

如何让“老成都”品牌走向更多地方？

蹚出“新路子” 传播“老味道”



老字号里打造的优雅就餐环境

老字号不因循守旧，靠创新“守”味

坐落在浣花溪公园附近的陈麻婆豆腐旗舰店，是成都人气最高的川菜店之一，古色古香的店面不仅吸引了游客前来，成都本地前来用餐的食客也是络绎不绝。“老字号企业能够保持经久不衰，除了存古开新、坚守实业、诚信经营这些品质外，一定要拥有自己独特的文化优势。”陈麻婆旗舰店总经理李涛说，近年来，老字号正积极利用文化优势，努力挖掘与研发文化产品。

细腻的豆腐、棕红色的牛肉末、透亮的红油……一道麻婆豆腐，如今成为成都大大小小的餐馆、家家户户饭桌上都能见到的菜品。历经一个半世纪的洗礼，从街边小摊到

门头“中华老字号”连锁经营，陈麻婆豆腐何以在四川这美食云集之地立足至今？李涛接受采访时告诉记者，超过一个半世纪还依然能够保留至今的味道，自然靠的是代代“诚信”经营以及传统川菜技艺的传承。

什么才是真正对成都老味道的“传承”？在李涛看来，巩固先辈留下的传统技艺，将传统技艺经过理解和加工，再传给下一代，这是老字号该有的担当。“其中需要提到的就是，我们研究麻婆豆腐的标准化，能够保证换厨师不换味，进而让老成都的味道能更快速稳定地‘飘’向更多地方。”

麻婆豆腐的标准让其走出

门，更是火遍整个亚洲，远销欧美。“现在，我们的调料也进行统一工业化生产，销往日本和欧洲，让更多的人可以吃到正宗的成都麻婆豆腐。”李涛介绍说，麻婆豆腐作为知名川菜代表，不仅是许多成都人的最爱，如今更是风靡整个亚洲，更远销欧美等地。

2006年被商务部首批命名的“中华老字号”，陈麻婆豆腐、赖汤圆、龙抄手、夫妻肺片、荣乐园、盘飧市、耗子洞鸭店、钟水饺、带江草堂9家企业上榜。李涛认为，“时代在变化，我们也要不断地发展和适应，让更多人知道成都的老字号美食，我们也一直在不断地研发新的菜式，在麻婆豆腐上不断地尝试新的结合，希望将成都老字号招牌不断地传承下去，让老字号焕发出新活力。”

老字号传承的“上上策”，须练好内功

“从中央到地方，政策面发力老字号品牌和历史文化资源联动，本意是让老字号借助文化东风顺势而为。”但在成都市饮食公司董事长胡家凤看来，正所谓“打铁还需自身硬”，老字号必须进一步激发内生动力，主动迎接当前消费升级、电商冲击背景下带来的供给效率提升等多方面挑战，才能不断迸发新活力，获得消费者尤其是年轻消费群体的认可。

青石板老街，一面很长的绿瓦红墙，茂林修竹与之呼应点缀。夹在文殊院与文殊坊之间，是一条宽阔干净又清新雅致的巷子。字画玉石鳞次栉比，穿着汉服的姑娘看着锦鲤，门口的阿姨讨论着素斋，而“荣乐园”伴着盖碗茶香掩面静待，店面前身是“成都名堂”，2020年重新打造，挂上“荣乐园”，并创新简单快捷实惠的“荣乐小厨”，其以卡座小聚为主，连两边的厨师都是“共享”。

在历史发展的长河中，每一个坚守下来的老字号招牌凝聚的是执着追求，都历经了很多的艰辛。胡家凤直言，“有些品牌经营者‘好酒不怕巷子深’的传统观念根深蒂固，‘小富即安’这一传统盈利观念使得老字号企业缺乏竞争的压力和意识，加上城市变迁等种种原因，造成了它们逐渐被淘汰或消失的局面，荣乐园恢复就

是老字号为‘传承’所做出的一个努力。”

远不止这些。根据记者了解，在“三城三都”建设过程中，成都积极发挥“中华老字号”品牌优势，先后对陈麻婆豆腐总店、陈麻婆豆腐旗舰店、龙抄手食府、荣乐园、龙抄手文殊店、带江草堂、粤香村、夫妻肺片总店实施了整体升级打造，并对耗子洞鸭店、耗子洞长顺店、耗子洞石人店、盘飧市、钟水饺总店、金芙蓉酒楼进行了升级改造，同时对赖汤圆食品厂、陈麻婆调味料厂还实施了设备设施更新、加工配送升级，目的就在于不断适应消费迭代和消费升级的需求，使中华老字号焕发新生活力。

坚持创新发展，老字号也要用新思路、新产品、新手段让其传统产品做到“坚守传承和创新发展”的高度统一。胡家凤表示，通过互联网等电商平台，老字号品牌在提升自身洞察消费需求能力的同时，也更能契合年轻消费群体的个性化需求，进而赢得新的市场发展空间。“未来，我们还将尝试时尚化、数字化，让新的消费者感受到老字号品牌的新面貌，并积极组建老字号传承人工作室，使得老字号薪火相传、代代有人。”

成都日报锦观新闻记者 孟浩 摄影 胡大田



在雅致的就餐环境里品尝美食的食客

成都生活周刊 CHENGDU LIFE WEEKLY

ChatGPT全球爆火 谈“颠覆”或许还早了点

春节之后全球最热门的话题是什么？答案非ChatGPT莫属。在过去一个多星期内，微博、抖音、朋友圈内几乎随处充斥着ChatGPT的话题；在A股市场，ChatGPT也成为最热门的板块，相关概念股股价“一飞冲天”；在相关行业，包括百度在内的多家AI企业正加速推出自己的“类ChatGPT”产品……ChatGPT真的会给我们的生活带来颠覆式变革吗？

人工智能第一次“征服”大众

对科幻迷来说，人工智能(AI)不是新鲜概念，从我们看得见的无人驾驶汽车、智能音箱和智能家居，到我们看不见的算法推荐、机器人客服等，一系列人工智能应用早已走入大众生活，但在此之前，AI技术并没有真正让大众信服，不少时候还被调侃为“人工智障”……

ChatGPT的出现，让大众第一次真正认识到了AI技术所具备的颠覆性能力。通过一个简单的

对话框，ChatGPT可以实现资料搜集、新闻稿撰写、写诗、写脚本、进行财务规划等过去的AI技术无法实现的能力。

大众被ChatGPT的强大能力所“征服”，体现在它飞速增长的用户数上。根据瑞银集团的一份报告显示，ChatGPT在推出仅两个月后实现用户数破亿，成为史上用户增长速度最快的消费级应用程序。作为对比，TikTok达到1亿用户用了9个月时间。

国内企业加速抢滩布局

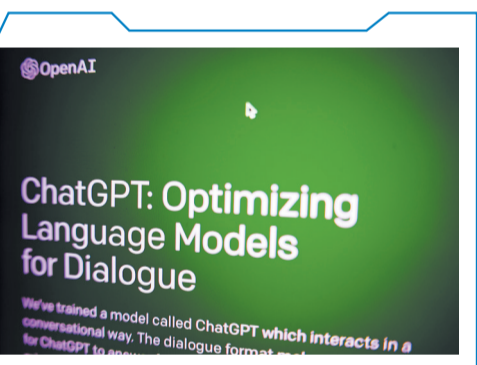
ChatGPT走红之后，巨头们还在进一步推波助澜。

北京时间2月8日凌晨，微软宣布推出由ChatGPT支持的最新版Bing搜索引擎和Edge浏览器，通过聊天机器人可帮助用户在更短时间内查找到所需信息，同时可实现编辑和翻译邮件、重写代码等功能。

其他互联网和人工智能巨头也不甘示弱。日前，谷歌宣布将推出名为“Bard”的对话式人工智能服务，以挑战ChatGPT。同时，百度也宣布将推出名为“文心一言”的类ChatGPT产品，将于3月完成内测，面向公众开放。李彦宏更是在内部定出OKR，

要引领代际变革，百度要全线接入“文心一言”。

据公开报道显示，近日多家互联网公司公布了人机对话相关专利：腾讯申请的“人机对话方法、装置、设备及计算机可读存储介质”专利可实现人机顺畅沟通；阿里巴巴达摩院申请的“人机对话及预训练语言模型训练方法、系统及电子设备”专利可提升问答交互的准确性；华为申请的“人机对话方法以及对话系统”专利可识别用户异常行为进行回复等等。来自天眼查的数据显示，近日阿里巴巴达摩院(杭州)科技有限公司发生工商变更，注册资本由1000万人民币增至3亿人民币，持续投入人工智能等底层技术。



记者观察

每年都被“伪颠覆” ChatGPT会是个例外吗？

连日来，ChatGPT的高热度引发了全社会的高度关注，不仅巨头、资本纷纷介入，各路专家也纷纷展望ChatGPT对社会各个领域可能带来的“颠覆”。不过记者从了解的情况来看，目前谈“颠覆”仍存在诸多的不明确因素。

一方面，ChatGPT的强大虽有目共睹，但上限依然有限，对于一些具有创新性和挑战性的问题，它的答案并不让人满意；另一方面，ChatGPT本身是OpenAI公司基于两年前的旧语言模型、两周内临时赶工出来的一款产品，更像是一款“测试性产品”，因此产品本身在隐私保护、版权问题、法律风险等方面的投入也并非完善，此前已多次引发争议。

过去几年中，我们已经经历了VR(AR)、区块链、元宇宙等多个“颠覆性”产品，几乎是以“每年一颠覆”的节奏飞速崛起又快速退潮，ChatGPT会成为一个例外，还是成为下一个“伪颠覆者”？这有待时间的检验。

成都日报锦观新闻记者 王鑫

短视频巨头步步逼近 本地生活市场大战一触即发

类都少很多，用户也只能选择商家设定好的套餐。

业内人士表示，抖音进入本地生活市场先天拥有流量优势，其对外卖领域的野心也早有端倪。2022年8月，饿了么与抖音达成合作，以小程序为载体，助力数百万商家为6亿抖音日活用户提供“即看、即点、即达”的本地生活服务；2022年12月，达达快送与抖音生活服务达成战略合作，为抖音平台上的餐饮商家提供同城配送解决方案。

艾瑞咨询数据显示，近年来，本地生活行业发展迅猛，预计到2025年中国本地生活服务市场规

模将达到35.3万亿元。因此不仅仅是抖音在步步逼近本地生活市场，国内头部电商和短视频平台都试图入场分一杯羹。京东、快手都曾传出入局外卖业务。对于本地生活市场大战一触即发，网友们十分激动，当天就将“抖音上线外卖”送上了热搜，“可以边刷视频边点餐了”“网红新思路，做饭+直播保证外卖新鲜”。看热闹不嫌事大，许多评论纷纷表示期待价格战：“平台打起来，消费者就有福利了”“卷起来，谁便宜我选谁”。

成都日报锦观新闻记者 吴纪涛

对于房地产市场的支持政策还在持续出台。日前，四川省政府发布关于印发《聚焦高质量发展推动经济运行整体好转的若干政策措施》的通知。其中第七点提出，促进房地产市场平稳健康发展：优化住房限购、限售、二套房认定标准等政策，支持符合条件的地方动态调整首套房贷款利率下限，落实居民个人换购住房个人所得税优惠政策，支持刚性和改善性住房需求。

与之相应，市场也出现了明显的回暖迹象——相关数据显示：1月当月成都新房成交8479套，比去年2月(春节月)上涨25%。值得一提的是，春节期间，成都各大住宅项目均呈现了“热销”状态，让市场对2023年的成都楼市前景充满了期待。

政策持续释放信号 成都楼市迎来“小阳春”

成交量上升25% 楼市释放回暖迹象



“上班第一天就接到近30组客户咨询。”贝壳找房工作人员李东的语气里满是笑意，“有同事3天就签了7单，基本是谈一个成一个，接下来楼市还将继续回暖。”

“目前我们项目已有超500组意向客户了。”华润中环天序的置业顾问给出的数字也释放着暖意。

在春节假期里，成都楼市回暖就已有迹可循：招商时代公园、天府公园未来城、武侯金茂府等主城区改善项目，加推房源开盘即售罄；麓湖板块多个住宅项目保持每天成交2-3套的节奏；中铁建新川城春节期间单日成交超过20套；锦江赋、华润中环天序、新希望锦官天城等在元宵节假日迎来上百组的到访……

相关数据显示：1月成都新房成交8479套，成交面积114万平方米。今年1月相比去年2月，成都新房成交量上涨了25%，“触底反弹”越发明显。仅1月29日-2月4日，全市就备案成交2173套新房。而在相关第三方平台统计的1月份30个重点城市面积成交榜上，成都以128万平方米成为唯一一个成交量突破100万平方米的城市。

政策叠加+利率探底 吸引返乡置业

据显示，“返乡置业”的再度来袭是开年市场回暖的重要特征。据第三方平台问卷调查显示，约有56.48%的购房者预计会在2023年置业，其中约54.63%的购房者选择返乡置业。不少热销项目的置业顾问也表示，返乡置业购房者超过半数，其中不乏北上广深的“老乡”回乡购房。

不断叠加的购房政策也是激发置业热情的重要因素。2022年，成都楼市新政频出：将除了高新区以外的一、二圈层统一为一个住房限购区域，具备该区域内任一区域购房资格的居民家庭及具备高新区南部园区购房资格的居民家庭，均可在该限购区域内购房；不再区分居民家庭购房资格的顺位，登记购房人的资格复核不再按照户籍所在地、稳定就业地及社保年限进行顺位排序；将原来的无房居民家庭、棚改货币

化安置住户、普通购房家庭三类优化为无房居民家庭、普通购房家庭两类。2022年12月30日，成都楼市再放大招：“父母投靠成年子女入户的，可以作为单独家庭在户籍对应的限购区域购买一套住房。”这在一定程度上直接刺激了春节期间的住宅成交。优化购房条件，降低购房门槛，让更多购房者们获得了期盼已久的“房票”。

与此同时，2022年度，LPR共计3次下调，成都首套房最低房贷利率执行标准仅为4.3%；在公积金贷款方面，自2022年10月1日起，下调首套个人住房公积金贷款利率0.15个百分点，5年以下(含5年)和5年以上利率分别调整为2.6%和3.1%。

业内人士预测，当下是难得的购房好时机，短期内成都楼市将持续走出上扬曲线。

成都日报锦观新闻记者 曹乐文/图