标时，要尽可能把老字号注册成商标的一部分。要从法律上研究保护跨地区品牌单一性的问题。支持区域性同类产品老字号企业注册集体商标。通过专利申请、商业秘密保护等方式对老字号独有产品配方、工艺、服务等实施知识产权保护。完善老字号标识使用规定，确保老字号企业规范使用老字号标识。鼓励恢复因公私合营等原因搁置的原字号，鼓励海外和外地的厦门原字号企业返回厦门经营。支持老字号企业加强境外商标权保护。加强老字号互联网领域的

知识产权保护。建立老字号知识产权重大侵权案件快速维权通道，建立老字号知识产权纠纷互助合作及多元化解决机制。加强境外企业抢注老字号商标预警，利用知识产权援助机制项目，为老字号企业境外维权活动提供行政和法律支持。结合“双随机”检查，依法严厉打击各类侵犯老字号商标权益和制售假冒伪劣老字号产品的行为。

3. 加强老字号的文化遗产保护。认真组织老字号企业参加非物质文化遗产申报和文物普查工作，积极争取相关政策支持，对符合条件的老字号独特技艺工艺，优先纳入申报非物质文化遗产代表性项目名录，同时将老字号传统建筑、老字号集中的商业街区纳入文物保护体系。严格按照有关法规 and 规定，做好老字号传统技艺、历史建筑、文化街区的保护工作，采取必要措施鼓励老字号传人开展传习活动，推进老字号传统技艺传承，加大对特色鲜明、具有广泛基础的老字号特别是中医药老字号传统产品、技艺、品牌和产品配方传承的支持力度。鼓励优秀老字号文化传承人申报高级职称，增强老字号文化的认可度。

4. 加强老字号网点保护。在城市规划、建设、改造中充分考虑对老字号原址原貌的保护，涉及中华老字号店铺原址动迁的，要按照有关要求，应在原地妥善安置或在适宜其发展的商圈内安置，并严格按国家有关规定给予补偿。在老字号门店较集中的地区，要划定保护范围，制定专门的保护规划进行重点保护。鼓励老字号企业集聚式发展，鼓励有条件的地区建设和修缮老字号特色商业街，弘扬优秀商业文化，

为老字号企业保护与发展创造良好环境。

（三）实施改造提升工程

1. 提升老字号品牌价值。引导“老字号”企业更新观念，重塑形象，建立起能够适应不断发展变化的外部环境的品牌意识和品牌观念。指导老字号企业搭建并完善品牌培育管理体系，制定品牌管理机制，实施品牌战略，提升老字号企业品牌意识和品牌管理能力，通过技术创新、产品创新塑造良好的品牌价值，实现以文化内涵创造品牌价值的增值。鼓励老字号企业参与消费品“增品种、提品质、创品牌”专项行动，争创“质量标杆”。支持老字号企业设立各类研发机构，加大研发投入，提升品牌价值，争创国家级品牌、质量奖。支持成立市场化、专业化的品牌评估机构，建立老字号品牌价值动态评估体系，量化老字号无形资产价值并依法确认所有权。引导老字号企业通过第三方评估以商标权转让、许可使用、作价入股、质押融资等多种市场化方式盘活品牌资源。开展老字号品牌价值评价、发布、推广、技术服务等活动。

2. 鼓励老字号企业进行技术改造。加大对老字号改制重组、技艺改造、科技创新、连锁经营的支持力度，同等条件下优先支持老字号企业申报技改项目，对现有设备、设施、工艺及产品等进行改造，提高企业自主设计、独有制造工艺和特色管理水平，扩大产能和销量以调整产业结构。同时，鼓励老字号企业创建高新技术重点实验室、技术中心，设立老字号科技专项区，支持老字号企业认定为高新技术企业和科技领军企业、领军培育企业。推动老字号企业实施智能化

改造，加快研发、设计、生产、营销和售后服务各环节的模式创新，支持老字号企业建设智能工厂和数字化车间。

3. 促进老字号集聚经营。规划建设厦门老字号聚集区、商业街区或者商业网点，汇聚各类老字号品牌店铺。推动老字号品牌在中山路-思明南北路-镇邦路-大中路-大同路-思明东西路的中山商圈集聚，参照世界级商业街，打造国内一流的老字号特色大型商圈，展示厦门的多元文化，吸引国内外顾客。各区可结合当地实际和城市建设整体规划，建设具有大陆与台湾、香港、澳门地区特色的老字号专题博物馆或展示中心。鼓励境内外各类合法的“老字号”，以开设分店、旗舰店的方式集聚厦门经营。鼓励在机场、火车站、邮轮中心、大型商业综合体等开辟老字号经营专区，以优惠的租金吸引老字号企业入驻。适当放宽对临街老字号店铺（列入文物保护的除外）设计装潢装修的限制，允许老字号按照传统或原有建筑风格对店铺外观进行修缮，保留符合规定的传统牌匾。合理放宽对老字号户外营销活动的限制，支持老字号积极开展店内外传统技艺展示、体验和促销活动。

4. 推进老字号企业产权改革。加大国有老字号企业改革力度，包括加快混合所有制改革、建立现代企业制度等，增强老字号企业活力。鼓励老字号企业引进战略投资者，与国内外知名企业强强联合。鼓励老字号企业引入各类社会资本优化股权结构。允许老字号掌门人和经营者参与企业混合所有制改革，实现股权多元化。鼓励大中型企业依法依规控股、收购和兼并老字号，以老字号为龙头整合内部资产，充分挖

掘和开发老字号品牌价值。

5. 支持老字号对接资本市场。支持符合条件的老字号企业通过上市、挂牌、资产证券化等途径做强做大品牌，通过发行公司债、中期票据、短期融资券等方式拓宽融资渠道，降低融资成本。鼓励创业投资基金管理机构和其他符合条件的企业发起设立老字号投资基金，对品牌价值高、发展潜力大的老字号加大资金、管理和技术投入。鼓励金融机构、担保机构、创业投资机构、股权投资企业和融资租赁公司加大金融创新力度，开发适合老字号特点的金融产品和服务，提升金融服务质量和效率。

（四）实施创新发展工程

1. 推进老字号管理、产品和服务创新。鼓励老字号企业在坚持文化传承的同时，借鉴现代理念，丰富文化内涵，提升老字号品牌信誉。鼓励和支持医药、医疗保健行业老字号通过传承独特工艺，引入现代技术，提升现代医疗服务能力；酒店餐饮和粮油食品行业老字号通过强化地方特色，不断推陈出新，提升引领消费、满足市场的能力；零售服务业老字号通过拓展优势商品，提供特色服务，提高现代经营服务水平；文化艺术行业老字号通过挖掘传统技艺，充实文化内涵，提升文化创意能力；工业制造老字号通过技术创新，调整产品结构，提升自主创新能力。充分运用厦门传统工艺特色优势（如漆线雕等），开发富含文化底蕴的对外文化交流礼品，彰显厦门城市品位。

2. 推动老字号营销模式创新。实施“互联网+老字号”

行动计划。鼓励老字号企业线上销售、线下体验，发展在线预订、网订店取等服务，创新消费业态。开展老字号“网上行”活动，支持老字号企业根据网络营销特点积极改造自身产品，建设老字号企业直播电商平台、自营电商平台或在知名第三方电商平台上设立老字号专区，采取有效的营销传播策略，加强老字号品牌的宣传。推动老字号品牌接入天猫、京东等电子商务平台或者入驻电视购物平台。鼓励老字号企业将消费者纳入体验、产品设计和售后服务环节。如在品牌网站开设专栏，让设计人员与消费者共同研讨产品的设计、服务等问题。针对消费者“买不便”的痛点，与互联网公司合作开通线上购买服务。支持老字号进基层参与便民生活服务示范点建设，展示老字号特色产品和技艺。鼓励展览企业建设网上展示交易平台，开设厦门老字号网上专业市场，加快老字号企业线上线下深度融合。

3. 推进老字号与文化旅游融合。推进老字号参与厦门全域旅游，创建一批老字号特色村落、特色街区和特色文旅区。支持老字号企业跨界融合、强强联动和组团发展，打造“商业+旅游（或休闲）+文化”的发展新模式。引导和鼓励老字号企业依托“名店”和“名品”、传统商业文化和特色“名艺”等跨界开发时代性旅游、休闲商品，如老字号纪念品、礼品，培育一批品质优良、设计创新、传承文化的伴手礼。协助老字号企业与旅游企业在景点开发与建设、线路开发、宣传推广等方面的深度合作。策划并推出老字号文化旅游线路，打造“老字号非遗传习之旅”等特色活动。组织“名匠”

和移动“工坊”进社区、进学校，走出辖区、走出国门，统一组织、举办“非遗”展示或老字号产品文化创意活动。积极争取工业老字号生产场地进入“国家工业遗产保护”名录。支持老字号企业依托我市国家出口文化基地扩大老字号产品和服务出口。鼓励在出入境口岸设立老字号展示厅，在城市商业中心建设老字号品牌展示窗口。组织老字号企业参加旅博会、中秋旅游嘉年华等重要展会或时尚节、电影节等国内外节庆活动，开拓国内外市场，提高品牌影响力。

4. 推动老字号行业标准制定。依托标准化研究机构、相关行业协会等单位，开展老字号传承工艺、管理、服务、产品等有关标准的制定。鼓励、支持企业参与制定国家标准和地方标准、行业老字号传统技艺和服务标准。通过制定老字号团体标准、地方标准，提升老字号品质，推动老字号产品的传承和创新。

5. 建立产品质量保证和追溯体系。继承和发扬老字号优秀商业文化，对于引导企业诚信经营，构建诚信、规范的市场秩序。鼓励老字号企业导入先进的质量管理方法和模式，推动建立“企业自主申明+第三方认证+政府监管+社会采信”的质量认证体系；搭建老字号检验检测公共服务平台，为老字号转型升级提供技术支持。建立从田间、原材料厂家到餐桌或终端消费者的产品质量追溯体系，加大打击假冒品牌的工作力度，促进老字号企业健康发展。

（五）实施交流合作工程

1. 大力引进国内外老字号来厦落户。通过招商引资，引

入海外老字号，重点引进面向“一带一路”沿线国家尤其是“金砖五国”的“老字号”来厦门创业发展。支持符合条件的台港澳地区“老字号”来厦门创业经营，使厦门成为大陆与台湾、香港、澳门地区老字号的汇聚地。同时，引入“中华老字号”和“福建老字号”来厦门开办分支机构或旗舰店。

2. 鼓励老字号实施国际化战略。支持老字号申请马德里商标国际注册，向境外申请专利和依据国际通行标准申请产品认证。支持建设“中华老字号”和“福建老字号”厦门出口中转基地。组织老字号技艺传承人到境外举办名品展示活动，交流传统技艺和文化。支持老字号企业建立海内外营销网点，借助内外贸一体化，引导老字号用好国内国际两个市场、两种资源，积极参与国内国际双循环。鼓励中医药、传统餐饮、工艺美术等特色、高附加值“名品”，沿“一带一路”“走出去”举办非商业性展会，提升国际知名度和影响力。支持老字号企业到境外投资、上市、发债，开展跨国并购和国际贸易，扩大品牌的国际影响力。

3. 搭建老字号对外交流平台。充分挖掘厦门老字号的深厚底蕴和独特韵味，运用多种载体，加大对外文化交流力度。通过举办老字号等闽南文化论坛、博览会，加强与闽南地区、台湾地区、东南亚国家以及其他海内外闽南文化传承地区的文化联系，促进闽南文化的传播、交流与合作。组织老字号企业开展跨区域、跨国界的展示交流活动，让厦门老字号文化走向全国、走向世界。支持相关行业协会加强与其他城市和港澳台地区同行的交流。支持在出入境口岸、福建自贸区

设立老字号展示厅、展示窗口，集中推广“名品”，宣传“名店”、“名艺”和“名匠”。充分利用国际友好城市等交流纽带，让厦门老字号在更高层次、更大范围和更广领域参与对外交流合作。

4. 加强两岸老字号交流合作。抓住探索海峡两岸融合发展新路，利用台胞台企登陆第一家园的有利机遇，鼓励厦门老字号企业和相关行业协会加强与台湾地区同行开展两岸老字号保护与发展文化研究合作，加强品牌和信息交流。充分发挥厦门对台区位优势，依托海峡论坛、旅博会、工博会、文博会等展会平台，举办海峡两岸老字号产品、技艺或服务展示活动，开展文化交流合作。支持符合条件的台湾地区企业和在厦台资企业申报认定“厦门老字号”。

（六）实施人才培养工程

1. 推动老字号技艺传承和人才培养。鼓励老字号企业申报非物质文化遗产代表性项目和代表性传承人。鼓励老字号企业引进和培育掌握独特技艺的工匠，推荐老字号技艺传承人、技术骨干参与政府部门或相关行业协会组织的职业技能大赛或技能大师认定。鼓励将老字号传统技艺和继承人（或传人）培养纳入职业技能培训范围，开展学历教育或老字号员工技能培训。筛选一批具有民族特色、濒临失传的老字号传统工种，探索开展小众老字号特有传统工种、岗位职称评定和职业技能认定试点，增强从业人员荣誉感和使命感。鼓励老字号企业引入海内外高层次管理专家和高技能人才。支持国有老字号企业根据需要制定技艺传承人返聘政策，并为

其开展工作创造相应条件。

2. 支持企业建立现代师徒制，提高工匠素质。鼓励老字号技艺传承人、技术骨干收徒传艺，有针对性地传承技艺，培育工匠精神，使品牌意识成为员工的共识。鼓励老字号技艺传承人到学校兼职任教、授徒传艺。支持老字号企业开展现代“师带徒”培训，制定和落实非遗传承人群研修或研习培训计划。探索建立由专家学者及老字号掌门人、传承人等组成的保护和促进老字号发展专家库。

3. 鼓励企业与院校合作，培养年轻工匠。鼓励和引导老字号企业与高校和职业院校合作，开设老字号技艺工艺专业课程，促进校企联盟，校企相互持股，实施订单培养。共建“工匠创新工作室”、“工匠教育基地”和“教学实习基地”等，实行“招生即招工、入校即入厂、校企联合培养”的现代学徒制人才培养模式改革试点。扩大招生规模，奖励或补助高校和职业院校毕业生到老字号企业就业。支持职业院校与老字号企业在境内外合作设立“老字号工坊”。

4. 支持企业建立职业经理人制度，提高经营水平。引导老字号企业建立现代企业制度，完善企业激励、决策和用人机制。支持老字号企业建立职业经理人制度，提高企业专业化经营水平。支持老字号企业根据自身需要设立首席高级技师、首席高级工匠等专业技术职位并聘用相应高技能人才担任，同时纳入职业经理人管理，实行年薪制、协议工资制等特殊收入分配制度。优先支持符合条件且人才资本和技术要素贡献占比较高的转制老字号企业开展员工持股。建立完整

的职业经理人竞聘上岗制度。通过公开课、一对一辅导形式，全面提高老字号经营管理人员素质。

五、规划实施保障措施

（一）组织保障

1. 健全协调机制。充分发挥厦门老字号工作联席会议制度作用，统筹协调老字号传承、保护、创新和改革发展的重大问题，为老字号传承、保护、创新和改革发展营造良好环境。市区两级商务主管部门和相关职能部门应切实履行好职责，积极宣传贯彻本《规划》，并为《规划》的实施创造良好条件。厦门老字号协会应充分发挥桥梁和纽带作用，协助解决老字号企业保护发展过程中涉及的老字号资料挖掘整理、课题研究、品牌培育等问题，大力宣传推广老字号，促进老字号品牌价值、竞争力提升和市场拓展等，为本《规划》的实施创造良好环境。

2. 实施动态管理。各区、各部门要高度重视老字号传承保护和改革创新工作，结合“放管服”改革，加强部门协同和市区联动，建立老字号企业分类台账，完善厦门老字号认定标准及程序，加强老字号发展动态研究和基础信息工作。建立老字号统计监测制度，将老字号纳入市社会信用信息共享平台，每年开展老字号企业经营情况和信用情况评估。实施诚信红黑名单制度，对违规经营、有悖商业伦理与道德、多次受到投诉和举报等行为的老字号企业进行清退。通过动态管理，建立老字号进入退出机制，既可以有效挖掘并产生全新的老字号，又可以将名不符实的老字号摘牌，从

而保持老字号队伍的活力。

3. 发挥好协会和研究机构作用。充分发挥厦门老字号协会等行业商（协）会、厦门市闽南文化研究会、厦门城市职业学院老字号传承与发展研究中心等研究组织和机构在行业研究、标准制定、行业自律、交流合作等方面的作用，鼓励相关行业协会成立老字号研究院，以老字号商业史研究、老字号品牌研究、老字号交流推广等为主要方向，多角度提供资政服务，广泛吸纳有关政府部门、民主党派、学术机构和大专院校的专业人才，发挥专家学者的智库作用，促进老字号品牌创新和发展，形成推动厦门老字号保护和发展的强大合力。

（二）政策保障

研究扶持老字号的财税、金融、人才等政策措施，对技艺传承人工作室及传艺授徒的代表性传承人、老字号非遗企业参与各类非物质文化遗产宣传展示活动以及设立各种形式的老字号史料馆、品牌展览馆、陈列馆、文化展示馆等公益性项目根据有关规定给予扶持。将符合条件的我市中医药类老字号药品按照有关规定纳入医疗保险定点医疗机构范围。对老字号企业参加列入市商务局、市工信局和市供销合作联社计划支持的展洽会，按规定给予补助。对老字号企业“走出去”的，按照对外投资合作扶持政策给予资金支持。对纳税确有困难的老字号企业，依照税法规定给予减免房产税和城镇土地使用税。对老字号企业利用资本市场上市、挂牌或发行债券等方式融资的，按照有关政策规定给予扶持。

梳理汇总各类支持老字号的政策，开展政策辅导，帮助老字号企业用足用好各项政策。

（三）宣传保障

充分利用各类新闻媒体宣传厦门老字号，让全社会关心、关注、支持厦门老字号的传承保护和改革创新。将老字号品牌纳入城市旅游推介板块。支持老字号企业参与投洽会、工博会、文博会等国内外重大会议展览服务保障。支持在中山路、白鹭洲、五缘湾、沙坡尾、鼓浪屿等历史文化区和博物馆区开办老字号文化展示项目。鼓励制作老字号电视专题片、纪录片和微电影，出版老字号刊物、书籍和画册，发行老字号消费指南、手册和地图。支持老字号应用直播平台、微博、微信等新媒体，建立老字号电子展示馆。将老字号作为“一带一路”宣传推广工作的重要内容，在外事接待、援外项目、纪念品采购中选择老字号产品和服务，不断提升老字号的国际知名度。