

财眼

费大厨撤下“小炒肉大王”头衔
“地位标签”式营销面临信任审视

昔日的“金字招牌”，也可能成为如今的舆论焦点。近日，费大厨多家门店陆续撤下“全国小炒肉大王”相关宣传，转而使用“专业大厨炒”等表述。此次调整背后，折射出消费者对于行业称号含金量以及品牌宣传边界的持续关注。

近年来，“大王”“大师”“第一”等“地位标签”频频成为食品饮料企业打造差异化竞争优势的营销工具。然而，随着监管规范的不断完善及消费者认知的持续提升，此类营销方式将面临更严格的审视。

■新快报记者 张晓茵 文/图



“大王”称号来自线上比赛

据了解，2021年前后，费大厨开始在品牌推广中使用“全国小炒肉大王”这一头衔，并通过将该称号与招牌菜“辣椒炒肉”进行绑定，逐渐形成了较强的消费者认知。

随着2026年8月《社会组织评比表彰活动管理办法》正式施行，部分行业协会开始清理撤销此前颁发的不规范称号。这一背景下，有网友追溯发现，费大厨“全国小炒肉大王”头衔源于2020年中国烹饪协会举办的线上“小炒肉PK大赛”，该比赛中，参赛者仅需提交烹饪视频及菜品照片，并未见餐饮比赛较为重要的品鉴环节。

这一评选方式引发部分网友对该称号含金量的质疑。面对舆论关注，费大厨创始人费良慧在公司内部发布公开信，表示响应相关政策要求。随后，其线下门店宣传开始进行调整。

门店宣传物料调整过渡中

8月13日中午，记者走访费大厨广州白云万象汇店发现，相关调整已在门店端有所体现。目前，店内宣传灯牌、员工工服以及菜品宣传贴纸中，均未再出现“全国小炒肉大王”相关表述。同时，门店上菜时原有宣传口号也调整为“精选黑猪肉，专业大厨炒”。不过，部分细节尚未完成同步更新，纸巾包装仍是此前宣传字样。

从门店经营情况来看，记者走访时正值午餐高峰时段，店内未出现排队等位现象，但基本满座，店外区域亦有顾客用餐。现场观察来看，门店整体客流表现平稳，暂未发现此次舆情对线下消费产生明显影响。

“地位标签”式营销不少见

事实上，不仅是费大厨，食品饮料行业中通过“地位标签”进行营销的现象并不少见。例如，快餐品牌72街荷叶饭以“全国荷叶饭大王”塑造行业领先形象；茶叶品牌小罐茶曾以“大师作”强化专业品质认知；茶饮品牌茶救星球则以“蔬果茶开创者”建立品类先发优势。

然而，这种宣传方式在令部分消费者产生购买意愿的同时，也可能因标签背后的真实性、权威性或评价标准缺乏明确依据，引发另一部分消费者的质疑。

据了解，小罐茶的“大师作”，就曾引发消费者关于“是否构成虚假宣传”的讨论。2024年6月25日，小罐茶创始人杜国楹回应长期以来的“大师作”争议，称企业广告语对大家造成了困扰，自己反思多年，郑重向大家道歉。

有部分企业的营销行为，甚至突破法律边界。2024年底，和府捞面旗下公司因摆放印有“中式面馆第一品牌”的广告牌，违反了《中华人民共和国广告法》中关于禁止使用“国家级”“最高级”“最佳”等极限用语的规定，被监管部门罚款3万元。

分析

行业竞争
应回归产品品质

在中国企业资本联盟副理事长柏文喜看来，食品饮料行业热衷于“大王”“大师”“第一”等称号，本质上是品牌在竞争中寻求“捷径”所致。

“信息不对称下，消费者难以逐一判断产品价值，各类头衔、榜单能快速建立认知锚点，是低成本获取信任的方式；在平台算法和种草逻辑下，品牌也被迫卷入头衔军备竞赛。但评选、供给端的失控，反过来稀释了头衔本身的公信力。”柏文喜提到，“大王”等称号虽未被明确禁止，但暗含行业顶尖的暗示属于高风险灰色地带，行业竞争应回归产品品质、供应链能力与长期品牌价值。

事实上，监管层面对于相关营销表达的规范已在持续加强。新快报记者注意到，2026年3月，市场监管总局发文表示，将加大对宣称“第一”“首创”“最佳”“领先”等广告用语的监管力度；广告中以绝对化用语宣传产品、服务的销量、销售额、市场占有率等信息，但其相关表述所涉及的行业、领域、地域等与有关国家标准、行业标准的界定不一致，可能导致消费者对经营者及其产品、服务的市场地位、竞争优势产生误解的，可以认定为虚假广告。

央行将连续开展
隔夜逆回购操作

每日不超过6000亿

新快报讯 记者范昊怡报道 8月12日，央行公告将于8月14日、17日至19日开展隔夜逆回购操作，单日操作上限6000亿元。而就在此前三日，央行7天期逆回购已连续“零操作”，8月11日至13日分别实现净回笼465亿元、50亿元、10亿元。一增一停的双向操作形成鲜明反差，引发市场广泛关注。

隔夜逆回购迈向常态化

7天期逆回购的连续暂停并非政策转向的信号。公告明确，零投放源于“根据公开市场业务一级交易商的需求”。

市场数据显示，8月初以来，DR001、DR007等核心资金利率持续下行，银行间短期资金供给充足，一级交易商向央行拆借资金的意愿显著弱化。此次零投放，是市场供需的自然体现，并未造成资金面收紧。

与7天期逆回购的“静默”形成对照，隔夜逆回购的提前加码更具政策深意。作为央行今年6月新增的公开市场操作品种，隔夜逆回购次日即可回笼资金，适配市场超短期资金周转需求。

值得关注的是，本次操作首次安排在8月中旬，从以往月末、月初延伸至月中。招联首席经济学家董希淼认为，这是隔夜逆回购从应急工具迈向常态化工具的标志。

流动性管理精细化

此次操作亦精准对冲了8月中旬多重资金扰动。8月17日为本月缴税申报与缴准截止日，叠加8月15日为周末，月中税期扰动导致银行体系阶段性资金面承压，短端利率极易出现波动。

在操作模式上，央行延续“给量不给价”思路，仅设置单日6000亿元规模上限、不公布固定利率，同时采用弹性规模调控，摒弃固定投放模式。

业内分析指出，市场缴税行为存在主观性，流动性扰动难以提前预判，弹性规模安排能够保留货币政策灵活性，实现精准微调。

多位业内专家表示，本次双向操作是央行流动性精细化管理的典型体现。不同期限逆回购各司其职，隔夜品种对冲税期短期缺口，中长期工具应对缴准等长期流动性压力，有效熨平利率波动。同时，此次调控落地，进一步印证货币政策框架向价格型转型的趋势，市场观测重心正从操作投放量，转向短端市场利率的平稳运行态势。

MSCI中国指数调整 资金与基本面迎来双考

8月12日，明晟公司(MSCI)公布了MSCI股票指数2026年8月指数审议结果。MSCI中国指数新纳入智谱、鼎泰高科、凯莱英等33只股票，剔除万科A、智飞生物等32只股票。调整将于8月31日收盘后生效实施。记者注意到，被剔除的个股中，有的处于行业周期压力，业绩下降，有的市场不及预期。

■新快报记者 涂波

新增33只股票

MSCI中国指数本次新增的33只股票，涵盖半导体、医药、新材料、精密制造等多个领域，包括智谱、鼎泰高科、凯莱英、华峰测控、中船特气、国瓷材料等。

从上半年业绩层面看，本次新纳入股票内部呈现明显分化，半导体与电子材料板块多数企业受益于国产替代进程，盈利增速亮眼。中船特气发布的半年报显示，今年上半年实现营收19.04亿元，同比增长83.13%，归母净利润3.48亿元，同比增长95.63%，产能释放带动利润快速上行。

华峰测控、芯源微、精测电子等半导体设备企业，依托国内晶圆厂扩产需求，订单保持稳步增长，营收较去年同期实现正向增长，但受研发投入加大影响，部分企业净利润增速低于营收增速。

部分股票仍处在业绩修复或者成长投入阶段。新材料板块的鼎泰高科、国际复材、国瓷材料业绩随下游制造业需求波动，整体保持小幅增长。

剔除32只股票

MSCI中国指数本次剔除的32只股票，包括长春高新、万科A、智飞生物、大金重工、芒果超媒、永辉超市等。梳理本次被调出的代表性企业，业绩分化、行业周期压力已经在财报端有所显现。

长春高新预告2026上半年归母净利润3.93亿元—5.90亿元，同比下滑40%—60%，生长激素业务承压，股价自前期高点持续回调，外资持股占比逐步下降。万科A作为地产龙头，在行业下行期，企业持续推进债务优化，营收利润保持偏弱态势。智飞生物受疫苗代

理业务变动影响，上半年经营压力较大。消费赛道的永辉超市持续处于业绩修复周期，零售行业竞争激烈，盈利水平反复波动。

历史数据显示，纳入MSCI中国指数主要带来被动资金流入效应，成分股调整日前后常有资金提前布局，导致股价阶段性波动。分析指出，被动资金仅能够带来短期流动性利好，无法长期驱动股价上行，个股中长期走势最终取决于行业景气度与企业盈利兑现能力。

本次指数调样，折射出海外资金配置方向向硬科技、高端制造倾斜，投资者不宜单纯依托纳入消息盲目追高，应当结合半年报业绩、行业周期位置综合判断估值风险，理性看待外资调仓带来的阶段性行情。