



## 阿里廊、曹操出行……中国元素闪耀巴黎奥运

■ 李文昕

当地时间 8 月 11 日晚，第 33 届夏季奥林匹克运动会在法国巴黎闭幕。这个夏天，巴黎奥运会场馆内外，丰富的中国元素引人注目。在“阿里廊”展厅尝试未来购物方式，在巴黎街头体验中国网约车平台服务，在“中国之家”感受中国体育品牌魅力……中国元素闪耀巴黎，给各国观众和游客带来全新印象。

### 打卡奥运“同款”中国科技

奥运会期间，在巴黎香榭丽舍大街东端，出现了一条 88 米的长廊。这是巴黎奥运会全球合作伙伴阿里巴巴设立的“快闪”展厅“阿里廊”。

长廊由 4 个“时空胶囊”组成，游客可在 AI 助手帮助下体验未来购物方式，包括设计数字形象、创造香水和美妆等个性化商品、定制专属音乐以及设定平行宇宙世界观。在最后一个“时空胶囊”中，游客的数字分身将穿上 AI 助手设计的服装，在平行宇宙中与现实世界的游客共同走秀。

“阿里廊”工作人员向记者介绍：“此次活动运用了基于阿里云通义千问大语言模型开发的智慧购物助手，希望带领游客体验 10 年后的购物感受。”

据悉，阿里云的云基础设施和服务支撑巴黎奥运会直播信号传输到全球 200 多个国家和地区，覆盖了一半以上的转播商。从这个意义上说，打卡“阿里廊”就是打卡奥运技术衍生“周边”。

记者实地体验发现，展厅中各国游客络绎不绝。工作人员说，每天的接待量在 1500 人左右。

当记者向游客询问体验感受时，“未来”“未来主义”等词汇频繁出现。来自德国黑森州卡塞尔的一名游客表示，AI 助手设计的数字分身很好看，让人看到自己最好的一面，中国技术走在世界前列。

巴黎小伙莱奥·热纳尔是一名销售经理。他说，进入“阿里廊”平行宇宙能感受到阿里巴巴的产品和服务非常个性化，对新事物的推荐也很及时。如此一来，人们不再需要在购物软件上大海捞针般找上好几个小时。“中国技术非常实用。”

### 体验中国网约车服务

走在巴黎街头，不时可看到车身上写着“Caocao”字样的汽车穿梭在车流中，原来中国网约车平台曹操出行早已“开”到法国。

2020 年，曹操出行进驻巴黎。据巴黎曹操出行总经理费鲁施卡·贝卡尔介绍，经过几年发展，公司在当地已拥有近百名员工，累计招募专业司机超过 600 名，已为 20 万人次提供出行服务。

巴黎曹操出行总裁刘胜说，该公司客户中，法国本地乘客占比超过 90%。奥运会期间，订单量同比增加 40%，主要客户包括相关国家奥组委及奥组委赞助商等，各国游客订单也有增加。

贝卡尔表示，未来将继续把中国网约车经验带到法国，大力推广绿色出行，提升乘客体验。

奥运期间，由中国一汽集团红旗汽车推出的红旗 E-HS9 等车型组成的车队也亮相巴黎城市主干道，展开一场“路演”，展示中国民族汽车品牌新能源转型的新形象。

### 感受中国体育品牌魅力

巴黎奥运会“中国之家”成为世界观察中国体育品牌的一扇窗口，中外参观者在这里亲身感受“中国智造”的魅力。

北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方健身器材供应商舒华体育为“中国之家”带来多款健身器材。在“中国之家”发起的全民健身打卡活动中，舒华智慧健身区受到欢迎，展现出中国体育品牌的“科技力”。

“中国之家”还展示了安踏和九牧王分别为中国体育代表团设计的领奖服和开幕式礼服等产品。参观者近距离感受服装的材质、剪裁和工艺，以及服装如何塑造中国运动员的“精气神”。

在“中国之家”院内，有一台红双喜制作的彩虹球台，不仅优化了桌面工艺，更让球台的摩擦、弹跳达到最优状态，实现科技与浪漫的融合。从 2000 年悉尼奥运会开始，红双喜已七次为奥运会提供比赛球台。

巴黎奥运会场馆内外中国元素“含量”高、“存在感”强，这与中国企业持续打造高品质产品和服务的努力密不可分。有行业人士指出，奥运会为企业提供了展示品牌实力的舞台，相信更多中国企业将从这里走向世界。

# 东北锅包肉“偏宠”吉林

■ 王晴

近日，一盘锅包肉带火了一座沿江之城——吉林市。当地举办的“世界锅包肉”大赛落幕后，锅包肉的热度一直未减。

随着“世界锅包肉之都”品牌越叫越响，吉林市不仅吸引了无数食客的目光，也成功地将自身的形象与特色美食紧密结合在一起，形成了一种独特的城市符号。这种城市品牌打造方式，不仅促进了当地餐饮业的发展，也为吉林市带来了更多的旅游收入和发展机遇。

### 打造“世界锅包肉之都”

“听起来有趣、看起来鲜亮、闻上去酸甜、吃起来可口、想起来回味”，锅包肉，作为东北经典菜肴里的“扛把子”，是东北人的“心头肉”。

日前，为了宠这块“心头肉”，吉林为它举办了一场世界级大赛。

6 月 29 日至 6 月 30 日，吉林市举办“世界锅包肉”大赛。本次大赛共有来自全国 11 个省、自治区、直辖市的 286 名选手，包括“八大菜系”代表及各地名厨，以及新加坡、印度、韩国等外籍选手参加。

“五仁锅包肉”“榴莲锅包肉”“咖喱汉堡锅包肉”……比赛现场，大厨们翻锅颠勺，一道道口味创新的锅包肉热气腾腾出锅，为来往游客献上一场饕餮盛宴。

自吉林市举办“世界锅包肉”大赛以来，全市餐饮业掀起了锅包肉消费热潮。全市 1.1 万家餐馆累计销售锅包肉 201.1 万份，拉动餐饮消费额达 3.27 亿元，同比增长 17.7%。全市里脊肉销量累计达 168.3 万斤，同比增长 46.7%。而通过一个个镜头，“世界锅包肉”大赛在线上的热度也不容小觑。6 月 29 日至 30 日间，抖音平台“锅包肉”的搜索指数环比增长 1430.5%，锅包肉话题视频播放超 40 亿次；在小红书中，“锅包肉”的热度环比增长 361.96%。

锅包肉大赛的举办不仅给吉林带来了热度，同时也给吉林带来了“人气”和“收益”。吉林市经济广播电台统计，6 月 28 日至 30 日，在铁路运行方面，吉林站到达人数 7.98 万人，同比增长 30.18%。在高速公路方面，吉林市辖区重点点位车流量达到 11.56 万台次，同比增长 30.59%。此外在住宿方面，市重点酒



店平均入住率由 54% 提升至 66.7%。

吉林市商务局党组成员、副局长仲伟岩介绍，吉林市将以世界锅包肉大赛为契机，对锅包肉产业发展进行长远规划，着力将锅包肉打造成地标美食，将吉林市打造成为“世界锅包肉之都”，为全国和全世界奉献吉林市味道。

### 不止于世界大赛

“世界锅包肉”大赛结束后，锅包肉依然吸引着全国各地游客前来品尝。“世界锅包肉”大赛金牌获得者之一厨师孙志刚在街边烹饪锅包肉免费发给市民及游客，面对长长的队伍，孙志刚每天都会制作 100 多斤锅包肉，甚至一度累出“表情包”。

外地游客的涌入，不仅让遍布市区的锅包肉餐饮人气爆棚，也让吉林市特色美食“崭露头角”。为了让这把“消费之火”越烧越旺，

吉林市商务局打出了“锅包肉 CP 组合拳”：“吃锅包肉一定要配舒兰大米饭，又香又甜；喝啤酒就喝华丹啤酒，‘没有华丹不成席’；如果要吃民族特色就再来碗吉林市的朝族大冷面……”吉林市商务局负责人连续多日走上街头，推介吉林特色美食。

而在对大赛进行“复盘”后，吉林市又拟组建吉林市餐饮名品推广办公室暨锅包肉办公室。邀请美食博主、网络达人加入，助力锅包肉推广工作，丰富和完善美食地图。

自“锅办”之后，7 月 19 日吉林又现新动作。据悉，72 家“世界锅包肉餐厅”在国内 8 个城市同步挂牌，分布在北京、天津、深圳、哈尔滨、长春、沈阳、吉林、梅河口，都是当地较知名的餐饮单位，他们用精湛厨艺烹饪不同风味的锅包肉美食。创建“世界锅包肉餐厅”，是吉林市推进以锅包肉为代表的吉菜文化高质

# 紧抓平价雪糕消费新趋势 广州老字号品牌焕新升级

■ 许宁宁 陈乐童

近日，“冰淇淋重回 5 元时代”登上热搜，今年夏天，平价雪糕成为雪糕市场的主流。在广东五羊冷冻食品有限公司总经理许文晶看来，雪糕消费逐渐从追求新奇和高价转向注重性价比，消费者选择产品更加理性，对于广东人熟悉的老品牌五羊雪糕而言是一个绝佳的市场机遇。

“高端化不代表高价。消费者愿意买，喜欢买才是真正的‘高端’。”许文晶表示，市场从不缺乏挑战和机遇，能够准确把握市场趋势，不断推出符合消费者口味和健康需求的产品、推出创新性营销模式的企业，才能在竞争中脱颖而出。

### 老品牌增添向“新”力 数字化智能化绿色化深度融合

“吃雪糕是一件快乐的事，如何能让这种快乐最大化，是五羊这些年的追求。”许文晶坦言，做企业，谁都想追求更高的利润。但如果为了追求利润让消费者不快乐，就失去了做雪糕的意义。

20 世纪 60 年代，广东的私人冰室开始卖冰雪球，但因为纯手工，成本高，最贵会卖到一块五。那时的五羊甜筒通过规模化生产，定价为三角四分，成为“冰室雪糕的平替”。这让



五羊雪糕一面世就脱颖而出，成为一代又一代广东人的夏日首选。

经历公私合营、中外合资，2021 年 5 月五羊雪糕正式回归国有。“作为老字号品牌，我们希望在提供更多平价优质产品满足消费者需求的同时，也传承这种务实的岭南文化。”许文晶说。

许文晶观察到，近年来，消费者的需求越来越个性化和多样化。“因此除了做好经典的五羊筒外，我们也推出更多更有特色的产品。例如灵感源自岭南糖水饮食文化，有地域特色风味的椰香芋泥和桂香雪梨，就受到了消费者的欢迎。”

“另一个特点是消费场景多元化。除了在夏季消暑解渴，雪糕在冬季、社交场合等非传统场景的消费也在逐渐增加。”许文晶举例，每年五羊雪糕都会亮相广州的多个花市、街道，让新年走花街的广州市民、前来广州旅游的外地游客甚至是外国游客尝鲜粤式雪糕。

# 广东高州龙眼成市场“宠儿”

■ 程景伟

广东茂名高州龙眼自今年 6 月底上市以来，立足粤港澳大湾区拓展销售渠道，迈出省外占领市场，漂洋过海卖向世界。

记者近日深入高州，探寻储良龙眼母树，走访桂圆加工龙头企业，体验这一传统水果的深厚历史文化，感受高州龙眼产业高质量发展带来的新变化。

在高州市分界镇储良村储良母树公园里，一株 300 余年树龄的储良母树枝繁叶茂，生机盎然。“今年从这株储良龙眼母树上采摘的龙眼有 300 多斤。”储良村党委书记、村委会主任莫潇介绍称，高州储良龙眼以其种植早，产量高、品质优闻名于世，具有悠久的历史底蕴。龙眼作为高州的地理标志产品，其母树源远流长，承载着世代高州人的记忆与情感。

以母树为根，高州龙眼遍地开花结果、蓬勃发展。高州是世界储良龙眼发源地，中国金牌龙眼之乡，龙眼种植面积超 33 万亩，年产量超 22 万吨，均居全国之首，全国 10 颗龙眼就有 1 颗来自高州。从 20 世纪 80 年代起，储良龙眼母树被以嫁接、圈枝等繁育方式推



广，在全球种植面积超 250 万亩，也是种植面积最大的龙眼品种。

果大、核小、肉厚、爽脆香甜的特征，让高州储良龙眼成为市场“宠儿”，备受消费者青睐。今年，高州储良龙眼线上线下销售同步火热，售价稳中有升。据高州市农业农村局统计，储良龙眼收购价每斤 8 元至 10 元，尤其是主产区分界镇的龙眼价格连年上涨，每斤龙眼收购价比往年高约 2 元。龙眼将持续上

市至 8 月下旬。

高州分界镇是全国桂圆加工第一镇，目前全镇有桂圆加工专业户 800 多户，带动全镇 2 万多人从事桂圆加工产业，顶峰时期，桂圆肉（干）日交易量过百吨，年交易额超 8 亿元。

“我们的桂圆畅销省内外，比如安徽、广西玉林的中药市场，都有我们的产品。”高州优源食品有限公司负责人介绍称，该公司有约 100 个工人，每年开工 9 个月，可以同时加

量发展一项重要举措，足可以见吉林对推广“锅包肉”的决心。

### 以“舌尖”带动“脚尖”

用美食带火一座城并非个例，2023 年，小火炉、小饼、秘制蘸料的“烧烤三件套”带火淄博；今年，一碗麻辣鲜香的麻辣烫又让天水“出圈”。

而对锅包肉的宣传也不只有吉林，锅包肉早已在哈尔滨和沈阳的美食名单上。2014 年，哈尔滨以锅包肉诞生过程中最关键的 3 人为标本推出三款“Q 版”锅包肉形象大使，以记录哈尔滨锅包肉的传承；今年 2 月，沈阳主持人带着锅包肉等沈阳美食亮相晚会。在此背景下，吉林市如何讲好自己的锅包肉故事，如何提升吉林锅包肉在东北三省中的竞争力才是关键所在。

有专家指出，品牌是地方特色美食的重要标识。通过打造独特的品牌形象，可以让消费者在众多美食中快速识别，并产生强烈的购买欲望。在品牌建设过程中，注重传承和创新相结合，既要保留传统美食文化的精髓，又要融入现代元素，使品牌更具时代感和吸引力。

提升品质和打造品牌是推广地方特色美食的第一步，更重要的是要关注游客的获得感和满意度。

另外，从推广经历来看，为推广地方美食而组建相应办公室或小组的案例也并不少见。此前，“沙县小吃办”“天水麻辣烫协会”“淄博烧烤协会”都是鲜活的例子。吉林市如何在“锅包肉办公室”挂牌后做出实在的成绩，也是其面临的挑战。

专家指出，在推广过程中，要深入了解消费者的需求和偏好，提供符合消费者口味和期望的美食。同时，要注重与消费者互动和沟通，积极收集反馈和建议，不断优化产品和服务，切实提升消费者的满意度。

目前来看，网红美食的生命周期越来越短，也没有哪个地方能长期保持网红城市的巅峰状态。以大赛为窗口，以美食为切口，吉林在此次的锅包肉宣传中巧妙地放大了宣传效应。吉林在接下来的举措中能否吸引更多的消费群体成为下一座“顶流城市”？如何利用“锅包肉办公室”擦亮自己的锅包肉名片？这些对吉林来说都是不小的考验。

们想通过这样的模式进一步强化五羊雪糕与广府文化之间的基因纽带。”许文晶对此引以为豪。

年轻消费群体是雪糕行业消费的主力军，近年来五羊也在产品创新、品牌营销等方面持续发力，进一步贴近“Z 世代”消费者。

“梦幻西游”联名款五羊甜筒尤其受到“90 后”粉丝的热捧，锦鲤造型的五羊飞鱼深受更年轻群体的喜爱，萌趣猫头造型的好脆致脆皮雪糕正中年轻“猫奴”下怀……“上一代的白月光”正在被新一代爱上。

除了对新品研发“上心”，五羊也在守护传统味道上保持“初心”。“这些年，我们在不断地唤醒广东人民的记忆，把原有五羊最经典的产品全部呈现到所有消费者面前，比如蛋奶批、红绿灯。”许文晶感慨：“前段时间，我们请到几位已经 80 岁高龄的老技术研发人员做品鉴官，他们说这是熟悉的味道。”

“五羊脆筒在广东连续 26 年销量第一。”许文晶透露，近年来，五羊正计划进军全国。对于省外市场，五羊雪糕将制定以品类带品牌的策略，以甜筒类产品的优势基础带动其他品类在省外市场的开拓。

在渠道开拓方面，许文晶表示，将守稳传统经销商阵地，也会积极探索新兴的渠道以及整个乳业平台的优质渠道资源。目前，五羊牌已经在京东、天猫、盒马、小红书、抖音等线上平台开通销售渠道。

工本地及从广西、越南、缅甸等地收购的新鲜龙眼。

桂圆肉是高州久负盛名的地道药材，有益气养血、健脾补心等功效，被誉为“南方人参”。据高州市农业农村局介绍，高州龙眼加工的历史可追溯到汉朝，加工品除了桂圆肉外，还有龙眼干、桂圆茶以及桂圆果粉等。目前，在高州多个镇、村和市场，龙眼加工交易一年四季不断档。

近年来，高州市分界镇在技术培训、产品研发、市场开拓三方面为桂圆加工产业注入新活力，如购置龙眼分拣机、桂圆加工智能烘炉等设备，提升桂圆肉加工的效率 and 品质；同时，鼓励支持当地企业积极研发新型桂圆干等新产品，如香水柠檬桂圆肉受到广大年轻消费者的喜爱。桂圆加工极大提高了产业附加值，据统计，去年该镇桂圆肉加工总产值同比增长 20%。

今年，高州承办广东省第一届农事运动会——广东龙眼“点睛”大赛，让更多人了解高州储良母树、龙眼文化，持续擦亮“世界储良龙眼发源地”“中国金牌龙眼之乡”的名片，以“小切口”推动高州龙眼产业大发展。