



市民参观重庆小面博览馆 摄/龙在全

大渡口 “重庆小面”百亿产业高质量发展

重庆人的一天，无论是都市还是乡村，都从一碗调料丰富、麻辣鲜香的小面开始。

近年来，重庆加快建设世界知名旅游目的地，城市美誉度、吸引力与日俱增。作为重庆最具特色的城市名片之一，重庆小面也声名远播、闻名遐迩。

然而，较之于重庆小面家喻户晓的知名度，其产业化发展进程却相对滞后，工业化生产、数字化新零售模式等发展不足，预包装食品销售额占比极小。同时“重庆小面”品牌存在外流风险。

遗憾与机遇并存。以重庆培育国际消费中心城市、推动消费品工业高质量发展为契机，大渡口区毅然决定将重庆小面作为全区5个百亿级产业集群之一进行重点培育，整合联动农业与二三产业优势资源，助力乡村振兴，全力推动重庆小面的产业化、规模化、品牌化发展，努力实现“重庆小面重庆造、重庆小面卖全国”。



重庆小面文化节现场市民试吃小面

聚链条

重庆小面从街头巷尾走进工业园区

“年初考察项目，3月成立公司，4月底第一批自有品牌的预制小面产品便顺利上市……”

半年不到，古先生的“小面情怀”便在大渡口区落了地，创立起自己的预制小面品牌——三吉空间。

速度背后，得益于大渡口区日益完善的小面产业全链条，从面条、调料、浇头等生产，到包装、销售、物流等服务，应有尽有。

而倒退一年多以前，大渡口的小面产业几乎还是一张“白纸”。

去年以来，基于对重庆小面行业现状、自身传统工业优势，以及消费品工业未来发展的深入研判，肩负产业转型升级历史重任的大渡口区，将发展目光聚焦到了“重庆小面”这一赛道。

多次组队前往广西向柳州螺蛳粉“取经”，进一步坚定了大渡口区锚定“重庆小面”产业发展的信心。

“如今，重庆小面年产值已经突破400亿元，但绝大多数还是来自于街头巷尾的小散状态。”在大渡口区相关部门负责人看来，以工业化的理念、互联网的思维重新谋划重庆小面，便能发现藏在其背后的千亿级“蓝海”。

为此，大渡口区正式提出，将重庆小面作为全区5个百亿级产业集群之一进行重点培育，并组建起产业发展领导小组和工作专班，成立了重庆小面工业化促进会，出台了一揽子的产业扶持、招商引资配套政策。

去年8月，市经济信息委授予大渡口区“重

庆市小面产业园”称号，标志着重庆小面正式有了首个工业化载体。一大批“首吃螃蟹”的小面链条企业也纷至沓来。

大渡口区政府负责人表示，推动重庆小面工业化产品由中低端向高端迈进，关键是聚集一批原材料供应、生产包装、销售配送、研发设计上下游企业，实施数字化、标准化、智能化制造。

目前，重庆市小面产业园已成功吸引31家企业入驻，其中包括辣来主义、金牌干溜、孟非的小面等线上顶流商家，秦云老太婆摊摊面、呼啦啦面馆等线下头部连锁企业，并谷园、辽宇食品、道友食品、绿苑集团等原材料供应商。

一条集生产加工、包装设计、电商销售、物流配送等于一体的重庆小面产业链正在加速形成。

当前，大渡口区正在加快推进小面产业园生产基地的建设。该项目位于建桥工业园C区，总体规划用地约200亩，建筑面积9万平方米，其中包括中央厨房、仓储中心等，明年6月可竣工投产。

塑品牌

确保“重庆小面重庆造”的含金量

如今，在各大电商平台上，依然充斥着大量打着“重庆小面”旗号，口味不正宗、品质较差的预制面食，严重影响消费者的体验和“重庆小面”的口碑。

“以后判断网上买的重庆小面正不正宗，就看有没有‘重庆小面重庆造’区域公共品牌商标的授权就行了。”大渡口区招商投资局负责人介绍。

当前，大渡口区正在针对预包装重庆小面领域，统一塑造“重庆小面重庆造”区域公共品牌形象，积极开展“重庆小面”地理标志商标申请，强化商标保护。

目前“重庆小面重庆造”商标及图形已设计完成，正在走注册申请流程。

其实，比商标注册更为重要的是商标背后的品牌价值的建设与保护。

而保障质量是实施品牌建设、开展品牌保护的基础和关键。保障质量需要“建标准”和“强监管”两手抓。

标准方面，今年2月，大渡口区已编制发布《重庆小面》团体标准，规范了重庆小面的术语和定义、原辅料要求、质量要求、食品添加剂、生产加工过程卫生要求、推荐性要求、检验方法、检验规则、标志、标签、包装、运输

方法、贮存方法等。当前，大渡口区正在加速起草重庆小面生产工艺规范，有望于今年7月发布。

监管方面，大渡口区已促成重庆市食品药品检验检测研究院小面产业园检测中心的正式落户。下一步，还将加速实施全产业链的过程化、标准化管理，通过严格准入制度、健全监督机制、建立品牌信用档案等方式，确保“重庆小面重庆造”的品质。此外，大渡口区将通过工业化、数字化的方式，努力建立重要原材料的“可追溯”体系。

另外，大渡口区通过创新宣传营销方式，通过挖掘传播小面故事、建小面博览馆、举办小面主题节会活动等，持续提升“重庆小面”的内涵丰富度和品牌影响力，推动重庆小面向“全国名品”“世界名品”转变。同时，鼓励小面企业做大做强自主品牌，争创中国驰名商标。

拓渠道

搭乘新零售的快车“卖全国”

辣来主义去年3月全面投产，去年底便实现销售额4600多万元，今年预计有望突破8000万元，一跃成为“重庆小面重庆造”的线上顶流品牌；

拥有50余家直营门店的呼啦啦面馆，如今也明显放慢了线下扩张的脚步，开始尝试通过品牌延伸、异业合作等方式，在新零售潮流中寻求增量机遇；

连锁面馆已近1000家的秦云老太婆摊摊面，拟建设秦云老太婆摊摊面电商基地……

不难看出，通过“触网”开拓外地市场，已经成为重庆小面产业界的一种扩张共识。

然而，对于绝大多数线下实体出身的小面企业来说，“顺利触网”绝非易事。

就连辣来主义创始人刘派，一个深耕互联网消费领域多年的老兵，在面对纷繁复杂的电商平台以及快速转变的营销方式时，都直言“踩了不少坑”“吃了不少亏”。

为此，当前，大渡口区正在努力整合直播、营销、引流等方面的电商服务资源，加速探索线上销售渠道的拓展和平台搭建，将工业化转型中的小面企业“扶上马，再送一程”，让其在触网过程中尽可能地“降低成本”“少走弯路”。

当前，大渡口区已与京东、工行联合完成京东慧采平台重庆小面重庆造大宗采购专区建设，并于5月31日正式上线。同时，大渡口区正在加速对接天猫、京东、美团、抖音、快手、顺丰小当家等一大批国内主流电商销售平台，开设“重庆小面品牌馆”专区，协调更多的流量等优势政策，为企业赋能。

此外，大渡口区还在加速开拓异业合作方面的全国销售渠道，例如加强与农行、三峡银行、招商银行、工商银行等一批金融机构对接，商谈银行会员销售平台搭建；对接电信、移动、联通三大运营商，商谈重庆小面入驻运营商积分兑换商品专区平台等。

去年9月，辣来主义迎来了首单海外订购。如今，该品牌的小面产品已远销到澳大利亚、意大利等多个国家。未来的重庆小面，将搭上数字化、网络化的快车，从大渡口出发，立足重庆、辐射全国、走向世界。

大渡口区将以重庆小面产业园为载体，深入实施标准认证、品牌建设、研发创新、企业培育、构建集群、电商赋能六大专项行动，努力将重庆小面产业打造成为我市食品工业新兴增长点和示范产业链。

王彩艳 陈佳佳

图片除署名外由大渡口区招商投资促进局提供

在网络上如何挑选一包正宗的“重庆小面”？

碱面

以小麦粉、生活饮用水等为主要原料，添加食用碱(碳酸钠)，加或不加其他食品添加剂，经和面、成型、干燥或不(完全)干燥等工艺制成的干、半干及保鲜(湿)食用面条。

调料包

油辣椒包：食用植物油、辣椒、花椒等为主要原料，经粉碎、炒制、混合等工艺制成。

调味液包：以酱油为主要原料，经调配、混合、杀菌等工艺制成。

原汤包：以动物性食品为主要原料，经配料、熬制、浓缩等工艺制成。

炒货包：以花生仁、芝麻、豌豆等坚果与籽类食品中的一种或几种为主要原料，经油炸或烘烤等工艺制成。

脱水蔬菜包：以新鲜蔬菜为原料，经挑选、清洗、切分等预处理，采用干燥工艺制成。

酱腌菜包：以榨菜或芽菜为主要原料，经切分、调配等工艺制成。

浇头分类

1. 畜禽肉(副)类：以红烧牛肉、红烧肥肠、泡椒鸡杂等风味较浓郁的产品为代表。

2. 植物类：以豌豆、酸菜、蘑菇等风味较清爽的产品为代表。

3. 混合类：以豌豆杂酱、酸菜肉丝、香菇炖鸡等风味较独特的产品为代表。

4. 其他类：采用其他风味原料加工而成，具有独特风味口感或地域特点。



辣来主义员工在进行小面包装

“六个一”推动重庆市小面产业园建设

成立一个工作专班

由市经济信息委分管主任和大渡口区政府分管副区长任双组长，定期组织研究和协调解决行业发展重大问题。

建立一套管理体系

出台《重庆小面》团体标准，加速起草重庆小面生产工艺规范，建立形成重庆小面特色标准体系。

打造一批特色园区

着力建设集食品加工、电子商务、快递物流、文化旅游等于一体的重庆小面产业示范园，同时配套建设重庆小面产业综合服务中心、研发中心、电商中心、快递物流中心、文化旅游中心等公共服务平台，完善相关配套服务。

引育一批龙头企业

统筹招商资源，加大招商引资力度，大力推进重庆小面产业头部企业及其上下游配套企业，稳步、快速实现产业集聚。

孵化一批特色电商平台

已与阿里、京东、快手等互联网企业达成合作共识，将联合打造重庆小面电商平台，做好电商经济和消费工业融合发展。

塑造一个区域品牌

加快推进“重庆小面”区域公用品牌、地理标志、非物质文化遗产等申报注册工作。



大渡口区招商投资促进局 重庆小面产业发展咨询号
官方微信公众号



入驻重庆市小面产业园的部分小面品牌