

增强经济发展内生动力 大力培育特色品牌 推动重庆经济高质量发展

近日,重庆市出台的《重庆市推动经济稳中向好若干政策举措》指出,要大力培育特色品牌。在扩大内需、提振消费的背景下,重庆如何打造一批具有高辨识度的特色品牌,以此带动消费增长,激发市场活力,增强经济发展内生动力?

对此,上游财经记者专访了重庆大学新闻学院教授、全媒体传播研究所所长、智能传播与城市国际推广重庆市哲学社会科学重点实验室副主任马二伟。

立足山城特色 丰富资源 奠定品牌基础

上游财经:特色品牌培育不仅是高质量发展的重要标志,还是打造国际消费中心城市、推动重庆“走出去”的战略支点。在特色品牌培育方面,重庆拥有哪些优质消费资源可供利用?

马二伟:重庆作为全国首批国际消费中心城市和2025年社会消费品零售总额“全国第一城”,拥有丰富多元、特色鲜明的消费资源。重庆美食以麻辣闻名世界,涵盖火锅、小面、烤鱼、江湖菜以及各种特色小吃;二是文旅消费资源。重庆独有的8D魔幻城市地貌,包括中心城区的洪崖洞、山城巷、长江索道等标志性场景,以及三峡、武隆、大足石刻等名胜风景区;三是老字号与非遗消费资源。重庆共有442家老字号企业,其中31家为商务部认定的“中华老字号”,拥有荣昌陶、夏布、蜀绣、竹帘等非遗;四是地方特产消费资源。重庆物产丰富,包括奉节脐橙、涪陵榨菜、武陵山珍、江津米花糖、磁器口麻花、合川桃片、北碚怪味胡豆等地方名特产。

盘活优质资源 品牌矩阵 引领消费升级

上游财经:如何进一步盘活这些优质消费资源,转化为重庆“拿得出、叫得响”的消费品牌,推动重庆经济更好、更快地发展?

马二伟:品牌不仅代表着产品与服务的质量信誉,更是文化载体和情感连接的媒介,能够激发消费者产生重复购买行为。依托现有消费资源,重庆特色品牌培育可以从以下五个方面发力:

第一,打造“麻辣渝味”美食品牌。依托重庆美食资源,以“麻辣”为特色,强化渝味美食的品牌认知。

第二,建设“雄奇山水”美景品牌。借助重庆得天独厚的山水自然资源,围绕“梦幻都市”“壮丽三峡”“秀美武隆”“多彩大足”四大板块,做强雄奇山水美景品牌。

第三,塑造“千年巴渝”文化品牌。巴渝文化涵盖巴人历史、移民文化以及红岩与抗战文化等。加大对这些文化资源的保护与开发力度,擦亮“千年巴渝”文化招牌,为重庆消费品牌注入深厚的文化内涵。

第四,壮大“重庆智造”工业品牌。重庆具有良好的工业基础,现今正通过产业升级向“重庆智造”转型,智能网联新能源汽车是重庆聚力打造的万亿级主导产业集群之一。

第五,开发“山城优品”农业品牌。通过塑造“山城优品”的品牌形象,可以提升重庆农产品的品牌认知度和市场占有率。

推动跨界联名 多维IP共创 激活品牌价值

上游财经:优质消费资源与知名IP跨界联名,已成为消费场景再造与品牌价值扩张的重要手段。对于重庆而言,如何促进优质消费资源与知名IP跨界联名?

马二伟:推动优质消费资源与知名IP跨界联名,是激活地方消费活力、提升品牌影响力的有效路径。跨界联名并非简单的品牌名称、标志使用授权,而是从产品研发、视觉设计、场景营造到营销传播的全方位共创。

重庆可以依托麻辣美食、山水美景与山城特产等优质消费资源,联动知名品牌IP、国潮IP、动漫影视IP与文博非遗IP开展深度联名,强化地域品牌辨识度,提升品牌价值,拓展品牌传播渠道。

特色品牌建设还可以与其他城市IP联动,整合与共享资源,通过文化互鉴、产业互补,打造城市品牌共同体。重庆地处长江上游,依托长江黄金水道与武汉、南京、上海等沿线主要城市共塑“沿江城市品牌IP”;作为四大直辖市之一,重庆可以与其他三个直辖市北京、上海、天津一起打造“直辖市品牌IP”;从地缘关系来看,重庆还可以与成都、西安等西部主要城市合作,在现有成渝城市群的基础上,进一步扩大城市圈,建设“西部城市品牌IP”。

老字号焕新 线上线下 助推新消费品牌

上游财经:重庆拥有众多的老字号企业,近年来又崛起一些新消费品牌,如何将重庆优质消费资源注入这些老字号企业与新消费品牌中,实现老字号品牌焕新与新消费品牌扩张?

马二伟:老字号企业品牌焕新有利于盘活优质消费资源,推动地域产品“走出去”,贴上巴渝风韵、山城烟火等特色标签,深度融合重庆优质消费资源,以区别于其他地域国货潮品。具体做法可以从以下方面入手:

首先,加强宣传推介,开展进商圈、进景区、进枢纽活动。在解放碑、观音桥、时代天街等核心商圈,打造品牌形象旗舰店,承担品牌展示、新品首发、产品销售等功能;在洪崖洞、磁器口、十八梯、山城巷等景点,设立体验馆,融合非遗展示、技艺体验、打卡直播等。

其次,推动老字号推陈出新,融入巴渝文化符号,开发国潮新品,吸引年轻消费群体。支持老字号在保留核心技艺与传统风味基础上,优化产品结构,推出小包装、轻量化产品,研发零添加、有机认证的特色小吃速食产品,促进品牌年轻化发展。

最后,拓展线上消费市场。线上渠道已成为消费者购买的主阵地,应积极推动数智技术与消费场景深度融合。利用直播购物、社交电商等模式,设立“重庆老字号国货潮品”“山城优品”等销售专区,打造具有重庆标志性直播基地和直播品牌,培育重庆本土主播团队。

智能技术赋能 “人工智能+”行动 重塑品牌格局

上游财经:人工智能技术发展如火如荼,正在对各行各业产生深刻影响,国家也在大力实施“人工智能+”行动,人工智能技术如何赋能重庆特色品牌培育?

马二伟:生成式AI、大模型、智能体等技术的应用普及,推动品牌建设进入AI时代。从“经验判断”向“数据驱动”,从“流量竞争”到“价值认同”,从“信息搜索”到“AI问答”,品牌塑造与传播方式发生根本转向。很多消费者购物前会向DeepSeek、豆包等AI大模型提问,正在兴起的生成式引擎优化(GEO)成为品牌建设的底层逻辑。传统搜索引擎优化(SEO)解决的是品牌能否“被看见”,GEO解决的是品牌能否“被信任”。当消费者向AI大模型提问时,品牌能够“恰当”地出现在AI提供的答案中,这取决于品牌相关信息是否被AI采信。因此,在特色品牌培育过程中,品牌需要与AI大模型建立可信关联,成为AI认证信源。

AI赋能品牌建设的关键是做好信息输入与输出把关。一方面,注重品牌数据资产沉淀,整合社交媒体、电商平台、短视频直播以及线下门店等全域数据,实时抓取品牌口碑、用户评论等,重点监测火锅、文旅、非遗等相关消费话题,优化品牌传播数据,形成高质量消费品牌语料库。另一方面,利用生成式AI讲好品牌故事,围绕产品卖点、用户痛点、平台风格适配品牌传播文案、国潮海报、品牌短视频、直播话术等,融入重庆方言特色与巴渝文化内涵,并结合用户画像,精准匹配目标消费者,放大品牌传播声量,提升品牌传播效果。

上游财经·重大智库出品