

立足本土特色 发展创新菜品

宁波高端餐饮业欲再创辉煌

本次周二沙龙,在汉宾酒店二楼棋聚厅举行,我们邀请了宁波高星级酒店总经理、餐饮总监、厨师长和业内人士,回顾宁波酒店餐饮与社会餐饮的发展,展望高端餐饮的未来。



餐饮酒店结合特色产品销售吸引顾客,增长销售。

通讯员 沈炜 摄

高端餐饮业也开始接地气

宁波酒店业协会秘书长林代鹿透露,该协会成立10多年来,已经拥有三星级及以上的会员140多家,2016年总营业额突破55亿元,其中餐饮业月营业额35亿元,占比超过了60%,可以说以高星级酒店餐饮业为代表的高端餐饮已经成为市场的主体。

今年1~4月份,全市酒

店业餐饮收入突破7.2亿元,同比下降了5%。总体来说,近几年宁波的高端餐饮的营业额处于逐步下滑的状态。林代鹿说,据协会统计,去年有好几家高星级酒店的餐饮收入突破2000万元,不少五星级酒店单月餐饮营业额超过100万元。今年单月突破100万元营业额的只有一家。而平均餐饮

价格也有所下降。不少之前的高端餐饮纷纷放下身段,做起了大众生意,可以说总体更加接地气了。

而在酒店业的餐饮服务中,婚宴占据了约四分之一的份额。据宁波市婚庆协会秘书长许立群介绍,目前,宁波81890红线宴会服务平台已完成热线开通工作,建立了网站、微信公众

账号,完成平台资料输入和系统的修改,已有东钱湖启新高尔夫酒店、宁波开元名都大酒店、阳光豪生、薇拉宫邸、和丰创意广场珍珠贝等几十家星级酒店、一站式婚礼会所和婚庆服务企业加盟,4~5月平台提供咨询500次,达成服务60余单。对高星级酒店餐饮提供了有力的支持。

传承与创新是主题

面对宁波高端餐饮的现状和问题,宁波甬邦餐饮联合会秘书长水锡峰提出了自己的观点。他认为,做好高端餐饮人才是关键。现在很多做宁波本邦菜的厨师长都不是宁波人,人才流失相当严重。稍微有点成绩和水平就跑向北上广一线城市,导致菜品口味不纯正,难以长久吸引顾客。另一方面,厨师队伍总体社会地位不高,文化水平也有待

提高,对于钻研和提高也带来了一定的困难。

其次,对于食材的管理也很重要。高端餐饮必定要用到高端的食材,有的价格昂贵,也很稀有。现在的餐饮业利润已经不像以前那么高了。虽然看起来现金流很充足,但是纯利也就维持在5%~10%左右,而且从业人员非常辛苦。要拼菜品,还要拼服务。劳动力价格逐年上涨也导致运营成

本越来越高。如何做好总体的财务管理非常重要,尤其是食材的安全性,一定要严格把关,用纯正的食材体现菜品的味道。

还有环境和菜品创新的重要性。水锡峰坦言,现在有些餐饮企业热衷于搞噱头,把氛围弄得云山雾罩,但是最后的菜品却不好吃。这样的所谓高端餐饮也是不会长久的。只有在坚持传统的基础上进

行不断创新,才能打造良好的品牌效应。

对此,宁波柏悦酒店中餐厨师长俞科滨表示认同。他认为高端餐饮是一个总体概念,既要在菜品上有所创新,还要在环境和餐厅布置上有所特点。要把当地特色和国际化有机地结合起来。他们现在重点打造小资特色和轻奢风格,推出的特色下午茶和自助餐效果还不错。

全新的营销平台打造高端餐饮

除了菜品和环境这些硬件以外,与会的专家和业内人士都认为,现在需要更加新颖的方式来打造和推广高端餐饮。宁波市滨海城市文化研究院副院长朱友君认为,高端餐饮指的是品质,而非规模。可以借助现在的互联网模式,用分享经

济的方式来打造不同规模的高端餐饮。

溪口银风度假村总经理全尔晖认为,应该充分了解年轻一代消费者的心理和特点。不要把高端餐饮单纯地理解为商务宴请或者是中年人的聚会,完全可以根据市场的不同特点来为

年轻人定制不同的菜品和场地,比如现在很流行的草地婚礼、湖畔婚礼以及西式冷餐会等,都是不同意义上的创新和发展。

很多参会的厨师长和总经理都认为,目前虽然餐饮业遇到了不小的问题,但是只要业内人士同

心聚力,在合作的基础上不断细分市场,前途还是很光明的。正如水锡峰所言“信心比黄金更重要”,只要业内人士一起努力,一定可以再创宁波餐饮的辉煌。

记者 毛雷君
通讯员 叶建平

宁海民企举办庆“七一”歌咏晚会

颂党恩 听党话 跟党走

96年风雨兼程,96年峥嵘岁月,96年砥砺前行。为隆重纪念建党96周年,喜迎党的十九大,6月30日晚,宁海县成功举行“永远跟党走”民营企业迎“七一”大合唱,讴歌党的光辉历程。

本次晚会由宁海县委组织部、县委宣传部、县市场监督管理局主办;由宁海县

委新经济与新社会组织工作委员会、县民营企业协会、县音乐家协会承办。参加大合唱的有来自兴达旅游用品、奇精控股、如意、得力、方正、华英伦等26家民营企业的1100多名企业员工,表演了《走进新时代》《春天的故事》《红梅赞》《十送红军》等22个经典节目,在节目演出当中,

还同步播放了各企业提供的宣传片,从而展示了非公党建风采、企业风采和企业员工风采。也为全县人民带来了一场唱响主旋律、激扬正能量的歌咏盛会。

这次“七一”歌咏晚会,宁海县市场监管局和民营企业协会领导非常重视,把这次活动作为市监

管局和民营企业协会一项政治任务和中心工作来抓,自5月初开始筹备,在当地党政领导的重视支持下,各市场监管所(分局)、民协分会全体工作人员深入企业宣传发动,认真组织企业员工排练,使这次歌咏晚会得以成功举行。

通讯员 吕茂根

青春最困难的时间里

这个台湾男人在宁波遇上一生所爱

在南塘老街第一次见到施建全,说实话很难让我和一位肉类食品经营者联系起来。梳着整齐的头

A. 初涉

1995年,带着憧憬,初涉宁波办厂,从事肉松制作行业的施建全怎么也没想到自己竟然会“水土不服”。这个在台湾再正常不过的小零食,一到宁波却鲜有人问津。加上自己不擅言辞的性格,最后结果竟是亏、亏、亏!每天亏,每月亏,到最后发现一年里居然亏了20万元。这可是他的所有初始资金。

B. 缘分

亏到一度也想过放弃的施建全,马上面临好友撤资,工人解散的困境。正处于山穷水尽的他,却在这个时候品尝到了爱情的甜蜜。1997年,一位老客户给他介绍了诸暨姑娘许琳,两人一见如故。

C. 融合

遇到许琳后,原先并不擅长“外交”的施建全可以把更多精力放在产品和工序上。而作为妻子的许琳则更多把时间花在市场业务上。当然原料依旧是产品的基础,施建全做肉松只用最优质的猪后腿肉。“虽然真的很难,别人家用鸡肉做的肉松甚至可以在猪肉涨价的情况下降价,我象征性的涨1元钱都会让自己赔本,但是我就是这性格,一定要用最好的原料制作产品,绝不以次充好!”施建全说。

D. 转机

优质的产品总会找到适当的机遇。2000年,妻子许琳偶然间在逛超市的时候发现了肉松在面包上的应用,马上把自己的产品推给面包房。付诸心血的产品终于找到了销售的出路,夫妻俩的事业也终于开始步上了正轨。

E. 期望

但只是将产品供应给面包房并不完全符合施建全的初衷。他更想让整个宁波甚至是整个中国了解“鹿港大施”这个品牌。现在他们在宁波陆续开设了三家店,开始拥有自己稳定的顾客源。“前阵子为孩子考试加分去台办盖章,那边的工作人员很开心地说起我们家的产品,那时候的我真的是充满自豪。”而说起对于这个品牌的理解,施建全解释说,“鹿港镇是我祖辈生活过的地方,以此为名,是为了教育下一代绝不能忘本,我的肉松就是起源于台湾的,风味也是从中而来。”但对于宁波这座城市,施建全显然也注入了太多的情感,“我就是宁波女婿,宁波人豪爽直率的性格,遇到困难喜欢伸出援手的作风都深深影响着我,我希望为这座城市多贡献自己的力量,让我的品牌和这座城市同呼吸,共成长!”

通讯员 詹伟恩



关注宁波市焙烤食品行业协会微信公众号,可领取“鹿港大施”元气烤肉一份(每人每号限领一份,领取时间7月底前)。

请扫焙烤协会公众号二维码