



小面产业大有作为

让小面更重庆更世界,来看大咖们的锦囊妙计

活动顾问、美食评论家李盛开:

重庆小面是餐桌上的点睛之笔

作为著名美食评论家、古川菜研究员,李盛开对重庆小面的历史和文化内涵有着独到的见解。他表示:“重庆小面的饮食伴随重庆这座城市的历史发展,麦作普及、面类饮食的兴起而诞生,并传承、创新、发展至今,融入到重庆人的生活 and 生命里,也融入到重庆城市的历史血脉和地域文化里,成为重庆城市生命和重庆人生活的一部分。”

李盛开表示:“此次评选,将组建专家、行业、大众三方评审团队,独立、客观、公正地进行评选,选出来的榜单会很有权威性。”

活动推广大使、重庆好人傅强:

重庆小面是我吃得最多的工作餐

作为原重庆市残联副主席,傅强曾获评全国民族团结进步十大感动人物、健康中国十大公益人物、重庆十大影响力公益人物,是一名资深的公益人。现在,傅强又有了一个新的身份:“新重庆小面50强评选”推广大使。

“重庆小面是我吃得最多的‘工作餐’,能成为此次评选活动的推广大使,深感荣幸。”傅强告诉记者,从事公益事业这些年,他一直在外忙碌奔走,经常是来去匆匆,重庆小面陪伴他度过了无数个在外的日子,他本身就对重庆小面有着深厚的情怀,知道在重庆有很多残障人士开的小面馆。“小面是他们维系生活的工具,在经营上,相较于常人,他们遇到的问题会更多。”傅强表示,成为推广大使后,他将借此次活动,积极宣传推广他们当中好味道的小面馆。

活动推广大使、重庆市小面协会秘书长邹徐:

推动重庆小面的发展和传承

作为重庆小面协会秘书长,邹徐曾在一年之内吃了上百家不同的小面馆。可以说,重庆小面就是邹徐生活中不可或缺的一部分。他一边吃,还一边看、一边听,一边思考。在他看来,小面不仅仅是重庆的饮食文化符号,还蕴含着重庆人的性格特征。能成为推广大使,将自己喜爱的美食推荐给更多的人,邹徐很开心,他表示重庆小面作为重庆的一张美食名片,非常期待将重庆小面的味道继续传播到全国,乃至全世界。

活动推广大使、面邦食代小面联盟创始人吴寅东:

把家乡“这一碗面”带到更远的地方

“我想要帮助知名重庆小面品牌在全国开连锁店到2000家以上。”面对记者的提问,吴寅东满怀期待地说。吴寅东是“面邦食代”重庆小面联盟的创始人,也是此次“新重庆小面50强评选”活动的发起人之一。年轻时,他周游多国,品尝意大利、日本、泰国等多国面食,最终回到家乡重庆开了自己的面馆。在网络信息高速发展的时代,他又与时俱进,成为了一名小面美食博主,在抖音等社交平台宣传推广重庆小面。

活动推广大使、国画巴渝画派画家朱文新:

小面是一种寄托一种态度

1963年出生的朱文新,是一位国画巴渝画派画家。他的作品充满了对重庆山水的热爱和对家乡的深情厚意。



“新重庆小面50强评选”颁发推广大使证书

朱文新的一天从一碗热腾腾的重庆小面开始。他的自传体文章《小面人生》系列中,近十篇是为重庆小面而作。这些文章以生动的文字和画笔描绘了重庆小面的韵味和魅力。在他看来,小面不仅仅是一种食物,更是一种情感的寄托,一种生活的态度。

“我希望让更多的人了解到重庆小面的魅力和人情味。希望大家能通过我的作品,看到生活的真实和丰富,每一根面条、每一滴汤水都充满了生活的味道。”朱文新说。

活动推广大使、资深媒体人飞飞哥:

小面需要赋予文化的韵味

在重庆谈美食,无论如何也绕不开小面,小面就是来重庆的一门必修课。作为重庆资深媒体人,飞飞哥因为工作的缘故,整天与重庆本土美食打交道,也体会到了重庆人对麻和辣的热爱,在这座城市,小面其实是身体的需要。

“至今有不少面馆冒用2013年的重庆小面50强。”飞飞哥说,甚至有面馆直接以小面50强作为店名。他很荣幸能担任推广大使。飞飞哥认为,重庆小面榜单有利于重庆面馆推广和影响力,不仅本地市民需要,国内外食客也想了解。这样的活动应该3至5年评选一次,扩大影响力。中国人的传统文化中也讲究一口吃,民以食为天,把吃的做好,就是文化推广。

活动赞助商、四川唯怡饮料食品重庆经理贺伟:

评选活动有利于推动行业的发展

“新重庆小面50强评选”活动,是对重庆小面行业的一次全面检视。贺伟称,这样的活动不仅有助于提升重庆小面的整体品质,也有利于推动行业的发展。唯怡作为川渝地区的一分子,乐于参与其中,为推动地方特色美食的发展尽一份力。

参与此次活动,贺伟称,活动期间,唯怡饮料食品将通过提供赞助、产品展示和免费试饮等方式,向公众展示唯怡的品牌形象和让公众体验我们的产品口感。

活动赞助商、重庆川渝面道食品厂长刘强:

共同推广好“重庆小面”城市名片

“目前我们每天为重庆提供1.5万斤面食、米制品。”重庆川渝面道食品有限公司厂长刘强介绍,企业主营鲜面条生产,以及米线、河粉、长寿粉销售,坚持致力于为市场提供最好的产品和服务,在面制食品生产行业精耕细作近十年,

以“诚信、品质、创新”的精神不断升级创新,从名不见经传的小作坊发展成为业界的佼佼者,拥有专业的研发团队和先进的生产设备以及成熟的配送团队。凭借高品质的产品以及良好的信誉服务,成为本市多家知名面馆、连锁超市、电商平台的合作伙伴。

刘强表示,参加本次活动就是为了弘扬重庆小面的美食文化,重庆小面的从业者们一起共同努力维护好、推广好“重庆小面”这张城市名片,为完善重庆小面的产业链和扩大规模尽一份微薄之力。

活动赞助商、仁怀市匠来酒业销售经理张中梅:

助力重庆小面,走向全国走向世界

“作为一名土生土长的重庆人,我特别喜欢吃小面。”贵州省仁怀市匠来酒业有限公司销售经理张中梅说,美酒配美食,重庆小面作为重庆的美食名片,也代表着重庆的一种饮食文化,匠来酒业希望能助力重庆小面,走向全国,走向世界。

张中梅说,匠来酒业时刻关注着重庆的地方发展。重庆小面发展至今,有味道、有品牌、有产业链,希望有了好产品,打通商业模式,引入资本助力,让更多的重庆小面走出重庆,走出中国,把“重庆小面 全球遇见”这个招牌打出去,吸引更多面食爱好者关注。

活动赞助商、重庆真妮丝纸业董事长王坤华:

有品牌有口碑才能挺立于市场竞争中

随着央视纪录片《嘿!小面》的播出,近年来重庆小面面馆数量在全国各地增长很快。重庆真妮丝纸业有限公司董事长王坤华认为,重庆小面的优势是物美价廉,做法比较讲究。但重庆小面要想长足发展,还得从味道上、品牌上下功夫。最终能够留下来的肯定属于有品牌、有口碑的优胜从业者。同时,还需要整合汇聚直播、营销、引流等方面的电商服务资源,加速探索线上销售渠道。

“我也很热爱小面。对获评新重庆小面50强的面馆,我们将为每家赠送定制用纸两大件。”王坤华说,重庆真妮丝纸业是专业生产各类家用、商务纸巾,为企业专属定制纸巾的重庆本土厂家,年生产上万吨各类纸巾。希望通过参与本次活动,尽一份企业的责任心,为重庆小面能走向全国贡献力量。

合作单位、抖音生活服务餐饮商圈重庆区域经理陈诚:

把重庆小面招牌做得更大更好更强

“我们为本次活动设置了话题:‘我心目中的重庆小面50强’活动期间,大家可参与短视频投稿。”陈诚说,抖音将与本次活动的组委会一起,在线上这个板块,把重庆小面这个招牌做得更大,做得更好,也做得更强。

重庆餐饮商圈今年1月至10月,商家数从4100家发展到17000家,交易额规模上,也从1月份的2700万,提升到10月份的1.35亿。如今,商家大多通过视频+直播+达播三个链条做线上运营,首先通过首先拍摄上传短视频宣传,然后再来通过平台中的一些活动,来提升粉丝数量,沉淀一个私域流量,最后通过达人矩阵直播,让商铺呈现一个螺旋式的闭环增长。

重庆的餐饮业发展良好,陈诚希望通过参与这次“新重庆小面50强评选”活动,提升重庆小面在线上的影响力和品牌知名度。

王尊 杨新宇 陈军 陈红莉 摄影报道