

衢州市供销合作社联合社

衢州市供销合作社联合社关于印发《“衢州味道” 餐饮区域公用品牌运营方案》的通知

各县（市、区）人民政府，市级机关有关单位：

现将《“衢州味道”餐饮区域公用品牌运营方案》印发给你们，请认真贯彻并参照执行。



“衢州味道” 餐饮区域公用品牌运营方案

为加快“衢州味道”餐饮区域公用品牌建设，充分发挥品牌引领作用，推进品牌化与市场化、产业化、规模化、标准化融合发展，提升衢系餐饮的核心竞争力和品牌影响力，全面推动衢系餐饮业高质量发展，现就“衢州味道”餐饮区域公用品牌制定如下运营方案。

一、品牌定位

在继续做大做强“三衢味”农产品品牌的基础上，将“衢州味道”餐饮区域公用品牌打造成为“一号开放工程”具有衢州辨识度的金名片：**一是**将“衢州味道”作为“南孔圣地 衢州有礼”城市品牌在全国乃至海外的物化载体，打响衢州“长三角唯一一座吃辣的城市”名号，提升衢州的知名度和影响力；**二是**围绕“绿色味、妈妈味、鲜辣味”等特色，推动衢系餐饮行业提档升级，将衢菜打造为浙江第五大菜系；**三是**以餐饮品牌为地瓜经济的根茎，以旗舰店为点、“长三角第一辣街”为面、各地加盟店为网，形成藤蔓带动后端“农业+”“文旅+”“商贸+”“体育+”等，实现助农增收共富，探索以特色餐饮为平台的四省边际共同富裕示范区建设新实践。

二、总体目标

按照“政府支持引导、企业市场运作、突出地方特色、统一

品牌运营”的工作思路，打造运营体系健全、文化底蕴深厚、管理营销完善、拉动消费明显的“衢州味道”餐饮区域公用品牌。通过三年努力，力争在 2025 年底建成“衢州味道”旗舰店 5 家、授权店 300 家，建成核心食材基地 50 个、配送中心 5 个，累计培训输送 3000 名厨师等相关从业人员。

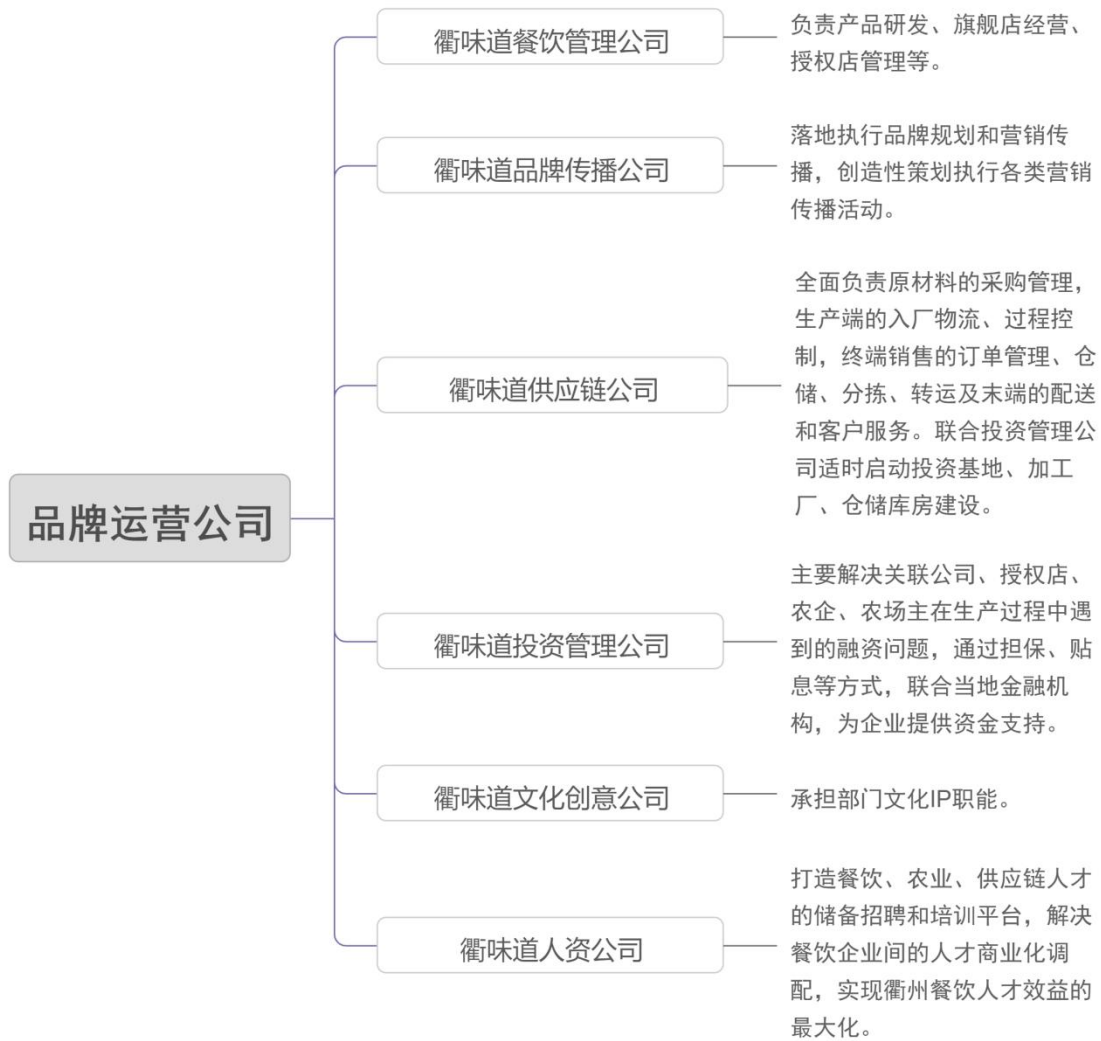
三、重点工作

（一）成立运营公司

由市大花园集团联合长期从事餐饮管理和熟悉餐饮市场的主体，注册设立一家国有投资为主导的品牌运作平台公司——“衢州味道品牌运营管理有限公司”（以下简称“品牌运营公司”）。建议市大花园集团出资占股 30%、其他区域公用品牌运营公司占股 30%、合作运营单位占股 40%。公司设立股东会、董事会和一名监事（由市大花园集团委派），在重大事项决策上，市大花园集团和其他区域公用品牌为一致行动人，权重占比 60%。公司执行董事由市大花园集团委派，总理由运营单位选派，经股东会授权开展相关业务。

品牌运营公司通过股权投资、合作等方式，逐步设立下属职能公司，加强项目建设，构建起完善的业务架构体系。

品牌运营公司业务架构体系



品牌运营“十大体系”



（二）加强顶层设计

一是构建品牌矩阵。将市级部门、各县（市、区）餐饮品牌纳入“衢州味道”品牌序列，以“衢州味道”为母品牌，市级部门、各县（市、区）品牌为子品牌，形成“衢州味道”品牌矩阵，在统一的品牌战略框架下运作。

二是注册集体商标。依托商协会申报注册“衢州味道”集体商标，同时负责品牌授权、菜品研发、标准制定、文化发掘等工作，吸纳热衷于打响衢系餐饮品牌的企业、个人入会，打造紧密的利益共同体，共建共享“衢州味道”品牌。

三是建立品牌战略规划。委托专业团队对品牌近期和中远期发展进行总体规划，明晰战略定位与品牌形象、传播与推广策略、保障措施与实施项目等内容，构建衢州餐饮业与农业、文旅业、商贸业、体育业融合发展机制。在广泛征求社会意见的基础上，提炼核心价值，设计推出“衢州味道”VI视觉识别系统、推广口号等，使品牌形象快速为大众识别和认知。

（三）制定系列标准

一是编制标准清单。搭建标准化工作整体架构，涵盖包装设计、标识标志、服务提供等通用基础标准，特色食材标准，烹饪、菜品、营养标准，门店、品牌文化输出、推广、保护、准入退出等品牌管理和评价标准等内容。

二是构建重点标准。学习“徽商故里”等品牌的成功经验，深挖菜品故事和文化内涵，确定“衢州味道”代表菜、招牌菜，逐步

推出十大招牌菜、十大凉菜和十大点心等标准，打造属于新时代的新衢菜。构建人才标准及培养体系，编制“衢州味道”厨师等相关从业人员培训教材，从标准体系、文化内涵、菜品创新、服务礼仪等方面进行全面的制度化、科学化、标准化培训，并授权颁发相应证书。市财政局给予资金预算保障。

三是严格准入门槛。制定品牌准入和管理规范，明确品牌使用方的权利和义务，实行严格的管理、保护、准入、退出机制，确保品牌可持续发展。

（四）推广餐饮门店

一是打造“长三角第一辣街”。选址衢州较为成熟的街区进行升级改造，以衢州菜“鲜、辣”为主导，集结四川的麻辣、贵州的酸辣、湖南的香辣等全国各地以辣为名的美食，通过统一规划、统一打造、统一管理、统一运营，将“长三角第一辣街”培育成为辣文化集中交流、集中展示、集中体验、集中宣传的有效载体，成为长三角地区想吃辣第一个想到的城市。

二是开设“衢州味道”旗舰店。依托水亭门区位和文化优势，建设集中高端衢菜品鉴体验区、文化展陈区、食材展售区、人员培训区、产品研发区等功能为一体的综合性“衢州味道”旗舰店。旗舰店由集成化的“衢州味道”和模块化的“柯城、衢江、龙游、江山、常山、开化”味道组成，不定期开展“大比武”“比晾晒”等活动，实现打造特色、对外宣传、提升品质等多重效果。按照“成

熟一家、发展一家”的原则，逐步向长三角、珠三角、京津冀等主要城市群辐射推进。

三是发展“衢州味道”授权店。深耕“地瓜经济”，借助各地衢州商会、侨联、台办等资源，或鼓励知名餐饮企业，在北京、上海、港澳台等中心城市开设“衢州味道”体验店，在市外授权挂牌“衢州味道”门店，探索营造衢州特色餐饮消费新场景。支持品牌、产品、人才、文化、模式等五大输出，实现品牌运营机制可复制可推广。

（五）打响品牌知名度

一是持续开展对外宣传。在高铁、飞机、公交等曝光度较高的平台或场所投放宣传广告，开展衢菜、“衢州味道”LOGO及广告语征集，辣味赛，促消费等全方位、立体化的宣传推广活动，进一步丰富品牌内涵，不断提升社会知晓度。

二是高频开展线下推广。举办全国性的餐饮区域公用品牌现场会，面向长三角、珠三角、京津冀等主要城市群的产品推介会、资源对接会等，融入城市品牌各城市推介会，持续推进“百县千碗”等项目和走进省市机关食堂、高校、未来社区等活动。每年活动次数在20场以上。

三是精准开展推介活动。抓住杭州亚运会、衢州马拉松、演唱会等大型体育赛事、文艺活动契机，通过“狂轰滥炸”式的阶段性集聚宣传，提升品牌价值和影响力。

四、保障措施

（一）出台实施方案

研究制定《关于加快培育“衢州味道”餐饮区域公用品牌工作的实施意见》，进一步统筹资源，打通条线、区块力量，举全市之力，打响“衢州味道”品牌。将“衢州味道”品牌建设纳入“南孔圣地·衢州有礼”城市品牌体系，保障品牌工程顺利实施，形成推动衢州餐饮产业大发展的工作格局。

（二）加强组织领导

成立市政府主要领导任组长、分管领导任副组长、各相关部门主要负责人为成员的地瓜经济“一号开放工程”——“衢州味道”餐饮区域公用品牌工作领导小组，负责顶层设计、资源整合、研究指导、督促落地等工作。由市政府分管领导定期召开联席会议，协调解决具体问题，落实各相关单位任务，通报工作进展情况。领导小组下设专班，总统筹全市“衢州味道”品牌的规划、管理、督考等推进工作，专班设在市供销社，统一抽调人员组建专班集中办公。

（三）强化政策扶持

品牌培育财政资金统筹整合形成一个“衢州味道”品牌资金池，部门切块统筹使用，发挥政策叠加效应，对“衢州味道”标准制定、门店建设、宣传推广及相关项目建设等给予资金支持，扶持产业高质量发展。

（四）加强督查考核

把“衢州味道”品牌建设工作列入一号开放工程、十大桥头堡等市政府重点工作和各相关单位、各县（市、区）年度综合考核，市政府定期研究推进工作，为品牌成长保驾护航。各相关单位要及时报告工作进展情况。对品牌建设工作实绩突出的单位和个人予以通报表彰，对工作不力的予以通报批评。

（五）加强宣传引导

充分发挥报刊、广播电视、专栏、专版以及微信、微博、抖音、小红书、短视频等新兴媒体的作用，大力宣传“衢州味道”，及时总结推广好做法、好经验和先进典型。要充分发挥新闻监督作用，营造推进“衢州味道”的强大声势和浓厚氛围。

（六）发挥协会作用

引导商协会积极参与本方案各项工作，切实履行行业服务、行业自律和行业协调等职能，通过政府购买服务的方式支持其发展，积极开展衢系餐饮课题研究、产品开发、标准制定、展会活动、教育培训等工作，为全市餐饮产业发展提供专业的优质服务。