

做一碗“可以带走的小面”

重庆小面新的“打开方式”

“老板,来两小面!”一声清脆的吆喝,打破了清晨的宁静。大街小巷荡漾着油辣子、花椒、葱花等诱人的香气,是重庆人开启美好一天的“打开方式”。

遍布全市的小面门店成为山城的独特风景和文化符号。据统计,重庆市小面线下门店数量目前已超过 8.4 万家,每天约销售小面 1300 万碗。

长期以来,重庆小面产业链相对分散,品牌化程度较低,缺乏统一的品牌形象和认证,路边“小生意”难以做大做强。

2021 年重庆市大渡口区敏锐捕捉到了重庆小面在预制产品方面的市场空白和巨大消费潜力,在全市率先成立了重庆市小面产业园,联动“一二三”产业优势资源,大力推动预制重庆小面产业发展,做一碗“可以带走的重庆小面”,充分释放小面里蕴藏的产业能量。

从街边小店到规模化、工业化生产,从“碗”到“盒”的拓展,考验的不仅是装载方式的变化,更是面对不同消费群体的研发能力。

小面产业园内的井谷元食品科技有限公司,是全市首家获得“重庆小面”食品生产许可证的企业。企业负责人、重庆小面工业化促进会会长傅勇表示,“很多北方来的朋友感觉重庆小面的面条不够劲道。为了让重庆小面满足更多群体的需求,我们使用了 120 多吨面粉做实验,通过长时间研发,保证了面条的劲道,同时又保留了重庆小面的附味性,让消费者可以品尝地道的重庆小面味道。”

作为首批“吃螃蟹”的企业,井谷元研发的七款重庆小面系列产品推出后深受市场欢迎。据大渡口区商务委主任熊波介绍:7 月 2 日至 4 日,“与辉同行”专场活动走进重庆,重庆小面获董宇辉现场直播推介,金牌干溜、井谷元等品牌小面卖出超 50 万盒、销售额超 500 万元。

据介绍,为推动重庆小面产业发展,大渡口区与重庆市食品药品检测研究院等多家科研院所建立合作,搭建重庆小面检测、研发等公共服务平台,协助企业开展技术攻关。同时,还打造重庆小面“一站式”“标准化”原辅料供应链体系,带动原辅料实现工业化生产。

“目前,小面产业园已引有产业链上下游企业 69 家,覆盖生产、营销、物流、包装等全产业链环节。大渡口区经济和信息化委员会党组成员、副主任、重庆小面产业发展办公室主任李晓丹表示。

如今,在大渡口区,一条上中下游主配协同的小面产业链已初具规模。小面产业园的产值从初创时的 16.5 亿元增长至 50.8 亿元,累计培育市级以上龙头企业 5 家、国家级龙头企业 2 家,辣来主义、金牌干溜、井谷元、呼啦啦馆等一批行业知名企业在园区聚集。

2023 年以来,重庆小面产业陆续入选国家级“重点地方特色食品产业集群”“农业优势特色产业集群”建设名单,重庆也将其作为 5000 亿级食品及农产品加工产业的 12 个“爆品”之一进行重点打造,各项工作逐步驶入“快车道”。

产业发展标准对于保障预制小面食品安全和提升产品质量至关重要。当前,重庆小面的标准体系正不断完善,发布了重庆小面团体标准,生产技术规范、食品安全、门店经营服务规范等地方标准。

大渡口区还积极推进重庆小面预包装食品区域公用品牌建设,精心打造“渝面侠”重庆小面品牌形象,并连续多年举办“中国·重庆小面文化节”,进一步挖掘重庆小面的文化内涵、提升品牌价值。

近年来,借助西部陆海新通道和中欧班列等国际物流枢纽,重庆小面预包装食品已经“漂洋过海”到 30 多个国家和地区。今年以来,大渡口重庆小面产业增长势头强劲,预计全年营收将突破 80 亿元、迈向百亿大关。(杨仕彦)

陕京管道输气量突破 7000 亿立方米

国家管网集团 10 月 30 日宣布,陕京管道系统累计输气量突破 7000 亿立方米,为京津冀、陕晋蒙高质量发展注入“绿色动能”。

国家管网集团北京管道公司董事长唐善华介绍,陕京管道系统由陕京一、二、三、四线及永唐秦线、唐山液化天然气接收站、大唐煤制气管线等组成,构筑了“五大进京通道”和环京管网布局,总里程超 5500 公里,年输气能力 800 亿立方米。

自 1997 年陕京一线建成投运以来,陕京管道将来自陕甘宁、新疆、中亚、俄罗斯的天然气,输送到北京、天津、河北、陕西、山西、内蒙古等省份的 70 多座城市、1000 多家大中型企业,最大日输气能力 3 亿立方米。

运行 27 年来,陕京管道系统推动天然气在北京一次能源消费中的比重从 1997 年的 0.5% 提升至目前的 35.8%,使北京成为全球第二大天然气消费城市,带动我国天然气市场的发展。唐善华说,从清洁能源替代和环境效益来看,7000 亿立方米天然气的应用,折合替代标煤 9.32 亿吨,减少 10.24 亿吨二氧化碳、3360 万吨二氧化硫、5.08 亿吨粉尘及 840 万吨氮氧化物排放,为改善环境质量、建设美丽中国作出积极贡献。(戴小河)

火热的演出市场

■ 新华网记者 闫雨昕

演出市场热度持续升高,受到业内关注。大麦平台数据显示,国庆节假期期间(10 月 1 日—10 月 6 日),全国总演出场次较去年同期增加 28%,其中演唱会表现最为突出,场次和观演人次较去年同期均翻倍。

演出市场火热

据灯塔专业版统计,2024 年全国演出市场销售票房在 7 月 26 日就已超过 2023 年全年。截至 10 月 23 日,全国演出市场销售票房达到 180.26 亿元,销售票量 3435.6 万张,场次数 76.3 万,平均票价 524.7 元,高于去年的 486.2 元。

数据显示,音乐类演出是票房“主力”。截至 10 月 23 日,音乐类销售票房占总票房 92.5%,达到 166.75 亿元。戏剧、曲艺、舞蹈分别占比 4.3%、1.7%、1.4%,综艺、旅游演艺占比在 0.1%及以下。

从区域看,浙江、北京、江苏、上海、四川、福建、山东、重庆、山西和天津依次排在前十。

今年黄金周期间演出市场票房表现尤为突出。五一假期期间,5 天单日演出票房全部破亿,5 月 4 日更是创下 2.53 亿的单日票房纪录,音乐类目票房占 97.6%。

在竞争激烈的音乐类演出中,出场艺人是“引流关键”。以国庆期间演出为例,不少歌手、乐队行程安排紧凑,7 天内参与多场演出活动。

此外,参演艺人也从国内延展到海外,一些国际一线艺人“扎堆”在国内登场。比如,杭州“梦想未来·闪手手音乐节”五一档演出阵容中,海外艺人占比超过 50%。

“磁吸效应”明显

业内人士表示,占据演出市场主要比例的大型演唱会、音乐节释放的“磁吸效应”惊人。

有业内机构测算,一场演唱会期间,每 1 元门票收入能直接拉动主办地 7 至 8 元的餐饮、住宿、交通、文旅等消费。

正是基于演出中蕴含的新机遇,多地政府部门相继发布鼓励措施。比如,去年 6 月厦门发布相关政策,针对演唱会类活动减免场地租金高达 30%;今年五一期间,宜昌、太原联动多个景区凭演唱会门票免费游览;8 月,上海公安部门推出大型活动安全许可即日起可“一网通办”线上申报措施。

部分地区还通过直接补贴奖励的方式促进文化娱乐消费。比如,苏州近日提出,对每站次售票人数达 5 万人次的演唱会、音乐节,按每人次 15 元对主办单位予以奖励;福建则对单家演艺机构举办演唱会最高可获奖补 350 万元等。

来自西安的音乐爱好者王女士关注草

莓、迷笛等音乐节超过 12 年。她告诉记者,除了艺人阵容之外,也希望花两三天时间,在享受音乐的同时享受一个有质量的假期。

资深乐迷林先生说,今年已经参加过 15 场音乐节,曾为了喜欢的乐队飞行几千公里,第二天又跨越南北方,奔赴另一场音乐节。

中国演出行业协会发布的《2024 年三季度及国庆假期全国演出市场简报》显示,2024 年三季度和国庆假期,大型音乐节以在景区举办为主,且音乐节融入地方旅游生态,成为新景区“打卡”方式。

演出活动也衍生出不少消费新场景。记者注意到,如今在音乐节现场,不论是特色小吃、手工饰品、纪念品等,演出主题周边入驻的商家比以往丰富很多。

“很多主办方的官方文创周边都做得不错,比如我就会买一些‘刚需’周边,冷了买毯子,渴了买杯子,热了买扇子。”王女士说,现场餐饮也是消费重头。

在不少主办方看来,现在推一场音乐节更像是营销一种生活方式。它结合了音乐、旅行、艺术、集市等元素,契合当下人们对氛围感、仪式感的多样化、个性化需求。

火热的另一面

来自北京的陆女士因为一档综艺粉上了演唱会和音乐节,过去三年多的时间经常追线下。一场演出结束后,通常都会在朋友圈发一篇精致的九宫格。她表示,票价过千是常有的事儿,“我觉得有时候参加演唱会、音乐节也像‘拆盲盒’,值不值就因人而异了。”

演唱会、音乐节大受欢迎,意味着受众人群拓展、新入局者激增,也意味着行业必须面临的现实问题——口碑和票房。

不少乐迷指出演出市场火爆背后的另一面:无故取消、服务缺位、价格“背刺”、位置遮挡……今年一些音乐演出活动频频因“不可抗力”而取消或者延期,甚至有的因为现场设备音效差、现场秩序混乱等,而被全场观众喊退票“骂”上热搜。

有业内人士表示,近年来,各类音乐节、演唱会数量大增,观众选择余地变多,部分票房不及预期甚至无法回本也是意料之中。

“不是所有地区都有足够能力承办大型演唱会和音乐节,特别是一些中小城市、乡镇缺乏组织管理经验,在统筹保障方面难免有纰漏。”中国旅游研究院院长旅游研究基地首席专家罗兹柏认为,若承办方不能理性评估当地客流基础,不充分考虑地方管理能力,可能给城市带来负面影响。

乐迷也开始回归理性。王女士也认为,参加过的部分演出“凑数感”太强。“为了破圈是好事,但是吸引新观众的同时,也很容易流失原有的音乐节观众。”

来自北京的赵女士向记者吐槽,现在新人面孔撑不起主舞台,来来回回都是那些老牌乐队,票价倒是翻了好几倍。“新鲜感有,但是不多。”

3 个月内,长三角区域开通、试飞超 10 条低空载客航线,未来还将规划推进更多线路“飞的”来了,能否改变通勤和游览方式?

■ 裴龙翔

原先驾车从上海浦东国际机场前往金山水上机场,不堵车的情况下大约需要 1 小时 20 分钟,如今最快不到 20 分钟即可到达。未来,上海将持续拓展低空航线覆盖面,开通上海至江苏太仓、吴江等长三角区域低空航线。

最近,乘直升机俯瞰上海外滩,打卡东方明珠成为不少游客尤其是年轻游客的休闲放松之选。不少网友纷纷在网上晒出视频称:“从另外一个视角看上海,更加印象深刻,眼界开阔很多,原来城市这么美!”

上海早在 2015 年就曾推出低空游览商业化项目,但因沿途居民投诉等因素,项目推出不久即遇挫终结。此次上海中心城区再度启动低空游览,让人欣喜之余不禁发问:“再次飞来的直升机,能飞多久又能飞多‘高’?”

眼下,现代直升机逐渐从军用转向商用和民用,在多个领域都有着非常广泛的应用,在产业链发展、社会公共服务等方面发挥着重要作用,而正加速发展的低空经济,无疑成为直升机高飞的“东风”。

直升机魅力让更多人倾心

前不久,家住上海的吴女士和年仅 10 岁的儿子乘坐直升机,飞上云端。经过 10 分钟的飞行,直升机稳稳落地。

“我在空中看到了陆家嘴、双子山,全都尽收眼底,跟之前在地面看的感觉完全不一样。”“10 分钟不太够,希望下次还能感受空中观光的快乐”……走出机舱的吴女士和儿子依然难掩兴奋。

观光旅游仅仅是直升机应用场景的其中之一。

上海新空公司董事长曹新田介绍:“直升

机还可以广泛应用在通勤运输、抢险救灾、医疗救护、农林植保等领域,为百姓带来更多便利。”

今年以来,上海直升机通勤的线路不断增加。9 月 23 日,上海浦东-上海金山-浙江海宁双向低空载客航线,迎来正式开通前的试飞。当天,一架直升机从浦东星野飞行基地起飞 16 分钟后,顺利降落金山水上机场。随后,直升机又从金山水上机场起飞,20 分钟后落地浙江海宁,初步定价为单程每位最低 1400 元。

试飞直升机机长徐建军算了笔账:“‘打飞的’将大大节省各个交通枢纽之间的通勤时间。原先驾车从上海浦东国际机场前往金山水上机场,不堵车的情况下大约需要 1 小时 20 分钟。如今,不到 20 分钟即可从浦东到金山。”在此之前,我国首条跨省定点低空客运航线,上海浦东-江苏昆山双向低空载客航线已于 8 月 10 日试飞成功,并于 8 月 18 日正式开通。

记者了解到,未来,上海将持续拓展低空航线覆盖面,开通上海至江苏太仓、吴江等长三角区域低空航线,同时开通浦东国际机场至宝山上海国际邮轮旅游度假区等市内低空旅游航线。

“天花板”逐步被打开

时间回到 2015 年“五一”假期,上海首条黄浦江直升机空中游览项目开行,但仅开行 3 天就遭到沿途居民的投诉,即使企业提出“将项目爬高改线以减少噪声”,最终还是没了下文。

游客的安全顾虑也是影响直升机项目推广应用的重要因素。记者了解到,近年来,直升机事故在海内外时有发生,事故的原因有



●2024 年 6 月 30 日,甘肃敦煌,月牙泉景区万人星空演唱会。图片来源:视觉中国

还有什么“新玩法”

站在城市经营的角度,如何能借助高投入、高配套需求的演出产品,有效承接住演唱会、音乐节所带来的流量,促成更多消费决策,是主办地的必答题。

罗兹柏表示,对城市而言,演出不应仅仅停留在娱乐产品是否火爆本身,应把它当作人们延伸城市认知的机会。“通过大型音乐演出活动的宣传、引导效应,更好地实现、提升城市的商业价值。”

重庆市文化和旅游发展委员会市场管理处有关负责人表示,将继续推动“演出+旅游”融合发展模式。如引导国有文艺院团、国有剧场与社会力量打造精品“演艺+旅游”产品,支持 5A 级旅游景区、国家级旅游度假区推出常态演艺项目,因地制宜推出一批看演出主题旅游线路。

有从业人员表示,特色地貌的场地、独特

的旅游属性等是未来行业挖掘的侧重点。

“体验才是这类音乐演出项目的核心需求”,该从业人员认为,主办方在策划时,只有创造出富有特色的音乐演出场景,给观众带去更多新奇的现场体验,才能促进现场周边产品、食宿等二次消费。

一位观众向记者描述今年 9 月参加 2024 阿那亚·虾米音乐节日出专场的场景:和早早来到阿那亚的朋友们一起在海边,伴随着音乐和歌声,在大雨中从黑暗等到日出时分,“感受到纯粹的浪漫”。

“演唱会、音乐节本身是对生活方式的一个渗透”,罗兹柏说,“演出可能是阶段性的,但对整个生活美学和休闲体验的拉动,才是人们长久的、终极的追求。”

业内人士认为,演出市场的规模并不会萎缩,因为歌迷和观众的习惯已经建立起来,文化娱乐已经是人们生活中必不可少的一部分。(陶玉莲对本文亦有贡献)

直升机行业未来能飞多“高”

据不完全统计,过去 3 个月内,长三角区域有超过 10 条低空载客航线实现了开通和试飞,苏州、南通等地均搭上了这波“东风”,未来还将规划推进更多线路。

那么,未来直升机行业能飞多“高”?2021 年 2 月,低空经济被正式写入《国家综合立体交通网规划纲要》。2023 年,中央经济工作会议进一步提出打造生物制造、商业航天等若干战略性新兴产业的目标,一系列政策的出台让相关从业者对未来充满了信心。

曹新田表示,我国低空经济的快速发展受益于政策的有力支持,国家高度重视和地方的积极布局,不仅为低空经济的成长提供了坚实的基础,也指明了发展方向。

例如,今年 7 月,《上海市低空经济产业高质量发展行动方案(2024—2027 年)》发布,其中提到,到 2027 年,建立低空新型航空器研发设计、总装制造、适航检测、商业应用的完整产业体系,核心产业规模达到 500 亿元以上。另外,将打造沿景观水系等区域的低空文旅空中走廊,在具备条件的旅游景区和度假区、郊野公园等适航区域开展商业载人观光体验。

上海市经信委相关负责人表示,目前,上海正布局建立低空新型航空器研发设计、总装制造、适航检测、商业应用的完整产业体系。同时,联合长三角城市建设全国首批低空省际通航城市,建成全国低空经济产业综合示范引领区。

采访中,曹新田向记者讲述了之前在国外只需凭直升机驾照就能租到直升机翱翔天空的经历,他也对国内相关行业的发展踌躇满志,“只有天空是极限”。