

解析“老非特”首店“密码”： 从“速度”到“厚度”，政企协同重塑国潮商业生态

王磊 苏铁峰

近日，河北定州国潮品牌“老非特”北京首店在中国旭阳集团总部正式开业，标志着该品牌在全国商业布局中成功进驻一线城市市场。

此次合作以资源协同为纽带，聚焦老字号品牌振兴，致力于通过产品创新、场景升级与数字化营销，打造集文化体验与品质消费于一体的新零售标杆。开业仪式不仅成为“首发经济”迭代的标志性事件，更折射出中国消费市场在文化自信与商业创新驱动下的深层变革。

定州市商务局局长杨永亮表示：“在京津冀协同发展的大背景下，首批六大系列近百种产品入驻北京，后续将根据市场需求持续完善产品线。这一举措既是政府引领与市场驱动相结合的具体实践，也体现了从流量争夺到价值深耕、从单点突破到生态共建的发展思路。”他强调，这不仅是推动传统老字号焕发新生的生动实践，更是助力国潮文化迈向新高度的积极探索。

首发经济3.0：文化叙事重构商业逻辑

传统“首发经济”模式往往聚焦于商品的时间稀缺性，通过限量、限时制造消费冲动。然而，“老非特”首店的开业，标志着这一商业模式已迈入3.0时代——其核心价值从

“首发的速度”转向了“首发的厚度”。

走进200平方米的空间内，非遗手作工坊的匠人正在现场演示传统技艺，数字投影将“老字号故事”的动态长卷徐徐铺陈于墙面。消费者只需扫码，便可聆听每件商品背后沉淀的百年历史。这种精心营造的“文化在场性”，使商品超越了单纯的物质属性，转化为可触摸、可参与的文化符号。

品牌主张“从见证者到共创者”的理念在此得到完美诠释：消费者通过亲手制作器物，或在AR互动中“穿越”至古代场景，完成对文化价值的深度认同。开业首日“千人打卡、体验预约秒空”的盛况，生动印证了“为意义付费”正成为新消费时代的核心驱动力。

与传统零售模式形成鲜明对比的是，“老非特”首店通过“场景化首发”策略实现了文化赋能。“我们不做简单的商品首发，而是创造文化价值的首秀。”“老非特”品牌负责人强调，“这种差异化体验让消费者在互动中自然完成从‘见证者’到‘共创者’的身份转变。”

政企协同：制度创新激活文化资源转化

“老非特”模式的成功实践，体现了地方政府前瞻性布局与市场化创新的有机结合。定州市政府力推“首发经济护航”计划，系

统破解了传统文化商业化的三大痛点：针对非遗产品审批流程冗长，设立“新品通关绿色通道”，将产品上市周期压缩60%；针对创意抄袭顽疾，构建知识产权“24小时响应机制”，为文化创新筑牢“护城河”；通过“协调场租减免”政策，破解了文化体验场景高投入的难题，让沉浸式空间得以落地。这种“制度供给+资源嫁接”的组合拳，为文化资源向商业价值的转化扫清了障碍。

在此基础上，“老非特”创新性地构建了线上线下融合的商业模式。在线上，联合电商平台创立“老非特云首店”，将线下文化体验延伸至线上数字发售，形成“线下引流、线上裂变”的闭环；在线下，整合政府、协会、企业三方资源，形成协同合力，通过首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程，打造文商旅农创新融合的“首发经济模式”。

这种政企双方在规则创新与科技赋能上的共振，让“首发经济”突破了传统商业的零和博弈，转向共生共赢的生态构建。

下沉市场突围：首发矩阵重塑城市商业格局

在高端商业体纷纷扎堆一线城市的背景下，“老非特”将总店选址在定州这一三线城市，策略堪称精妙。其通过深挖“中山文化”地域IP，将定州缙丝、金牛眼药等濒临失传的非

遗技艺转化为时尚单品，既避开了与一线市场的同质化竞争，又以文化独特性形成差异化吸引力。

更具战略意义的是品牌规划的“首发矩阵”布局。在北京、河北雄安等地开设的主题概念店并非简单复制，而是结合当地文化基因进行定制化表达：雄安店融入“数字雄安”元素，运用全息技术重现燕赵古风貌；北京店则将故宫文创与老字号跨界融合。这种“总部输出文化内核、区域演绎在地特色”的模式，既保持了品牌调性的统一，又激活了地方文化资源，为三四线城市商业升级提供了新路径。

“五进军”战略：传统文化破壁的普惠性探索

让老字号、非遗、特产走出工厂、走出作坊，走进景区、商圈、酒店、社区、乡镇的“五进军”战略，揭示了“老非特”更深层的商业抱负。

在景区开设非遗快闪店，游客可现场定制非遗文创礼物；在社区设立“移动工坊”，居民扫码即可预约传统文化技艺体验课；在乡镇搭建特产直供平台，农民的手工红薯粉通过品牌包装直抵城市餐桌……这种“文化下沉”的创新实践，不仅拓宽了消费场景，更构建起城乡价值交换的桥梁。

数据显示，通过“老非特”渠道，定州某老字号产品溢价率

提升200%，匠人收入增长5倍。当传统文化突破地域与圈层壁垒，转化为普惠性的经济动能，“首发经济”便从商业概念升华为乡村振兴与文化遗产的系统性解决方案。

【启示录】

在文明根脉中 寻找商业未来

“老非特”的实践印证了一个重要趋势：中国商业正经历从“借鉴西方模式”到“重本土范式”的战略转型。当Z世代将文化认同视为消费选择的核心坐标，当数字经济消弭了地域边界，那些深植于五千年文明的文化基因，反而成为品牌最独特的竞争优势。

需要强调的是，这种转型绝非简单的“国潮包装”，而是需要构建从文化挖掘、技术赋能到生态协同的完整体系。正如“老非特”品牌展厅中那几面极具象征意义的文化互动墙——每个字符都承载着历史，每次触摸都能生成新的诗句。

“老非特”模式的本质，正是以现代商业逻辑激活传统文化的内生创造力。这预示着，未来的“中国式创新”将在文明根脉与时代需求的碰撞中，绽放出更璀璨的光芒。

专利筑基+智造赋能，做城市道路安全的“隐形守护者”

吴晴

在步履匆匆的城市街道上，很少有人会驻足留意脚下的井盖。然而，正是这些不起眼的“地面守护者”，在无声中维系着城市运行的安全与秩序。在江苏泰州，有这样一家企业，十年如一日地专注深耕这件看似微不足道的小事，通过持续的创新驱动和智能制造，为城市基础设施建设构筑起坚实的支撑。

以专利矩阵构建企业“护城河”

江苏畅安井盖有限公司（以下简称“畅安井盖”）是一家专注于复合材料井盖研发、制造与销售的高新技术企业。自成立以来，公司始终秉持“为道路配备优质井盖”的企业使命，持续加大研发投入，不断推进产品创新与生产工艺优化。

2008年，李磊加入公司后扎根生产一线，凭借扎实的专业功底和创新精神，逐步成长为公司的技术带头人。他主导完成了

多项核心专利技术的突破，不仅为畅安井盖引入了先进的材料研发理念和结构创新成果，更推动了企业向数字化、智能化的战略转型。

在李磊的带领下，畅安井盖深耕复合材料井盖领域，围绕抗压性能、防盗安全、保温设计等关键技术持续攻关，构建起涵盖发明与实用新型的专利矩阵。其中，“一种市政工程用防掉落双层井盖结构”通过独特设计有效防止井盖跌落事故，显著提升了道路安全性；“一种内置异动传感器的防盗安全型井盖”将智能监控功能融入传统产品，为城市运行安全保驾护航；“一种保温型水表箱”则攻克了北方寒冷地区设备冬季易冻损的难题。特别值得一提的是，“高强度纤维非金属井盖”的成功研发，为新型复合材料在城市建设中的应用开辟了崭新空间。

凭借持续的技术创新，畅安井盖的产品已广泛应用于上海、江苏、安徽、内蒙古等地的多个重点城建项目，并先后荣获江苏省高新技术产品认证及国家知

识产权局颁发的多项专利证书。正如李磊所言：“我们的目标不是做最多的井盖，而是做最值得信赖的井盖。”在这一理念指引下，他所推动的远不止企业自身的成长，更带动了整个行业质量标准的持续提升与创新发展。

以数字化变革引领企业迈入“智造时代”

随着新一代信息技术与制造业的深度融合，畅安井盖在李磊的带领下，紧紧围绕“制造端效率优化”和“品质稳定提升”两大核心目标，全面推进智能制造体系建设。在硬件升级方面，公司对SMC片材生产线进行了自动化改造，依托感应识别与算法控制系统，实现了原材料配比、温湿度调节、压模压力等关键环节的自动采集与调节，有效提升了产品一致性与生产效率。

与此同时，李磊着力推进软件系统的智能化升级。其主导建设的数字化管理平台，成功贯通原料入库、生产执行、设备运维、

质量监控与售后追踪全流程。该系统不仅实现生产过程可视化与订单全生命周期溯源，更通过大数据分析持续优化工艺参数，建立设备预测性维护机制，有效降低停机率和能耗成本。

这场全方位的数字化变革让畅安井盖迈入“智造时代”，成为传统建材行业数字化转型的示范案例。目前，公司已建成完备的智能生产体系，拥有数十台大中型液压机、BMC自动投料系统、自动化SMC片材机组、模具加工中心等高端设备，产品线涵盖检查井盖、护树板、水篦、电缆、沟盖板等近百种规格，广泛应用于市政、电力、园林等基础设施领域。

“看不见”的坚守，“摸得着”的创新

在井盖这一看似平凡的制造领域，畅安井盖在李磊的带领下，走出了一条“看得见质量、摸得着创新”的实业之路。从第一项专利的诞生到智能生产线的投产，李磊团队在这个传统行业

中找到了深耕创新的方向，也绘制出了企业可持续发展的清晰蓝图。

面向未来，李磊表示将会带领企业持续向智能化方向转型。一方面，他们计划加大在智能井盖领域的研发投入，推动异动传感、安全预警等智能技术的应用，实现产品从单一功能向系统化、智能化升级。另一方面，畅安井盖将依托现有的数字化基础，布局更多智能生产单元，积极探索基于工业互联网平台的柔性制造模式，以提升企业对个性化、定制化需求的快速响应能力。

在李磊的愿景中，畅安井盖的定位远不止于高端复合材料井盖的制造商。他更希望将企业打造成为城市基础设施智能化建设的重要参与者和解决方案提供者。

“我们始终做着别人看不见的事，为智慧城市的安全与可持续发展贡献更大的力量。”这份朴素的坚持，既是对制造精神最深沉的诠释，也是对行业未来最有力的回应。