

当“百年烟火”遇见数字浪潮 重庆老字号传承创新“解锁”流量密码

新重庆-重庆日报记者 周盈

6月24日早上8点,晨雾未散,南滨路的江风裹挟着椒香掠过吊脚楼檐角,“90后”主理人林悦的指尖划过手机屏幕,将直播镜头对准铜锅里翻涌的九宫格——

“这是桥头火锅第三代传人亲调的配方,今天我们要用它煮一碗泰式冬阴功汤。”如此意想不到的搭配,让直播间弹幕如潮水般涌来。

这类创新操作,在重庆老字号品牌中还有很多。

吴抄手将非遗技艺融入低卡鸡汤小笼包,让老字号首次登上健身餐推荐榜;冷酸灵牙膏突破日化边界,推出的火锅味牙膏在“天猫国潮日”创下4000套预售半天售罄纪录;荣昌卤鹅乘着短视频东风销往全球;梁平竹帘的非遗匠人与数字艺术家联手,将千年织造技艺转化为数字藏品……

在工业化浪潮与消费升级的夹击下,重庆老字号品牌的数量不仅没有减少,反而不断增加。截至目前,重庆的老字号品牌名单已从2011年的45个扩容至431个。这些品牌如珍珠般散落于餐饮、制造、商贸等领域,2024年总营收超过1000亿元,直接带动就业超10万人。

守艺

在时光长河中打捞文化基因

坚守文化根脉,是重庆老字号品牌安身立命的根本。

凌晨5点,江津区中山古镇,鸿坤号油坊第五代传人周增昌踩着百年石板路到榨油作坊巡看。七口铁锅在晨光中排列成北斗七星状,棕榈绳索牵引的木榨机发出悠长吱呀声。

这是周家先祖根据巴渝气候特点独创的“七星灶”工艺。从选籽、炒籽到碾磨、蒸坯,28道工序全部沿用古法,连木榨机的绳索都保持着传统的棕榈纤维材质。

在重庆,坚守传统技艺的老字号还有很多。

重庆非遗保护中心的一份调研报告显示:全市431个老字号品牌,67%掌握着非遗技艺,其中11项技艺跻身国家级名录;

颐之时酒楼传人王志忠,至今保持着

两项惊人纪录:蓑衣黄瓜切出288根均匀丝条,藕断丝连达1.2米;

天府可乐配方传承人钱黄,至今保留着1981年的原始手写配方,泛黄的纸页上,中草药配比精确到毫克。

这些数字背后,是代际传承的工匠精神在数字时代的倔强生长。

“多年实践发现,传承文化、坚守技艺,是老字号安身立命的根本。”多家老字号掌门人均表示,过去,有的老字号为应对市场竞争,放弃世代传承的手艺,用简单的工业化生产提高产量,产品失去了老字号的灵魂;有的频繁更改配方,试图迎合所有消费者的口味,结果却失去了原有的特色。这些老字号在市场的洪流中逐渐失去了方向,最终被消费者遗忘。

为帮助老字号传承,2021年,重庆建立老字号品牌动态管理机制,要求“传承独特的产品、技艺或服务,体现历史价值和文化内涵”,对不再符合重庆老字号认定条件的品牌,坚决“逗硬”,仅2024年,就有11个品牌被移出老字号名录。

机制倒逼企业守住品质底线——

桥头火锅为了保证传统口味品质不变样,每年将5%营收投入溯源系统,贵州辣椒基地的区块链监控让每片辣椒地都有“数字身份证”;

陈麻花磁器口旗舰店坚持现做现卖,透明橱窗里飞旋的面团与游客手中的自拍杆构成奇妙图景;

永川豆豉坚持传统制曲和发酵工艺,并通过制定地方标准规范,延续传统味道。

谋变

在数字化浪潮中重构商业逻辑

当百年技艺邂逅新消费浪潮,一场深刻的品牌革命正在山城上演。

美国网红“甲亢哥”中国行期间,“卤鹅哥”林江带着荣昌卤鹅一路追随,上演“投喂”戏码。这场看似偶然的营销事件,最终演变为一场现象级的品牌传播:荣昌卤鹅抖音曝光率增长4050%,小红书“种草率”跻身全平台第六,全区卤鹅直播间日均订单量突破1000单,头部企业单日销量超

5000只。其中,老字号品牌三惠卤鹅、鹅堂等以科技创新、网络营销等形式,稳稳地接住了这“泼天”的流量。

这场流量盛宴倒逼产业升级,荣昌区火速出台《卤鹅产业高质量发展行动方案》,剑指2026年10亿元产值,打造“百城万店”的目标。

除了善用网络营销之外,转型密码还藏在年轻化用户思维的重构中。

冷酸灵推出的“火锅味牙膏”,4000套半天售罄,追加的200套11秒内抢空;抓住受年轻人追捧的“联名”热潮,2024年线上销售额突破10亿元大关,其中联名产品贡献超3成。

场景革命,成为另一把开启转型大门的钥匙。

在陈昌银麻花磁器口体验店,消费者可亲手揉面、搓条、油炸,制作麻花;2023年开馆的非遗博物馆,更以日均2000人次的流量,将技艺展示转化为文旅消费。

科技和数字化的加持,更是让老字号活出了新模样。

城口老腊肉领军企业赵孝春公司投入2000万元打造智能工厂,运用智能识别系统与精准配比设备革新传统腌制工艺,将人工经验转化为数据化标准,使腊肉品质稳定率提升40%;武隆羊角豆干以科技重构植物蛋白,通过四次技术改造开发出大豆蛋白素肉系列,纤维口感媲美真肉,年产值达1.55亿元,其中30%产品远销欧盟市场。

共生

在传承发展中寻找平衡之道

重庆老字号品牌用实践证明:传统与现代并非对立,文化底蕴与商业逻辑可以共生。

荣昌卤鹅、冷酸灵牙膏、陈昌银麻花……如今,一个个老字号品牌,正以独特的叙事讲述中国故事,既激活了消费市场,也重塑了城市文化品格,让山城记忆焕发新生。

然而,这样的成绩并非一蹴而就,其中既有企业的探索,也有政府有意识的引导和扶持。

早在2011年,面对部分老字号企业因历史包袱与市场冲击举步维艰的困境,我

市出台《关于保护和促进老字号发展的指导意见》,首次构建起涵盖资金扶持、技艺保护、品牌推广的立体化支持体系。

据有关部门负责人透露,当时我市在磁器口、洪崖洞打造老字号集聚街区,在机场、铁路、高速公路服务区等交通场站展示老字号品牌形象,拓展老字号销售渠道。同时,促进银企合作,推进金融服务赋能老字号创新发展。

“当时的目标是‘救活’。”上述负责人回忆,在政府的帮扶下,一大批重庆老字号度过了最艰难的时期,不仅活下来,还逐步步入发展正轨。

2021年出台的《重庆老字号认定管理办法》,再次明确品牌创立历史需满足“50年以上历史”“独特技艺传承”等七大条件,并建立动态退出机制——老字号从此告别“终身制”。

2022年,老字号培育被纳入《重庆市培育建设国际消费中心城市若干政策》,技术革新与数字化转型成为关键词。市商务委引导推动老字号全线“触网”,在京东开设旗舰店,与美团共建即时零售渠道。天府可乐借力此举,线上订单激增326%。

“当前,政策已从‘保护名录’转向‘生态构建’。”该负责人称,其中最重要的一点就是促进重庆老字号线上线下融合发展。

近两年,市商务委不断推动老字号与美团、天猫、盒马、抖音等电商平台对接。其中,在去年7月举行的“与辉同行阅山河”重庆站活动中,近40个老字号品牌上线,创造了现象级的销售量。今年,我市还将开展微信视频号运营赋能培训,提升老字号线上经营能力。

十余年深耕,重庆老字号品牌从“文化符号”蜕变为“经济引擎”:数量从2011年的45个增至目前的431个;年产值从2011年的不足150亿元增至2024年的1000亿元,带动就业超10万人。

当数字化浪潮重塑商业逻辑,当Z世代消费观颠覆传统市场,重庆众多老字号品牌正以“守正创新”的辩证智慧,在两江交汇处书写着新时代的商业诗篇。这场静水流深的变革,让山城记忆焕发出前所未有的商业光芒。 据《重庆日报》

重庆“十四五”以来能耗累计下降11.8%

以年均2.4%的能源消费增速支撑年均5.6%的经济增长

重庆日报讯(新重庆-重庆日报记者唐琴)6月24日,记者从市发展改革委获悉,近年来,重庆着力推动经济社会发展全面绿色转型,2021年、2022年、2023年、2024年能耗强度分别同比下降3.5%、2.7%、3.0%、3.2%，“十四五”以来累计下降11.8%，以年均2.4%的能源消费增速支撑

了年均5.6%的经济增长。

据悉,在政策措施方面,我市组织编制了钢铁、水泥、合成氨、电解铝、数据中心等重点行业节能降碳专项行动计划,引入单位能耗产出效益评价机制,提出支持先进能效项目准入、低能耗高产出项目优先用能等6项优化节能审查措施。

在加快数字化智能化绿色化协同赋能方面,我市推进制造业数字化转型“八大行动”,上线“工业绿效码”应用并在超3万家工厂投用,数字赋能指数、两化融合指数、国家级智能工厂数量等位居西部第一。

在推动全社会节能增效方面,我市组织44个市级及以上园区开展循环化改造,累计

创建国家级绿色工厂170家、绿色园区16个。

我市还积极推进能源绿色低碳转型,加快建设跨省能源通道,西北电等入渝电量实现快速增长;持续开发利用本地新能源,实施“百万千瓦屋顶光伏”“千乡万村驭风行动”,建成投运丰都莲花山风电、巫溪塘坊光伏等一批新能源项目,新能源装机规模占电力总装机规模比重提高到15.5%;加速发展新型储能,逐步完善“源网荷储一体化”友好型消纳体系,建成投产黔江青杠等新型储能项目,新能源消纳率持续保持100%。

重庆放开放宽医保参保户籍限制

从“放、拓、优、奖、便”五个方面进一步释放参保红利

重庆日报讯(新重庆-重庆日报记者李珩)6月25日,市政府新闻办举行《重庆市健全基本医疗保险参保长效机制实施方案》(以下简称《实施方案》)政策例行吹风会。市医保局党组成员、副局长、新闻发言人仲姝娟介绍,《实施方案》将从“放、拓、优、奖、便”五个方面进一步释放参保红利。

“放”,就是放开放宽参保户籍限制。明确市外户籍人员以个人身份参加我市职

工医保年龄放宽到男未满63周岁、女未满58周岁。新生儿可凭出生医学证明直接参加我市居民医保。

“拓”,就是拓宽参保筹资渠道。一是职工医保个人账户共济范围从本人配偶、父母、子女直系亲属,扩大到兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女等近亲属,个人账户既可以给亲属就医购药,也可以给亲属代缴居民医保费。二是支持农村集体经济

为村民参加基本医保缴费。

“优”,就是优化生育保障待遇。明确参加生育保险的男职工,其未就业的配偶可以按规定享受生育医疗待遇,鼓励参保,推动建设生育友好型社会。

“奖”,就是建立连续参保人员和零报销人员的奖励机制。对当年没有享受报销的参保群众和连续参保群众分别设置激励,次年提高居民大病保险封顶线4000元。

“便”,就是通过数字赋能提升管理服务。打造“医保全民参保一件事”,实现高效精准的参保动员,优化“新生儿出生一件事”“生育津贴一件事”“渝药易购”“医保钱包”等数字化应用,方便参保人员就近享受医保服务,提升服务便捷性。

全民参保是整个医保的基础和基石。2024年,全市基本医保参保人数为3132.4万人,参保率达到98.2%,为实现病有所医、病有所保发挥了重要作用。为积极应对人口老龄化、就业形态多样化和人口流动常态化等形势变化,持续巩固拓展全民参保成果,推进超大城市治理,我市制定了《实施方案》,并于6月3日印发。