

我国启动2023年「老字号嘉年华」活动力促消费

铸「金字招牌」

创百年老店

——开年老字号企业新观察



↑ 北京稻香村“老字号”的“福兔献瑞”系列糕点。

◀ 市民在山东青岛“老字号嘉年华”活动展位上参观。

◀ 酱菜师傅在北京六必居加工车间演示酱菜制作技艺。

(本栏照片均由新华社发)

历久弥新：百年老字号展现新气象

守正创新：老字号融入新国潮

强化品牌：培育壮大「百年老店」

新春佳节，一家家老字号，让年味儿更浓，人气儿更旺。

早晨8点刚过，北京稻香村“老字号”门口已排起七八米长队。店里新上的“福兔献瑞”系列兔年糕点，手工鲜做、门店现烤，来晚了就没有了。

地道京味儿、年味儿，离不开炸酱面中的黄酱，涮羊肉时嚼的几瓣糖蒜，吃饺子时蘸的一点醋，喝稀粥时的那一碟咸菜丝……许多讲究的北京人，慕名而来的外地人，直奔百年风味老店六必居。

一张照片，纪念团圆，传承记忆。从小就在大北照相馆照相的宫先生也带着自己的孩子前来拍照。“家里有这个传统，也想给孩子留下美好的回忆。”开年以来，大北照相门市日均客流量2643人次，销售同比增加45%，日均客流量同比增加37%，客流量最大时要排队3个小时。

2023年开年，随着疫情防控转入新阶段，一家家历经岁月洗礼的老字号企业也焕发新颜，以其浓厚的传统文化增添了节庆仪式感，成为消费新亮点。

目前，我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家。其中有701家中华老字号创立至今超过100年。

据商务部监测，我国85%以上的中华老字号企业处于盈利状态，即便是近几年受疫情影响，仍有70%以上的企业保持盈利；2022年，近35%的老字号企业年销售额超过1亿元，突破1000万元的占7成以上。

上海老字号国货“大白兔”成为热销年货；福州百年老店聚春园通过电商将美味销往各地；广州老字号数字博物馆迎来大批消费者打卡购物……全国各地，线上线下，大批老字号热度攀升，展现出历久弥新的生机活力。

兔年春节假期，京东平台“老字号”相关词搜索上升120%；去年“618”购物活动期间，百雀羚等老字号品牌多个单品在拼多多销量同比增长超400%；“双11”购物节，京东、淘宝等平台多个老字号品牌成交额大幅增长……

党的二十大报告提出，增强消费对经济发展的基础性作用。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”。

走进有着“中国布鞋第一家”之称的内联升总店，“玉兔迎新”生肖彩绘鞋、“卯足”国潮男鞋十分吸睛，喝一杯“大内·官保”咖啡，再逛一逛非遗博物馆，以全新方式打开百年老店的传奇故事。

北京民间流传：“头顶马聚源，脚踩内联升，身穿瑞蚨祥，腰缠四大恒。”始创于1853年、以做干层底朝靴起家的老字号品牌内联升，如今也在传承与创新中融入新国潮。

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。

守住以人民为中心的“根”，传承优秀传统文化的“魂”，借好先进适用技术的“力”，越来越多的老字号巩固“老”的传统优势，顺应“新”的时代潮流。

引入“90后”海归设计师、推出针对“95后”“00后”的潮流副线大内联升、与国际知名潮牌合作联名款、推出潮鞋快闪店……近年来，内联升主动将目光投向年轻人，努力探索“从朝靴到潮鞋”的时尚化转型。

样式再“潮”，也离不开一针一线的扎实针脚。2008年，“内联升干层底布鞋制作技艺”被列入国家级非物质文化遗产名录。“近40种工具，90多道工序，光是纳鞋底，就要花费一个熟练工人3天的时间。”内联升第四代传承人的徒弟蔡文科师傅说，目前机纳技术还远达不到人工技艺水平。

走进位于山东聊城东阿县的东阿阿胶产业园，工厂车间处处是科技元素，5G和大数据等技术助力生产工艺及营销模式持续升级，过去九天九夜的制胶流程在这里提升了30多倍。预计2022年企业盈利比上年同期增长73%至84%。

天津达仁堂积极探索科研数字化，将临床记录“痕迹”转化为大数据，为学术研究提供支撑；浙江西泠印社联名《三体》推出多款新奇有趣产品；北京东来顺通过盒马鲜生渠道销售联名水饺，利用直播平台“达人探店”拉动销售……

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、新加坡等海外多个国家。仅元月上旬，产品销量就达去年全年的十分之一。

福建漳州方言把热毒肿痛统称为“癰”，因一片即可退癰，故名“片仔癀”。作为国家级非物质文化遗产，片仔癀已走过近500年历史，以其独特的配方和疗效，受到海内外消费者的青睐。

老字号在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用，具有极大的品牌价值开拓空间。

盛秋平说，从国际上看，重视对老字号的保护支持是普遍做法，日本仅2022年就有1300多家企业迎来了“百年生日”，入选2022年《财富》世界500强的德国企业中，有一半发展历史超过百年。中国作为全球第二大经济体、第二大消费市场、货物贸易第一大国，有条件、有能力、也有必要培育壮大一批我们自己的“百年老店”。

推动老字号优秀传统文化融入当代生活，弘扬当代价值——

近日，商务部会同文化和旅游部、市场监管总局、国家文物局、国家知识产权局联合印发了《中华老字号示范创建管理办法》。从历史文化深厚、经营管理规范、创新发展能力三个方面突出“优中选优”“动态管理”，设计量化的认定指标，把真正的好品牌找出来。

支持老字号在创新发展中打造更加硬核的质量品牌——

如今，上海老字号凤凰也在海内外迎来新飞跃。其生产的锂电助力自行车远销欧美日发达国家，售价是传统自行车的十倍乃至数十倍。

引领老字号以高品质产品提升信誉度，满足人民更美好生活需要——

质量是品牌的生命。近年来，中华老字号企业整体发展势头良好，但也有个别企业出现质量和品牌下滑现象，甚至被诟病“倚老卖老”，一定程度折射出一些老字号企业重营销轻品质、重规模轻口碑、重短期轻长远等问题。应该引导企业规范经营，鼓励创新发展，帮助更多人民真正喜爱、经过市场检验的好品牌培育壮大为“百年老店”。

(据新华社北京2月4日电)

国资委等13个部门发文支持国企办医疗机构高质量发展

据新华社北京2月4日电 为进一步推动国有企业办医疗机构高质量发展，国务院国资委等13个部门制定了《支持国有企业办医疗机构高质量发展工作方案》。国资委网站日前对外发布了这一方案。

此次方案所指的国有企业办医疗机构是指国有独资、全资或国有控股企业实际控制的非营利性医疗机构。

在加强国有企业办医疗机构的统筹规划方面，方案明确将国有企业办医疗机构纳入区域卫生规划和医疗机构设置规划，纳入分级诊疗和医疗急救体系，并按照自愿申请、多方评估、协商签约的原则，将符合条件的国有企业办医疗机构纳入医保定点范围。

方案明确，国有企业对举办的医疗卫生机构按照现行体制和相关领域改革要求落实经费保障责任。同时，方案提出，要落实政府支持公共卫生服务政策。

我国首条跨海高铁——福厦高铁进入静态验收阶段



这是2月4日拍摄的新建福厦铁路泉州湾跨海大桥。

2月3日，我国首条跨海高铁——福厦高铁进入静态验收阶段，标志着该高铁全线主体工程及其配套工程建设已基本完成，距离线路今年开通运营更进一步。

新华社记者 魏培全 摄

南京被确定为“十四五”期间全国足球发展重点城市

据新华社北京2月4日电 国家体育总局近日确定南京市为“十四五”期间全国足球发展重点城市。

据介绍，国家体育总局、中国足协共同组织了两批“全国足球发展重点城市”遴选建设工作。南京市通过积极有效整改达到评估标准，经专家组复查审议并报全国足球发展重点城市工作领导小组研究同意，确定南京市为“十四五”期间全国足球发展重点城市。

目前，“十四五”期间全国足球发展重点城市共有16个，分别是上海市、成都市、武汉市、深圳市、广州市、长春市、重庆市、大连市、青岛市、北京市、延边朝鲜族自治州、苏州市、杭州市、梅州市、西安市和南京市。

多彩活动热闹迎元宵



2月4日，陕西省汉中市城固县的民间艺人在表演舞龙。

元宵节临近，各地举行丰富多彩的活动，热热闹闹迎接佳节到来。

新华社发

西安将开展督导检查为食品安全“保驾护航”

据新华社西安2月4日电（记者刘彤）记者4日从西安市市场监管局了解到，为了为食品安全“保驾护航”，从即日起，西安将全面开展食品经营单位食品安全督导检查。此次检查将以旅游景区及周边、网红打卡地等为重点区域，以元宵等制售食品经营单位、网红餐厅等为重点单位，以食品经营单位证照公示、从业人员健康管理、餐饮具清洗消毒及是否销售“三无”食品、假冒伪劣食品等为重点环节，以强有力的监管措施护航食品安全。

京秦高速遵秦段建成通车 京秦高速实现全线贯通



2月4日拍摄的京秦高速遵秦段下院寺枢纽互通。当日，京秦（北京至秦皇岛）高速遵化至秦皇岛段正式通车运营。至此，京秦高速实现全线贯通。

新华社发

莫让外卖成为餐饮浪费高发区

生活观察

随着我国外卖餐饮市场规模不断扩大，“叫外卖”已成为很多人特别是年轻消费者的生活方式。然而记者走访发现，在餐后的垃圾回收处，时常有外卖被吃一半、扔一半，“舌尖上的浪费”仍较严重。

近年来，各地积极开展“光盘行动”，大力整治浪费之风，厉行节约观念更加深入人心。但专家提示，这项工作需常抓不懈，莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”。



新华社发

警惕点餐“超必要”现象

截至2021年12月，我国网上外卖用户已达5.44亿，外卖市场规模持续扩大。然而，“外卖经济”升温的同时，其背后的餐饮浪费现象也不容忽视。记者调研发现，一些点餐的“隐形套路”成为消费者超量点餐的“推手”。

——“加单”反省钱，点餐“超必要”。多位消费者称，满减折扣、“天天神券”、外卖红包已成为点外卖的“标配”，种种促销活动常常让自己“越算越浪费”。

——小份价格高，大份搞促销。多位消费者表示，十分欢迎小份菜，但有的分量太少、性价比不高。

——强凑起送价，点完吃不了。多数外卖商家起送价在20元左右，一些商家起送价超过50元，必须点够分量才能配送。

有关专家指出，消费者选择点外卖就餐，亟须警惕点餐“超必要”现象造成规模较大的餐饮浪费。

记者了解到，针对外卖浪费，近年来外卖平台企业一直在推进相关反浪费举措，例如鼓励商家丰富菜品规格，提供小份菜、单人餐等多种选择，在确认订单页提示消费者“适量点餐，避免浪费”等。专家认为，下一步还需多方发力，促进相关举措更好落实，形成勤俭节约的外卖新“风尚”。

某外卖平台相关负责人表示，平台商家可完善套餐设置、进一步优化菜品，根据点餐人数、类型设置菜品多样、内容丰富的套餐，更好照顾和满足消费者个性化、差异化的需求。王小波建议，未来可通过更有力的引导和激励，加快推广小份菜、单人餐等，倡导形成合理点餐、防止浪费的良好风气。

完善图片说明、使消费者一目了然也很重要。王小波建议，平台与商家可进一步细化完善对菜品分量、成分的标识说明，让消费者对分量有更加清晰的概念，尽量避免浪费行为发生。李家津等认为，未来平台可推出“菜量自动提醒”功能，在消费者设置用餐人数后根据不同餐厅的情况给出

外卖浪费为何禁而不止？

近年来，各地纷纷出台反食品浪费的相关条例，不少商家也严格遵守，然而外卖浪费现象依然较为突出。专家认为，这反映出目前平台治理和餐饮业发展面临的一些问题。

——餐饮企业经营压力。天津市餐饮行业协会会长李家津、某餐饮品牌创始人韩云峰等表示，目前外卖点餐平台少、入驻商家多，商家往往居于弱势。竞争加剧和成本压力加大，使商家想方设法增加销量，在推行小份菜等举措时有所顾虑。

——菜量标识不够明确。记者在一外卖平台上随机选取20家中式餐厅统计发现，其中11家在菜品说明中未标识原料、分量或标识不全。“大多数消费者并不希望浪费食物，但比起堂食能‘眼见为实’，点外卖时消费者看不到实物，从商家给出的餐品图片上也难以估计菜量，这在客观上就容易造成‘超必要’点餐。”天津社会科学院社会学研究所副研究员王小波说。

多措并举减少外卖浪费

出菜量提示，帮助消费者进行选择。有关专家认为，针对外卖浪费，相关平台企业要进一步承担起应有的社会责任。平台可牵头优化满减等促销机制，避免过度价格竞争，形成良性的商业环境。

“未来可进一步推动反食品浪费法落地落实，通过不断完善法律机制、加强行业监督等方式防止食物浪费。”王小波说。

(据新华社天津2月4日电 记者刘惟真 邓浩然)