

众筹一个亿 川渝火锅联手打造世界级品牌



●四川省火锅协会执行会长严龙接受媒体记者采访



●川渝两地火锅行业座谈会

李欣亿 陈碧红 宁宁

据川报观察消息,7月上旬,火热的山城重庆。四川省火锅协会旗下数十家火锅企业组团,与重庆市沙坪坝区达成合作意向。双方将筹资5000万元,通过联合成立公司,来统筹引领川渝两地火锅产业发展。

若把时间线拉长来看,这一定是川渝两地火锅界的重磅事件。因为在此之前的近20年,川渝火锅江湖的主题还主要是——“掐架”。

此次带队到重庆考察的四川省火锅协会执行会长严龙,直言不讳,“重庆火锅和成都火锅,是一场欢喜冤家。”

2002年,孔亮烤鱼火锅第一家店亮相成都新鸿路。紧随其后,刘一手、德庄、秦妈、苏大姐等为龙头的重庆火锅兵团大举进入成都,2005年,成都火锅店七成皆挂重庆旗号。之前红极一时的成都本土火锅热景益等,逐渐淡出市场。

面对重庆火锅的长驱直入,成都火锅显然不甘心,在学习和借鉴中追赶。2007年,成都火锅明显复苏。吸纳重庆火锅的技术、味道之后,成都本土兴起的蜀九香、麻辣空间等火锅店生意非常火爆,而老码头等老牌火锅也人气不减。这让重庆火锅的老大地地位岌岌可危。

2017年,重庆小天鹅火锅关闭成都多家门店。孔亮、刘一手等重庆老火锅品牌,也黯然淡出成都市场。

而与此同时,拥有互联网基因、擅长创新的成都本土火锅开始以全新形象在网络上兴起。小龙坎、大龙燚、蜀大侠等成都火锅品牌风靡一时。

各领风骚数载,在成都地区双城经济圈建设背景下,川渝火锅江湖将走向何方?两地能不能利用各自优势,共同将火锅产业做大做强?7月27日,记者采访了四川省火锅协会执行会长严龙、大龙燚火锅董事长柳鹭。

记者:您认为成都火锅和重庆火锅各有哪些优势和不足?

柳鹭:重庆火锅以牛油为主,成都火锅以清油为主,如果说重庆火锅是霸道厚重,那么成都火锅就是清俊脱俗,这是两地火锅在早期最明显的区分。随着社会生活工作压力的增大,重口味的火锅越来越被以年轻人为主的消费群体所接受,以大龙燚、小龙坎、蜀大侠等为代表的四川火锅品牌,也由此开始从清油火锅逐渐向牛油火锅融合发展,市场竞争也愈加激烈。

重庆火锅对食材本身特别挑剔,因此在包括锁鲜等技术研发上面起步较早,而四川火锅在品牌管理、市场营销、文化培植等领域则更胜一筹。

严龙:川渝两地火锅和餐饮各有各的特色,两地的火锅文化也大不相同,成都火锅更温和大方,团体模式,共同发展;重庆火锅更霸道独特,走个体发展。

记者:重庆火锅与成都火锅有哪些合作的空间?

严龙:近年来,随着交通越来越发达,在商务交流和外出读书就业等因素的带动下,火锅也逐渐走了出去,在市场细分领域之下,加快形成了一个完善的产业链,这让两地企业家看到了一个巨大的市场。

《2019中国餐饮大数据白皮书》显示,去年全国餐饮收入达到4.7万亿,其中,各类火锅消费达到1.5万亿,而麻辣火锅占到1万

亿,成为餐饮消费市场的绝对主力。

这样的消费数据意味着,川渝火锅的影响力和市场号召力在加速攀升,而要撑起这个拥有潜力巨大的消费市场,川渝火锅界就需要捅破这层“窗户纸”率先拥抱,通过整合两地资源优势,集各方之大成,共同做大做强火锅产业。

记者:推进合作,川渝火锅界有哪些具体的动作?

严龙:我们已经与重庆市沙坪坝区达成合作意向,通过联合成立公司,来统筹引领川渝两地火锅产业发展。初步设想是,川渝两地联手合作打造一个世界火锅新的项目,各取所长,相互促进发展,共同将火锅作为招牌走向世界。同时,我们还计划通过在南充、遂宁等城市站点分别举办火锅周、火锅节等,全面推动两地火锅产业联手发展的进程。

柳鹭:下一步我们将和广汉市政府联手打造火锅产业园,着力发展复合调味料等火锅后端产品,同时与重庆火锅产业链部分环节开展合作,共同打造代表四川研发、生产、品控、仓储物流等于一体的综合性产业园,全面壮大火锅产业。

除了火锅产业的“牵手”,川渝还有一些企业和商协会正在加速融入经济圈,应势布局,补链共生。

▼川渝合作相关链接

应势布局 新希望700亿元投向川渝

4月,新希望集团与四川省政府签署战略合作协议,计划3年内川渝总投资达500亿

资源整合抱团发展 打造“第一书记品牌”鹌鹑养殖产业

小小鹌鹑“育”出脱贫致富大产业,为当地村民带来脱贫增收的希望。广西南宁横县新福镇通过培植合作社,整合资源,贫困村第一书记抱团开拓销路,7个贫困村合力发展鹌鹑养殖,壮大村级集体经济,打造“第一书记品牌”,闯出了一条脱贫致富好路子。

在新福镇独村的鹌鹑养殖大棚,工人们来回穿梭捡拾新鲜鹌鹑蛋,并将蛋从养殖棚运到库房,包装、发货,忙碌有序。

新福镇鹌鹑生态养殖基地位于独村村委,占地面积200多亩。项目整合独村、北联、瓦灶、潘村、白沙等7个村的村民合作社,成立了广西新福福生态养殖合作社。合作社整合各方资金资源,一期建成4个鹌鹑养殖大棚、1个生活大棚、1个产品和物资大棚。基地一期工程建成后,养殖12万

羽鹌鹑,日产鹌鹑鲜蛋约1.2吨,产品销往南宁、广东等地,日销售收入达1.3万元。

“每个大棚养殖3万羽鹌鹑,由合作社成员认领养殖,集中在同一地方养殖,改变了各村单打独斗的格局,减少了场地、人工等成本,有利于降低风险,提高效益。”独村第一书记韦力翟介绍,基地采取“统一管理、统一养殖,统一销售”的模式,政府为实施主体,合作社具体对鹌鹑生态养殖基地的运作进行统一管理。养殖公司负责种苗饲料供给、技术指导、保障销售等。

该基地通过吸纳贫困户务工,培训养殖技术,带动他们实现脱贫致富。“我到基地务工后,收入增加了,家里还盖了新房,去年成功脱贫。”来自潘村的脱贫户梁家金笑着说。今年初受疫情影响,基地近30吨鹌鹑蛋滞销。为解决销路问题,新福镇党委、政府牵头



●横县新福镇鹌鹑生态养殖基地工作人员正在收集鹌鹑蛋。 黄汝德 摄

组织7个贫困村第一书记抱团组成销售团队,打响了新福镇“第一书记品牌”。

“当时,我们第一书记发挥后盾单位优势,向党政机关、事业单位售卖扶贫产品,鼓

励各类企业和社会组织参与消费扶贫。”韦力翟说,经过努力开拓销售渠道,积压的鹌鹑蛋销售一空。现在,这7个贫困村的第一书记仍坚持在周边市场和线上线下进行销售,持续拓宽销路,努力增加群众收入。

抱团发展不仅提高了扶贫产业抵抗风险的能力,还提高了扶贫产业的效益。“以前各村单打独斗,产业没有规模,加上运输成本高,抗风险程度低。现在,我们几个贫困村抱团发展、抱团销售,抗风险能力大大增强,村级集体经济收入也稳步增加。”新福镇潘村第一书记农树柳说。

据统计,今年以来,该基地以“第一书记品牌”销售鹌鹑蛋30.8吨,增加村级集体经济收入5万多元,有效减少了疫情造成的经济损失,推动当地鹌鹑养殖持续发展壮大。

(何任朗 陈寿欢 莫冰)

顺应绿色发展全新理念 打造“洛水山肴”公用品牌

7月29日,“洛水山肴”洛阳旗舰店正式开业运营,标志着河南省洛阳市洛宁县在农产品营销、区域公用品牌建设方面迈出了新的步伐。

“洛水山肴”顾名思义,山地所产,洛水滋养,精挑细选,上桌成肴。“洛水山肴”是区域公用品牌,由洛宁县与浙江大学中国农业品牌研究中心合作开创。该品牌以洛宁的农业环境、农作条件、农人特色、农产特征、农耕文化等方面的独特性为基础,形成品牌主形象、辅助形象、衍生形象等体系。

洛宁是传统的农业大县,农产品特色优势明显,近年来,洛宁县顺应绿色发展全新理念,依托土地、生态等资源优势,围绕建设全省高效特色农业示范区的发展定位,大力实施“质量兴农、绿色兴农、品牌强农”战略,以创建国家有机产品认证示范区、国家农产品质量安全示范区、全国绿色食品原料标准化生产基地为抓手,增强了农产品市场竞争力和企业可持续发展能力。

“洛水山肴”推出的特色农产品有30多种,包括水果类、杂粮类、肉蛋类、野生山茶等。

洛宁县农投公司董事长刘新延表示,下一步将通过培育、宣传、营销等策略,不断扩大“洛水山肴”系列农产品的对外知名度,把“洛水山肴”打造成为全国知名农产品区域公用品牌,真正实现“品牌带农、品牌强农、品牌惠农”的目标。

(黄红立 贺书云)

彰显南昌特色 演绎“夜游赣江”品牌

当下,夜间经济已成为城市发展的新发力点,提升夜间消费成为炙手可热的话题。到滕王阁旅游区游览、赏《滕王宴乐》精彩表演、乘观光游轮夜游赣江、在秋水广场观看一场喷泉表演,精彩的夜游景点让人眼花缭乱、心旷神怡。

精彩演出 点亮夜生活

到具有浓郁历史文化气息的滕王阁景区游览,成为许多南昌市民夜游的首选。7月29日晚,滕王阁景区内,不少市民站着观灯光秀和古装表演,人群中不时发出喝彩声。“平时晚上我都会出来散散步,早就听说这个演出很精彩,今天过来看看,确实没让我失望,灯光很绚丽,很震撼!”市民陈女士说道。

《滕王宴乐》夜游项目以滕王阁及“一江两岸”夜秀灯光为底色,以滕王画蝶、王勃诗序和临川四梦为文化背景,通过器乐、舞蹈、戏曲、情景剧、楚调唐音等艺术形式,倾心打造了一台实景化、沉浸式和体验型的文化旅游力作,为广大游客再现和营造了“大唐不夜城”的盛世繁荣景象。

4月24日起,滕王阁夜游项目恢复开放,为响应疫情常态化防控要求,滕王阁旅游区坚持疫情防控的各项工作,严格实行游客量管控,目前,夜游游客日均入园量控制在300至400人。

游船夜游 赏赣江美景

在碧波荡漾的赣江之滨,乘坐“滕王阁号”游轮,从滕王阁神风号码头出发途经南昌大桥、朝阳大桥、八一大桥,沿途可将南昌风景尽收眼底。赣江两岸灯火通明、流光溢彩,各种颜色的彩灯和赣江两岸建筑物,共同构成了一幅动态画卷。

这样的美景与南昌市“一江两岸”建筑外立面景观亮化提升改造工程(南延、北延)项目是分不开,该项目是江西南昌旅游集团高品质、高标准、高质量、高要求打造的一项民生工程,对提升南昌城市形象具有重要意义。该项目在目前国际国内的城市景观照明项目上,实现了国内最大规模的声光互动场景,国内首创多维江上夜游体验。

据了解,“一江两岸”景观亮化总长28公里,北延区为八一大桥至英雄大桥两岸;南延区为南昌大桥至生米大桥两岸。共囊括618栋建筑,其中,100米以上的高楼203栋,200米以上的高楼12栋,参与声光秀表演建筑362栋。

2019年4月,南昌市出台了《进一步促进夜间经济发展三年行动方案》,明确用三年时间打造一座“不夜城”。依托赣江两岸灯光秀、秋水广场音乐喷泉、《滕王宴乐》等特色打造“夜游赣江”品牌。在秋水广场和绿地缤纷城区域,打造市级地标性夜间消费街区,同时进一步完善赣江两岸的商业配套服务,拓展夜间旅游内容,扩大夜间旅游消费规模。

(肖周)

打造渔业品牌新名片 将“滨州特色”海洋和渔业发展进行到底

近年来,山东省滨州市海洋发展和渔业局立足滨州海洋资源禀赋和产业基础,重点对“水盐气电”为特色的海洋循环经济模式和以“虾贝虫藻”为特色的渔业经济模式进行培养。

全力“压榨”海洋价值 将资源科学“变现”

为培育“水盐气电”海洋循环经济模式,海洋发展和渔业部门从水、盐、气、电四个方向入手,促相关产业发展,打造现代海洋千亿级产业集群。

重点发展海水淡化产业。以鲁北碧水源10万吨/日海水淡化项目为突破口,充分利用沿海鲁北、大唐、魏桥等6座大型热电厂冷却海水余热资源,进一步完善“养殖-冷却-淡化-提溴-制盐”为主体的海水梯次综合利用产业链,推动沿海工业园区布局建设海水淡化工程,突破沿海企业发展用水难、制水贵的瓶颈制约。

重点提升盐化工业。以鲁北集团、汇泰集团等海洋盐化龙头企业为代表,充分利用沿

海300万吨海洋原盐资源,整合优势科技力量,推进苦卤高值化利用,延长盐-碱-电-铝及高端盐化工循环经济产业链,推动盐化工产业转型升级。

超前布局海洋油气化工业。依托京博、鲁北、鑫岳等龙头企业,聚焦聚氨酯、高性能纤维、纳米化工材料、无机功能材料等重点产品领域,进一步谋划储备一批重大项目;积极推动渤中19-6特大凝析油气田油气资源落地,超前谋划海洋油气化工业布局,引领产业发展;实施总投资500亿元的8个海洋化工重大项目,建设环渤海绿色油气化工业基地。

着力打造环渤海电源供应体系。科学开发滩涂太阳能、海洋风能等可再生能源,以通汇30万千瓦光伏发电项目为重点,加快推进总投资17亿元的3个风电场开发项目、总投资27亿元的2个渔光一体化项目,构建较为稳定的海洋蓝色能源供应体系。

“五手”齐抓 挥动特色渔业经济重拳

海洋发展和渔业部门不断壮大“虾贝虫

藻”特色渔业经济模式,全力打造国家级优质水产品基地。

以标准化养殖基地建设为抓手,强力塑造滨州对虾“繁育推”一体化发展体系。全市对虾放养面积80余万亩,年产量约11万吨,约占全省2/3,上半年完成新建工厂化养殖车间4.2万m²、改造标准化池塘5万亩、推广对虾“135”、分级养殖等养殖新技术12万亩,繁育优质对虾苗种320亿尾,种苗自主选育持续领跑全省。

以海洋牧场建设为抓手,着力提升贝类增养殖水平。在对近海14万亩滩涂贝类进行封滩护养的基础上,连续4年开展海洋生态牧场建设,累计完成2座海洋牧场多功能平台、海洋牧场“四个一”建设,投放牡蛎礁1万亩,吊养牡蛎3万亩,充分利用了近海海域上中下立体空间,实现了近海养殖的历史性突破,经济效益、生态效益、社会效益显著。

以卤虫加工贸易为抓手,积极融入“一带一路”国家战略。经过近40年的探索发展,滨州市的卤虫卵提纯、加工和贮存等技术水平世界领先,目前全市虫卵年加工量3000吨、产值约12亿元,约占全国市场份额的70%;

其中与友发公司、汇泰集团、通源水产等公司为主将卤虫卵加工贸易产业延伸到新疆、泰国、俄罗斯、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦等地,成为渔业援疆和参与“一带一路”建设的重要力量。

以渔业重大工程项目为抓手,培育海洋渔业转型升级新动能。沾化区冯家镇入选2020年国家农业产业强镇,获中央财政奖补资金1000万元、北海经济开发区海洋渔业生态产业园通过地方政府专项债券融资3亿元;市、县联动申报储备农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程、全国沿海渔港建设工程、现代渔业园区等6类22个项目。

以落实“品牌之策”为抓手,打造滨州渔业品牌新名片。推动渤海水产完成“脊岭岛”盐田虾绿色食品、地理标志产品、国际ASC认证,顺利进入日本市场,今年4月份通过俄罗斯注册准入,成功挺进欧洲市场,这将“脊岭岛”盐田虾品牌逐步推向高端,提升滨州对虾的国际影响力;邀请中国渔业协会到滨州实地考察滨州对虾养殖情况,推进“中国生态盐田虾之乡”建设。“滨州文蛤”“滨州金蚝”顺利通过国家地理标志证明商标认证。(滨日)