

重庆编制的火锅料理师国标出炉 编制行业国标 烫热火锅产业

“火锅料理师职业标准公布了，宣告火锅界迎来了具有里程碑意义的一刻——火锅从业人员从此拥有了国家权威认证的“职业身份！”前不久，陆派巴倒烫火锅创始人王文军在微信朋友圈分享了这条喜讯。

日前，人力资源和社会保障部办公厅、商务部办公厅联合颁布了中式烹调师（火锅料理师）国家职业标准（以下简称火锅料理师国标）。值得一提的是，这个国标由重庆编制完成。这不仅能促进火锅行业的发展，对重庆创建世界火锅之都也意义重大。



市民在品尝“天下第一火锅” 重庆日报资料图片

擦亮火锅美食名片 重庆近年动作频繁

有人戏言，在重庆没有什么是一顿火锅解决不了的。火锅，是不少外地人对重庆的第一印象。

有数据显示，重庆本土有2.2万家火锅企业、3.2万家火锅门店。可以说，两江边、街巷中、梯坎旁，山城无处不火锅。

火锅店多，火锅产业收入亮眼。截至目前，重庆初步形成了从火锅食材基地、火锅食材加工到火锅原辅料贸易、火锅终端消费的全产业链，产值突破3000亿元。

为擦亮重庆火锅这张美食名片，推动产业高质量发展，近年来，重庆动作频频——

去年6月，重庆提出打造“33618”现代制造业集群体系，将火锅食材作为食品及农产品加工产业的七大重点之一，提出要大力发展火锅产业；

今年全市两会期间，政府工作报告提出，将大力发展乡村产业，做好“土特产”文章，聚力打造火锅食材、粮油、生态畜牧三大千亿级产业；

今年2月，重庆印发《推进火锅产业高质量发展的意见》，提出到2035年，重庆成功创建世界火锅之都，重庆火锅产业发展成为具有全国影响力的特色支柱产业，重庆火锅走向全国、走向世界的新格局全面形成。

国标编制中展现了 包容兼具火锅精神

火锅“一锅煮天下”，展现的正是包容兼具的“火锅精神”。本次火锅料理师国标，也恰好与“火锅精神”相契合。

作为开发编制专家组组长，王文军介绍，火锅料理师国标编写由重庆市职业技能鉴定指导中心牵头，联合重庆市火锅产业协会，由全国火锅行业11位资深专家组成编写小组，专家们来自全国各地，涉及的火锅类别各不相同，但因由重庆牵头制定职业标准，部分人担心标准最终呈现会以重庆火锅为主。

对此，专家组决定通过线上调研和实地调研，深入了解各地火锅派别的情况。在线上，专家组采取问卷调查方式，向上海、广州、西安、南京、沈阳等15个城市的行业协会、火锅企业、培训机构展开调查。在线下，专家组分别走访了以北京、郑州为代表的北方派，以深圳、汕头为代

表的南方派，以重庆、成都、贵阳为代表的西南派。

经广泛开展全国火锅行业职业调查、业内资深专家精心编写，历时一年，历经20余个版本，火锅料理师国标最终顺利通过人力资源和社会保障部专家审核并对外公布。

火锅料理师国标涵盖了包括炒制类、烹调类、熬煮类、发酵类等国内主要火锅品类，如川渝麻辣火锅、北方铜锅涮肉火锅、广东潮汕牛肉火锅、海南糟粕醋火锅等，做到了真正属于全国的“火锅标准”。

同时，火锅料理师国标还明确了职业定义、职业技能等级、职业培训要求、职业技能评价要求、从业人员需具备的职业道德和专业知识、各等级考核点及权重比例等，为技能人才的培养评价定下国家标准。

因势利导抓住机遇 创建世界火锅之都

牵头编制火锅料理师国标，重庆不仅实现了职业标准国标编制零的突破，还为打造“世界火锅之都”带来新机遇。

“标准的制定提高了行业准入门槛，也明确了职业晋升阶梯，可以培养更多的行业专业性人才，从而推动火锅行业向规范化和专业化发展。”王文军说。

在今年全国两会上，全国人大代表、重庆陶然居集团董事长严琦表示，重庆创建世界火锅之都条件已经成熟。

她建议，支持重庆开展火锅企业培优活动，在政策上给予倾斜支持，推动构建从原材料到深加工的一体化供应链体系，促进火锅产业集团化、品牌化、规模化发展。火锅料理师国标的出台，正为此提供了支撑。

市商务委有关负责人表示，火锅料理师国标的公布给予了火锅从业人员“身份证”，给火锅产业高质量发展带来了新机遇，对推进火锅产品提质、消费升级赋能、产业发展增效，实现稳增长、稳就业目标等都具有重要意义。

下一步，市商务委将携手市人力社保局强化火锅产业技能人才培养体系，开展火锅料理师职业培训、实行火锅料理师职业技能等级认定，加快火锅产业、行业、就业链条建设，为重庆火锅产业高质量发展提供人才支撑，更好地为经济社会发展和人民生活品质提升服务。

据新重庆-重庆日报

重庆发布消费品工业爆品培育清单 146件上榜产品 昨修炼成爆品

日前，市经信委公布《2023—2025年重庆市消费品工业“爆品”培育清单》，包括“食、穿、用”行业的146件产品入选。这份清单中，占大头的是农产品，其中不乏涪陵榨菜、恒都牛肉等耳熟能详的产品。

此次上榜的产品又该如何迎合当下的消费新习惯、新趋势、新场景，成为消费品工业“爆品”？



天友百特牛奶生产线 资料图片

哪些消费品能上榜？ 重庆辨识度是硬指标

“清单中，食品类成为绝对主力。”市经信委有关负责人表示，消费品工业本身就是同老百姓生活结合最直接、最紧密的行业，涵盖衣食居用行、育教医康养等方面，而重庆是美食高地，食品占“C位”理所当然。

纳入此次“爆品”培育清单的企业，都达到了几项硬指标：一是在重庆注册、具有独立企业法人资格；二是有自主品牌商标所有权，且在有效期内；三是产品在细分领域中具有一定的市场占有率或市场发展潜力大，“总体来说，就是要具备重庆辨识度。”

入选的食品产品让重庆人倍感亲切，火锅底料和重庆小面调料两大自带流量的“IP”自不用说，秦妈、桥头、德庄等多家老牌企业的拳头产品悉数入选。

休闲类食品有重庆麻爪爪餐饮管理有限公司的麻辣卤味产品、重庆市荷花米花糖（集团）有限责任公司的米花糖等。

果饮和酒饮是另一大分支，其代表有大江津的梅见青梅酒、奉节的脐橙果酒等。

值得一提的是，在此次入选的146个产品中，不乏红烧肥肠、回锅肉、丰都麻辣鸡、冬菜扣肉、重庆酸辣粉等预包装食品。

为什么要大力培育？ 品牌竞争力不够强

上述负责人认为，这些产品虽然不缺话题度，但还不是真正意义上的“爆款”，其影响力大多局限于某个特定领域、特定人群以及特定区域。

事实的确如此。比如，此次入选的重庆天友乳业股份有限公司的乳制品，其高端产品百特牛奶在重庆可谓家喻户晓，约占本地高端奶制品市场的三分之一。但在邻近的川东市场，这一数据便骤降为百分之几，而在全国市场的竞争中，更是在蒙牛特仑苏和伊利金典奶两大行业巨头的夹缝中求生存。

冷吃卤味市场情况也类似。卤味整体市场规模已突破3000亿元。卤味可分为冷卤和热卤两大类，热卤更偏向于餐饮，而冷卤携带方便，零售属性更强。就当下市场格局来看，绝味食品凭借超万店的规模稳居第一，紫燕食品等品牌分别拥有几千家门店，居于行业头部。而来自重庆的麻爪爪，目前仅几百家门店，且多分布于川渝两地，在数量及分布区域上仍处于劣势。

另一种情况是产品所处的赛道较小

众，要走向“大众”需要下更多功夫。以恒都牛肉的整切牛排为例，中国肉类消费的60%是猪肉，牛羊肉仅占10%，人均每年消费牛肉只有6.8公斤，其中牛排的消费就更少。“什么是整切牛排，怎样整切，这都是需要向外界普及的概念，无形之中增加了沟通和营销成本。”重庆恒都农业集团有限公司董事、副总裁朱刚泉直言。

怎样打造成爆品？ 提升“三力”是关键

怎样才算“爆品”？

“年销售额超过10亿元是个坎，这并不容易。”市经信委相关负责人说，“和手机、笔电等工业品相比，农产品的单价不过百十元，卖到10亿元难度确实不小。”

要造就“爆品”，就必须提升品牌力、品质力和创新力这“三力”。

首先看品牌力。品牌是消费品工业核心竞争力的重要标志，也是产品提升市场占有率的基础，近年来我市不乏消费品工业企业在品牌建设上的成功案例。如重庆啤酒的品牌阵营里，既有重庆、山城、京A等国内品牌，也有嘉士伯、乐堡、1664等国外品牌，以此满足不同市场需求。特别是在年轻消费群体中，一些品牌通过塑造产品的“时尚”概念，极大增强了重庆啤酒市场竞争力。

其次是品质力。随着生活水平提高，人们对产品品质的要求也越来越高，企业只有提升品质，才能在竞争中占有一席之地。比如，江记酒庄在新品“梅见”的开发上，不仅成立研究院对青梅品种进行研发，还在广东等地建立青梅种植基地，对不同青梅产品进行口味研发，大幅提升了产品品质，在果酒这一细分赛道上成为了领军企业。

最后看创新力。眼下农产品市场整体结构性过剩，从而导致了“内卷”，针对消费新习惯、新趋势、新场景，开发新产品，成为企业的必然选择。春节前夕，梁平张鸭子就发布了3套“围炉烤鸭”DIY套餐，拓展梁平张鸭子的消费场景。

“此外，无论是生产线的数字化改造、还是营销渠道体系的铺设搭建、抑或是品牌全案营销的能力，许多企业都亟待进一步提升。”上述负责人说，练就过硬本领，才能培育出年销售额超过10亿元的“爆品”。

据新重庆-重庆日报

刊号 13018333716
热线 15023163856

肖惠琳(父:肖加华,母:罗梅)遗失出生医学证明,出生证编号:0500151386,声明作废

公告

请居住在重庆市渝中区南区路95号、106号、114号、120号、127号、137号、147号、161号、枇杷山正街119号、渝中区交通路5号、7号、10号、九龙坡区渝中花园、江北区融城三期等地,在重庆中建房屋租赁有限公司(原中国建筑工程总公司重庆分公司、重庆中建工程公司)重庆火车站改造工程中安置的,尚未取得安置协议或安置协议正在安置协议(或租房协议),于2024年4月1日前到重庆中建房屋租赁有限公司申报安置房信息及办理所涉相关手续。逾期将不再受理,所受损失自行负责。地址:重庆市渝中区南区路145号(龙珠国际3-2-1)联系人:潘先生联系电话:(023)67880705、15023832716