

# 我市各区县立足拳头产业，频频打造特色菜品——“全菜宴”“全果宴”如何走得更远

## 重报观察

■各区县频频推出“全菜宴”“全果宴”，就是在探索做好土特产文章

■“全菜宴”“全果宴”最大的效应是品牌效应，即以美食为记忆点和售卖点，引导打造各具特色的乡村产业品牌

■柚子宴、竹笋宴等总体方向是没有错的，但不能只满足于菜品本身的变化，而要让消费者有采摘、砍收的乐趣



潼南蔬菜宴。

记者 苏畅 摄 视觉重庆

■新重庆-重庆日报记者 颜安

11月7日晚，位于潼南城区的洒榨蔬菜小馆推出的蔬菜宴受到追捧，食客熙熙攘攘，有些市民甚至驱车上百公里，为一饱口福。

事实上，近年来不少区县立足自身特色产业，频频推出“全菜宴”“全果宴”：从南川的金佛山方竹笋宴到垫江的豆花宴，从忠县的柑橘宴、竹笋宴到铜梁的柚子宴，种类繁多、层出不穷，蔬菜宴只是最新的范式。

区县为何热衷“全菜宴”“全果宴”？频频推出的“全菜宴”“全果宴”如何走得更远？连日来，记者就此进行了调查走访。

### 原因 提升附加值 开辟新市场

“各区县频频推出‘全菜宴’‘全果宴’，就是在探索做好土特产文章。”市委党校副教授、硕士生导师刘娟表示。

从记者调研和收集的情况来看，事实的确如此。首先，目前各区县推出的“全菜宴”“全果宴”，均是立足于自身的拳头产业，已经具备较好的种植基础和知名度，能够支撑其打造特色菜品，如潼南区是“中国西部绿色菜都”，全区蔬菜种植面积达102万亩，年产量239万吨；南川区的方竹笋名声在外，种植面积已达24万亩。

围绕土特产，本身就大有文章可做，在此基础上推出相应的美食产品，属于“画龙点睛”之笔，有助于进一步提高知名度、美

誉度，从而破解“酒香也怕巷子深”的困局。

其次，这也符合农业产业的发展趋势。众所周知，农业的附加值比较低，只有在产业发展上深耕“差异化”“特色化”，才能塑造出自己的竞争优势。“但当农产品不以初加工产品的形式出现，而是一步跨到消费终端，其身价必然倍增，附加值也实现了提高。”刘娟如是说。

此外，这些美食佳肴的推出，也是以实际行动践行大食物观，为消费者提供更加丰富多样、营养健康的食物供应。正因如此，当年轻人成为消费的主力军后，其消费行为不再是单纯的购物，而是情感、文化和生活方式的多重体现。所以，各区县紧跟消费趋势，在一道简单的豆花基础上衍生出非遗豆花、仔鸡豆花、莲蓬豆腐等18道菜品，利用柑橘制作研发出橘盏掌中宝、橘香沙拉虾等菜品，迎合新消费趋势。

当然，也有产能结构性过剩，为产业开辟新蓝海的考虑。以柑橘为例，我市柑橘种植面积已达380万亩，产量超过400万吨，但规模较大的柑橘加工企业仅有五六家，且多以罐头和橙汁为主，产品种类不多，产量较小，亟待向多元化、高品质方向发展。开发柑橘宴无疑是一个思路，其他产业也有类似情况。

### 效果 形成品牌效应 推动产业发展

那么，目前各区县推出的“全菜宴”“全果宴”效果如何呢？

“有一定收获，也存在一些问题。”潼南区餐饮协会副会长李右福说。

2013年，李右福在自家的中餐厅腾出3张餐桌，专供顾客品尝新鲜蔬菜，其做法很简单：一锅高汤，十来盘蔬菜作为主菜，众人围坐“打边炉”。

“蔬菜宴”推出不到一周，就有客人专程来吃，有时候还得加桌。然而，正当李右福准备扩大“蔬菜宴”规模时，来店“吃菜”的客人突然减少了。他分析原因后发现，最初的“蔬菜宴”确实太“素”了，导致有看头却没有卖头。正因如此，他对“蔬菜宴”升级，荤素搭配，生熟兼备，蔬菜从主菜变为配菜。

这是“全菜宴”“全果宴”面临的第一个难题，即口味问题——因为味道趋同，营养较单一，以蔬菜和水果为基础制作宴席，容易陷入只能尝新而无法吸引“回头客”的境地，但若蔬菜只是配角，又让人觉得名不副实。

另一个问题是推广。一份“非遗双花”，要经过选豆、磨豆、滤渣、点卤等多个工序，再用传统手法烹制，才能成就细嫩、柔软的豆花；一份“橘子蒸蛋”，需要用橘子做容器，不仅味道酸甜，还消除了橘子本身的腥味……不难看出，柑橘宴、豆花宴、方竹笋宴的菜品十分精美，很多都需要极强的刀功和漂亮的摆盘，未经培训的厨师很难做好，限制了这些极具地方特色的美食佳肴的宣传和推广。

“但我们不应只关注这些细枝末节的问题，而要有跳出土特产看‘土特产’的视野。”刘娟认为，“全菜宴”“全果宴”最大的效应是

品牌效应，即以美食为记忆点和售卖点，引导打造各具特色的乡村产业品牌。

“有了无形的品牌效应后，各种资源、资金便会集中和布局，进而推动产业发展。”刘娟说。

### 未来 丰富消费场景 完善利益机制

记者注意到，“全菜宴”“全果宴”的打造多由区县商务委主导，由餐饮企业实施，其主要目的是通过一三产业融合打造具有重庆辨识度的乡村特色产业，进而带动农民增收。

“正因为目前成形的点还不够多，所以规模效应还没有形成，对农民的带动也还不够。”相关区县负责人坦言。

这从数据上可见一斑。如潼南的“蔬菜宴”餐厅有20多家，垫江以石磨豆花为特色的旗舰店和示范点共有103家，但相较于大家耳熟能详的万州烤鱼、黔江鸡杂等，总数依旧很少。

如何让“全菜宴”“全果宴”进一步深入人心，带动村民？

刘娟建议，应打造更多消费和体验场景。“眼下，经济发展正向投资+消费的双轮驱动转型，要释放更多消费潜能，就要契合新的消费趋势和人群，让他们有参与感、获得感、满足感。”柚子宴、竹笋宴等总体方向是没有错的，但不能只满足于菜品本身的变化，而要让消费者有采摘、砍收的乐趣。

刘娟举了一个案例：川场村位于日本群马县北部，1971年被日本政府认定为“过疏地域”。当地发展起田园驿站后，因地制宜发展起牛奶制作坊、肉类加工坊、啤酒制作坊、面包加工坊、蓝莓园、荞麦坊等，为消费者提供体验式旅游项目，由此生发的川场面店、特色小吃店等又满足了消费者的餐饮需求，川场村走上了以农业与旅游业为主要产业的可持续发展道路。

可喜的是，在我市潼南区，也有类似的探索——今年初，潼南区桂林街道小舟村的“蔬菜书院”民宿开业，以蔬菜宴、菜园音乐会、以书换蔬等为特色内容，为当地蔬菜产业赋能，效果不错。

“这样的探索可以更进一步。”刘娟表示，比如可以吸纳村集体和村民入股，也可以吸引当地企业、协会等进驻开展经营，大家形成利益共同体，最终带动产业发展、群众增收、各方受益。

## 重庆乡村振兴“头雁”走进高校“充电”

本报讯（新重庆-重庆日报记者 李志峰）11月9日，重庆市2024年乡村振兴带头人培育“头雁”项目土特产生产经营带头人、乡村网红两个专业培训班在西南大学开班。从全市遴选出200名新型经营主体带头人接受为期一年的培训，成为我市乡村振兴中爱农业、懂技术、善经营的“新农人”。

为培育和造就一支与农业农村现代化相适应的乡村人才队伍，农业农村部、财政部在2022年启动乡村振兴带头人培育“头雁”项目。重庆将“头雁”项目纳入重庆“十四五”人才发展规划重点实施，并于2022年在西南大学举办了首期“头雁”培训。截至目前，我市已累计培育800名乡村产业振兴“头雁”。

负责承办此次培训的西南大学继续教育学院相关负责人介绍，本年度“头雁”项目分为土特产（脐橙、脆李等水果）生产经营带头人、乡村网红（直播带货+内容电商）两个专业、四个班级，将按照定制化集中学习、在线学习、体验式学习、专家团队帮扶的“四个一”培育模式进行培养。培训设置了有关脐橙和脆李等水果品种的栽培技术、病虫害识别与防治、贮藏与加工、市场营销等生产经营方面的专业课程，以及乡村网红专业课程，涉及产品拍摄、视频剪辑、账号营销、脚本编辑、话术技巧、人设打造等直播带货技巧。

“头雁”代表、重庆市半亩花田农业科技有限公司法人何平说，半亩花田如今已在铜梁区西河镇、蒲江镇和大足区国梁镇种植各类食用菊花2000余亩，年产约300菊花鲜花80万斤，年产值达到800万元，带动了周边约300名村民就业，“希望通过‘头雁’培育项目学到最新的政策知识，掌握先进的农业技术和管理经验。”

市委农委相关负责人介绍，我市计划到2027年培育“头雁”2000人，带动全市新型农业经营主体形成“头雁”领航、“群雁”齐飞的“雁阵”，进一步夯实重庆乡村全面振兴人才基础。

## 春风满巴渝

### 渝北“银龄互助伙伴”暖人心

■新重庆-重庆日报记者 朱婷

“吴爷爷，我今天要去农贸市场，需不需要给你带点菜和肉？”11月5日，渝北区双龙湖街道龙顺街社区龙裕街32号居民蔡华，专程到91岁邻居吴爷爷家询问。天气好的时候，蔡华还会搀扶着吴爷爷下楼散步、聊天。两人一个楼上一个楼下，这样的互动和关心已持续了一年多时间。

不只帮助吴爷爷，看到需要帮助的老人，蔡华都会伸出援手。退休后，蔡华发挥余热，成为社区里的“银龄互助伙伴”。“每个人都会老，人老了，就会像吴爷爷一样腿脚不方便，需要帮助。”蔡华说，在自身健康的情况下，力所能及帮助别人，是一件值得高兴的事。

龙顺街社区党总支书记蔡英俊介绍，辖区属于老城区，老旧小区多，老年人较多。基于社区里高龄老人的生活需求和情感需求，社区曾招募志愿者进行帮扶，但一些年轻的志愿者平时忙于工作，时间不多，效果不理想。于是，社区牵头组建“银龄互助伙伴”，通过召集退休的低龄健康老人，对高龄老人进行照顾、陪伴，让低龄健康老人有所作为，达到彼此情感的互助。

“小事情，‘银龄互助伙伴’去解决；如果遇上紧急或者不能解决的事，就第一时间反映给社区。”蔡英俊介绍，这样一来，高龄老人的具体情况，他们能更好知晓，也有余力处理其他事务。目前，龙顺街社区新时代文明实践站已经有20多名“银龄互助伙伴”，通过“一对一”“一对多”的照顾方式，让80名高龄老人有了邻居伙伴。

近年来，渝北区充分发挥新时代文明实践站（点）作用，开展文明实践“邻里相约”活动，通过聚共识、互帮助、促和谐，激发邻里“大能量”，组建邻里互助联合体，实现帮扶“一键直达”，积极构建和睦有序、文明有礼、生活有乐的邻里关系。

### 保险业务机构名称及地址变更公告

原机构名称：中国人寿保险股份有限公司重庆市潼南区支公司梓潼营销服务部  
现机构名称：中国人寿保险股份有限公司重庆市潼南区支公司桂林营销服务部  
机构负责人：黄森林 机构编码：000005500152001  
原机构住所：重庆市潼南区梓潼街道办事处滨江南路312号附17号3-1  
现机构住所：重庆市潼南区桂林街道办事处向阳路141号5-3  
核准日期：2004年06月18日 邮政编码：402660 联系电话：023-61268306  
业务经营范围：经银保监会管理或其他有行政许可的机构批准并经上级机构（总公司）授权办理的业务。  
发证日期：2024年11月08日 发证机关：国家金融监督管理总局合川监管分局

### 演艺经济再创新高

除了活力满满的体育赛事，重庆奥体中心另一个引人瞩目的话题便是明星演唱会。

仅今年11月，奥体中心就将迎来多场明星演唱会。以11月1日至3日进行的林俊杰演唱会为例，三天时间，超10万歌迷涌入奥体中心，“吃住行游购娱”消费格外火爆。

值得一提的是，今年以来，重庆奥体中心在确保场馆效益提质增效的同时，联合九龙坡区在演唱会前后精心策划各类“夜经济”文体旅促消费活动，优化演唱会服务，有效地将演唱会流量变成文体旅增量，带动了文体旅消费，助力城市形象提升。

数据显示，2024年，重庆奥体中心赛会效益超过2000万元，各类赛会活动有效辐射周边区域，拉动周边景点、酒店、交通等综合消费超1亿元。

重庆奥体中心相关负责人表示，未来将坚持创新思路，探索“场馆+”“体育+”，不断满足市民群众多元化健身娱乐需求，激发体育消费活力，讲好体育故事，助力城市文体旅出彩出圈，为现代化新重庆建设贡献更多体育力量。

曹儒威 王佳敏 图片由市体育局提供

### 擦出更多“合作火花”携手共赢

“一个人的努力是加法，一个团队的努力是乘法”，德国这句谚语强调合作的力量和重要性。

重庆和德国的合作由来已久，情谊深厚——

早在2004年7月，重庆就与德国杜塞尔多夫建立友好城市关系；2013年9月，重庆与德国杜伊斯堡签署建立友好合作关系协议；2019年3月，重庆与德国萨克森州签署建立友好合作关系协议；2019年8月，重庆与德国科隆签署建立友好合作关系协议。

与此同时，重庆两江新区、永川区、长寿区等多个区域对德产业合作也是亮点纷呈，硕果累累。

“重庆与德国的合作，正是建立在优势互补、互利共赢之上。”市经济信息委主任王志杰表示，一方面德国是制造强国，特别是奔驰、西门子、巴斯夫、博世等一众行业领先的德企，不断加大科技研发投入亦注重基础研究，为产业创新注入强劲动能，值得重庆学习借鉴，同时它们也是重庆争取合作、招引外资的重要对象。

另一方面，重庆是我国西部重要的经济中心和国际性综合交通枢纽，发展空间广阔、潜力巨大。随着德国政府高层及德企负责人接连访渝，将深入了解重庆相关产业发展情况，开展更多交流合作。

“在深化与德企合作过程中，我们要充分发挥自身特色优势，以点带面、示范引领，推动多个产业领域合作‘全面开花’。”市经济信息委副主任吴涛表示，重庆和德国“产业基因”共通，从宏观层面，重庆须在合作中取长补短，学习借鉴德国在产业重塑、科技创新等方面的好经验、好做法，坚持市场导向，更好地利用国内国际两个市场、两种资源，持续优化产品和服务供给，助力国家重要先进制造业中心建设。

从微观层面，重庆应进一步做优营商环境。良好的营商环境既是吸引力、竞争力，更是创造力、驱动力，要持续塑造“市场化、法治化、国际化”一流营商环境，全力做好服务保障，更好实现“政府有为、市场有效、企业有利”。

德国谚语说，“山和山不相遇，人与人会相逢”，期待通过这次“德国先进制造业企业重庆行”活动，让更多德国企业走进重庆、了解重庆、投资重庆，擦出更多“合作火花”，携手共赢共创未来。

## 场景多元 政策惠民 活力尽显 重庆奥体巧借赛会唱好文体旅商融合大戏



多彩赛事彰显发展活力

天气凉爽，正是运动好时节！11月，重庆奥体中心金秋健身节盛大开幕，来自五湖四海的飞盘小将青春靓丽，竞逐全国女子飞盘公开赛冠军荣誉；健身市民活跃在各大场馆，相约运动夜校；数以万计的歌迷涌入奥体，唱响山城夜空……

从运动场景的推陈出新，到体育赛事的热辣滚烫；从惠民举措的落地见效，到场馆经济的多点开花，重庆奥体中心巧用、活用场馆资源，以体育为民惠民为抓手，做优做强场馆经济，探索“体育+”创新模式，走出了一条富有重庆辨识度的文体旅商融合发展新路子。

### 时尚赛事火爆出圈

11月9日至10日，备受瞩目的2024年中国女子飞盘公开赛如期上演，时隔一年再次将全国飞盘爱好者的目光聚焦到了山城重庆。

赛场上，来自全国各地的16支战队近400位飞盘小将以盘会友，奋力拼搏，比赛之余，纷纷打卡山城美食美景，领略8D魔幻城市的独特魅力。

值得一提的是，相比首届中国女子飞盘公开赛的一炮而红，本届赛事在参赛服务、宣传营销、多元融合方面，做足了文章、更具新意。

重庆奥体中心一方面充分融合重

庆人文元素，深入挖掘赛事品牌内涵，优化参赛观赛体验，同时以女子飞盘赛为契机，推出了涵盖奥体运动夜校、场馆福利、观演福利等丰富内容的奥体金秋健身节活动，掀起“跟着赛事去旅行”“跟着赛事去消费”热潮。

“这项赛事很棒，竞技水平很高，体验也非常不错！”国家集训队队员、重庆猫飒女子飞盘队长刘成渝说。

在互联网上拥有众多粉丝的牛小姐、巢怡雯等“人气选手”也纷纷为重庆点赞：“两天时间，留下了美妙回忆。”

社交平台上，好评如潮的女子飞盘赛也一度登上同城热搜。数据显示，赛事期间，网络直播观赛人数超过10万人次。

### 运动夜校备受青睐

作为本次奥体金秋健身节活动的一大重头戏，奥体运动夜校一经推出，便得到了广大市民群众的积极响应。

“教练员很专业，希望孩子通过这样的课程，养成运动的好习惯。”在夜校推出的当天，家住渝州路街道的张女士就为孩子报名了足球培训班，首堂体验

课后，她还迫不及待地预约羽毛球、游泳课程。在她看来，奥体的场馆硬件很出色，教练们也很负责，在家门口上“运动夜校”，不失为运动休闲的好选择。

据介绍，“奥体运动夜校”设有飞盘、羽毛球、足球、游泳四类老少皆宜的运动课程，由奥体“好体育人”志愿服务队的专业教练进行授课，从11月9日持续至12月1日，全程公益免费，市民

群众可根据需求报名体验。

重庆奥体中心相关负责人表示，推出“奥体运动夜校”是场馆惠民的全新尝试，未来将继续以更新颖的活动形式、多元化的课程设置、进阶式的专业指导，不断打响“运动夜校”品牌，扩大影响力和覆盖面，为市民提供更加优质、便捷的健身服务，努力打通全民健身“最后一公里”。