

Research on Marketing Strategies of Time Honored Brands in the Digital Era

Zhiping Ma

Beijing Youth Political College, Beijing, 100102, China

Abstract

The arrival of the digital age has brought opportunities and challenges to the development of time-honored brands. This paper aims to explore the importance of brand transformation and marketing strategies for time-honored brands in the digital age, as well as the methods of time-honored brand marketing. The paper first introduces the characteristics of time-honored brands, and then analyzes the opportunities and challenges of time-honored brand marketing in the digital age. Time honored brands face challenges such as how to improve competitiveness, visibility, and influence, and how to effectively utilize digital technology; Secondly, it points out that the key to the success of digital marketing for time-honored brands lies in accurately targeting the target audience, strengthening data analysis and market research; Finally, it is recommended that time-honored brands establish an attractive brand image, focus on content marketing, use innovative social media tools, and provide personalized user experiences. Only by keeping up with the times can time-honored brands radiate new vitality and vigor in the digital age.

Keywords

digital; time-honored; brand; marketing strategy

数字化时代老字号品牌营销策略研究

马智萍

北京青年政治学院, 中国·北京 100102

摘要

数字化时代的到来,给老字号的发展带来了机遇与挑战。论文旨在探讨数字化时代老字号品牌变革品牌营销策略的重要性及老字号品牌营销的方法。论文首先介绍老字号的特点,然后分析数字化时代老字号品牌营销的机遇与挑战,老字号面临如何提高竞争力、知名度和影响力,如何有效利用数字技术等挑战;其次,指出老字号品牌数字营销的成功关键在于准确定位目标受众、加强数据分析和市场研究;最后,建议老字号要建立有吸引力的品牌形象、注重内容营销,运用创新的社交媒体工具和提供个性化的用户体验。老字号只有与时俱进,才能在数字化时代中焕发新的生机与活力。

关键词

数字化; 老字号; 品牌; 营销策略

1 引言

时代在不断发展,数字化时代的到来给传统老字号品牌带来了新的机遇和挑战。在这个信息爆炸的时代,老字号品牌需要适应数字化环境,通过科学合理的品牌营销策略,继续保持市场竞争力。论文将就数字化时代老字号品牌营销策略进行研究。

2 老字号的特点

老字号,顾名思义,指的是经营时间悠久且历经风雨的传统企业。这些老字号商家常常代表了一个地方的历史和文化,承载着人们对传统价值的敬仰与追求。老字号的经营

理念和企业文化也是其持续发展的重要保障。老字号往往注重以诚信为本,以顾客为中心,追求长期稳定的发展。他们尊重传统,注重人文关怀,不仅仅关注利润,更注重与社会的互动与共生。这种经营之道使得老字号得以在竞争激烈的市场环境中立于不败之地。

老字号是中国传统文化的重要载体,也是经济发展的重要力量。它们以其独特的产品和服务,凝结了一代又一代人的智慧和心血。在当今充满快速变革和商业竞争的社会中,老字号的存在和发展,不仅仅是一种商业经营,更是对传统文化的传承和弘扬。因此,我们应当珍惜老字号,支持老字号,让它们继续发扬光大,为社会发展和文化繁荣做出更多的贡献。

2.1 历史底蕴丰厚

老字号经营时间悠久,积淀了丰富的历史文化底蕴。这些企业通常创立于几十年甚至上百多年前,见证了一个地方的

【作者简介】马智萍(1979-),女,中国山西应县人,硕士,副教授,从事市场营销研究。

变迁和发展。它们的店面可能保存着古老的建筑风格，墙壁上挂满了岁月的痕迹。当人们踏入这些老字号时，仿佛穿越到了过去，感受到了那个年代的风貌和氛围。这种历史感和文化底蕴成为老字号的独特魅力，吸引着人们的目光和兴趣^[1]。

2.2 具有鲜明特色

老字号注重传统工艺和品质。在这些企业中，传统工艺被世代传承，技艺精湛，让人叹为观止。无论是手工制作的手工艺品、传统糕点还是特色茶叶，都是经过精心制作和挑选的，追求每一件产品的品质和口感。当人们品尝到这些老字号的特色美食时，仿佛品味着一个地方的历史和文化，感受到了传统工艺带来的独特风味。

2.3 注重与时俱进

老字号注重与时俱进，保持创新和活力。虽然历经岁月的洗礼，但老字号并不固守过去，而是不断适应时代的变化，并将传统与现代相结合。它们引入了现代化的生产设备、营销模式和管理理念，推陈出新，保持市场竞争力。同时，老字号也利用互联网等新兴媒介，加强与消费者的互动，宣传品牌形象，拓展市场。这种与时俱进的态度使得老字号焕发出新的活力，成为传统与现代相融合的典范。

2.4 注重社会责任和文化遗产

老字号注重社会责任和文化遗产。它们积极参与慈善事业，回报社会，承担起传承文化的责任。一些老字号经营着自己的博物馆，展示企业的历史和文化，让更多人了解和传承传统工艺和文化。他们还培养年轻一代，传授技艺和经验，确保传统工艺不断传承下去。这种社会责任感和文化遗产使得老字号具有良好的社会形象和品牌价值。

老字号作为传统企业，以其悠久的历史、传统工艺、与时俱进的创新和社会责任，成为一个地方文化的瑰宝。

3 数字化时代老字号面临的机遇与挑战

随着数字化时代的到来，老字号面临着前所未有的机遇与挑战。传统的老字号，作为中华文化的重要组成部分，具有悠久的历史 and 独特的品牌价值，然而在数字化时代，如何在激烈的市场竞争中保持竞争力成为老字号所面临的挑战之一。但与此同时，数字化时代也为老字号带来了新的机遇，使其在新的舞台上焕发新的活力。

3.1 数字化时代老字号如何提升市场竞争力

数字化时代的到来，科技环境的改变，移动互联网的普及，电商的快速发展，给老字号的发展带来新的机遇和挑战。老字号可以借助互联网销售渠道，将产品推向全国甚至全球市场，突破传统的地域限制。此外，大数据技术的应用也为老字号提供了更准确的市场分析和消费者行为预测，有助于提升老字号的市场竞争力。数字化时代还催生了新的商业模式，如共享经济、O2O等，老字号可以与这些新兴业态结合，为消费者提供更多元化的服务，满足不同消费需求^[2]。

3.2 如何提升老字号品牌知名度和影响力

通过数字渠道，老字号品牌可以迅速传播品牌信息，提升品牌知名度和影响力。在过去，老字号的品牌传播主要依赖于口碑、传统媒体等渠道，受限于传播范围和传播效果。而在数字化时代，老字号可以通过社交媒体、自媒体等渠道与消费者进行互动，传播品牌的故事和文化内涵。通过这些新媒体渠道，老字号可以实现与消费者的直接连接，建立更加紧密的品牌关系，提升品牌影响力和认知度。

3.3 老字号需要加强数字化技术的应用能力

数字化时代的竞争中，技术创新是关键，老字号需要积极引入先进的信息技术，提升业务流程和管理效率，以适应日益变化的市场需求。此外，老字号需要转变营销思维。传统的老字号多以产品为中心，而在数字化时代，消费者需求多样化，老字号需要更加注重用户体验，从产品销售转向产品与消费者的互动和体验，加强品牌服务和产品创新。

老字号还需要加强知识产权保护和品牌维护。数字化时代的信息传播速度极快，假冒伪劣产品泛滥，品牌形象容易受损。老字号需要加强对知识产权的保护，维护自身的品牌形象和声誉，避免盗版和假冒产品的冲击。

数字化时代既带来了机遇也带来了挑战，老字号需要积极应对。通过借助互联网和新媒体渠道，老字号可以拓展市场，传播品牌，实现转型升级。但同时，老字号也需要加强技术应用和创新能力，转变营销思维，加强知识产权保护，以适应数字化时代的竞争环境。只有积极应对挑战，抓住机遇，老字号才能在数字化时代焕发新的活力，继续传承发展。

4 数字化时代老字号品牌营销对策

4.1 充分利用社交媒体

老字号品牌需要利用互联网和社交媒体等数字化平台来提高品牌知名度。通过开设官方网站和社交媒体账号，老字号品牌可以展示自己的历史文化底蕴，传递品牌故事和价值观，吸引更多年轻消费者的关注。同时，老字号品牌可以通过社交媒体平台与消费者进行互动，了解消费者需求，回应消费者疑问，建立品牌与消费者之间的良好关系。

4.2 与电商平台合作

老字号品牌可以利用电商平台来拓展销售渠道。随着电子商务的兴起，越来越多的消费者习惯于在网上购物，老字号品牌需要抓住这一趋势。通过与知名电商平台合作，老字号品牌可以将产品推广到更广泛的消费者群体中，提高销售额和市场份额。此外，老字号品牌还可以利用电商平台的大数据分析功能来了解消费者的购物偏好和行为模式，有针对性地进行营销活动和产品创新。

4.3 注重内容营销

老字号品牌应该注重内容营销。在数字化时代，内容为王，老字号品牌需要通过优质的内容来吸引和留住消费

者。可以通过创作有关品牌历史、文化传承、产品制作过程等方面的文章、视频和图片等内容，展示品牌的独特魅力，增加消费者对品牌的认知和好感度。此外，老字号品牌还可以与知名博主、KOL（关键意见领袖）和媒体合作，借助他们的影响力和粉丝基础来进行品牌推广。在数字化时代，消费者更加注重品牌的文化内涵和价值观念，因此老字号品牌应当通过优质的内容营销来传递品牌的故事、传统文化等，引发消费者的共鸣和认同。可以通过发表专业文章、拍摄微电影、举办品牌文化展览等方式，传播品牌的独特魅力。

4.4 加强数据分析与市场研究

老字号品牌需要加强数据分析和市场研究，及时调整营销策略。数字化时代的优势之一就是数据的可获得性，老字号品牌应该善用这一优势。通过数据分析，老字号品牌可以了解消费者的需求和喜好，掌握市场趋势，做出准确的决策。同时，老字号品牌还可以通过市场研究来了解竞争对手的营销策略和市场表现，从而制定更有针对性的对策。

数字化时代老字号品牌营销需要充分利用互联网和社交媒体等数字化平台，同时注重电商渠道拓展、内容营销和数据分析。只有适应数字化时代的需求和趋势，老字号品牌才能在市场竞争中立于不败之地，延续自己的历史与文化。

5 数字化时代老字号品牌营销的具体建议

5.1 重视数字化渠道拓展消费市场

老字号品牌需要重视数字化渠道。在数字化时代，互联网已经成为人们获取信息的主要途径，老字号品牌应当通过建立官方网站、社交媒体账号等方式与消费者建立直接联系，并提供在线购物、售后服务等功能，以满足消费者线上购物的需求。通过数字化营销，老字号品牌可以突破地域限制，拓展更广阔的消费市场，吸引更多的潜在消费者。

5.2 准确定位目标受众

老字号品牌应通过市场调研，明确目标受众的特征和需求，以便精准制定数字营销策略。此外，老字号品牌需要结合大数据分析，精准选取目标受众。通过收集并分析消费者的购买习惯、兴趣爱好等数据，老字号品牌可以更好地了解消费者需求，制定更具针对性的品牌营销策略。同时，大数据分析还可以帮助老字号品牌对市场竞争对手进行全面了解，从而制定更为合理的竞争策略。

5.3 建立有吸引力的品牌形象

老字号品牌需要通过数字渠道展示品牌的独特魅力和传统价值观，吸引消费者的注意力和兴趣。比如全聚德的品牌形象，与2021年7月15日（农历六月初六），全聚德迎来品牌创建157周年。为品牌庆生，生日当天全国全聚德门

店同步举行了敬匾仪式。在庆典活动现场，全聚德全新IP形象萌宝鸭的惊艳亮相更是吸引菲林无数。守正创新，让传统经典在新的市场环境和消费偏好下历久弥新，是老字号面临的重要课题。传统品牌也需要新的阐述方式，在“国潮风”渐成主流的市场环境下，全聚德全新推出了“萌宝鸭”IP形象。这一IP形象一经推广便广受好评，最引人注目的便是它金元宝般的鸭子嘴巴，寓意招财进宝。

5.4 运用创新的社交媒体工具

老字号品牌可以利用微博、微信、抖音等社交媒体平台，与消费者进行互动，提高品牌的曝光率和用户参与度。

老字号可以通过短视频、流媒体方式强化本身的品牌识别，获得网民和目标顾客的关注与点赞。例如，大白兔与气味图书馆跨界合作推出的短视频，给予了消费者美好纯真童年的质朴感受，百雀羚通过MV展现年轻人创业过程中残酷现实与美丽梦想的交织，激发起强烈的情感共鸣^[1]。

5.5 提供个性化的用户体验

老字号品牌应根据消费者的个性化需求，提供个性化的产品和服务，增强用户的购买欲望和忠诚度。老字号品牌需要建立完善的售后服务体系。在数字化时代，消费者的购物体验 and 售后服务同样重要。老字号品牌应当建立专业的客服团队，通过网络、电话、短信等多种方式提供及时、高效的售后服务，以提升消费者对品牌的信任度和忠诚度。

老字号品牌还应与时俱进，注重创新。数字化时代的消费者日新月异，老字号品牌需要不断更新产品线，结合时下热点和消费趋势，推出新品种、新服务等。同时，老字号品牌也可以通过与年轻设计师、创意公司合作，将传统工艺与现代设计相结合，创造出更具现代感的产品，在市场上获得更多关注。

6 结语

综上所述，数字化时代老字号品牌需要适应时代变革，通过数字化渠道、大数据分析、内容营销、创新和完善的售后服务等策略来提升品牌竞争力。只有不断创新和与时俱进，老字号品牌才能在数字化时代中焕发新的生机，赢得市场份额和消费者的青睐。

参考文献

- [1] 曲月欣.数字化背景下中国品牌的营销策略研究[J].现代营销(下旬刊),2020(10):72-73.
- [2] 孙敏强,吴素芳.老字号品牌在大数据时代的营销策略分析——以胡庆余堂为例[J].现代营销(下旬刊),2019(11).
- [3] 彭晶晶.老字号品牌内容营销的创新策略[J].湖北开放职业学院学报,2021,34(19):2.