



“调性不符”的评价。因此，对于来福士是否应该把大江户“纳入麾下”，不仅仅是招商团队思考良久的的事儿，就连大江户本身亦是犹豫不决的。

其实，日料同时可以兼顾多种消费场景。来福士认为，“对于商业综合体而言，知名的餐饮品牌是吸引客流的重要保证，吸引那些有号召力或者能吸引到年轻消费者的餐饮店铺的人驻，就成了招商团队的大事。”

“大江户入驻后，与丸龟制面、赤坂亭等五家日料及日式小食品牌共同为不同客群服务，可以满足无论是工作餐消费还是轻商务消费乃至宴请消费等多种需求。”

反过来，日系餐厅品牌的人驻，无形中也提升了消费者对于品牌的认知。譬如，大江户来福士店近几个月来的业绩表现，打消了他们原本对于入驻商业综合体的顾虑，老品牌被商业综合体这一新环境所激发出来的消费潜力，并不亚于街边店。

的确，我们可以看到，城市化进程让消费者越来越向大城市集中，商业中心、购物中心、商业综合体等已经成为年轻一代消费群体的生活、购物、休闲的聚集地。而这些商圈的聚客能力、成熟简便的综合管理，对日系餐厅无疑有着越来越大的吸引力了。



## 变化趋势 2

### 从不正宗向“仪式感”靠拢

徐霞在和义路上的宁波电台上班，办公楼正对着的是1844广场，没走几步便是和义大道商圈，她打趣自己是“眼睁睁”地看着单位周边成了日系餐厅的打卡地。

除却大江户、上井、三上这类老牌的日料点，又纷繁复杂地开出了未兰拉面、御牛道、鳗御亭、九州博多街等六七家新店，人均消费从五六十到三五不等。

但共同点都在于，它们都极尽所能地营造着日式氛围。

“进门就有服务员用日语说着欢迎光临，屋内的摆设装饰又呈现出极简调性——墙面没有过多的装饰，最多有几幅浮世绘。”

走进大江户和义大道店，徐霞开始仔细观察，大厅除却吧台外，还有几个包间，包间有大有小，私密性同样很强。

她前后翻了好几遍菜单，眼瞅着犯起了“选择困难症”，服务员便开始热情地给出自己的推荐：“我们家的招牌是这个，您可以试试，第一次来选套餐比较稳妥，店里刚到的海鲜也不错，您要不尝试一下？”

一般来说，日料的就餐时间较长，按顺序上菜，一顿餐下来要2个小时左右，为此，徐霞也支付了300多元的费用。

她说：“嘴里吃着上一道，内心便开始期待下一道，等待的间隙可以看看大厨的操作，这或许就是吃日料的小确幸吧。整个过程让我觉得很放松、安静、不闹腾。”

同时，徐霞无法否认的是，正是这种“仪式感”和“有格调”支撑起了人均两三百的客单价，让她觉得物有所值。

事实上，过去为了提高接受度，宁波市面上出现的日料大多经过“本地化”改良，诸如向味增汤中直接加入面条做成味增拉面，淋上泰式咖喱酱的牛肉丼等不正宗的做法。

但随着赴日游客增多及饮食文化的多样性发展，越来越多人开始接受正宗的日本料理，日系餐厅也从一开始的寿司拉面店为主，扩展到咖喱、寿喜锅、烧鸟等更多种类。2016年，日本农林水产省还曾以海外厨师为对象制定日料烹调技能的指导方针，向国外市场输出更标准的日料。

每一家店都是一家日本风情cosplay秀场，除了大江户，宁波也新开了许多中高端的日系餐厅，

在贩卖“仪式感”这点上，他们做足了功夫。

黄星宁，榭创作料理的店长，该店以会席料理为主，仅三个月的时间，便收获了不少宁波市民的喜爱，最低档次的一人份套餐就要368元。

“切割刺身的刀很有讲究，一把好的日本手铸刀具就几万块，甚至几十万块。”黄星宁表示，一般的中高档日料店对于厨房设备的整体投资就是中餐的几倍。

会席料理，是日本代表性的宴请用料理，菜肴是按菜单顺序一道一道上桌供客人享用，餐具繁多是会席料理的特色。拿日料中最简单的蒸蛋来说，包括蒸蛋托、蒸蛋盅、盖和勺。

“大家去中餐馆，几个人一桌，大大小小盘子筷子也就十几二十个，而日料的单人套餐就十几样餐具，仅就餐具的成本就要高出中餐一截，以至于餐具的维护成本也高。”

与此同时，日料店的人力成本也偏高。“我们的主厨是原来米其林一星的，服务员的素质要求也特别高。”黄星宁解释道，中高档的日料店通常把后厨放在店的整体运营首位的，一般成手厨师占很大的人员比例，只有极少数的学徒，这与同档次的中餐厅相比，成本高了许多。

也正如此，食客才会感觉到，“这个厨师只对我一个人服务。”

但即使把“仪式感”玩出了花样，评判一个餐厅正宗与否的要义仍在于味道。由于宁波人喜欢吃海鲜，市面上的日料大多都有刺身类，这对食材的新鲜度就提出了较高要求。

“西餐中的一些食材，比如鹅肝和鱼子酱，都是特别贵的，日料的食材同样如此。”黄星宁告诉记者，在日料中，一块牛肉上千元都不足为奇，好的三文鱼、大金枪鱼腩更是贵的离谱，这些食材本身价位就贵。另外，好的米饭里还添加了寿司醋等一些其他食材，以丰富消费者的口感。

这样一来，商家必须得在食材的采购源头上投入大量成本。多家受访的日料店均表示，他们基本上都选用国外空运而来的食材，这么做的目的，正是让消费者食品安全放心，借此提升消费者对整个日料品类的信任。