

## 因一家加盟店砸牌子

## 百年老字号加盟店“倚老卖老”，谁之过？

新华社电 在许多国人的记忆里，一块招牌就是一段传奇。老字号饱经沧桑的牌匾上，不仅凝结了一代又一代传承者的匠心，更凝聚着无数国人的美好记忆。

然而近日，拥有百年历史的狗不理的一家加盟店口碑翻车，引发了老字号求变之困的业界讨论。面对瞬息万变的市场，如何守正创新，让金字招牌名副其实、行稳致远，是每一家老字号需要正视的问题。



新华社发

## 部分老字号陷入尴尬境地

近年来，老字号发展、老字号非遗技艺的传承一直得到国家的呵护支持。

2016年底召开的中央经济工作会议就特别强调，加强品牌建设，培育更多“百年老店”。

2017年初，中办、国办发布的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》明确提出，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、有市场竞争力的中华老字号做精做强。商务部、发改委等多部门也曾印发《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》，为老字号“历久弥新”出招。

然而面对激烈的市场竞争，日趋多元的消费菜单，老字号企业的转型求变之路并非坦途。

天津狗不理集团的全资子公司“狗不理食品”在2015年新三板上市后，于2020年5月10日终止挂牌。北京某知名老字号企业自2017年以来净利润连续下滑，2019年，该公司净利润较2017年下降了60%。

阿里研究院发布的《中华老字号品牌发展指数》显示，产品老旧、服务落后、无法吸引年轻消费者，是部分老字号业绩下滑的原因。组织架构陈旧、市场反应滞后、人力资本匮乏、欠缺互

联网思维等，成为一些老字号发展面临的共同困境。

清华大学经管学院教授、博士生导师胡左浩说，多数年轻消费者如今追求的高品质、高颜值以及新的消费体验，是消费升级的表现。“在消费升级的背景下，消费市场已告别‘量的满足’，向‘质的消费’和‘情感消费’转变。”

在近些年的转型尝试中，有的老字号尽管勇敢尝试了新的菜品研发、新的渠道管理，但服务的姿势依旧是躺在历史的“功劳簿”上，不适应从卖方市场向买方市场的角色转换。

## 加盟店“倚老卖老”惹争议

9月10日，一则探访狗不理包子王府井店的视频在社交网络上引发广泛关注。在实地探访狗不理王府井店后，微博博主发布了评论视频，将在狗不理的消费体验总结为四个字：难吃价贵——“酱肉包里面全是肥肉”“特别腻”“100块钱两屉有点贵”。

视频发出后不久，名为“王府井狗不理店”的微博账号发布一则声明称，该视频博主侵犯名誉权，所有恶语中伤言论均为不实信息，并表示已经报警——这波以报警代替反省的操作引发网民新一轮吐槽。

一些消费者表示，该店无法

正视差评，反而“恼羞成怒”，凸显了个别老字号傲慢、守旧、不重视消费者体验的弊病。

记者查询点评APP发现，过去6个月中该店的评分持续稳定在2.8分左右。随机点开几条点评，多数评论是到店消费的顾客因不满而留下的篇幅不短的“小作文”。

针对狗不理王府井店上述风波，狗不理集团股份有限公司9月15日发表声明，称即日起解除与该店加盟方的合作，并组织旗下所有酒店对照网友提出的评价逐一进行自查并严肃整改，进一步提高客户满意度。

## 老字号亟须守正创新

古今中外，任何一家百年老店的持续经营都不容易：变革，担心丢失传统；固守，又抓不住增量市场。守正、创新，是摆在每一个老字号企业面前的考题。

北京大学光华管理学院市场营销系副教授王锐说，许多国外百年品牌非常擅长去抓住每一代消费者的心，不论是产品设计、包装，还是品牌塑造、推广营销，都让人们觉得很“年轻”。

受访的业内人士表示，现实中，国内个别老字号仍习惯于强调

“百年”“御赐”的品牌渊源——但没有给出一个充分的消费理由。

“拿产品来说，改革开放之前，物质相对匮乏，大家对口味、健康、品质的要求没那么高。现在，如果还只是老配方，有的消费者就不一定会买账了。”胡左浩认为，除产品不够现代化之外，品牌塑造能力不足、经营模式与经营策略老化、组织管理模式不符合市场规律，也导致一些老字号的吸引力下降。

不容否认，面对瞬息万变的市场，一些老字号主动求变，找

到了新的商业节奏。张小泉、五芳斋、片仔癀、回力、海天味业等许多不同类别的老品牌正在走出舒适圈，向新零售发力，通过品牌重塑、品类扩张、拓宽渠道，改进产品包装、传播方式、生产技术，不断增强产品竞争力。

胡左浩说，传统是老字号的竞争优势，但品牌要传承，就必须融入时代脉搏，积极适应市场，满足大众需求。“只有靠过硬的产品打天下，以精细的服务获得用户喜爱，民族品牌才有可能基业长青，走向世界。”

## 外卖小哥成交通事故高发群体

## “合理”的算法为何“失控”？

新华社电 近日，一些网络平台外卖小哥的职业困境，让外卖平台与算法系统颇受关注。记者调查发现，外卖小哥成为交通事故高发群体，曾以精准、合理、优化为标签的算法，引发业内广泛讨论。

## “赶时间”是核心原因

记者从深圳交警部门获悉，仅今年8月，深圳全市就查处快递、外卖送餐行业交通违法1.2万宗，占非机动车违法案例总数的10%以上。上海市医疗急救中心医护人员说，8月的每周都会遇到与骑手相关的单子。

“赶时间”是核心原因。一名骑手说，2018年前后平台给他的每单送餐时间是40分钟，但后来被压缩到30分钟。“有时候从商家拿到外卖都过去20分钟了，剩下的10分钟我要骑行3公里、跑进小区、等电梯上楼。”他说。

平台压缩时间的主要依据是建立在大数据和人工智能基

础上的算法系统。与算法系统相配合的还有一整套严格的考核机制：一方面，外卖平台以“按单计价”激励外卖骑手尽可能多接单送单；另一方面，平台通过准时率、差评率、配送原因取消单量等考核严格约束骑手。准时率的降低，意味着外卖骑手在平台的算法中失去了“接单优势”，也会在内部排名中降低名次，无缘各类奖励。

这种“算法加考核”的机制，令从业者心理压力倍增。一名骑手说，有一次他与电动车相撞，“当时爬起来想到的第一件事就是不能超时，都顾不上想对方和自己伤得怎么样，现在想起来觉得很荒唐。”

## 仅有算法是不够的

面对社会质疑，饿了么称将尽快推出新功能——“我愿意多等5分钟/10分钟”按钮，供消费者选择。美团则称将改进调度系统，给骑手留出8分钟弹性时间。

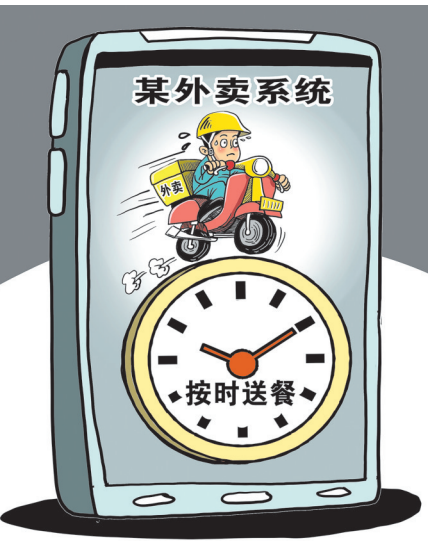
有受访人士认为，解决外卖骑手面临的困境，最重要的是平台企业能够正视、尊重和真正保障劳动者权益，而不是让算法成为只会为企业赚钱的冰冷工具。

近年来，面对新业态的挑战，多地已开始加大管理力度。比如，广东佛山已建成89个固定交通安全教育点，加大对外卖快递员等群体的交通安全教育；

对于员工交通违法较多、交通安全管理薄弱的外卖企业，佛山公安交警组织约谈企业负责人。

中国人民大学公共管理学院教授马亮建议，新业态必然会对现有的法律法规构成冲击和挑战，涉及劳动者权益保护、职业安全、安全生产等的通用性法律，需要及时修订。跟某个行业直接相关的问题，也需要新的法规及时回应。

此外，外卖行业的问题牵涉多个部门，应进一步明确主要监管部门，对失序的竞争行为进行纠偏。马亮还建议，外卖骑手属于“流动中的安全生产问题”，也应该纳入地方政府的考核体系，压实地方政府监管和执法责任。



新华社发

## 物业管理招标公告

金源小区项目位于郑州航空港经济综合实验区集贤路（龙中公路）南侧、雍州路（郑港四街）西侧，项目占地面积50597.40平方米，总建筑面积172625.59平方米。一、投标单位资格要求：1、必须通过房产行政主管部门的资格预审。2、有欺诈、违约、违规等不良行为记录的物业服务企业不允许参加投标。二、投标报名与招标文件领取时间：2020年9月18日-2020年9月24日。三、投标资格预审方式：线下资格预审，线上报名。四、招标文件获取办法：郑州航空港经济综合实验区市政建设环保局住房保障和房地产管理处（通过线下现场资格预审后获取招标文件）。联系电话：0371-86199679。招标人：河南龙中置业有限公司 联系电话：18236927780 河南龙中置业有限公司 2020年9月18日