

不论饮品店亦或西餐厅，轻餐饮正以其多元化的品类划分吸引着大批时尚青年人群，而他们的消费能力正在与日俱增，轻餐饮依然会在未来的时间里占据餐饮行业的热门位置。宁波的一些轻餐饮品牌，更专注匠心，且融入了情怀，在一定程度上提升了现代人的生活品质。那么他们是如何凭借着独有的优势在轻餐饮市场上突围的呢？

史雨宏：甜点店的精魂是“厨房力量”

记者 劳育聪



混合莓果乳酪慕斯



巧克力伯爵挞



法式酥皮泡芙

当创业圈的人都在拼命向互联网向大城市靠拢的时候，有个1989年出生的姑娘史雨宏却沉下心来决定做自己喜欢的事。2016年10月，她拿出所有积蓄6万元加上朋友出资的2万元，租下慈溪一间17平方米的店铺，开了一家名为“食享家”的法式甜点店。而不到一年，她就开了一间面积100平方米的法式甜点工作室。



法式甜品的“困兽之斗”

2015年之前，史雨宏在星巴克工作，接触到的都是非常明确的系统性管理模式。一次偶然的的机会，她与朋友合作开了一家名为“Sunday Afternoon”的法式甜品店，第一次萌生了对甜品的思考与兴趣。

纯正的法式甜点相对国人来说偏甜，且偏重于手工价值，所以价格昂贵。一款款法式甜品被生硬地搬到国内，最后由于水土不服而惨淡收场的例子比比皆是。所以，消费者对于法式甜点的认知度较低，导致产品的市场占有率低。

“当看到来来往往的顾客进入店中，对着三层英式下午茶疯狂拗造型拍照后，我突然明白了甜点的尴尬处境。”她分析道，“它们仿佛只是外观的代言人，而不是凭着口感吸引顾

客。最终，Sunday Afternoon甜点店从最初的门庭若市变成门可罗雀。”

不过，在上海、北京等大城市，法式甜品的口感正越来越接近国人的口味。另外，一些法国知名的甜点MOF（代表法国的最高荣誉，此奖项主要颁给法国不同职业中的各个专业竞赛得奖的手工业者）大师在世界各地做产品的过程中，也在朝落地本土的方向发展。

看到以上种种，更加剧了她想要在本土诠释法式甜点的愿望。

“我想，在不改变法式基础手法、尽可能最大化保留法式元素的基础上，尝试改良口感。”带着该种想法，她拜师国内泡芙大师吴皖苏学习做泡芙，出师后便开了一家法式甜点店。