

上海成为 餐饮连锁品牌总部高地

近日,中国连锁经营协会联合美团在上海发布“2023 中国餐饮加盟品牌 TOP100”,榜单覆盖小吃快餐、休闲饮品、火锅烧烤等六大餐饮品类。数据显示,总部设立在上海的连锁加盟品牌数量达到 27 个,连续五年位居全国第一。

今年的榜单中,既有此前连续四年入选的杨国福麻辣烫、蜜雪冰城等 11 家品牌,也有首次入选的瑞幸咖啡、袁记云饺等 16 家品牌。

中国餐饮市场连锁化进程正持续加速。数据显示,从 2018 年到 2022 年,中国餐饮市场连锁化率从 12%提高到 19%。汉堡王中国董事会主席可汗表示:“上海作为餐饮连锁化前沿阵地,是我们了解中国市场的重要窗口。”汉堡王中国已在 200 个城市开出了约 1400 家餐厅,并计划今年新开 200 家。

同时,众多餐饮连锁品牌纷纷将上海视为新品首发、新店首开的重要选择地,并借助互联网实现服务创新和本地化突破,而首店的集聚和规模化也扩大了申城“总部经济”朋友圈,助力上海餐饮市场加速提振。

(俱鹤飞)

中粮集团在巴西 累计投资逾 23 亿美元

截至目前,中粮集团已累计在巴西投资超过 23 亿美元,已成为巴西玉米、大豆、原糖等主要出口商或加工商之一。

2022 年,中粮集团在巴西农产品年销量 3300 万吨、销售额 54 亿美元,成为巴西第五大玉米出口商、第六大大豆出口商、第七大原糖加工商,第一大对中国大豆出口商。

中粮集团作为中国最大、走出去最早的全局布局、全产业链农粮食品企业,已经成为连接巴西上游农业资源与中国市场的桥梁。近三年来,中粮集团从巴西累计进口农产品 3400 万吨,进口总金额 190 亿美元,并保持着增长态势。

巴西是世界第三大玉米生产国和第二大玉米出口国,玉米出口量超过 4000 万吨,约占全球玉米出口的四分之一,与北半球产粮国季节互补,可形成北美、南美、黑海互为补充的玉米多元流通格局,更好平衡全球玉米需求的季节性、区域性波动。

中粮集团相关负责人表示,把巴西优质农产品引入中国,既解决巴西农民农产品销售问题,也满足国内农产品需求,实现了互利共赢。今年以来,更多由中粮集团采购的巴西玉米正陆续抵达国内,有望实现巴西玉米常态化供应。

(王立彬)

唱响吉林品牌 搭建合作平台

近日,第二十二届中国绿色食品博览会暨第十五届中国国际有机食品博览会在安徽合肥举办。吉林省参展团组织 40 余家企业,携 200 余个具有吉林特色的绿色优质农产品组团亮相千年古城。

吉林展团是本届博览会最大的展团之一,以贯彻“推行绿色生产、发展优质产品、服务公众健康”为主题,以“展示成果、促进产销、振兴乡村”为宗旨,充分利用此次全国性展示推介的机会,在展出面积 300 余平方米的展区内,全力为吉林省吉字号绿色优质农产品搭建展示推介平台。

为更好宣传吉林省绿色优质农产品,唱响吉林品牌,此次展会以实物、图片和视频等多种形式,全方位、多角度展示、宣传和推介吉林省丰富的农业资源、优良的产品品质及农业绿色高质量发展成就。既展出了大米、玉米、杂粮杂豆、面粉等绿色优质农产品,也展出了人参、食用菌、葡萄酒、蜂蜜等多个具有本地特色的地理标志农产品,为推动吉林省绿色农产品产业发展、产品消费转型升级和促进绿色优质农产品走出吉林、走向全国搭建了合作交流的平台,为引导省内企业与国内外客商深度合作、洽谈和对接创造了更多机会。

(岳本奇 王伟)

消博会品牌荟萃 中国市场魅力“肉眼可见”

■ 王文博 吴茂辉 刘力慈

来自国内外的 3000 余个优质消费品牌前来参展,许多细分行业的国际头部品牌首次参展,一大批国内精品和老字号集中展示——正在海口举办的第三届中国国际消费品博览会(简称消博会)汇聚了众多全球知名品牌。

商务部部长王文涛用四个“更”描述本届消博会情况,即“更大规模、更优商品、更多配套活动、更高国际参与度”。业内专家和展商纷纷表示,作为连接两个市场两种资源的重要桥梁纽带,消博会多个方面的提升,展现了中国大市场的魅力,也为全球企业共享中国市场、中国企业走向世界创造了更多机遇。

更大规模更优商品 上千个新品首发首秀

今年的消博会阵容更加强大,展览总面积较上届增加 20%,也有更多优质商品。在海南国际会展中心 8 万平方米的国际展区,有来自 60 余个国家和地区的 2000 余个消费品牌参展,众多新品、精品集中亮相。

新品集中发布专区人头攒动,成为关注焦点。不少品牌选择在消博会上进行首发首秀,比如,全球首发的智能手机、养生椅、多功能蒸汽清洁机等,亚太首展的系列腕表等。据统计,消博会期间将有 300 多个品牌发布 1000 多个新品,着力打造全球消费潮流风向标。

除了精品展示,消博会上还有美食品尝。在中国意大利商会展位上,意式冰淇淋展台前排起了队,人们纷纷前来品尝这份意式“甜蜜”。“虽然只是一款冰淇淋,但也能走向全球。”该展位负责人张名锋介绍,希望借助消博会平台,传播意大利的冰淇淋文化。



●屈臣氏在展会上打造“健康新美学”O+O 乐园

张名锋的话也道出了很多参展企业的心声。佛罗伦萨小镇及 RDM Asia 首席执行官鲁墨睿表示,消博会是站在消费产业发展前沿、汇集全球顶尖品牌的盛会。企业将通过消博会洞察消费者需求,提供更加高品质的购物体验。

这也是消博会的重要目标之一。在消博会开幕式上,王文涛表示,中国拥有超大规模市场和内需潜力,2022 年社会消费品零售总额达到 44 万亿元。通过消博会,各国企业能够快速对接中国市场,共享中国发展机遇。

平台功能拓展 助力国内品牌“走出去”

不但要“买全球”,还要“卖全球”。本届消博会设有 2 万平方米的国内展区,向全球采购商和消费者集中展示中国消费精品,推动更多中国优质消费品走向世界。

外观霸道动力劲猛的新能源越野车、形

象可爱功能丰富的人形机器人……在旅居生活馆、国内省市馆等展馆,一系列充满科技含量又颇具个性的产品让人眼花缭乱,引得不少观众上前体验。

在上海艾纳诗科技集团有限公司展位,观众进入“深睡小屋”,体验快速睡眠。公司董事长办公室主任李景明说,今年是公司连续第三次参加消博会,“通过消博会平台展示,品牌影响力得到巨大提升。”

作为“国际时尚消费”代表企业,得物 App 也带来了 AR 虚拟试穿等新潮体验。得物 App 平台业务负责人李春露表示,消博会为全球企业共享中国市场和中国企业走向世界创造了新的机遇。“希望通过消博会平台,与更多国际品牌达成深度合作。”

此外,包括同仁堂、北京稻香村等一系列老字号也带来了丰富的产品,吸引国内外展商驻足。

毕马威中国副主席、华南区首席合伙人黄文楷表示,消博会汇聚了国内外优质消费

品资源,恰如一座桥梁,连接了中国与世界。

商务部研究院研究员聂平香进一步分析,消博会有助于实现“双向促进”,一方面,有助于推动全球企业和全球精品消费品牌共享中国市场;另一方面,促进中国企业和中国消费品牌更好走向世界,拓展中国经济发展空间。

溢出效应凸显 中国市场引力持续释放

在以展为媒、联通中国和世界市场的同时,消博会的更多溢出效应也在进一步显现。记者从海南国际经济发展局了解到,越来越多的全球投资者正涌入海南,寻求深化与海南自贸港的合作。新加坡丰益国际集团、凯德集团、樟宜机场集团等企业纷纷来海南对接合作项目。

消博会溢出效应显现,还体现在展会期间各种对接活动的丰硕成果上。比如,湖北代表团在消博会首日举力的招商对接活动,现场签约 28 个重点项目,签约金额近 300 亿元。

在中国社科院世界经济与政治研究所研究员高凌云看来,随着消博会等展览和交流活动深入推进,越来越多的跨国企业将进入中国市场,投资布局、落地生根。

中国大市场的活力和引力还有望进一步释放。中国(海南)改革发展研究院院长迟福林对记者表示,我国居民消费结构升级是一个基本趋势。预计到 2025 年,城乡服务型消费占比有望达到或超过 50%,到 2030 年有望达到 55%左右。他说,“14 亿人的消费结构升级,蕴藏着巨大的消费潜力。”

高凌云指出,中国坚定不移深化改革扩大开放,不断增强经济社会发展的动力和活力,将为国内外企业提供更多的市场机遇,也为世界经济恢复提供更多动力。

打造早熟荔枝品牌

■ 王伟

近日,在海南省乐东黎族自治县万冲镇友谊村,青红相间的“桂花香”荔枝挂满枝头,村民们忙着采摘、打包、装车……当天,这批荔枝就能够送到北京、上海等大城市的商场。

2019 年,万冲镇开始引进、种植荔枝早熟新品种,“桂花香”就是其中最具有代表性的品种。“受益于得天独厚的气候优势,万冲镇满足了‘桂花香’荔枝冬季开花、挂果时所需的温度条件,从而使其成为全国首批上市的荔枝。”万冲镇镇长唐白说。“桂花香”荔枝比其他荔枝主产地上市早两个月。



▶▶▶ [上接 P1]

广东新会 一块“皮”何以历久弥香

淘宝直播、小红书等平台,随之出现大量结合剧情讲解新会陈皮吃法和功效的商家。

新宝堂市场电商部相关负责人介绍,《狂飙》开播以来,线上各平台都有大幅销量上涨,店铺日销售额达上百万元;线下门店的增长也较为明显,尤其在江门市,不少剧迷打卡拍照后,会购买一份作为伴手礼带回家。

对高启强提到喝老陈皮对嗓子好的剧情,有网友直呼老陈皮买不起。那么,陈皮的值究竟几何?

2011 年,一份 1929 年的陈皮在首届中国新会陈皮文化节上被拍卖出每 100 克 11 万元的高价;2020 年,一份 55 年历史的老陈皮按每斤 200 万元拍出。

广东省中医药学会中药实验药理专业委

员会主任委员、暨南大学药学院教授聂红介绍,新会陈皮主要含黄酮类、生物碱类、柠檬苦素类、挥发油类和微量元素等成分。挥发油可以化痰止咳,黄酮类成分则具有调节肠道菌群的作用。新冠肺炎疫情发生后,陈皮也被 25 个省市列入新冠诊疗方案及全国《新型冠状病毒肺炎诊疗方案(试行第九版)》。

并且,陈皮内的黄酮类有效成分会随着年份增长不断转化,从而使药效更佳;气味也由青涩的果香,演变为陈皮特有的陈香,越陈越香,越陈越醇。

产业链延伸“推陈出新”

截至 2022 年,新会柑种植面积达 13.9 万亩,产业链总产值达 190 亿元,带动区内 6.5

万人、全国超 30 万人创新创业。

能不断推“陈”出新,在于新会人以制好每一块儿皮为基础,与各类元素结合,衍生出陈皮饼、陈皮茶、陈皮酒、陈皮菜、陈皮调味料、陈皮凉果、陈皮黑芝麻丸、陈皮咖啡等特色产品,以及陈皮虫、保健品等高附加值产品。

目前,涵盖药、食、茶、健、文旅、金融在内的全产业链,相关产品已达 100 多款。其中,被誉为“新会陈皮第一股”的新三板上市公司丽宫国际,即拥有陈皮酒、陈皮月饼、陈皮酱等 32 种产品,以及九项国内授权发明专利,年产值超过一亿元。

除了着眼于“皮”,柑肉也成为产业链延伸的“香饽饽”。

新宝堂以新会柑果汁为母液,结合新会

陈皮、人参、枸杞子、山楂等中药材,通过生物发酵技术制成有助于改善睡眠的的陈皮酵素;佰世富东方白兰地公司使用果汁超滤杀菌技术,将新会柑肉制成细腻的柑汁,并推出三款独具东方特色的新会柑果酿制酒,满足了不同场合、不同人群的消费需求。

此外,为破解产业和品牌发展瓶颈问题,新会区政府与江门农商行合作推出了柑树贷、陈皮贷、农业政银保、葵乡惠农贷等金融产品,为柑树种植户、陈皮商家解决了实际困难。

对于新会人来说,陈皮不止是产业、商品或投资,更是一种传承、一份牵念,是游子们最熟悉的乡愁,这份芳香经得起岁月历练,越久越温和,越陈越珍贵。

癸卯年
公益广告

低碳节能 绿色出行

让都市生活多一些绿色，多一些畅通，多一些健康，
因为建设绿色森林城市是我们共同的愿望……