

老字号，旅游消费新势力

日前，“2020第十七届中国中华老字号精品博览会”在杭州开幕。博览会主题为“老字号·新国潮”，共有300个老字号品牌参会。据统计，经过商务部认定的“中华老字号”共有1128家，注册商标总数达1.2万个。在国内许多旅游景区，都能见到老字号的身影，老字号产品也是许多游客的伴手礼。在传承中发展的老字号，正成为旅游消费的新势力。

去旅游，少不得“打卡”老字号

“去吴裕泰购茶叶，去全聚德吃烤鸭，去东来顺吃涮肉……”许多游客来到北京，少不得去这些地方打卡。每次有外地朋友来北京，从小在北京东城区长大的刘志新，都会带他们去位于东四北大街126号的北京稻香村第一门店去采购糕点。这里的糕点，刘志新从小吃到大。

北京稻香村始建于1895年，迄今已经125岁了。125岁，在老字号中还属于“年轻人”。“中华老字号”中最年长者为宁波的“黄古林”工艺品，起源于713年。在唐朝时古林草席就名声远播。商务部曾经从老字号家族中抽出851家进行分析，其平均年龄超过140岁。

据企查查近日发布的“中华老字号”大数据报告，北京共有老字号117个，在全国省份排名中，仅次于上海的180个，多于江苏的96个。从整体分布来看，苏浙沪共有367个老字号，占比近三分之一。从行业细分看，老字号中“酒”“药”“饭”三类占比最多，很多老字号如今依然活跃在消费者身边。由于各地历史发展情况不一，老字号分布情况也不同。其中，北京的老字号以商业居多，而广东、云南、浙江的医药行业老字号则较多，仅广州医药集团麾下就有12个老字号。上海的老字号中，有“工业风”者不在少数，比如生产中国第一只白炽灯泡的“亚明照明”，源于中国第一家自行车

车行同昌车行的“凤凰自行车”，生产出中国第一包合成洗衣粉的“白猫”等等。

在线销售，让影响力不再局限于本地

商务部、国家发展和改革委员会等16部门发布的《促进老字号改革创新发展的指导意见》中明确提出，要“支持老字号线上线下融合发展”，实施“老字号+互联网”工程。其中包括发展网络营销，支持电商平台设立老字号专区，集中宣传联合推广，并“鼓励老字号发展在线预订、网订店取(送)和上门服务等业务，通过线上渠道与消费者实时互动，为消费者提供个性化、定制化产品和服务”。

目前，几家大型电商平台都在老字号领域有各自规划，老字号登陆电商平台之后，也有相应改变。中国商业联合会中华老字号工作委会于2018年发布的《中华老字号电商发展报告》显示，入驻电商平台的老字号，整体销量和用户群都有较大幅度的增长。

以北京稻香村为例，从2014年首次触网到2018年，平均每年增幅在80%以上，在某电商平台的自营旗舰店上共有50.1万人关注。“还别说，老字号的东西是真的好。”一名网友如是评价。

“直播带货”也成为当下许多老字号的选择。在某电商平台的内联升直播间，内联升第五代传人任晨阳手里拿着针线和鞋底，现场演示手工布鞋技艺，还要与直播间里的观众进行互动。在此之前，内联升的线下顾客以北京消费者为主，直播有助于其扩大全国影响力。而在今年上海“五五购物节”的“国潮老字号”促消费系列活动中，大白兔、回力、恒源祥等老字号也走进了媒体的直播间，向全国各地游客展示上海老字号的风采。

过去，许多老字号的影响力往往局限于本地，主要靠口碑效应传播品牌，游客购买一般需要走



进当地门店。如今，在线销售和直播带货不仅有助于其走出本地，同时也拓展了年轻消费群体。

顺应新潮流，在传承中创新发展

今年国庆期间，“老字号+新加范儿”跨界市集在北京前门大街亮相，市集集合了便宜坊、都一处、天兴居、全聚德、丰泽园等诸多老字号。消费者在购买老字号产品的同时，也能感受到其文化和技艺的传承。

《促进老字号改革创新发展的指导意见》中明确提出，在老字号人才培养方面，支持老字号企业与职业院校合作共建“工匠创新工作室”和“工匠教学基地”，鼓励老字号技艺传承人到学校兼职任教、授徒传艺，培育和弘扬精益求精的工匠精神，实现传统技艺薪火相传，并鼓励老字号通过建立

博物馆等方式实现活态保护与传承。

在中华老字号精品博览会上，浙江省商务厅厅长盛秋平表示，IP化、数字化已成为新的消费趋势，顺应新潮流、拥抱新零售成为老字号传承创新发展的关键所在。“我们要挖掘深厚的历史文化底蕴，继续传承我们的老字号技艺、品质，同时也要适应新时代”。

根据《促进老字号改革创新发展的指导意见》，老字号企业要在“保护和传承优秀传统文化技艺的基础上，导入先进的质量管理方法和模式，运用先进适用技术创新传统工艺，提高产品质量和工艺技术水平，并根据市场需求研发新产品，吸引新顾客，开拓新市场。鼓励老字号与文化创意相结合，举办体现传统文化、符合现代生活方式和消费需求的文化、购物活动”，这些活动，也将促进当地旅游业的发展。

大数据告诉你怎么点菜不浪费

“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦”，虽然这句诗对大多数人来说都耳熟能详，但餐饮业浪费却依然存在，甚至触目惊心。浪费，有食客消费者造成的，也有餐饮企业在采购、保存过程中由于不当行为造成的损耗。

近期，记者走访多家餐饮企业了解到，浪费问题已经得到餐饮企业的重视，不少企业正在研究如何减少食材损耗，部分企业已出台相关措施减少浪费。全国工商联餐饮业委员会向所有会员单位发出“坚决制止餐饮浪费”倡议书，号召餐饮业企业将制止浪费纳入生产、加工、服务的全过程。

相当一部分餐饮企业向消费者发出倡议，号召大家点餐时“量力而行”。吃正餐时人均该点几道菜？奥琦玮信息科技(北京)有限公司大数据产品总监金春君对西贝、云海肴、旺顺园鱼头泡饼等5家中餐馆的数据分析显示，在不包括饮料、主食的情况下，人均点菜

2.5—2.8道，“这其中包括甜品、点心等”。

金春君观察到，普通中餐馆浪费的现象少于酒店类餐饮企业，这主要与消费场景、消费习惯有关。

北京西贝餐饮管理有限公司副总裁楚学友分析，西贝的门店大部分开在商场里，餐厅多为2-4人桌，消费者主要是商场周边社区的居民，以及写字楼的上班族，多为熟客，了解餐馆的菜量，会根据实际需求点菜。“在以家庭为单位的就餐场景下，消费者不会点太多菜品。三五个年轻人吃饭时，一些没有成家、单身的年轻人，也会把菜品比较好的菜打包。”

曾经有家餐饮企业连续亏损，金春君团队调研发现，一方面，消费者反应餐厅价格偏高，另一方面餐厅的菜量很大，消费者经常吃不饱。“我们做了核算，比如100克的菜，实际操作中给顾客的是120克，从企业的角度，成本增加了；从顾客的角度，吃不完只剩一点也不愿意打包。”

金春君还分析，该企业4年前每桌平均就餐人数是3.5位，3年前变成3.1位，而在2019年，每桌平均就餐人数只有2.7位。“这说明，单人经济、小桌经济越来越明显。餐厅的菜量应根据不同消费群体进行调整。如果还停留在以前的标准，浪费就会很大。”金春君认为，把菜量减下来的同时，也把价格减下来，这对企业和顾客，都是双赢。

不少商家已经意识到这样的变化。木屋烧烤的菜品多为按份点单，有些烤串一份有10串、20串，曾有顾客反映数量过多。从去年开始，木屋烧烤对菜单进行了调整，将10串起点的菜品改成了5串。

北京太无二餐饮有限责任公司公共事务部总监黄莺介绍，该店有不少按人数点单的菜品，比如蛋羹酱鸡炒饼、盐焗大虾等都是1份1只或两只，还有单人套餐可以选择。

“双11”释放香港网购消费潜力

27小时不间断直播、直播中每15分钟就会放好礼、发放高达888元的现金红包，不同消费档位满减……

随着一年一度“双11”电商促销活动开幕，网购在香港快速升温。淘宝天猫香港站为此推出了一系列撬动消费者需求的措施，他们相信香港市民有更强的消费爆发力。

香港市民李女士的网购平台购物车里堆了几十种商品，11月11日她特意起早开启“买！买！买！”模式。“我是听朋友推荐的，没想到网上超市里有那么多好吃的，什么江西拌粉、海南粉、螺蛳粉，这些在香港很难买到。有时还会在网上买一些小孩玩具如跳跳棒、套圈跳跳圈，真的又便宜又好，而且还能送到家门口。”

天猫淘宝港澳负责人陈子坚说，他们对今年的情况非常乐观，流量比想象中要好。经过几年淘宝天猫本地化运营，客户对参与方式更加熟悉，参与度也非常高。

香港零售及批发从业员协会理事长蔡宗建表示，因疫情原因香港已有越来越多的人开始网购，这次“双11”很多人早早开始在网上购买一些内地的产品，未来这将会是一种趋势。现在香港的一些大型公司已开始认识到这种经营模式的变化，开始线上线下同步发展，这非常有利于香港零售业的复苏。

美国失业率连续6个月下滑

美国劳工部近日公布的数据显示，10月份美国失业率环比下降1个百分点至6.9%，连续第六个月下滑，但美国近期新冠肺炎确诊病例激增为就业市场复苏增添挑战。

数据显示，10月份美国失业率环比明显下滑，非农业部门新增就业人口达到63.8万人。其中，休闲和酒店业新增就业岗位27.1万个，专业和商业服务业就业人口增加20.8万人，制造业新增3.8万个就业岗位。

数据还显示，10月份美国劳动参与率环比上涨0.3个百分点至61.7%，但仍较疫情前低了1.7个百分点。失业超过27周的长期失业人口环比增长120万人，达到360万人，占失业人口比重32.5%；永久失业人口也站上370万人高位，较2月份水平高出240万人，凸显美国就业市场仍陷僵局。同时，非洲裔美国人、拉丁裔美国人和白人失业率分别为10.8%、8.8%和6%，显示美国就业市场复苏并不均衡。

分析人士指出，美国就业市场持续复苏，但新增新冠肺炎确诊病例近期屡创新高，为就业市场进一步改善增添挑战。与此同时，美国国会迟迟未就新一轮财政刺激计划达成一致，限制了流向受疫情影响的失业者和企业的资金，不利于就业市场持续回暖。

丰田大幅上调本财年业绩预期

日本丰田汽车公司近日发布的财报显示，由于在中国、北美等海外市场销售复苏势头强劲，本财年(2020年4月至2021年3月)该公司纯利润将由之前预测的7300亿日元(1美元约合103日元)提高至1.42万亿日元。

财报显示，受新冠疫情影响，本财年上半年，丰田销售额同比下降25.9%至约11.38万亿日元，纯利润同比减少45.3%至约6293.7亿日元。

丰田预计本财年销售额有望达到26万亿日元，反映公司主营业务盈利情况的营业利润将由之前预测的5000亿日元提高至1.3万亿日元。

由于海外市场销售快速恢复，丰田预计，本财年第三季度其汽车销售量将恢复至上年同期水平，第四季度则有望同比小幅增长。本财年销量有望从之前预计的910万辆提高到942万辆。

中信银行扶贫故事：

10年支教12000小时

中信银行扶贫故事：

屏边特困户走出致富路

“计算机能上网”“计算机能让我认识更多的人，了解更多的东西。”在重庆市綦江区永城镇黄沙小学，一场题为“计算机能做什么”的辩论会如火如荼地进行，抛出问题的是来自中信银行重庆分行的信息技术课支教老师。

“中信银行重庆分行在我校的支教活动起始于2010年，今年已是第十个年头，中间从未断过。”据黄沙小学的龙校长介绍，10年时间里，该行共计400余名员工参与支教，累计支教超过1.2万小时。“10年了，爱心助学我们会坚持下去，给孩子们带来更多关爱。”中信银行重庆分行行长陈以平的话给黄沙小学的老师吃下了“定心丸”。2020年5月8日，中信银行重庆分行员工丁丁和段永恒如约来到黄沙小学，“丁老师”教信息技术，“段老师”教外语。

还没上课，同学们就坐得笔直，等待“丁老师”的到来。课前，为了更好地适应同学们的学习基础和接受能力，他将课件改了很多遍；课堂上，他尽量使用通俗易懂的语言，拉近和学生们的距离；两天后，这位城里来的支教老师成了同学们课后了解信息的“宝库”。为何会选择信息技术这门课？在丁丁看来，“孩子需要全面而深刻的教育，信息技术的认识和运用能让孩子更进一步了解他们生活的世界。”对于平时只有语、数、外的同学们来说，信息技术课无疑是一门新课程。但这门课程的内容极大地激发了他们的好奇心，他们一个个都提出了心中的疑惑。

“I have a green bag, 来，跟我再读一遍……”“段老师”在教四年级的同学们学习外语。黄沙小学共有6位老师，但没有外语

老师，日常的外语课都是由3位永城镇中心小学送教下乡的外语老师在教授。同学们求知若渴，有一时间就缠着“段老师”在图书室补习英语。

教育扶贫，师资力量是关键，学生要学习新知识，老师们更要时常“充电”。为了提升教学质量，中信银行重庆分行为学校捐赠了台式电脑和手提电脑，老师们可以更方便地上网查阅资料、办公，也可以随时随地备课。

中信银行重庆分行将扶贫与扶智、扶志相结合，持续10年助力黄沙小学教育事业的发展。10年的助学积累，中信银行在黄沙小学结出了“中信爱心图书馆”、接力“爱心支教”及“中信大讲堂”等扶贫硕果，铺就了一条“扶贫要扶智，更要扶志”的教育扶贫路。



聚焦制造业，助“燃”智造城

工业是常州的立市之本、强市之基。

近年来，常州市委市政府聚焦制造优势，一手抓新兴产业培育，一手抓传统产业提升，先后制定出台《工业高质量发展走在全国前列三年行动计划》等政策，全力打造“工业智造、科教创新、文旅休闲、宜居美丽、和谐幸福”五大明星城市名片。中信银行的前身是中信实业银行，“制造业”基因深厚。中信银行南京分行辖属常州分行成立于1995年，是常州市第一家成立的全国股份制商业银行。25年来，中信银行常州分行秉持“不止于银行，不止于金融还有实业”的服务理念，倾力地方经济发展；特别是近年来，该行聚焦制造业，助力于“常州制造”成为高质量、高品质的“常州智造”，为常州智造注入中信用力量！截至10月末，今年该行对常州制造业综合融资投放支持达67亿元。

中信高度：“不止于银行，不止于金融还有实业”

今年3月，中信银行推出促进制造业贷款业务高质量发展的十五项举措，包括优化授信政策和授权，加大贷款定价补贴，配置行长奖励金，强化考核激励等多项具体工作措施。

中信银行常州分行结合常州实际情况，不忘初心，围绕市委市政府及上级政策导向和决策部署，扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务，特别是加大对民营企业、小微企业支持力度，不断完善授信政策与信贷管理制度，大力支持制造业在新基建、新技术、新材料、新装备、新产品突破创新上的融资需求，提高对具有自主研发优势、成长性强的科技型企业的支持力度，全面提升实

体经济服务质效。

下阶段，中信银行常州分行将继续加大对常州先进制造业新兴产业和技术改造优质项目的营销对接和贷款投放，重点投向通信电子设备制造、医药制造、铁路装备制造、仪器仪表制造以及电气器材制造等先进制造业领域。

中信宽度：搭建三大平台，发挥“联合舰队”优势

中信银行通过搭建“协同、同业、海外”三大平台，为客户提供“传统商行服务、综合融资服务和资源整合服务”。

凭借中信集团“联合舰队”优势，中信银行常州分行通过“金融+实业”“商行+投行”“境内+境外”三大业务模式，响应南京分行“中信赋能”的号召，融合贷款、发债、结构融资、跨境融资等多元化金融产品为常州制造业客户提供综合金融服务，为区域赋能、为伙伴赋能。

常州市某工业五星企业A股份公司是中国中信银行常州分行的存量客户。该企业的主营业务为轨道交通车辆配套装备研发、生产。随着“走出去”战略的实施，该企业已伴随高铁这张“名片”，将中国轨道交通技术向“一带一路”沿线国家输送。今年，该企业继续深入开拓海外市场，计划在海外某国设立控股子公司，需要数千万美元的流动资金。中信银行常州分行获悉后，第一时间在现有政策的基础上，为企业设计了内外融资的融资方案，通过境内中信银行常州分行与境外中信银行伦敦分行两地联动，以融资性跨境保函为媒介，提供了至关重要的境外融资渠道和较低的融资成本，

帮助该企业的海外项目迅速融资、快速落地。

未来，中信银行常州分行将进一步丰富跨境金融产品，创新中长期信贷产品，优化企业债务结构，稳健推广投融资业务，全力支持常州市制造业企业“走出去”。

中信温度：搭建交流平台，提供一站式品牌定制服务

今年以来，中信银行南京分行出台了系列“硬核”举措，坚定支持制造业，紧抓重点领域、全方位、多角度、深层次解决客户需求，以“新思路”精心做好制造业综合金融服务，打造服务制造业企业“有温度”的银行。

中信银行常州分行紧跟省行决策部署，邀请常州优秀制造业企业代表参加该行开展的多场制造业主题研讨会，包括“盛夏·信自然——服务实体经济 链接中信智慧 银企数字化转型合作发展”论坛、“龙城智造 中信智慧”中信银行南京分行制造业企业座谈会(常州站)等，搭建银企交流平台，为制造业企业提供一站式的综合金融服务。

常州某半导体技术股份有限公司成立于2016年9月，公司主营产品为驱动显示芯片制造和封装测试。该公司某项目连续3年入选江苏省重大产业项目。今年6月，该公司接到下游客户的大额订单，却面临缺乏流动资金的窘境。中信银行常州分行获悉后，第一时间前往企业，实地调研该企业的整体运营情况，并多方协作研讨该企业所在行业的发展态势。常州分行通过中信银行战略新兴产业发展的绿色通道，紧急启动特事特办，在1个月内对该企业完成授信审批，批复金额1亿元，并在6月末迅速

投放贷款5000万元，确保该企业能及时采购原材料进行生产。中信银行常州分行的贷款，为该企业的雪中送炭，也为该企业的后续成长打下了坚实基础。

中信精度：以交易银行为擎，构建“全景融资服务模式”

近年来，中信银行通过互联网、大数据、区块链等智能创新，推动工业化与信息化两化融合，助力产业结构优化调整、产业转型升级。中信银行常州分行积极推动包括交易银行、线上保兑仓、仓库质押、先票后货等在内的各类创新服务，并借助信e链、信e池、信商票等一系列线上融资产品，为常州市制造业企业提供初期、孵化期、成长期、成熟期的“全景融资服务模式”。

在服务常州市某三农型制造业企业中，中信银行常州分行通过交易银行，协助该企业搭建“收”“管”“付”资金结算体系，整合多种收单通道，实现集团销售款集中收账、回笼；建立现金管理服务体系，账户集中管理，搭建现金池，集团统一管控资金；基于财务共享中心，搭建银企直联渠道，支付通道与银行核心无缝对接，打开与企业“深层次”合作的阀门。

常州市某企业因人民银行结算系统改造，原代缴费模式发生重大调整。中信银行常州分行借“公共事业单位”收费渠道，以交易银行为抓手，“总、分、支”机构联动，打通该企业业务平台与中信银行核心系统的数据链路，设计开发出基于小额清算系统的“跨行对公收款”产品，填补了中信银行交易应用场景，提升了中信“交易+”的品牌自信。