

重庆火锅如何端上“世界餐桌”

中国火锅产业创新大会上,专家学者和企业家纵论全球化

■新重庆-重庆日报记者 周盈

10月17日,第十届中国(重庆)国际火锅产业博览会·2025中国火锅产业创新大会在重庆国博中心召开,众多专家学者与火锅产业链企业家齐聚,围绕火锅全球化展开深度探讨,为重庆火锅的海外拓展提供经验与思路。

据重庆火锅产业协会不完全统计,重庆火锅企业已累计在海外开设200多家店,分布在50多个国家和地区。火锅作为一张闪亮的城市名片,背后蕴藏着上千亿元的产值潜力。与会嘉宾普遍认为,火锅产业正迎来“从产品到模式、从本土到全球”的全面革新。

战略先行

真正的出海,需要企业专注于国际化

在全球餐饮市场格局重构的当下,火锅出海应注意哪些问题?与会专家一致认为:战略先行是核心前提。

“出海需要深思熟虑的战略决策。”朱光玉火锅馆创始合伙人李扬直言不讳地指出,出海有“真出海”与“假出海”之分:所谓“假出海”,即简单地授权加盟、收取加工费,而品牌与海外门店实质上

脱节;真正的出海,则需要企业专注于国际化,分阶段扎实推进。

李扬以朱光玉火锅馆出海为例展开论述:“从马来西亚到澳大利亚,每个市场都是我们贯彻品牌战略而选择的试验田。其中,马来西亚吉隆坡的直营店仅用93天就完成筹建,这种速度正是战略重要性的体现。”

弗若斯特沙利文合伙人张葛建用数据佐证了出海机遇:“中国以外的全球火锅市场规模接近400亿美元,其中北美市场超过140亿美元,相比于中国万亿人民币级别的火锅市场,还有巨大成长空间。”他强调,中国国力提升带动文化输出,为火锅出海创造了历史性机遇。

大龙藤联合创始人王文军则提醒企业量力而行:“只要团队准备就绪,任何时候都是出海良机,前提是必须具备完善的运营标准体系、人才梯队和供应链支撑。”他特别指出,寻找当地合伙人可以显著降低出海风险,缩短市场适应周期。

客群定位

从“深耕华人胃”到“征服世界胃”,不能简单“复制粘贴”

火锅出海面临的核心挑战在于如

何定义目标客群:是固守华人市场,还是勇敢瞄准主流消费群体?这直接决定了品牌的选址策略、产品结构和营销方式。

快乐小羊副总裁杨鸥分享了北派火锅的成功经验:“在欧美市场,华人仅占人口的1%左右。如果只做华人生意,市场天花板显而易见。”为此,快乐小羊调整产品结构,将门店开进主流人群社区,实现了客群结构的根本转变。

“我们的‘骨汤+中草药’锅底符合健康饮食趋势,牛羊肉主食也容易被西方顾客接受。关键在于产品必须过硬。”杨鸥说道。

王文军用两个案例说明了客群定位的差异性:“我们在新西兰的门店仍以华人顾客为主,在西班牙的门店则通过定制‘微微辣’锅底、增加烤肉品类,成功将本地顾客的比例提升到八成多。”

他认为,海外开店本质上是“二次创业”,必须深入了解当地消费习惯,而不能简单地“复制粘贴”国内模式。

李扬从用户体验角度提出创新思路:“在马来西亚,我们发现聚会是核心需求,于是在面积2500平方米的门店中设置KTV包间,极大提升了顾客满意度。”他强调,无论面向何种客群,提升客户满意度才是根本。

支撑体系

“后台”至关重要,供应链合规与数字化建设尤其值得关注

火锅出海的成功离不开强大的后台支撑体系,其中供应链合规与数字化建设成为与会专家关注的焦点。

在供应链方面,杨鸥指出:“海外对智能化设备需求迫切,因为人工成本极高。中国的智能送餐车、收餐车等设备具有明显优势。”同时他提到,苕粉等特色食材出口潜力巨大,中国供应链企业应把握这一机遇。

王文军强调:“供应链需要获得欧美资质认证,符合当地法规要求。”李扬则提出“共创”理念,强调供应链企业与出海品牌共同开发适合当地市场解决方案的重要性。

睿食拓副总裁张元介绍,目前其后台系统已覆盖全球35个国家,能够实现全球经营数据的实时监控和供应链追踪,“做到了‘大脑在中国,毛细血管在全球’”。

张葛建建议,出海企业应进行充分的市场调研:“了解当地消费者的潜在需求,进行菜品、系统的本土化创新,这是餐饮文化成功输出的基础。”

感受重庆轨道穿楼、索道过江丰富多元场景魅力——

打卡“8D 魔幻”城市 打开全新消费空间



■新重庆-重庆日报记者 邱小雅

在“种草官”李玉娟的手机里,有这样一个画面:江水在脚下奔流,轨道从桥上过,镜头一转,洪崖洞的灯火已层层叠叠亮了起来。

“重庆这座城市,空间好像被折叠又展开,每次抬头、转身,都可能撞见一个让你忍不住想打卡消费的新场景。”李玉娟感叹。

这正是重庆凭借其独一无二的地形,向上延伸至“云端”、向下挖掘至“洞天”、垂直整合江与岸,进而营造丰富多元消费场景的缩影。如今,“8D 魔幻”已不仅是这座城市的标签,更成为驱动消费增长的强劲引擎。

立体交通,让“流量”变“留量”

“快看!前面就是湖广会馆!”“旁边是洪崖洞!”10月13日下午,长江索道的轿厢缓缓滑过江心,“种草官”们的赞叹声与快门声此起彼伏。

这横跨长江的索道,不仅是一种交通工具,更是解读重庆立体消费格局的“空中观景台”。

长江索道工作人员介绍:“索道连接渝中与南岸,乘客不仅能体验跨越长江的独特感受,还能将崖壁步道、层叠建筑群尽收眼底。这种沉浸式观光体验,本身就是一种流动的消费场景。”

美团旅行数据显示,刚过去的国庆中秋假期,“长江索道”搜索量环比上涨226%，“索道附近酒店”搜索量上涨222%。

而重庆另一张“8D 魔幻”名片——跨座式轨道2号线李子坝站,凭借“轨道穿楼”的视觉奇观,也已经从单纯的出行节点,升级为一条流动的“消费传送带”。

在李子坝站周边,20多家特色小店如雨后天籁般涌现,涵盖了地道重庆小面、创意城市文创等多元业态。游客纷至沓来,带动周边餐饮与纪念品消费持续升温。

在这股消费热潮中,餐饮业态表现尤为亮眼。

距离李子坝轨道站仅500米的李子坝梁山鸡店,每逢假期便一座难求。“超过一半的客人是专程前来打卡的外地游客。”店员介绍,不少游客看完“轨道穿



10月13日,长江索道北站,“种草官”在千面重庆数字影院打卡拍照。

记者 李雨恒 摄/视觉重庆

楼”,便顺道来这里品尝重庆特色美食。

利用轨道风景做文章的远不止李子坝。今年初,在江北相国寺码头的“江北a~台”成为社交媒体上的新晋热点。游客们借位拍摄“吞下”驶过的轨道列车,创意互动不仅吸引大量年轻人专程前来,也带动了周边茶饮、文创摊位的人气飙升。

借势而为,“江崖街洞天”带动消费增长

对地形的创新运用,远不止于现有交通。

近年来,重庆通过构建“江崖街洞天”消费空间体系,先后建成286处“山城步道+特色街区+滨江经济带”复合场景。这些场景直接带动沿线商铺租金上涨15%至20%。

在渝中区戴家巷崖壁后街,悬崖边缘9个巨型橙色集装箱错落堆叠,构成长江畔独具特色的青年社交地标。

“这个视角太出片了,能把索道、江景和崖壁咖啡馆同时收进画面。”10月13日下午,“种草官”李玉娟在悬挑观景平台录制Vlog,“我身后就是网红‘咖啡洞天’,这是真正的‘悬崖边的仪式感’。”

在戴家巷崖壁后街,游客不仅可俯

瞰长江奔流与索道穿行,还能品尝美味咖啡,这种“上天入地”的沉浸式体验,正是重庆将地形优势转化为消费场景魅力的集中体现。

据戴家巷运营方、渝中区长翔公司负责人介绍,凭借独特的崖壁临江地形,这条不足200米的街巷已成功汇聚40余家特色店铺,形成兼具山城气质与现代活力的崖壁主题消费街区。

放眼重庆全城,利用地形空间打造创新消费场景的案例遍地开花——

向天索要空间:世贸大厦打造了重庆首个策展式天台“城市空中乐园”,将曾经被忽视的屋顶,转变为可俯瞰两江四岸全景,集展览、轻食、社交于一体的时尚消费高地。

向地挖掘潜能:众多商家利用防空洞的纵深空间,构建沉浸式餐饮消费场景,从洞穴火锅到防空洞书屋,“洞穴经济”为消费者提供了夏可纳凉、冬可避风的独特体验。

创新场景,“8D 魔幻”潜能持续释放

排队等候搭乘长江索道的长龙、李子坝观景台翘首期待列车穿楼的密集身影……这些场景,是重庆对城市基因的极致挖掘,也共同构成了重庆消费的全

场助力。

残疾人友好社会环境呈现新气象

市残联与人民法院建立涉残疾人矛盾纠纷多元调解机制,协同司法行政、检察部门加大残疾人法律援助、司法保护力度,维护残疾人合法权益。

重庆出台实施《重庆市无障碍环境建设与管理规定》,完成残疾人出行高频区域信号灯标准化建设3600余处,配建无障碍电梯的人行天桥增加到315座,全市低地板公交车占比达51.4%,为4.49万户

长江禁渔执法监管现场推进会在渝召开

本报讯 (新重庆-重庆日报记者 赵伟平)10月16日至17日,为确保长江十年禁渔秩序持续平稳,农业农村部会同公安部、市场监管总局在重庆召开禁渔执法监管现场推进会,深入分析研判当前禁渔执法监管所面临形势,研究部署下一阶段重点工作任务。

今年以来,沿江各地常态化部署开展联合执法,持续加强“四不两直”暗查暗访,狠抓网络销售禁用渔具、违规垂钓等突出问题专项整治,重拳打击整治各类违法违规涉渔行为,查处涉渔行政案件、破获涉渔刑事案件数量同比分别下降16.2%和37.3%,一般性违法行为和团伙化涉渔犯罪实现“双下降”,禁渔管理秩序总体平稳。

会议强调,接下来,沿江各地要强化长江禁渔执法监管,坚定不移推进长江十年禁渔。各级执法机构要紧密协作,加强联合执法,常态化开展“四不两直”暗查暗访,持续消除非法捕捞风险隐患,疏堵结合加强垂钓管理,多措并举提升执法效能,做好宣传引导和舆情处置,保持高压严管态势,确保管理秩序平稳,全力以赴共同打好长江十年禁渔持久战。

会议强调,要统筹推进长江十年禁渔各项工作,强化考核督促问效,扎实做好中期评估,决胜收官“十四五”,谋篇布局“十五五”,确保长江十年禁渔行稳致远取得扎实成效。

据了解,为扛起“上游责任”,重庆始终坚持把深入实施长江十年禁渔作为践行“共抓大保护”方针的实际行动。五年來,长江水生生物多样性明显提升,长江干流(重庆段)鱼类资源量呈上升趋势,鱼类种类类群禁捕前增加58种,长江鲈、胭脂鱼、岩原鲤等珍稀特有鱼类出现频率明显增加,水生生物完整性指数提升2个等级;全市禁捕秩序平稳,非法捕捞案件数量较禁捕前下降32%;全市累计查处非法捕捞行政案件2582件;公安机关累计立案侦办非法捕捞刑事案件2661件。

长江禁捕退捕暨水生生物保护工作协调机制有关司局单位,沿江15省(市)公安、农业农村(渔业渔政)、市场监管等部门负责同志参加会议,与会人员还现场观摩了重庆在禁渔执法协同联动、行政执法赋权乡镇等方面的经验做法。

(上接1版)

从革命年代“唤起工农千百万,同心干”,到建设时期“遍地英雄下夕烟”;从改革开放“杀出一条血路”的勇毅探索,到新时代“撸起袖子加油干”的奋勇争先……一部百年党史,就是一部党同人民群众“想在一起,干在一起”的奋斗史。

“我在长期工作中最深切的体会就是:社会主义是干出来的。”2018年5月2日,习近平总书记同北京大学师生座谈时说。

两天后,出席纪念马克思诞辰200周年大会,总书记援引了那句广为人知的名言:“哲学家们只是用不同的方式解释世界,问题在于改变世界。”

用马克思主义武装起来的中国共产党人,深谙行动的价值、实干的力量:“事实是真理的依据,实干是成就事业的必由之路。”

我们靠实干创造了辉煌的过去,还要靠实干开创更加美好的未来。

(新华社记者 胡梦雪)
(新华社北京10月18日电)

(上接1版)

在坪阳村,刘繁生购买了手机话费套餐,在家里安装了光纤宽带和监控设备。现在,他外出时能用手机查看家里孩子和父母的情况。在家里,能随时与远方的亲朋好友视频通话,没事时用手机看新闻、购物,足不出户就能了解新鲜事,“如今的生活更丰富、更有趣了!”

网络建设,也为乡村治理注入了“数字动能”。

前段时间,坪阳村计划修建排水沟,需征求村民意见。村干部在微信群里一说,村民很快就回复了,当天就启动修建。

“以前,村里通知村民开会,村干部挨家挨户上门通知,费时费力。”坪阳村党支部书记罗洋说,现在,村里5个组都建了微信群,实行网格化管理,惠民政策、开会议事等,网格员在群里说一声,大家立刻就知道了。

森林防火也更高效。过去,坪阳村森林防火主要靠人工巡林。因巡林范围大、盲点多,很难及时发现火灾隐患。如今,当地林业部门打造了监控平台,在村里安装了监控设备,一旦监控到火灾苗头,平台立即把信息发送到手机端,网格员接到信息能及时赶到处置,保障森林安全。

尝到了甜头,2021年,刘繁生扩大了种植规模,柑橘种植面积达到30亩;2024年柑橘产量增加约50%,收入同比增长近1倍。

“网络帮了大忙,我经常把柑橘的视频发到网上,很快就有多地客商联系订货。”刘繁生笑着说,“今年柑橘产量比去年还高,不愁销路!”

罗洋介绍,该村已有几十户村民加入网销农产品行列,土鸡蛋、水果、蔬菜、红薯粉、腊肉等土特产走出山村,卖到了全国各地。

“村里打算引导更多村民改变销售模式,把农产品种植、养殖、加工等全过程拍成视频在网上展示,吸引更多消费者放心购买。”罗洋说。

冉茂仙也享受了“网络红利”。去年油茶采摘期,外地买家通过她拍的视频联系订货,油茶果没多久就卖完了。“山里人的日子更有盼头了!”冉茂仙脸上洋溢着笑容,“今年的油茶果马上要开卖了,我相信也能很快卖完。”

(上接1版)

相声《第十次》道尽了群文工作者的付出与执着;常德丝弦《走马楼的小秘密》温情讲述隔代传承的故事;群口快板《风火山》歌颂奋斗在“生命禁区”的普通工人;清音《星辰大海》致敬默默奉献的科研工作者;陕北说书《东方红》则用高亢的唱腔唱响了信仰的力量。

本次演出创新采用“节目表演+群体致敬”的立体结构,演出既是展示艺术的窗口,更是致敬平凡的舞台——向文化战线的老群文人、烈火中逆行的消防英雄,以及用科技赋能乡村振兴的科学家团队表达了最崇高的敬意。

原创力作讲述百姓身边的新时代故事

江津区文化馆,同样有一场惠民演出,在原创新剧《火红的日子跳起来》的欢快节奏中启幕。

四川清音《两匹马》以2008年南方冰雪灾害为背景,演绎电力工

人驰援灾区的感人故事;天门说唱《传家宝》通过一位九旬老人教育孙子节约粮食、回忆红军干粮袋的故事,传承艰苦奋斗的革命精神,寓意深远。

谐剧《非诚勿扰》改编自涪陵区全国孝老爱亲模范杨德碧的真实事迹,用戏剧的形式弘扬孝道美德……一个个紧扣时代脉搏、反映社会生活的曲艺作品轮番登场。

“这些节目既有老曲艺的韵味,又有新时代的气息,让人看得懂、听得进、有共鸣。”带着孩子看演出的市民张薇女士说:“我印象最深的是《传家宝》和《新农人儿》,一个讲珍惜粮食的老传统,一个讲科技兴农的新故事,一老一新都让人印象深刻。”

重庆群众艺术馆馆长任竟表示,群星奖是国家级最高群众文艺荣誉,此次系列惠民演出,让这些参评作品走进广大群众,丰富了基层群众的精神文化生活,增强了人们的文化获得感与幸福感。