

扛起新使命 区县谈落实

打造“开州金厨”区域公共品牌 拓展强区富民新“厨路”



数名“开州金厨”在第四届重庆厨师节上获得多项殊荣

走出一条致富新路—— 多渠道带动群众增收，实现促就业与惠民生“双向奔赴”

今年6月，开州区举行2024年第二批“开州金厨”赴企业就业出征仪式，116名精英厨师学员经过专业技能培训，前往北京、广州等一线城市发展。

在开州区铁桥镇，32岁的李海权一大早就起来忙着处理新鲜食材，他在汉丰湖畔开了一家“柴火饭”餐馆，因其厨艺精湛，生意一直很火爆。

一名开州金厨不仅是个人梦想的追求者，更是带动家庭富裕、乡村振兴的生力军。近年来，开州区将群众就业增收作为“金厨带精品”行动的出发点和落脚点，完善“开州金厨带精品”利益联结机制，聚焦带动群众多渠道增收就业，加强开州区外就业岗位，深化人才供需对接、完善创业支持政策，实现促就业与惠民生同频共振。

就业不仅是基本的民生保障，也为“开州金厨”区域公共品牌发展壮大打下了坚实人力基础。开州区建立“开州金厨”智能服务平台推行“人才培养+就业服务”的一体化模式，整合用工需求端、培训供给端、劳动者求职端三方资源，有效解决餐饮企业招工难和就业难并存的困境。借力对口协作帮扶、餐饮行业协会、异地开州商会等平台，与山东和江津、万盛等地常态化开展劳务对接合作，同时量身定制担保贷款、奖励扶持、创业培训等政策，利用烹饪学校等主阵地搭建“开州金厨”创业培训交流大讲堂，带动市场主体创业全国各地。

目前，“开州金厨”被认定为重庆市特色劳务品牌，入选全市首批重点培育打造的劳务品牌和培训品牌名录，成为全市首批乡村振兴领域劳务品牌标准。

为强村富民拓新路，开州区还通过“金厨+集体经济组织+农户”等发展模式，支持引导“开州金厨”名店等餐饮企业通过契约型、分红型、股权型、保底收购等方式，与全区2900余家种养大户、800余个专业合作社、230余个村集体经济组织和脱贫户、农村低收入人口等建立稳定利益联结关系，实现农户有收益，企业有利益生动局面。

随着天气转凉，漫步在开州区大街小巷，各家餐馆不时飘散出的饭菜香，带给人们温暖的幸福感。开州大混蒸、香嫩牛肉、开州头碗……丰富多彩的开州美食总有一款能够满足食客极致的味蕾享受。

美食，是一个地方的难忘记忆，也是一座城市的文化烙印。自汉代起开州便是“川东四大盐场”之一，1800多年的历史长河中，开州上至宫廷御膳，下到民间食坊名厨辈出、食耀八方。勤劳智慧的开州人“开明开放、敢拼敢闯”，在走南闯北中用食物来缩短他乡与故乡的距离，以精湛的烹饪技艺、独特的地方风味将开州烹饪文化带向世界。

如何让遍地开花、久负盛名的开州美食和烹饪技艺放大优势，在新时代的美好生活中蹚出增收致富的新“厨路”？近年来，开州区立足“餐厨大区”农产品精品资源、餐饮经营主体、餐饮从业者众多优势，以“精品的理念蕴育精品、以金厨的流程锻造金厨、以配带的网络扩张配带、以星火的模式聚拢星火”培育做靓“开州金厨”区域公共品牌，深入推进“开州金厨带精品”行动，以“开州金厨”区域公共品牌旗下的“名店”“名厨”“名菜”为载体，以名优农产品、食品、文创产品及工艺品等开州精品为主打产品，打造具有开州辨识度的餐饮产业融合发展新格局，推动开州精品优品走出重庆、走向全国、面向世界，实现了“一金厨带动一名店，一名店带活一群人，一群人带富一方乡亲”。

核心提示

叫响一个特色品牌——把资源优势转化为发展胜势，提升开州餐饮品牌辨识度

“开州金厨”品牌亮相2024世界品牌莫干山大会，引起了与会者的广泛关注；重庆市烹饪协会与开州金厨研究院签署合作协议，在技术研发、教育培训和市场推广等方面深度合作；2024年感知重庆海外推荐官开州专场活动举行，来自俄罗斯、韩国、埃及等国家的5名海外推荐官，实地走访“开州金厨”品牌形象店、探访“名店”“名厨”“名菜”……

从市内到全国，再到世界，不难发现凭借独特的饮食文化和精湛的烹饪技艺，“开州金厨”的影响力和市场潜力与日俱增。“在全国开州籍餐饮市场主体2.4万家，从业人员约25万人，占开州户籍人口七分之一。其中约10万人在外从事餐饮业，年营业收入200万元以上的达近8000家。”开州区相关负责人介绍，开州餐饮行业覆盖全国区县级以上城市，就连中国最后一个通公路的西藏墨脱县，都有开州人开的餐馆。开州人经营火锅串串、中餐川菜、烤烫涮鱼、重庆小面等美食，素有“川菜普及大使之乡”美誉。

为进一步把资源优势转化为发展胜势，开州区围绕万开云同城化区域消费中心城市建设，融合深厚的餐饮文化底蕴，发挥丰富的资源禀赋优势，通过统一评选认证、制定标准体系、创新经营模式等措施，全力打造人、菜、店深度融合的区域公共品牌“开州金厨”，让开州饮食成为重庆美食文化的优秀代表，开州特色产品的集中展现。

一个品牌的成功，标准是话语权，是产业的核心竞争力。开州区推动建立“开州金厨”品牌人才、菜品、实体店体的评选认定标准、品牌使用管理办法及定期复核退出机制，注册“开州金厨”集体商标，向国家版权局成功申报了“开州金厨”LOGO美术作



“开州金厨”技能大赛选手比赛中

品版权登记。制定“开州金厨”品牌地方标准，制定发布“开州菜”团体标准21个，编辑出版《开州金厨特色菜》《开州药膳》等教材资料30余本，充分利用“开州金厨”资源，充分运用系统的品牌标准和管理体系筑牢品牌发展基础。

做强“开州金厨”品牌人才队伍，引领开州饮食专业化、高质量发展。开州统筹

区内龙头餐饮企业、职业院校、培训机构等专业教学资源，建立“现代学徒制+职教全日校+校企合作”等人才培养体系，将“开州金厨”纳入“开州英才计划”产业人才项目，推动“名厨”队伍技艺技能过硬、数量质量过关。对“协会+企业+专家”综合评选出的“名店”，实行统一“策划推广、标识标准、优材配送”等管理，助力餐饮“名店”实现从单店经营到品牌连锁转变、游击队向集团军转变。

随着“开州金厨”研究院、药食同源研究院相继建立，开州区在饮食文化挖掘、烹饪工艺升级、菜式宴席研发等领域下足功夫，以鲁渝蔬菜、开县春卷、开州香肠、开州再生稻、雪宝山珍、冷水鱼等特色精品为食材和原料，创新研发一批独具开州特色、旅游必吃的“开州金厨”特色菜品，因地制宜打造“橘香宴”“药膳宴”“香肠宴”等主题餐饮。在“开州金厨”区域公用品牌引领下，以春卷、香肠、中药材、蔬菜、大米的“开州农产品、绿优纯甄”产品品牌，以龙珠茶、香绸扇、开州汉绣等为主体文旅产品品牌，以桔梗、川党参、天麻、雪宝山雪参等药食同源药材为代表的特色加工品牌美誉度和知名度与日俱增，一道道美食佳肴，一件件开州好物走进了来住宾客的心里。



蓝图绘就千般景，开启“开州金厨”区域公共品牌一、二、三产业融合发展新篇章。开州正加快全链贯通农房、厨房、工坊、街坊，让“小餐饮”变身“大产业”，一条具有地域辨识度的产业融合新体系正从路线图变为实景图。

来自韩国、俄罗斯、埃及、也门、缅甸的海外推荐官探访“开州金厨”品牌店

刘玉珮 陈钰桦 马建保 图片由开州区商务委提供

看点

2027年目标及成果：

●“金厨带精品”销售额突破80亿元，促进10万农户增收致富。

●培养1000名以上高技能厨师，带动餐饮从业人员就业9000人。

改革举措：

●构建“金厨+精品”品牌联动机制。构建“金厨+精品”品牌合作，推动“开州金厨”与精品餐饮、酒店及旅游等行业合作，形成品牌溢出效应。

●建立人才培养与输出机制。创新厨师培养模式，与职业院校和行业协会合作，建立“金厨大师工作坊”，培养激励年轻厨师成长，为全国餐饮市场输送优秀人才。

●构建产业链全方位服务机制。创建覆盖餐饮、农产品加工、物流配送与品牌营销一站式服务平台，探索“互联网+”模式，线上线下融合，扩大“金厨带精品”品牌影响力。

持续发挥“开州金厨”品牌效应

带动一个产业集群——发挥餐饮行业融合引流特点，让“大山货”无缝衔接“大市场”

人间烟火气，最抚凡人心。一份家乡的食物，总能唤起漂泊在外的开州游子对故乡的思念之情。在北京、四川、山东等地，一批“开州金厨带精品”形象店和专区专柜应运而生，开县春卷、开州香肠、地道中药材、紫水豆干等农特产品整

齐摆放在货架上，通过设立“开州金厨带精品”展销专区25个，已实现年销售额达15亿元。拓展开州特色精品销售渠道，充分展示开州丰富的美食文化和创新成果，不仅让在外的开州人能够品尝到家乡的味道，也让更多消费者有了品

味开州好物的机会。

近年来，开州发挥餐饮行业融合能力强、引流效果好等特点，推动“开州金厨”品牌升级延展吃、喝、展、游、购美食产业链条，推动“大山货”无缝衔接“大市场”，将“人气商气财气”引入文旅、健康、商贸等行业，实现一业兴百业兴的目标。

蓬勃发展的食品及农产品加工业是“开州金厨带精品”的关键支撑。开州加快推动“万开云”现代山地高效特色农业带建设，实施百亿级优势特色产业培育行动，重点发展以鲁渝（寿光）蔬菜现代产业园为主体的绿色蔬菜、以“开州香肠”为引领的生态畜牧、以“生物医药”为引领的中药材大健康、以“森美橙汁”为引领的晚熟柑橘四大百亿级产业集群，推进原料生产、初精加工、体验展示、物流配送等有机衔接。引进“央厨智慧港”项目，涵盖种植、加工、销售、科研的全产业链，达产后年产值可达30亿元以上、带动农副产品销售超10亿元。

通过开发美食研学旅游线路、举办三峡药膳大赛活动、建设“食药同源”街区等措施丰富文旅业态，将美食资源变为旅游优势、消费优势。开州区深度融入建设成

渝地区双城经济圈、长江经济带高质量发展、东西部协作等国家战略，充分借助西洽会、西旅会、西农会等展会平台，开展“开州金厨带精品”宣传推介和产销对接，借势借力开展“开州金厨带精品”行动。壮大开县春卷、中药材、桑叶蛋、鱼籽酱等传统出口（出境）产品优势，进一步加大开州特色精品产品拓展国外市场的力度。

构建立体式配送带销网络，拓宽“开州金厨带精品”国内国际市场。开州与区内“名厨”“名店”、区外餐饮企业、线上网络平台等建立基地直销、直营展销、电商网销等销售渠道，开展实体店与抖音、美团、微博、微信等网络社交媒体合作，在各大电商平台设立“开州金厨带精品”店铺，积极引导开州精品通过电商平台、直播带货等形式发展线上预订、营销、团购、外卖、餐厅索引和评价服务，实现线上线下融合发展。

不断丰富“带”的载体，持续拓展“带”的领域，运用“开州金厨”区域公共品牌聚集辐射效应，“开州金厨带精品”行动重塑本土特色农产品、食品、文创产品、工艺品等精品产业发展和销售渠道，为开州特色产业打开新天地。



开州香肠美食文化节



开州区长江烹饪学校“开州金厨”学员实操练习