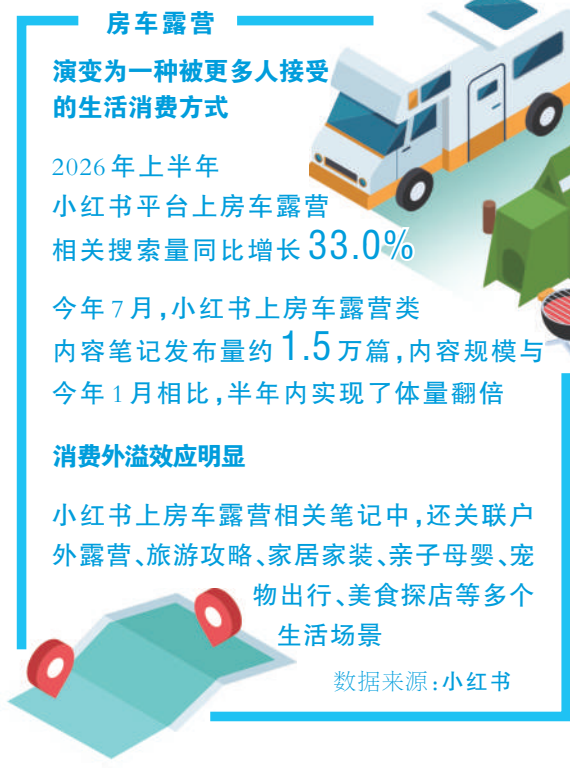




商海观潮

“诗和远方”里的服务消费潜力

欧阳洁

在山东荣成康派斯新能源车辆股份有限公司的生产车间,生产线满负荷运转,出口订单已经排到年底。这家以出口为主的房车生产企业拥有先进的数字化智能工厂,能快速响应不同市场客户的个性化需求,关键零部件自主研发率达到80%,先进的中国制造为全球消费者带来便捷高效的旅居方式。

优质的商品在国内市场同样获得热销。荣成是全国房车生产基地和出口基地,今年上半年,荣成房车出口额达10.6亿元,同比增长21%,而内销增幅甚至超过出口增幅,同比增长超过40%,广阔的国内市场释放出巨大的消费潜力。

房车消费热潮,在今年暑期消费市场得到印证。除了车辆销售火爆外,租车市场也迎来较快增长。有平台数据显示,近两个月,一些热门城市的房车出租率已达到七成以上,房车租赁订单同比增长超过50%。炎炎夏日,一辆辆房车穿行于草原湖畔、

山野近郊,既满足人们对“诗和远方”的向往,也让出行更加舒适逸趣,成为暑期消费新亮点。

制造产业迭代升级,扩大了优质新型消费品供给,而培育打造更多消费新业态新场景,更离不开消费“软”环境的支撑保障。近期,相关部门陆续推出支持发展房车露营产业、促进房车露营文旅消费的措施。今年6月,商务部等9部门联合出台培育壮大汽车后市场消费的措施,包括针对房车露营产业出台全链条支持举措,涉及房车上路通行、营地配套服务水平、制造产业链升级等方面。7月,《扩大消费“十五五”规划》实施,将“丰富特色旅游产品,培育邮轮游艇、房车露营、工业旅游、研学旅游等项目”作为重要内容,提出“拓展汽车改装、租赁、赛事及房车露营等汽车后市场消费”。各地配套落地扶持细则,不断激发市场活力,房车露营消费持续升温。

老字号焕新记

五芳斋主动求新,打破“逢节热销、过季遇冷”周期

从端午限定到三餐四季

本报记者 刘军国

一缕粽香,串联起江南水乡千年民俗。一方老字号,沉淀着跨越百年的匠心坚守。

盛夏时节,走进位于浙江省嘉兴市秀洲区新城街道兴耀商务广场的一家五芳斋餐饮门店,玻璃展柜里,鲜肉粽、豆沙粽、杂粮粽、锁鲜速食粽整齐陈列,一旁的青团、蛋黄酥等简餐点心琳琅满目。店员娴熟地打包、装袋,有条不紊地接待着往来顾客。

这份四季如常的热闹,打破了节令食品固有的“消费魔咒”。长久以来,不少传统节令食品深陷“逢节热销、过季遇冷”的行业困境:一年仅有数日消费爆发,其余时间市场沉寂、品类闲置,难以融入大众日常生活。

如何跳出时节桎梏、实现全年常态化发展,让节令美食从节令限定变为全年常伴,成为摆在老字号面前的时代考题。五芳斋深谙传统美食传承与变革之道,走出了一条守古法、强底蕴,拓产品、扩场景,塑IP、拓全域的升级之路。

守正——非遗筑基,守住江南本真粽香

始于1921年的五芳斋,凭借一脉相承的古法技艺成为享誉全国的中华美食名片。守正,是老字号行稳致远的立身之本,更是节令产品构筑核心竞争力的底气所在。

当下,数智技术赋能千行百业。作为行业龙头企业,五芳斋对淘米、润米、粽叶清洗、拌料调味等前后道工序完成全流程数智化升级,提升生产洁净度与稳定性。在五芳斋智能化生产车间,数智设备高速运转,食材清洗、润米、拌料、分装等工序精准高效。与此同时,五芳斋还打造全透明阳光工厂,生产全流程搭载高清视频监控;配备X射线异物检测、金属探测等专业设备,构建全方位食品安全防护网,让消费者吃得安心。

然而,在最关键的裹粽环节,五芳斋始终坚持纯人工制作,保留匠心的温度。数百名裹粽师傅在工作台前,三两下就将两片粽叶卷成小巧的漏斗状,舀一勺白糯米,放上肥瘦相间的猪肉,棉线在指尖穿梭缠绕,一个棱角分明的粽子便稳稳落在流水线上。

2011年,五芳斋粽子制作技艺成功入选国家级非物质文化遗产名录。作为国家级非物质文化遗产保护项目——五芳斋粽子制作技艺代表性传承人,胡建民从事裹粽30余年,早已与粽子深度“绑定”。“五芳斋将粽子制作技艺打磨成了一套完整的古法体系,36道传统工序环环相扣,一步都不能省、一点都不能乱。”说话间,胡建民指尖翻飞、动作娴熟。

五芳斋始终坚守技术辅助非遗、绝不替代非遗的初心。胡建民有着自己的坚守:“机器可以标准化处理食材、提升洁净度和效率,但裹粽是一门靠手感、凭经验的匠心技艺。粽叶



创新——产品IP齐驱,节令好物走入日常

守住传统是站稳脚跟,主动求新才能走得更远。深谙市场变化的五芳斋,没有躺在老字号上原地踏步。

顺势而为,打破“粽子只属于端午”的刻板印象,推动节令产品成功转型为全年可享、全场景适配的日常消费品。

在五芳斋现代化食品研发实验室里,一场关于“老味道新生”的探索持续进行。实验空间里,透明玻璃器皿整齐排布,糯米、杂粮、粽叶等各类天然食材分类陈列。研发团队反复配比

配料、蒸煮试样、记录数据、测评口感,日复一日与味道、口感、营养较量,只为让百年传统粽味适配当代人的健康饮食需求。

随着健康化、品质化、精细化成为食品消费主流趋势,重油重糖、品类单一的传统节令美食,早已无法适配现代人的饮食节奏与养生理念。

五芳斋研发总监陈召桂扎根美食研发10余年,见证着品牌一次次突破传统边界。“老字号的创新是在保留江南本味精髓的前提下,用现代研发技术改良升级,让老美食真正适配新生活、新人群。”陈召桂说。

在多款健康粽品的研发过程中,团队曾历经数十次调试。为平衡健康、口感与风味,团队顺势对核心粽品做升级:深耕高端有机系列,精选东北黑土地有机糯米,紧跟低GI(血糖生成指数)、药食同源养生潮流,推出低糖杂粮粽、健康轻食粽,还延伸开发低糖米月饼、低GI绿豆糕等衍生健康点心。

生活节奏越来越快,大家既想吃传统好味,又追求方便快捷。为了兼顾“方便”和“新鲜”,品牌潜心研发出真空灭菌二合一新工艺,牢牢锁住粽子刚出锅的鲜香口感。

产品丰富了,离老百姓也要更近。“我们精准捕捉早餐、加餐、居家简餐等日常刚需,全面布局便利店早餐货架、大型商超、社区团购和社区便民小店。”五芳斋实业股份有限公司副总经理、连锁事业部总经理沈燕萍说。

“现在下楼就能买,早上热两个粽子、配一杯豆浆,省时又好吃。”嘉兴市居民陈阿姨手里提着刚打包好的肉粽和青团。一旁的学生则挑选着饭团:“很多新口味的小吃,包装也很新潮,我经常买来当早饭。”

如今,五芳斋早已不是大众印象里只卖粽子的老字号了。

透过房车露营这一消费新业态,可以看到提振消费是一项多维命题。进一步激活消费潜力,释放市场活力,不仅需要从供给端实现产品提质升级,还需要在消费端优化消费环境,丰富消费场景。

这些年,凭借成熟的生产技术、完备的供应链和丰富的应用场景,不少中国产品在海外市场圈粉。企业在海外淬炼成长后,可以将先进的制造工艺、严苛的品控标准和场景化研发经验,应用于国内产品生产,推动产品升级,更好满足国内多元化消费升级需求,创造激发新型消费。有了优质产品供给,要想留住消费、放大潜力,还得持续优化消费环境,呵护培育新型消费场景,包括破除制度障碍、提升配套服务水平、完善行业标准体系等一系列工作,需要下慢功夫。

消费是经济增长的“压舱石”、主动力。房车露营等新型服务消费火爆,正是当下我国商品供给升级、服务消费扩容、消费环境持续优化的写照。7月30日召开的中共中央政治局会议强调,“要有效扩大国内需求,适应不同群体消费需求扩大优质供给,挖掘服务消费潜力。”坚持扩大内需战略基点,不断优化商品和服务供给,加速培育消费新增长点,打造多元消费新场景,我国超大规模市场优势将进一步凸显,消费市场持续发展壮大,内需潜力不断释放,消费作为经济增长“主引擎”的作用也将越来越强。

店内美食琳琅满目,品类丰富多元。一日三餐、下午茶、解馋小食都能一站式满足。

“目前,餐饮直营门店日销餐饮和节令零售产品有20余种品类,300多个SKU(库存量单位),每日客流量约5万人次。在节假日,我们还会提供礼盒,日常有刚需简餐,场景全覆盖,才能真正留住客流。”沈燕萍介绍,很多老顾客习惯来店里吃早餐,然后再买点速食粽和小点心。

截至目前,五芳斋连锁餐饮门店数量达到482家,分布在嘉兴、上海、杭州、武汉等城市以及长三角高速公路服务区、高铁站点、机场航站楼。在嘉兴、湖州,五芳斋还设有早餐车网点335个,为社会提供了2000余个就业岗位。

为拉近和年轻群体的距离,五芳斋还跳出传统老派形象,玩转IP跨界。五芳斋此前曾牵手迪士尼、卫龙、伊利等推出创意粽品、定制包装和周边文创,今年还与八马茶业、华润江中、三胖蛋等品牌进行联名。把传统风味和新潮玩法结合起来,五芳斋成了“最会玩的老字号”。

范式——制定行业标准,引领产业升级

嘉兴是全国粽子产业标杆城市,拥有34家粽子规上企业,年产粽子超8亿只,产值突破40亿元,占全国40%的份额。作为龙头企业,五芳斋引领当地形成完整的产业生态。

“立足全国市场布局,我们精准洞察地域口味差异,打破南北饮食壁垒。”陈召桂表示,因地制宜适配各地饮食习惯,让五芳斋粽香飘遍大江南北。针对北方消费者对糯米软糯口感的偏好,从食材选材到制作工艺进行针对性调整,五芳斋量身打造北方粽系列;面向华南市场,五芳斋推出广式裹蒸粽。

从端午专属时令好物,转身成为四季常备的日常美食;从单一粽子品类经营,拓展为覆盖全节日、全品类的糯米美食矩阵。在百年传承与持续革新中,五芳斋走出了一条可借鉴、可落地、可推广的节令食品转型之路,为深陷“季节性局限”的同行打开了转型新思路。

如今,嘉兴粽子从手工作坊迈向智能产业化新时代。“作为行业领军者,五芳斋不仅以自身转型实现突破,更以成熟方法论带动整个产业向全年链、品牌化、国际化迈进。”嘉兴市食品工业协会秘书长姜加东说。

据了解,嘉兴粽子在标准化、数字化和供应链配套方面都走在全国前列。在标准化建设领域,嘉兴粽子构建了“团体+国家+国际”多层次标准体系,协会牵头制定T/JFIA001—2022《嘉兴粽子》团体标准,明确原料、工艺、质量指标;五芳斋参与制定GB/T46259—2025《粽子质量通则》国家标准;龙头企业五芳斋主导制定《粽子》食品法典国际标准(CXS355R—2023)。

当被问及未来的发展方向,马建忠用两句话回答:走出粽子,走出国门。

“走出粽子”就是五芳斋正在推进的“糯+”战略。让非粽品类慢慢成长为新的增长极,让产品矩阵更丰富多元。五芳斋依托成熟的糯米产业链,以“糯+”战略拓宽边界,把速食化模式复制到汤圆、月饼、八宝饭、青团、重阳糕等全品类节令美食。

“走出国门”就是全球化布局。随着全产业链自控和供应链体系日趋成熟,五芳斋已经有能力把中华美食带到更广阔的国际市场上。

从节日限定浪漫到三餐四季的朝夕日常,在街头早餐车、社区门店、商超货架上,随处可见五芳斋的身影。如今,五芳斋早已不再是人们印象里只逢端午热销的老品牌。

“没有繁复的仪式、无需等候佳节,消费者随时随地就能解锁舌尖上的江南风味,让江南糯粽岁岁不息、四季飘香。”马建忠说。

(李冲参与采访)

数字标签解决信息辨识痛点

林丽娟 张函嫣

不全”的痛点。

数字标签是食品行业数字化升级的核心抓手。中国自动识别技术协会秘书长方方表示,数字标签突破了传统标签的限制,正成为串联全产业链的信息枢纽,可联动配料、营养、溯源、碳足迹等多元数据,打通生产、监管、消费多套系统。

据介绍,数字标签追溯系统相当于为监管部门装上了“云端千里眼”,一旦发生食品安全风险,凭借批次专属追溯码,可迅速定位问题源头、锁定涉事批次、精准召回,最大限度压缩风险波及范围。

目前,数字标签正在全国多地铺开。乳制品、粮油、肉制品、休闲食品等数千款产品已率先完成标签数字化升级。黑龙江有27家企业的105款产品办理了数字标签;成都有20家食品生产企业、63类产品完成应用,市场供应量累计突破1.1亿件;福建龙岩、安徽宣城等地则在糕点、保健食品等细

分领域形成了可复制的经验。

尽管应用场景不断拓展,但食品数字标签发展仍有短板。中国消费者报社开展的“预包装食品数字标签使用体验与推广成效”专项调研发现:当前仍有部分食品企业未能充分认识数字标签的产业与监管价值,全国范围内数字标签落地实施缺少统一细化规范。方方建议,有关部门应持续加大政策宣传贯彻力度,依托全国商品条码、商品二维码体系出台标准化实施细则,提升经营主体的参与意愿与应用规范化水平。值得关注的是,相关部门还为企业推出“减负”举措:通过数字标签展示详细地址的,实体标签上的生产地址可简化为县级行政区名称,这既为实体标签腾出空间,也有助于企业减少油墨使用、降低印刷成本,推动绿色低碳发展。

小小一枚二维码,承载的是食品信息展示的数字化升级,更是消费者知情权保障与食品安全智慧监管的深度融合。数字标签的逐步普及,将为食品消费市场注入透明化、智能化、可持续发展新动能。

消费新知



河南信阳市平桥区市场监督管理局工作人员在西亚城超市调研了解食品数字标签运行情况。何泽芸摄,AI修饰生成素描画