擦亮中国品牌,老字号加速“出海”

老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”。近年来,在深耕国内市场的同时,越来越多老字号乘风“出海”,积极拓展海外市场,推动中国品牌走向世界。

不久前,在美国纽约时代广场大屏上,巨幅海报亮出“京珐景泰蓝,传统技艺,走向世界”的宣传语,中国红背景衬托下,景泰蓝“和平尊”熠熠生辉,来自世界各地的人们看到了中国传统技艺的艺术魅力。

“作为行业代表性企业之一,我们希望通过匠心产品向世界展示中国传统手工技艺之美,展示中国传统文化的独特魅力。”北京市珐琅厂有限责任公司常务副总经理董艳娜说。

走进北京市珐琅厂的生产车间,只见数十位师傅正在一丝不苟地对手中产品进行精雕细琢。制胎、掐丝、点蓝……制作景泰蓝前前后后加起来有100多道工序,每一道都含糊不得。

董艳娜告诉记者,工艺精美的景泰蓝深受国人喜爱,也受到海外消费者的欢迎,产品远销美国、日本、法国、意大利等多个国家。

如今,像京珐景泰蓝这样走出国门的老字号不止一家。

开年以来,位于福建漳州的片仔癀生产车间加班加点,一批批产品陆续销往印度尼西亚、泰国、新加坡等多个国家。仅元月上旬,产品销量就达去年全年的十分之一;

上海老字号凤凰也迎来新飞跃,其生产的锂电助力自行车远销多个国家,售价是传统自行车的十倍乃至数十倍;

海鸥手表通过入驻全球速卖通等数字化平台,积极拓展海外市场,速卖通平台为企业量身打造“出海”方案,去年8月大促期间,海鸥手表多款单品销售额环比实现三位数增长……

“老字号有着悠远的历史沉淀和文化传承,是国家宝贵的品牌资源,具有巨大的经济价值和文化价值。近年来,越来越多老字号走出国门,向世界讲述中国的品牌故事,展示文化自信。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说。

今年4月,京珐景泰蓝将携旗下产品亮相在海南举办的第三届消博会。董艳娜表示,多年来,企业一直积极参加广交会、进博会、消博会等国内外大型展会,目的就是让更多人了解景泰蓝背后的中国文化。

商务部副部长盛秋平表示,目前,我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家,广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域。全国老字号年营业收入超过2万亿元,在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。商务部将采取切实措施,推动老字号发挥主体作用,加快创新发展,拓展更大市场,满足更多需求。

国家知识产权局知识产权保护司副司长王晓浒说,近年来,我国企业在积极“走出去”的同时,也频繁遭遇海外诉讼、商标抢注等一系列知识产权问题。国家知识产权局联合中国贸促会,共同设立企业海外知识产权纠纷应对指导中心和22家地方分中心,为包括老字号在内的企业提供专业化的公益性指导服务。

新华社北京2月5日电题
新华社记者王雨萧 丁英华

全国供销合作社系统全力保障今年春耕农资供应

新华社北京2月5日电(记者侯雪静)记者5日从中华全国供销合作总社了解到,供销总社日前发布通知要求全系统坚决扛起农资保供的政治责任,充分发挥供销合作社农资流通主渠道作用,全力保障2023年春耕农业生产用肥用药稳定供应,为夏粮丰收奠定良好基础。

根据通知,各省级供销合作社要进一步健全完善农资保供工作机制,稳定农资保供工作专班,积极构建省市县三级农资应急保供体系,形成上下联动保供的长效机制,确保农资应急保供联合社指挥调度体系和社有农资企业业务运营体系顺畅衔接、高效运转。强化以县域为单位调度农资供需情况,建立“点对点”应急保供配送机制,切实提高系统农资应急供应能力。

通知明确,各级供销合作社要指导系统内农资企业认真分析研判当地春季农业生产形势,增加绿色高效、适销对路农资产品的采购供应。提前协调落实铁路、水路、陆路发运计划,抓好农资跨区域调剂调运,及时配送到基层网点,着力打通农资供应“最后一公里”,加快农资进店进村入户,保证终端销售网点货源充足,确保春耕旺季不脱销、不断档、不误农时。

通知要求,各级供销合作社要不断创新优化农资服务内容和方式,因地因苗加强技术指导,积极应对防范春旱、倒春寒、病虫害等灾害,大力开展测土配方、统防统治、农机作业等农业社会化服务,积极组织开展送产品、送技术、送服务的供销农资下乡活动,线上线下融合扩大供应、优化服务,降低农资流通成本。加强农资市场监测,积极做好调查调度,及时掌握本地春耕农资供应进展情况,提高风险防控能力。

据了解,为保障今年春耕农资供应充足,自去年农资冬储以来,全国供销合作社系统加大采购、调运和储备力度,2022年四季度累计从工厂采购肥料4163.2万吨、农药43.3万吨,预计今年1月至4月还将采购肥料3500万吨、农药30万吨左右,并将按照有关部门安排有序投放市场,让农民能够及时用上放心农资。

秦淮灯会点亮“夜经济”

2月2日,游客在南京市夫子庙景区乘船夜游秦淮河。

近期,江苏南京的第37届中国·秦淮灯会持续亮灯,璀璨夺目,吸引了大量市民游客前往赏灯游玩。人们在观赏花灯的同时,品味当地特色美食,选购旅游纪念品,点亮古都“夜经济”,让城市有了更多烟火气。

新华社发 方东旭 摄

劳动创造幸福·盐湖船长贺连福

水采船在察尔汗盐湖中作业(2月2日摄,无人机照片)。

春节刚过,察尔汗盐湖上的青海盐湖工业股份有限公司钾肥生产基地一片繁忙景象。察尔汗盐湖是中国重要的钾肥生产基地和盐湖循环经济产业基地,位于青海省海西蒙古族藏族自治州,总面积5000多平方公里,各类盐资源总储量达600亿吨。

43岁的贺连福在生产基地担任水采船船长已有8年。一名水采船船长通常负责管理两个采收小队,采收小队由一艘水采船、一艘工作船、一艘锚船组成。贺连福转业后来到青海盐湖工业股份有限公司工作,一干就是23年。担任水采船船长以来,他工作细致、勤劳肯干,连续数年被评为优秀船长。

贺连福介绍,盐矿采集工作不轻松,船身各部位的清洁需要人工操作,而且水采工作彻夜不停,船上需要船员24小时轮班值守,防止管道堵塞并及时排除各类故障。以前船上设施简陋、淡水匮乏,如今国产水采船上很多功能都已经实现自动化控制,生活条件也有很大改善。

新华社记者 李贺 摄

元宵佳节,老字号里品团圆

5日,正月十五元宵节。

一大早,位于望京的北京稻香村第十八营业部门口,排起了长长的队伍。店内,过水挂浆、摇制、分拣、装箱……经过几道工序,元宵在机器中“滚”得浑圆;柜台旁,柜员将新鲜的现摇元宵火速打包,交到等候已久的消费者手中。

“元宵节,团圆节,几十年的团圆味一定要有。”对于刚刚买到元宵的范阿姨而言,“中华老字号”稻香村是一种熟悉的味道,更包含着老北京难忘的时代记忆。

元宵佳节,老字号扮靓团圆图景。

四川成都赖汤圆门店,顾客们围着汤圆的香气摆起“龙门阵”,那是属于一座城市的安逸;浙江嘉兴五芳斋总店,食客们纷至沓来,只为那一口儿时的软糯香甜;北京磁器口,锦芳小吃店,顾客从元宵柜台前一直排到了马路上……

元宵的热乎气儿,氤氲出团圆味儿,也蕴藏着“中华老字号”一以贯之的匠心。

“从磨糯米粉到制馅再到滚元宵,我们对机器的选择、时间的长短都有很严格的规定,目的是最大限度保留糯米粉本身的营养成分和自然的香味,让滚出来的元宵黏度更高,口感更好。”北京稻香村副总经理石艳说。

做北方元宵靠“滚”,做南方汤圆要“包”。浙江嘉兴五芳斋总店,汤圆师傅揪起糯米团,把馅按进团里,包起来搓圆,在糯米粉里滚两下,一个小巧玲珑的手工汤圆就做好了。

店长胥传萍介绍,五芳斋汤圆精选120目水磨糯米粉,代代相传的水吊浆工艺让汤圆口感更加爽滑,猪板油制成的馅心细腻浓郁,滑、细、香、弹这四个特色让汤圆格外香甜。

匠心,彰显着技艺的传承与品质的坚守。

文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓松说,正是这些世代相传的传统技艺、工匠精神和诚信理念,成为老字号企业不断适应时代发展、历久弥新的重要因素。

巩固“老”的传统优势,老字号筑牢守正之基;顺应“新”的时代潮流,老字号更有创新之举。

今年过年,新品熊猫汤圆成了赖汤圆的“明星产品”。古色古香的汤碗中,一颗颗可爱的“熊猫头”微笑着,吸引了众多消费者尝鲜。

四川省成都市饮食公司赖汤圆总经理卢有才介绍,近三年,赖汤圆的销量每年稳步上升15%左右,产品畅销加拿大、美国、澳大利亚、新西兰等国家和地区。这些成绩,与赖汤圆求新求变息息相关。

一颗汤圆,折射出老字号锐意创新的勇气。近年来,赖汤圆、稻香村、五芳斋等老字号在口味创新、工艺创新、营销创新等领域陆续发力——开发年轻消费者喜爱的新口味产品、根据需求精准定制食品加工设备、与知名商超合作推出联名款汤圆、线上线下多渠道品牌推广……紧跟市场趋势,老字号跑上了“新赛道”。

商务部副部长盛秋平说,老字号的优势在于“老”,老品牌、老技艺、好信誉、好口碑。但老字号的不足,一定程度上也源于“老”,可能存在观念老化、机制老化等问题,特别是在年轻群体中的接受程度不够高,难以满足当前消费升级和时代发展需要。唯有守正创新发展,才是老字号的出路所在。

近日,京东发布《2023元宵节消费趋势》。报告显示,元宵节前,元宵、汤圆成交额环比增长超60%。随着疫情防控转入新阶段,消费市场需求加快释放,经济发展活力日增。

“今年开年以来整体销售额同比增长了近40%,已经恢复到2019年同期水平。”北京稻香村副总经理俞大治表示,包括元宵、汤圆在内,稻香村糕点销售的火爆程度超出了公司预期。

去年底召开的中央经济工作会议部署,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,“打造中国品牌,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。

4日,由商务部主办的2023年“老字号嘉年华”活动在山东青岛启动。商务部部长王文涛在视频致辞中表示,要以此次活动为起点,统筹线上线下、全年持续推进,以更高品质的商品供给、更加新颖的消费场景,让群众在品味老字号的过程中,拥有更多获得感、幸福感。

立春时节,老字号里的团圆味儿,正飘向崭新的春天。

新华社北京2月5日电
新华社记者魏弘毅 殷晓圣 李倩薇

白鹿原上的编灯人

王学坤在西安市灞桥区白鹿原上的非遗基地展位编织竹篾灯笼(2月4日摄)。

西安东郊白鹿原上的孙家沟是远近闻名的“灯笼村”,300多年来这里家家户户都会编织竹篾灯笼。依照关中“送灯”的民俗,每逢正月,红彤彤的灯笼便点亮了白鹿原的沟沟峁峁,成为白鹿原上独特的文化符号。

今年82岁的王学坤自幼跟随父辈学编灯笼。制作一个小巧的“火葫芦”灯笼要14道流程,工艺繁复,费时费力,但王学坤做起来得心应手。2007年,他所掌握的“竹篾子灯笼编织技艺”被列入陕西省第一批非物质文化遗产名录。

如今,孙家沟村只有不到10位艺人坚持手工编灯。为满足市场需求,王学坤除了编织传统的灯笼,还自制竹篮、竹农具、竹制小工艺品等,不仅在乡村市集广受欢迎,还被大量收购销往临潼、富平一带。

面对传统技艺的传承困境,近年来,在当地文化部门的支持下,王学坤成立了“竹篾子灯笼纺织技艺传习所”,并多次参加公益非遗文化展演,让古老的竹韵灯影焕发崭新的魅力。

新华社发 邹竞一 摄

“市场正在回暖,我们信心十足”

——茶乡新春话“茶事”

元宵节前,福建省福安市的茶王街已是一派繁忙景象。挂着全国各地牌照的车辆排起了长队,街边林立的茶庄里,宾客们围炉煮茶,洽谈着新年的新订单。

“好多年没有这样热闹了。”老茶人陈灿光感叹,“十多年前知名的‘坦洋工夫’,由于品牌竞争、市场规划等方面原因,一度归于沉寂。现在市场正在回暖,我们信心十足。”

陈灿光说的“坦洋工夫”红茶是福建省三大工夫红茶之一,因原产于福安坦洋村而得名,是国家地理标志保护产品。

新的一年,陈灿光所在的茶企打算在“坦洋工夫”新产品上发力。企业总经理杨晶晶告诉记者,近年来,花果香型“坦洋工夫”红茶的创制推广为福安茶市带来新气象。今年企业将以花果香型红茶为基础,研发独特的“茉莉红”品牌,“让香味更独特持久,滋味层次感更足”。

福安当地一家茶企的负责人吴坚坚说,“坦洋工夫”要做大做强,质量尤其关键。运用“一品一码”追溯管理技术,一扫包装上的二维码,就能看到茶叶的种植档案、企业名称等信息。

吴坚坚说,新的一年,他们将结合电商直播,打造面向全国的工厂直营店,同时针对年轻消费者,试制茶饮料、茶酒、茶香水等,让老红茶焕发新活力。

在社口镇坦洋村,初春的茶山绿意盎然。茶农林正锦正在联系购买有机肥,准备在采完清明茶后为茶树施肥。“我用的是‘懒人管理法’。”林正锦说,一年施一次有机肥,不用除草剂,采两轮,春茶为主、秋茶为辅。

“更轻松,赚得还多些。”林正锦给记者算了一笔账:15亩的茶园,除去有机肥的费用稍高些,因为人工成本得到控制,一年能赚近15万元。如果施用传统肥料,虽然一年采四轮,但因为单价低、人工成本高,只能赚10万元左右。

林正锦说,种茶是一门技术活,他经常找附近“茶科所”的专家们聊天,探讨种茶知识和技艺。

林正锦所说的“茶科所”全名是福建省农业科学院茶叶研究所,在该所的社口综合试验基地,有一座拥有多个珍稀品种的“茶树种质资源圃”。基地负责人王振康每天巡视茶园,为即将开展的茶树试验做好准备。

王振康的另一个身份是福建省科技特派员。“去年以来,帮助附近茶农打造生态茶园效果很好,越来越多人来‘取经’。”王振康说,一些茶园过度施用化肥,导致土壤板结,今年将继续推广有机肥和适合茶区的小型施肥机,帮助茶农提高管理效率。

新的一年,坦洋村里占地约20亩的茶叶“小微园”正在积极筹建。“目前村里有不少小作坊,产品附加值不高。”林正锦说,按照相关政策,“小微园”里的厂房可先租后买,有了更大的生产空间,茶农们发展生产的信心更足了。

“涉茶从业人员约占全市人口的60%,做好茶产业这篇‘土特产’文章意义重大。”福安市委书记周祥祺说,当地将以茶文化、茶产业、茶科技统筹发展的思路为引领,推广生态茶山和茶旅融合,切实提高“坦洋工夫”的品牌价值。

新华社福州2月5日电
新华社记者郭圻 林德韧