

“老字号”集中展销 123 家厦门老字号获颁牌

近日,23 家新获认定的“厦门老字号”,及 100 家通过复核的“厦门老字号”,被授予牌匾和厦门老字号标识使用权,这标志着历时近一年、由厦门市商务局等五部门联合开展的新一批厦门老字号认定,和现有厦门老字号复核工作圆满结束。

在授牌仪式上,市商务局向市文化和旅游局、市市场监督管理局、市文物局、市知识产权局、市委办等单位赠送了《厦门老字号名录》。该名录收录了厦门行政区域内的 130 家老字号企业(含中华老字号、福建老字号),从创始时间、创始人、主要产品、技艺、服务和企业发展历程等方面进行了简要介绍,对老字号起到了去伪存真、正本清源的作用,同时也为老字号的宣传推广提供了有力支持。

“老字号”企业代表们沉浸在喜悦之中,厦门宾馆、豪客来、古龙分别代表厦门老字号新老成员上台发表感言,分享了各自品牌的辉煌历程和未来展望。据介绍,自去年 11 月起,厦门老字号标志启用了新的标准式样,不仅体现了中国传统文化和国际化的要求,也更加规范地展现了厦门老字号的形象。此次被授予老字号标识使用权的企业,可以在相应产品或服务的包装、门店装潢、各类资料、广告宣传及互联网等媒介中规范使用这一统一的标识。

授牌仪式结束后,由厦门市商务局指导,思明区嘉莲街道办事处、厦门市百年老字号研究院联合主办的嘉莲里文旅街区老字号嘉年华市集,同步拉开帷幕。近 40 家厦门老字号的展品琳琅满目,物美质优,吸引了众多市民和游客前来品鉴和购买。该活动进一步推动了嘉莲街道夜经济的发展,为打造国家级夜间文化和旅游消费集聚区积蓄了动能。

(吴馨骅)

西安老字号焕发新活力

杨明 南江远

油泼辣子桃酥、速食小炒泡馍……在第 14 届中国国际商标品牌节展览中,众多西安老字号以“年轻时尚”的面貌出现,让国内外参观者感慨“原来老字号也可以这么潮”。记者了解到,随着“老字号+新产品、新科技、新业态”等融合创新模式的相继推出,西安老字号走上了守正创新的高质量发展之路。

让年轻人喜欢上老字号

“醃皮太好吃了,我想买一点带回去!”45 岁的沙特参会嘉宾穆罕穆德在盛志望麻酱醃皮展台品尝了醃皮后,当即就准备购买带回沙特。在得知这种醃皮全国首创鲜湿保存技术,可以常温保存 18 天时,穆罕穆德竖起了大拇指,当即留下名片,准备洽谈后续合作事宜。

老字号“坊上人”除了带来腊牛肉等十余种传统食品外,还针对当下年轻人喜欢的口味研发出速食小炒泡馍、文糕糕点“长安御酥”等产品,受到不少年轻人的追捧。

“作为老字号,在做好传承的基础上,还要去适应市场,尤其是应该让‘90 后’们喜欢上老字号。”坊上人展台负责人盛中国告诉记者,现在年轻人喜欢吃有特色、有口感的美食,“下一步我们准备将坊上家常菜挖掘出来,开发新品,比如坊上人常吃的酸菜泡馍、萝卜泡馍等等,扩大老字号的影响力。”

作为西安地方酒的唯一老字号,西安酒厂不仅带来了十余款文创特色酒,还特意展示了“西安秦汉酒文化园”。这是全国首个将老字号与文旅结合的 3A 景区,为老字号振兴注入新活力。西安酒厂位于来家崖酿酒文化遗址,是中国最早酿酒之地,它提供了中国酿酒的最早证据,具有悠久的文化历史积淀。景区通过“全域旅游+酒园研学+体验消费+社交消费+互联网”的全产业链模式,成为陕西最大的酒文化创意体验产业园。

老字号是城市文化传承“活化石”

西安老字号创新远不止如此,振龙调味品带来了数十款新品,其中低盐低脂的健康调味品备受关注;喜神醪糟带来速溶醪糟产品;秋林推出油泼辣子桃酥……成为全场活动的焦点。

“老字号是城市文化传承的‘活化石’,在建设自主品牌、促进消费等方面具有不可替代的作用。”西安市老字号产业促进会相关负责人表示。

记者从市商务局了解到,西安将加速国际消费中心城市培育,打造国际美食之都,消费市场正在释放蓬勃活力。2023 年,西安市商务部门组织了“西安美食中华行”成都、济南、厦门站活动,认定 93 家“2023 西安国际美食之都品牌店”,举办首届西安国际美食博览会,国际美食之都建设纵深推进。今年,还策划举办西安国际美食消费季主题促销活动,实施老字号和特色餐饮企业进街区、进社区、进景区、进平台、进校园“五进活动”,以文旅活动和体育赛事带动餐饮消费。

“加减乘除”看创新 荣耀公司致力打造“全球标志性科技品牌”

卢泽华

说起荣耀公司,曾经的艰难时光历历在目:2020 年品牌独立时,海外门店关掉大半,市场份额跌破 3%……荣耀能“荣耀”吗?当时许多人也不乐观。

4 年过去了,荣耀手机出货量已稳居全球第一方阵。挺过风雨见彩虹,靠什么?答案,藏在“加减乘除”的创新法则里。

技术攻关做“加法”

全球专利申请数已超 2 万件,并以每天 10 件的速度上升;研发人员增至 9000 人,较一年多前翻番;

研发投入增至营收的 11.5%,超全球同行均值近两倍……

“时间不等人!我们正加快布局,加紧研发、加大出货量、加强自主性……”荣耀研发管理部工程师胡民用了 4 个“加”字。在他身后,一条 150 米长的生产线紧锣密鼓运转着各道工序,每 28.5 秒“出炉”一台手机。

巴掌大的手机主板上,机械臂操作灵活。胡民拿起一块样品:“别看它小,身上嵌着 2000 多个组件。对研发者来说,每个组件都是一道关。创新,就是‘闯关’。”

走进荣耀研发大楼,“闯关者”集聚。声学实验室、影像抓拍室、信号测试室……手机结构的每一个部件,都能在这里找到对应研发平台。

为提升“闯关”效率,荣耀创建了自己的人工智能仿真实验室。迈入实验室大门,一块硕大的电子屏映入眼帘,屏上的动态模拟图犹如精密的电路板——线条的转向、点位的闪烁、颜色的变幻,每一处电子信号的更迭,都标示着不同实验结果。屏幕对面,十几排一人多高的超算服务器阵列井然,源源不断吞吐着亿兆数据。

“仿真实验就是用计算机模拟现实,进行创新实验。目前,我们的仿真精度已达 85%以上。”荣耀仿真领域技术负责人胡伟举例,“今



● 荣耀质检测试车间

年,我们重新设计了折叠屏手机铰链,如果请工程师去做,需要 6 个月。使用仿真,可将设计周期缩短到 2 个月,而且指标更优。”

瞄准痛点做“减法”

机身厚度从 9.9 毫米减至 9.2 毫米;手机重量从 237 克减至 226 克,开发多种轻型材料;

用眼负担减少约 20%……这是荣耀折叠屏手机的最新参数。在生产精度已达微米级的手机制造业,这“0.7 毫米”“11 克”“20%”的“减法”并不容易。

给手机“减肥”,要将所有零部件重构。荣耀电池技术负责人卢青云展示了一张“卡片”：“这是我们的自研电池,厚度只有 2.5 毫米。”荣耀折叠屏手机之所以做到全球最薄,这块“卡片电池”功不可没。

除了机身厚度,消费者普遍关心的还有折叠屏耐不耐用。

在荣耀质检测试车间,手机正经过一道道质检工序:高强度水柱喷洒、洗衣机滚筒搅拌、大理石地面跌落……“我们有一套严格的质检体系,包括 100 万次按键测试、80 万次触摸屏耐久性测试,75 摄氏度温差循环测试等。”荣耀高级质量工程师杨瑞说,在荣耀,没

跑过“马拉松”的手机,走不出生产线。

“不论是机身变薄,还是严格质检,都是以人为中心的体现,痛点在哪儿,创新目标就在哪儿。”杨瑞说。

涵育品牌做“乘法”

年手机出货量逾 5000 万台,3 年间增长 3 倍;销售网络覆盖 100 多个国家和地区,3 年间扩大 4 倍;海外销售额不断提高,年均增长 2 倍……

业界常以“乘数效应”来形容品牌影响力——品牌打响了,就能带来数倍的经济效益。荣耀终端有限公司首席执行官赵明讲了一个故事:有一年,他去欧洲做市场调研,刚出机场就吃了“闭门羹”。欧洲企业非常坦率:“如果你们只做同质化的低端机,还请另择他途。几家老牌厂商已占据主要市场,这里没有你们的‘蛋糕’。”

这次欧洲市场调研,让荣耀确立了以创新打造“全球标志性科技品牌”的目标。“靠模仿,永远做不出品牌。打造高端品牌,只有自主创新一条路可走。”赵明说。

循着这个思路,荣耀在“差异性”和“精准

300 多年的宣威火腿成老百姓增收“金饭碗”



“宣威火腿远名扬,饮和食德传四方。只是听说不得吃,不知哪天亲口尝……”在云南省曲靖市宣威市,这首云南山歌《宣威火腿天下香》可谓家喻户晓。山歌通过男女对唱的方式,生动地唱出了宣威火腿“肉质馥郁、咸香丰润,食之令人食指大动”的独特魅力。如今,宣威火腿已成为当地支柱性产业和老百姓增收致富的“金饭碗”。

自清朝初年,宣威当地开始普及火腿制作工艺以来,宣威火腿历今已有 300 多年历史。1909 年,宣威人浦在廷创办“宣威火腿股份有限公司”;1915 年,浦在廷送展的宣威火腿在美国旧金山举办的首届“巴拿马太平洋万国博览会”上获得金奖。时至今日,宣威当地老百姓娶亲嫁女,仍有送上两只整猪腿并留有猪尾的宣威火腿作为聘礼的习俗,寓意有头有尾、白头偕老。

历经多年发展,宣威火腿获得国家地理标志保护产品、地理标志证明商标、中国驰名商标、中华老字号等多项国家级荣誉。宣威火腿制作技艺还被列入《国家级非物质文化遗产保护名录》。

2023 年以来,宣威市委、市政府紧紧围绕

曾有一段时间,产值增长缓慢、产品结构缺乏创新,宣威火腿产业发展步入瓶颈期。在宣威市宣特食品(集团)有限公司董事长王丽萍等当地多位企业家看来,“经过多年发展,无论是量的增长,还是质的飞跃,火腿产业都已经很难再突破了。”

一产增长缓慢、二产精深加工有待创新,百年宣威火腿产业要如何才能持续地高质量发展?对此,宣威市创新原有模式,转变工作方法,明确新的发展思路:贯通全产业链发展,向三产文旅产业要效益。

把宣威建成优质火腿及肉制品加工基地的定位,积极探索实践“文化+旅游+工业”发展模式,聚力打造集火腿文化展览、企业生产加工、产品展示销售、检验检测、游客品鉴体验等功能于一体的高端食品产业园,实现宣威火腿“产地园区化、产品系列化、品质高端化”,推动农文旅融合、一二三产协同发展。

目前,宣威市已建成中国·宣威火腿博览馆,并打造了宣威火腿文化主题步行街、非遗传习馆、宣威火腿庄园等乡村文化旅游景点 29 个。其中,复兴稻田冲、东山火石盆、西泽戈平 3 个宣威火腿庄园已建成开园,普立老厂、东山芙蓉、杨柳可渡 3 个宣威火腿庄园也即将开园迎客。

走进位于宣威市城郊的复兴稻田冲宣威火腿庄园,火腿工艺非遗传习馆、火腿发酵库、认养菜地、有机稻田、星空露营地、烧烤一条街、咖啡馆、老房子餐厅、风情民宿等设施一应俱全。古文化村、风吹稻浪与现代潮流文化的多元结合,让游客来到庄园,不仅可以亲手制作宣威火腿,还可以在稻田里写生、下水塘捉鱼和露营地烧烤,沉浸式体验火腿文化

化”上做文章。欧洲人对办公便捷度要求高,荣耀就重点推广独有的文件传送功能:手机文件,只需将手机拿到电脑旁,就能用鼠标拖进桌面;拉美的消费者希望手机更耐摔,荣耀就推介自研的“巨犀”玻璃,它能将手机在砂石路上的抗跌能力提升 10 倍……

在赵明看来,打造“全球标志性科技品牌”,荣耀还有很长一段路要走。“全球竞争,是人才、运营和创新思维能力的比拼。涵育全球化品牌,需保持日拱一卒的毅力。当量变引起质变的时候,几何级的‘乘数效应’就会产生。”赵明说。

合作共赢做“除法”

同复旦大学成立联合实验室,填补多个手机人工智能大模型空白;同中国标准化研究院合作,开发出“类自然光护眼技术”;同京东方组建联合实验室,开发出亮度、寿命均居全球顶尖水平的屏幕……

“创新不能单打独斗,需要整条产业链协同努力。大家一起做‘除法’,才能更好找到‘最大公约数’。”荣耀研发管理部高级工程师王明涛介绍,目前,荣耀已与 370 多家合作伙伴实现联合共创,设立各类联合实验室。“就拿荣耀电池来说,合作伙伴有小体积电池的技术储备,但一直没有深度开发,而我们掌握消费者具体需求。双方进行联合研发,就明确了‘做最薄电池’这个努力方向。”

荣耀的成绩,就是在广东、大湾区乃至全国统一大市场中不断寻求“最大公约数”才取得的。在珠三角,1 小时就可以配到一部手机 95%的零件,充满活力的产业内循环体系,不断推进创新链、产业链、人才链深度融合,激发着企业创新活力。一条数据最能说明问题:在深圳,90%以上的研发机构、研发人员、研发资金等都在企业上。

“这些年,国家不断推动高质量发展、加快发展新质生产力,为企业孕育了创新的沃土。向下扎根,才能向上生长。我相信,产业链上的所有企业一同‘扎根’,就能长出一片繁茂森林。”赵明说。

与田园风情的深度融合。

复兴稻田冲宣威火腿庄园总经理庄子松介绍,自今年 9 月开园以来,前往庄园旅游打卡、休闲度假、康养旅居的游客数量持续攀升,老房子餐厅、咖啡馆、稻田麦浪等特色业态已成为游客打卡的网红景点,周末两天时间庄园接待游客数量均超过 1000 人次。

“现在,游客白天到尼珠河大峡谷一览辽阔壮丽的峡谷风光,下午在火腿博览馆和火腿庄园体验百年宣威火腿非遗技艺文化传承,晚上又去火腿文化主题步行街购物品咖,成为一种新时尚。”宣威市文化和旅游局相关负责人介绍,随着更多的游客来到宣威,进一步带动了本地火腿系列产品的消费,宣威火腿文化也有了更大范围的传播。

全产业链的发展方式让百年宣威火腿产业焕发出新的活力。据宣威火腿产业服务中心统计数据显示,2023 年,宣威全市火腿产业产值达 110 亿元;2024 年 1 月至 10 月,宣威市实现火腿产量 6 万吨、火腿产值 97.14 亿元,预计全年实现火腿产量 7 万吨、火腿产值 115.2 亿元,同比将分别增长 0.72%和 4.55%。(路文清)

绿橙香飘大湾区 琼中品牌闪耀鹏城

张野

秋风送爽,绿动鹏城,琼中的橙香还是飘到了深圳。11 月 21 日,“绿橙好味来·绿动大湾区——2024 年琼中绿橙粤港澳大湾区深圳推介会”在深圳举行。活动吸引了来自粤港澳大湾区的多位行业领导、专家学者及众多企业家参与。

此次活动不仅是一次农产品的推广,更是一场文化交流与经济合作的盛宴,为琼中绿橙进军粤港澳大湾区市场搭建了一座坚实的桥梁,也为两地在农业领域的合作开启了新的篇章。

推介会亮点纷呈 绿橙魅力尽显

“恰逢绿橙成熟时,我们带着‘琼中好味’和满满的‘橙’意而来。”中共琼中黎族苗族自治县县委常委、副县长施晓来,诚挚的话语中洋溢着对琼中绿橙的自豪与推介热忱,将琼中这片土地孕育出的绿橙瑰宝生动地展现在众人眼前,他表示,希望以本次推介会为契机,进一步建立琼中和大湾区交流平台,为琼中优质的产品开辟更广阔的销售渠道,丰富粤港澳大湾区人民的果盘子、菜篮子。

深圳市绿色农业发展促进会会长陈良耿对推介会在深圳举办表示充分的肯定,并对

琼中绿橙在大湾区的广阔前景充满期待,“在此之前我有幸品尝了琼中绿橙,果皮翠绿、果肉金黄、一口爆汁,这么好的产品,应该早来深圳推广了。”他说。

在品牌推介环节,通过精美的视频展示和生动的现场讲解,观众仿佛置身于琼中那片充满生机的绿色果园之中。屏幕上,黎母山脉下的绿橙树郁郁葱葱,硕果累累;讲解员用深情的语言描述着每一颗绿橙的成长历程,从选种育苗到科学管理,再到最终成熟采摘,每一步都凝聚着果农的心血与智慧。

除了绿橙,推介会还进行了“琼中好味”品牌推介,进一步拓宽了大家的视野,让人们了解到琼中除了绿橙之外,还有众多特色美食与优质农产品,丰富的物产资源彰显出琼中农业的多元性与独特性。

绿色生态孕育优质绿橙 产业创新引领发展未来

1989 年,第一株绿橙果苗栽种在琼中的土地上,开启了琼中绿橙的发展之路。琼中绿橙也是海南第一个地理标志证明商标品牌产品。

热带雨林产,自然更好吃。琼中地处海南岛中部山区,得天独厚的自然环境赋予了绿橙卓越的品质。这里气候温和、阳光充足,雨量充沛,土壤肥沃且富含多种矿物质,为绿橙

的生长提供了理想的条件。琼中绿橙果实饱满,皮薄多汁,果肉细腻,甜度适中,带有独特的果香,口感清新爽口,无论是直接食用还是加工成果汁、果脯等产品,都深受消费者喜爱。

近年来,琼中绿橙产业发展迅速,已成为当地农业的支柱产业之一。政府高度重视,加大了对绿橙种植的扶持力度,通过引进先进的种植技术与管理经验,不断提高绿橙的产量与品质。

2004 年以来,琼中出台多项政策和标准引导琼中绿橙产业化发展,同时,通过严把种苗质量关、加大资金扶持、规范化运营模式等手段,推动琼中椰城产业标准的建设。截至目前,琼中绿橙种植面积已达到 3 万亩,挂果面积 1.8 万亩,预计 2024 年总产量将达 10000 吨,产值 1.75 亿元。

同时,琼中积极推动绿橙产业的深加工与品牌建设,开发出了一系列绿橙衍生产品,延长了产业链,提升了产业附加值。

品牌价值深获认可 现场签订多项协议

推介会现场还设置了品鉴区,参会嘉宾们亲手剥开绿橙,品尝那一口清甜多汁,无不赞叹其独特的风味。

一位来自深圳的水果采购商表示:“这是

我第一次尝试琼中绿橙,它的口感非常出色,完全超出了我的预期。我相信,这样的高品质水果在深圳市场会有很好的前景。”

签约无疑是对琼中绿橙最直接的认可。推介会上,深圳市望家欢农产品集团有限公司、深圳市驻家鲜农产品有限公司、深圳市寻农记商业管理有限公司分别与琼中绿橙相关企业达成了合作协议,将在产品供应、渠道拓展等领域共同助推琼中绿橙产业发展。与此同时,琼中黎族苗族自治县农业农村局与海南慧诚电子商务有限公司也达成了合作协议,这寓意着琼中绿橙将正式进驻琼东南南馆线上商城。

此外,“琼中绿橙粤港澳大湾区深圳品牌营销联盟”也在推介会上正式成立。该联盟的建立标志着琼中绿橙将在更广阔的粤港澳大湾区市场进行品牌推广和市场营销,同时,也预示着琼中县将与粤港澳大湾区的市场和企业建立更紧密的合作关系。

为了让更多参会者深入了解琼中绿橙及其产业的未来发展方向,活动还专门设置了圆桌论坛环节。来自不同领域的专家和业内人士围绕琼中绿橙在大湾区的市场拓展、品牌营销策略及产业升级等议题展开了深入讨论。论坛现场气氛热烈,参与者纷纷贡献了自己的见解和建议,共商琼中绿橙的发展大计。