

端午粽香 老字号做出新滋味

仲夏始,端午至。老字号氤氲出粽香,飘满神州大地。

浙江嘉兴,五芳斋产业园早早迎来一年中的订单高峰。厂房中,裹粽师傅双手上下翻飞,一个个精巧的鲜肉粽就这样成为端午佳节很多消费者餐桌上不可或缺的滋味。

“五芳斋有36道古法制作工序,裹粽是唯一坚持手工完成的。”五芳斋实业股份有限公司副总经理徐伟说,秉承匠心,是对顾客的负责,更是对文化的传承。

甜粽,是很多北方消费者的偏好。“以枣粽为例,糯米要粒粒精挑细选,每斤红枣要控制在150粒上下,误差不能超过5粒。”北京稻香村副总经理石艳表示,在粽子制作过程中,原料清洗、手工包制、熟制灭菌等所有环节精准控制,才能呈现最佳口感。

记者调查发现,虽然各色口味网红粽子涌现,不少消费者仍习惯到老字号买粽子,寻找儿时记忆的味道。

端午前几天,北京稻香村“零号店”,市民王女士照例光顾。“父母喜欢咸粽,我喜欢甜粽,但甬管咸甜,买粽子就认老字号。有这一口滋味,才是传统佳节!”

老字号代代传承的匠心,和中华民族绵延数千年的文化,就在这各异而又和谐的滋味中交织,沿着时间长河流向未来。

时间向前,市场在变,受众也在变。老字号长盛不衰,靠匠心筑牢基础,更需要守正创新开路。

小红书上,陶陶居官方账号的多样化活动成为亮点,其议题设置别出心裁:“一笔连粽”迷宫、看图作诗等活动益智而兼具文化色彩,吸引了众多年轻人在评论区回复,与官方账号形成深度互动。

陶陶居相关负责人表示,希望打造年轻化的营销场景,营造更“好玩”的陶陶居形象,提升粽子产品在年轻人中的知名度。

中国数据研究中心调研显示,国内粽子消费群体持续上升,年轻群体成为粽子的消费主力。2024年粽子市场总量增幅将达到8%,市场规模达到103亿元。

小粽子,大市场。记者调查发现,多家老字号今年纷纷出招,让“寻味端午”更精彩——

口味花样翻新。稻香村推出“奶黄软心粽”,诸老大联名遇见小面推出“微辣火锅小长粽”。市场上,杨枝甘露、香菜辣条

等独特口味粽子层出不穷,低糖低脂的乌米粽、紫薯粽等备受关注。粽香中,多了时尚与健康。

营销丰富多彩。多家老字号开启线上直播,展示粽子制作工艺;知味观推出“飞龙粽舞”等主题礼盒,让舌尖上的香味萦绕传统文化之美……

科技赋能生产。五芳斋打造真空粽数智化集成工艺示范车间,实现“真空烧煮灭菌二合一”工艺技术革新,持续提升粽子产品口感和生产效率,相关产业链不断向数字化、智能化、绿色低碳方向升级。

粽子的产销焕新,背后是老字号直面消费新趋势、新场景、新需求,创新技艺、产品与管理模式的行动。

“科技助力、文化加持、完善市场布局……这些都是五芳斋守正创新的方向,也是很多食品老字号在市场突围的秘诀。”徐伟说,“下一步,五芳斋还将通过加强品牌合作、与技术企业合作等举措,吸引年轻受众,光大中华传统文化。”

老字号走向未来,也需政策支持。2024年2月,按照《中华老字号示范创建管理办法》的程序和要求,商务部会

同相关部门将382个品牌认定为第三批中华老字号,其中不乏方家铺子、老盛昌等兼具地域特色与知名度的饮食品牌。

商务部新闻发言人何亚东在例行新闻发布会上表示,将通过打造更多沉浸式、体验式消费场景,持续加强中华老字号日常管理,深挖老字号文化底蕴,讲好老字号传承故事等方式,推动老字号守正创新发展。

各地也积极推出相关政策举措:北京印发《进一步促进北京老字号创新发展的行动方案(2023-2025年)》,上海扶持老字号企业成立非遗工作室,四川建立老字号的梯级培育体系……

政策给力,企业发力,众多老字号正在以高质量供给创造更多有效需求,在新时代呈现旺盛生命力。

商务部副部长盛秋平表示,将采取切实措施,推动老字号发挥主体作用,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”,加快创新发展,拓展更大市场,满足更多需求。

□ 新华社记者 魏弘毅 俞爽 丁乐 (新华社北京6月10日电)

金融监管总局: 一季度末商业银行拨备覆盖率为204.54%

新华社北京6月10日电(记者李延霞)国家金融监督管理总局日前发布的数据显示,今年一季度末,商业银行贷款损失准备余额为6.9万亿元,较上季末增加2698亿元;拨备覆盖率为204.54%,较上季末下降0.6个百分点。商业银行风险抵补能力整体充足。

数据显示,一季度,商业银行累计实现净利润6723亿元,同比增长0.7%。平均资本利润率为9.57%,较上季末上升0.63个百分点。

商业银行流动性水平合理稳健。一季度末,商业银行流动性覆盖率为150.84%,较上季末下降0.76个百分点;净稳定资金比例为125.33%;流动性比例为68.66%,较上季末上升0.78个百分点。

1至4月我国软件业务收入达3.8万亿元

新华社北京6月10日电 工业和信息化部近日发布数据显示,1至4月,我国软件和信息技术服务业运行态势平稳,软件业务收入3.8万亿元,同比增长11.6%。

值得一提的是,行业利润总额增速明显。1至4月,软件业利润总额4314亿元,同比增长14.3%。1至4月,软件产品收入9127亿元,同比增长8.7%,占全行业收入的比重为24.1%。

在软件业务中,信息技术服务收入较快增长。1至4月,信息技术服务收入24983亿元,同比增长13.2%。其中,云计算、大数据服务共实现收入4107亿元,同比增长14.3%。

端午节假期国内旅游出游1.1亿人次

新华社北京6月10日电(记者徐壮)记者10日从文化和旅游部获悉,2024年端午节假期,全国文化和旅游市场总体平稳有序。据文化和旅游部数据中心测算,全国国内旅游出游合计1.1亿人次,同比增长6.3%;国内游客出游总花费403.5亿元,同比增长8.1%。

假期中,群众赛龙舟、吃粽子、唱山歌、赏古曲,传统节日文化内涵与旅游发展深度融合。广东、湖南、浙江、贵州、云南等地举办龙舟竞渡。携程数据显示,举办叠滘龙舟漂移大赛的广东佛山租车订单量同比增长250%;举办2024年中国汨罗江龙舟超级联赛的湖南岳阳端午节旅游订单同比上涨52%;中国·桃花源第十一届龙舟赛带动安徽宣城假期旅游订单增长32%。

假期中,各地纷纷推出特色活动、新型消费场景和惠民措施。各地还将传统民俗、民间艺术有机融入博物馆、美术馆、图书馆、戏剧场、电影院等文化空间,丰富文旅融合新场景。

大批游客选择在本地休闲或近程旅游,城郊亲水、采摘、农事体验、露营等项目受到青睐,文化场馆、商业街区成为游客的主要游憩空间。国家级夜间文化和旅游消费集聚区因地制宜举办非遗体验、民俗市集等端午主题特色活动,持续释放夜间消费活力。

游客越来越偏爱选择灵活化、个性化的出游方式,在慢节奏旅行、深入体验、放松休闲中享受生活。云南、青海、甘肃、内蒙古、贵州等地成为年轻人自驾游、避暑游的热门选择。

“影视+文旅”双向赋能,电视剧《我的阿勒泰》的热播带动新疆阿勒泰地区、伊犁州等自驾游目的地持续火热。携程数据显示,端午小长假乌鲁木齐租车订单翻倍,伊宁市增长140%。



这是6月9日拍摄的渝湘复线高速磨寨乌江特大桥建设现场(无人机照片)。

近日,位于重庆市彭水苗族土家族自治县境内的渝湘复线高速磨寨乌江特大桥进入最后一节2米连续梁浇筑施工作业,该桥即将实现全桥合龙。

磨寨乌江特大桥由中铁建重庆投资集团有限公司投资、中国铁建港航局集团承建,桥梁全长708米、主跨296米。渝湘复线高速总里程280公里,平均桥隧比80%。今年内渝湘复线高速巴南至武隆段、彭水至酉阳段将建成通车,2025年有望全面建成通车。

新华社记者 唐奕 摄

(上接第1版)

厚植文化自信,推动中华文化生机勃勃

以端午之名,传承弘扬中华优秀传统文化,延续中华民族的根和魂,展现着节日中的中国故事。

当端午节“邂逅”文化和自然遗产日,广东省非物质文化遗产馆推出集市活动,让人们看到老手艺焕发新活力。

“我早就预约了进馆,带孩子更生动地感受我们传统的端午文化,感悟文化自信。”广州市民刘欣然说。

龙舟漾遗风 粽情系家国

在摊位上,年轻人分享艾草、葫芦等做成的迷你挂件,祈求端午安康;小朋友体验雕刻龙舟、雕版拓印等,沉浸式感受传统文化。

一个民族的历史文化遗产生动述说着过去,也深刻影响着当下和未来。

近年来,在不少地方,一批批年轻人“溯流而上”,古老的文化传统有了新玩法。“汨罗香囊制作技艺”非遗项目代表性传承人戴芸伊回乡创业,进村寻访香囊的

古法技艺,研发香囊文创产品30余项。随着国潮文化兴起,她的香囊走红,吸引许多游客关注。

浙江省非遗保护中心主任郭艺表示,深入挖掘中华优秀传统文化,积极创新,正在让非物质文化遗产融入生活。

善于继承才能善于创新。中国美院教师夏琳璐是一位年轻的铜瓷技艺传承人。“这门古老的手艺,在我们这一代人手上创新才能传承下去,现代铜瓷要和现代

审美和科技相结合。”她说。

这几年,夏琳璐身边的学生更年轻了。她相信,随着有更多的年轻人参与进来,传统文化会更具活力。

从香包、手绳、艾草装饰品走俏,新中式服装成为新潮;到非遗表演精彩纷呈,文博馆文化IP联名“上新”成为热门打卡地……人们热爱并投身传统文化的传承和创新,在端午节得到集中展现,彰显出传统节日所蕴含的文化自信力。

“这份扎根于人们心中的自信,会推动中华文化更加生机勃勃。”郭艺说。

□ 新华社记者 (新华社北京6月10日电)

公勺公筷 健康分餐

蕉城特产-霍童肉丸

中共宁德市委文明办 (宣)
蕉城区创城办 文明办