



● 老乡鸡中央厨房，机器运转不停，工人忙碌有序。

数字化赋能 引领中式快餐 第一品牌新升级

■ 徐明 田晓滔 季云冈

一碗鸡汤卖出千家门店的故事，安徽人都不陌生。

1982年，老乡鸡董事长束从轩拿着结婚时父母给的一千元钱，开起了养鸡场。2003年，束从轩毅然进军中式快餐行业，“肥西老母鸡”第一家快餐店在合肥舒城路开张以来，“老乡鸡”快餐店如雨后春笋在全国大街小巷生根发芽。从一碗鸡汤到千家门店，老乡鸡用了20年；从养鸡场到中式快餐第一品牌，老乡鸡用了40年。

1月28日上午，安徽省“新春第一会”在合肥召开。大会通报表彰了2022年度对安徽省经济高质量发展作出突出贡献的企业，安徽老乡鸡餐饮股份有限公司榜上有名。

近日，记者走进位于蜀山经开区西区运河新城的老乡鸡中央厨房，厂区里大小车辆来回穿梭，车间内自动化生产线运转不停。

老乡鸡供应链副总经理董小磊介绍，“老乡鸡的线下门店全年都是正常营业，春节期间也没有打烊，一如既往地做好顾客用餐保障工作。”每年春节，都是老乡鸡订单高峰期，订单、销售额相比平时复合增长50%以上。“我们工厂工作到腊月二十九，只有除夕休息了一天，物流从年初一就开始正常发货了，公司年初三就全面复工复产了。”

“2022年，我们一、二、三产产值合计近75亿元，利润处于同行业前列。”过去一年，老乡鸡对全产业链进行了数字化赋能。从智慧养殖系统、全自动温控设备，到数字化门店管理，老乡鸡在数字化转型上已累计投入超3亿元，技术团队近百人，业务在线上实现了数字化协同。“依托数字化赋能研发出来的新产品卤肉饭，自2022年6月一经推出就好评如潮，半年时间单品就卖了1.14亿元。”正是靠着数字化、标准化，老乡鸡保证了风味的统一，实现了降本增效、提升了食品安全。

以匠心与细节提升产品体验，以全流程品控提升工作效率，顾客黏性进一步提升，同时，也拉动了营收增长。如今，老乡鸡的微信小程序会员数量从日活动量4000人跃升到20万人，会员数量占比提升到30%以上。

之所以有这样的变化，是因为中央厨房保证了标准化生产。在蜀山区运河新城的老乡鸡中央厨房内，有一个巨大的净菜操作间，采购、选菜、切菜、调料等各个环节均有专人负责。2022年投资兴建的热烹饪生产车间，总投资6000多万元，建成后能够保障1500家门店供应需求，将于2023年2月底全面投入使用，可以提高产能20%左右。董小磊还告诉记者，热烹饪车间的智能化水平提高到了一个新台阶，今年还将以此为蓝本对整个中央厨房进行升级改造，打造“数字化工厂”。

目前，老乡鸡在全国共有近1200家门店，2023年预计新增近200家餐厅，同步加强产业布局，力争在2023年完成上市工作，成为中式快餐全球第一品牌。

三只松鼠 聚焦坚果不意味放弃 其他零食品类

■ 王子扬

近日记者了解到，针对有投资者提出的“公司高管主张打造坚果心智，忽略休闲零食品牌发展”一事，休闲食品企业三只松鼠在投资者互动平台回复称，坚果是三只松鼠品牌最具竞争力的优势品类，但并不意味着对于其他零食品类的放弃。

1月20日，三只松鼠发布业绩预告显示，预计2022年净利润为1.2亿元—1.4亿元，同比下滑65.95%—70.81%，上年同期该项数据为4.11亿元。对于业绩变动，三只松鼠表示，报告期内，公司面对外部挑战，坚定战略转型方向和决心，稳步推进落实转型公告内举措。

2022年4月22日，三只松鼠在关于全面推进战略转型升级、迈向高质量发展的公告中提到，可能会面临聚焦坚果战略下优化SKU(Stock Keeping Unit, 库存量单位)带来的短期业绩影响。从聚焦坚果和打造多品牌模式出发，三只松鼠主品牌将持续缩减SKU，建立以坚果为核心的心智认知，对不符合品牌认知、单品规模不足、盈利能力不强、核心竞争力不足的多个品类逐步停止销售。

在此次回复投资者时，三只松鼠称，公司同步也在关注消费需求及市场变化，持续上新具有竞争力的精选零食，向高质量发展的新阶段迈进。

五常大米：向世界展示中国稻米

■ 冯昭

2022年12月，五常大米在中国品牌杂志、中国品牌网主办的“2022中国区域农业品牌发展论坛暨区域农业品牌年度盛典系列活动”中获评“新时代区域农业品牌十年·卓越影响力品牌”。

作为中国唯一集“地理标志保护产品、产地证明商标、中国名牌产品、中国名牌农产品、中国驰名商标”五项桂冠于一身的大米品牌，五常大米已成为高品质、高端化、国际化的代名词。

千年水稻 百年贡米

位于黑龙江省南部的五常市，是东北黑土地上的一颗“明珠”。

从水土状况看，拉林河、牤牛河、溪浪河、阿什河穿境而过，主要灌区水源始终有植被覆盖，经过几十公里后水温提高，腐殖质增加，微量元素含量丰富；土壤有机质含量达3.5%，pH值≤7.0，充分保证了优质稻米所需的养分和土壤要求。

从气候条件看，五常年平均气温3.5℃，平均无霜期120-140天，东南部高山遮蔽东南风，西部松嫩平原暖流直接进入盆地回旋，水稻灌浆期光照充足，昼夜温差大，使得干物质积累充分，成熟期集中。

五常地区种植水稻的历史，则可以追溯到六世纪。《吉林通志》记载，在唐朝初年的渤海国时期，五常境内的朱其川(后划归吉林省舒兰县)已有农民种植水稻。

但五常大米名声鹊起，还是近代的事情。

1835年，吉林将军富俊组织少数民族居民在这里引水稻，并把稻谷用石碾碾制成为大米，供皇室享用；1854年，清政府以儒家五常指地为名，设立了“举仁、由义、崇礼、尚智、诚信”五个甲社，并在半个世纪后正式设立了五常府。

五常大米“千年水稻，百年贡米”之说，由此产生。

“稻花香”里说丰年

上世纪50年代，五常水稻种植面积已有



近10万亩，但五常大米作为区域农业品牌迅猛发展，则始于上世纪90年代。

1993年，农民水稻专家田永泰在田间发现一株12棵穗的水稻，便将其作为种子进行栽培，成熟后香味扑鼻，因此将其命名为“稻花香”。作为黑龙江粳稻的一种，稻花香不但香甜可口、不回生，而且营养价值高，有机质平均含量在3-10%之间。

此后，经过多次研发育种，五常水稻品种更加优质、丰富。目前，以“五优稻4号”、“五优稻1号”为代表的五常大米品种，占五常市水稻播种面积的90%以上。

持续的新品培育，使五常大米屡次获得国内、国际认可：

1996年，获得中国国际食品博览会“国际食品质量之星”和“国际名牌食品”称号；2001年，被美国绿色营养协会认证为达标产品；

2003年，被原国家质量监督检验检疫总局批准实施原产地保护，两年后更名为地理标志保护产品；2006年，被原国家质量监督检验检疫总局授予“中国名牌”荣誉称号；2011年，获中国国际粮油博览会金奖；

2020年，入选《中欧地理标志协定》首批保护清单；2021年，五常市政府获批筹建五常大米国家地理标志产品保护示范区。

年，获中国国际粮油博览会金奖；

2021年，入选《中欧地理标志协定》首批保护清单；2021年，五常市政府获批筹建五常大米国家地理标志产品保护示范区。

被五常视为“掌上明珠”

2022年，五常大米品牌价值达710.28亿元，连续七年蝉联地理标志产品大米类全国第一。

一连串耀眼成绩的背后，是五常市政府持之以恒的支持与关注，五常大米也屡屡被写进《政府工作报告》。

2015年提出，修订完善五常大米质量检测标准，引进最新稻花香鉴别技术，为行政执法和检验检测提供有效技术支撑；加快推进国家级农业标准化水稻综合示范市、“五常大米”地理标志全国知名品牌示范区创建。

2016年提出，制定完善“五常大米地理标志保护管理办法”、“五常大米质量技术标准”；进一步完善防伪溯源体系建设，严格审核企业标准和防伪标识发放；加大对制假、掺

假、售假假行为打击力度。

2017年提出，提高生产标准、创新品牌营销、加强品牌保护。

2018年提出，将五常建设成全国大米交易及关联业务的运营、管理和服务中心，大米产业会展、体验、论坛、观摩中心，五常大米品牌文化宣传输出中心。

2019年提出，全面推行从种子繁育到加工销售的生产标准体系，完成《五常大米原产地生态保护及品牌提升规划研究》。

2020年提出，坚持“品种+品质+品牌”发展理念，完成编制《五常大米发展规划》。

2021年提出，打造国际稻米产业发展中心，完善五常大米质量标准体系。

2022年提出，实现标准化、产业化、集团化、品牌化发展，成为全国稻米行业标杆，向世界展示中国最好稻米。

生产加工迈进数字化时代

随着物联网、智能工厂等数字技术的广泛应用，五常市与时俱进，构建起稻米种植、加工到仓储、销售的数字化产业链。

在齐齐哈尔现代农业产业园高标准农田，摄像头和传感器可实时采集传输气温、湿度、土壤状况等数据。水稻种植从智能化浸种催芽开始，借力大田数字化系统，能实时掌握环境变化、生长情况，使高标准种植更精准。

在金禾米业的稻米加工数字化(智能)示范车间，从脱壳、谷糙混分离、色选、抛光到装袋，全部自动化完成，不但使稻米加工的品质和品相有所提升，还实现了节本增效。

与此同时，五常市大米产业服务中心还对物联网系统进行了升级改造，依托数字化溯源平台，向每个农户颁发“稻米销售卡”，稻农销售给加工厂的数量将完成双向确认，进而实现五常大米总量控制。

五常市还升级了大米溯源防伪系统，消费者购买五常大米，扫码即可完成从田间到舌尖的全程可视化追溯。

将稻作文化、数字科技融入以“仁义礼智信”为核心的儒家传统，不仅使五常大米成为提振区域经济的金字招牌，也使古老的农耕文明焕发出新的生机。

厦门五缘湾：从一片滩涂到世界湾区

■ 张启智 王玉松

从昔日“钟宅湾”的一片滩涂，到如今惊艳世界的超级湾区，二十余载峥嵘岁月，满怀志向的五缘湾如何完成进阶之路？今天，让我们来揭秘五缘湾的蝶变之路。

把最好的土地留给市民

五缘湾早前被叫作钟宅湾，二十年前还是一片晒盐场，它的蝶变之路，从环东路的开发建设拉开帷幕；它的全面崛起，得益于建设者们的长期深耕和奋力拼搏。

据厦门市原副市长、原五缘湾片区开发建设总指挥部总指挥潘世建介绍，五缘湾的开发建设当年有两种选择，一是拓宽原有老海堤，围海造地；二是跨海架桥，做大五缘湾内湾，把大海还给城市。“经过反复论证，我们毅然地选择了后者，果断拆除海堤，跨海建桥。海洋，是厦门的母亲，五缘湾的建设，就要为厦门市民提供更多的海洋环境”，潘世建说。

2002年，厦门市委、市政府启动了湖里五缘湾片区生态修复与综合开发工作。在城市建设者们二十多年的不懈努力下，五缘湾已成为岛内唯一集水景、植被、湿地、海湾等多种自然资源于一体的生态空间，是厦门岛内宜居度最高的片区之一。

20年前，这里是大片的滩涂，但20年后的今天，这里碧波万顷，白鹭纷飞，树木葱郁。在2020年4月，五缘湾片区的生态修复与综合开发成为国家自然资源部推荐的全国首批生态产品价值实现典型案例之首。五缘湾的华丽转身得益于“把最好的环境留给自然、文化和百姓”的设计理念。

作为展现厦门城市形象的新窗口，五缘湾充满浓厚的文化韵味。传扬“人道、博爱、奉献”精神的全国首个红十字文化广场、集纳了



“五缘湾的建设体现了人与自然的和谐相处，人们来这里，更像是进入到一个课堂。”潘世建说，“我们就是要把最好的土地留给市民，打造一个公园式的家园”。

打造厦门城市形象新窗口

经过长期的综合整治，五缘湾已确立了以生态居住、总部经济、高端商务、旅游度假、医疗健康等为主导产业，持续发展高集中度、高附加值现代服务业城市新区的定位，一跃成为岛内经济最活跃、最宜居的片区之一。不容忽视的是，在五缘湾华丽转身的过程中，文化扮演着重要角色。

作为展现厦门城市形象的新窗口，五缘湾充满浓厚的文化韵味。传扬“人道、博爱、奉献”精神的全国首个红十字文化广场、集纳了

30座世界名人雕塑的雕塑广场、展现残障人士自强不息精神的感恩广场、象征着厦门人走向大海的铜雕“启航”……一座座文化地标，彰显五缘湾的深厚内涵。

值得一提的是，2011年，备受瞩目的“厦门号”帆船在五缘湾起航，历经316天环球航行返回厦门，谱写了中国航海历史的新篇章。此外，五缘湾游艇港，已成为国内最具影响力的游艇港之一，除了促使厦门市帆船游艇制造和贸易、旅游体验、水上运动、赛事展会、综合服务全面蓬勃发展，还吸引了众多影响力赛事落地，让海洋文化于此焕发出新的生机和活力，为厦门逐浪世界文旅舞台开启全新篇章。

潘世建表示：“文化，为五缘湾的发展注入了活力，五缘湾的建设，是一次自然、人文、艺术的充分融合。未来五缘湾要建设成与海洋

密切相关的文化区域，引领厦门走向世界。”

高品质城市公共服务助力

居民的幸福指数是衡量城市高质量发展程度的一把标尺。除了“山青、水绿、天蓝”的生态环境以及浓郁、厚重的人文氛围，五缘湾还有极为丰富、便捷的城市公共服务，几乎满足了市民对城市生活的所有美好想象。

高站位的谋划、高标准的定位和高质量的建设，充分融入了五缘湾每一座民生配套工程的建设中。作为厦门市教育新名片的五缘学村，在建设之初就确定将五缘实验学校（九年一贯制）、厦门二中高中部、中央音乐学院鼓浪屿钢琴学校集中在一起办学，共享师资力量、教学设施。潘世建介绍，这是一次普通教育与艺术教育的有机融合，让不同年级的孩子在一个学校，这不仅在厦门是首例，在全国也是创举。

以复旦中山厦门医院、厦门大学附属心血管病医院、厦门弘爱医院、厦门大学附属厦门眼科中心等为代表的知名医院，已让五缘湾成为厦门首屈一指的医疗高地。潘世建说：“我们坚持把最好的土地留下来办医院，这里不仅风景优美、交通便利、安静清新，还可以更好地辐射岛外，为更多市民提供优质医疗服务。”

从厦门人眼中不适合居住的贫瘠之地到鹭岛人居建设的天花板，五缘湾用实力诠释了高质量发展的全新内涵。据不完全统计，五缘湾片区目前已建成10所公办学校、3家三级医院、10处文化体育场馆，随着更多的高品质民生配套陆续落地，五缘湾在加速迈向超级海港都市范本的征程中，还将创造更多惊喜。

产工业化标准茶饮快消产品，借助线上电商平台寻求增量的增长。

文志宏指出，不同企业应该有差异化的定位和经营的策略。

业内人士透露，蜜雪冰城在四川安岳的柠檬采购量已占当地适宜产能的三分之一，茶饮品牌吉茗、益禾堂等也在使用蜜雪冰城的柠檬供应链。品牌也可以逐渐向上游渗透，建立自己的供应链体系。

另一方面，随着数字化经济的发展，新式茶饮行业开始在电商领域发力，以便更方便地满足消费者的需求，像喜茶、奈雪的茶和蜜雪冰城等品牌都拥有自己的外卖小程序。记者留意到，有的品牌外卖小程序明确表示1公里内免配送费。

茶饮品牌“激战”县域市场

中国金融智库首席金融学家宏皓曾发文提出，应抛弃过去集中火力只发展大城市的思路，充分挖掘县域经济潜力。

文志宏认为目前县域广阔的消费人口和消费市场，意味着县城消费存在一定的增长空间。国务院发展研究中心数据显示，1472个县的县城和394个县级市的城区的常住人口超过全国城镇常住人口的四分之一。2019年我国县城社会消费品零售总额约5.1万亿元，占全国12.5%；县域社会消费品零售总额约18.4万亿元，占全国45.1%。

张晴告诉记者，海南几乎每个县城甚至乡镇上都有一间连锁奶茶店，其中大多数为蜜雪冰城或益禾堂，这些进驻的连锁咖啡店、甜品店平均客单价相对较低，甚至低于本土个体店。

2022年，蜜雪冰城发布通知宣布对全国乡镇市场开放加盟申请。根据通知，乡镇市场加盟费用标准与标准店费用一致。据了解，此前蜜雪冰城在省会城市、地级城市以及县级城市的加盟费分别为每年11000元、9000元、7000元。

然而，记者了解到，除了加盟费外，还有20000元的合同保证金、日常运营管理指导4800元/年、咨询服务2000元/年、设备8000元左右，以及原材料费用、房租、装修等，开一间蜜雪冰城加盟店合计费用37万元起。益禾堂、悸动烧仙草在乡镇地区的加盟费用也在20万元左右。

多元化寻求增量

多位专家表示，放开加盟或是企业原来

的自营模式带来的成本压力和营收增长压力所致。中国即饮行业仍处于不断拓展边界和多元化发展阶段，不同的品牌则需要根据自己的情况选择合适的方法寻求增量。