

如何擦亮 宁波菜的 金字招牌?



12A 茶座现场。

随着疫情防控政策优化调整,宁波餐饮市场回暖向好。

餐饮之“小”折射发展之“大”。消费需求大幅释放、餐饮市场全面复苏,对提振宁波消费市场信心起到“催化剂”作用。

作为甬派餐饮文化中的重头戏,宁波海鲜该如何擦亮金字招牌,提升宁波城市知名度和影响力?在12A茶座财经沙龙上,与会嘉宾对此进行了深度探讨和交流。



大麦文化(带你吃遍宁波)总监
宁波电视台美食栏目制片人
天港酒店集团执行总裁、酒店事业部总裁
宁海酒店集团执行总裁、总经理
宁波市餐饮协会秘书长、宁波菜博物馆馆长
宁波市商务局消费促进处四级调研员
宁波市商务局消费促进处处长

参会嘉宾(排名不分先后)

王志君
宋玉霞
戴益民
童海波
李阳辉
王学昊
尹秋平

1 打造具备记忆点的宁波菜

数据显示,今年前2个月,全国餐饮收入同比增长9.2%,高于社会消费品零售总额(以下简称社零总额)的增幅(5.7%);餐饮收入占社零总额的10.9%。

宁波也不例外,前2个月,全市限上餐饮营业额达15.5亿元,同比增长8.9%,在全省居于前列。

随着餐饮需求全面恢复,宁波餐饮市场也面临新的变化和挑战。作为宁波菜的重头戏,宁波海鲜该如何发挥独有优势打造具备记忆点的宁波菜?

“宁波菜讲究特色与特性,原汁原味,鲜咸合一。宁波菜的独特优势,即以宁波海鲜为主料,烹制上轻

形色、少刀工,以蒸、烧、烤、炖等法见长。可以说,海鲜是宁波菜的灵魂所在,是打造具备记忆点的宁波菜的重要抓手。”宁波市商务局消费促进处处长尹秋平称。

“从食材角度而言,在与同类海港城市的横向比较中,宁波海鲜是占据超越性优势的。东海海域因为岛屿众多、海洋生物丰富、水质优良,因此海鲜特别肥美。近年来,随着保鲜技术更新迭代,海鲜运输过程中的新鲜度问题得到进一步解决。这对于推广以海鲜为主要食材的宁波菜是具备积极意义的。”天港酒店集团执行总裁戴益民认为。

2 提高宁波海鲜的辨识度

不过,以海鲜为主打食材的宁波菜,也同样因为海鲜而陷入发展瓶颈。

“一直以来,基于海鲜食材的宁波菜讲究鲜字,烹饪手法相对简单。但餐饮消费需求变化巨大,我们需要思考,把菜品的出品是否出色仅押在食材上是否存在局限性?”尹秋平坦言,宁波菜应保持与发扬本帮特色和核心厨艺,博采他系菜的长处。我们不仅可以汲取江浙菜的养料,甚至可以向如今消费市场上颇受追捧的川湘赣菜系学习,海鲜大餐也可以用香辣、油焖等烹调手法,尝试整合多个菜系特色进行创新。在打破局限性、提高普及度的同时,采取多条腿走路的方式,打造一批高端宁波菜品牌。同时,通过宁波菜的综合化甚至预制化提高宁波菜的大众普适度,让宁波菜走出宁波、浙江。

宁波餐饮协会秘书长、宁波菜博

物馆馆长李阳辉认为,要重视宁波海鲜的品牌塑造。尽管很难,但是宁波菜发展的一条必走路径。通过名店品牌塑造带动行业发展,增强宁波海鲜的辨识度。

“关于宁波菜、宁波海鲜的大型官方宣传太少了!”宁海食府总经理童海波认为,以山东为例,青岛、烟台、威海等城市,在海鲜品牌打造上,不仅有规律性且声量不小。比如威海生蚝节等。

对此,尹秋平也颇为赞同:“宁波也有开渔节,但开渔节的热度和效应并没有很好地传导、转化到餐饮消费市场,对于餐饮消费的拉动作用也不明显。”

与此同时,“走出去”的宁波餐饮品牌也不多,对于宁波海鲜在全国餐饮市场“刷存在感”少了助力,宁波菜缺乏全国性的知名度。

“此前,汉通进入上海市场,向阳

烹制以海鲜见长的宁波菜是中国饮食文化的重要组成部分,鲜咸合一,以蒸、烤、炖等技法为主,是浙菜系列中最具特色的一个地方菜。根据浙江省“诗画浙江·百县千碗”数字化平台数据显示,去年上半年,浙江省“百县千碗”体验店菜品销售订单达627.34万单,销售总额为29291.53万元。在销售额排名中,宁波以28.05%的占比当之无愧成为全省“销冠”。

从大数据可以窥见,无论热菜还是冷盘,都是“海的味道”最畅销。热菜方面,咸齏黄鱼汤位居全省榜首;冷盘方面,红膏咸炆蟹力压衢州的兔头、鸭头、鸭掌以及杭州卤鸭,拔得头筹。

渔港进入南京市场。这是为数不多的走出去的宁波餐饮品牌。宁海食府也在谋划走出去,首先布局上海、杭州,从目前13家店增至15家店。虽然‘走出去’面临不少难题,但要做大品牌,在一线城市开店是必须的。”童海波认为。

宁波缺少地标性的海鲜打卡点,也是与会嘉宾一致认可的普遍痛点。

“路林市场的海鲜城说了这么多年,我们从一开始的满怀期待到如今的不抱希望。不仅如此,宁波其他地方也没有出现称得上是地标性的海鲜打卡点。宁波人想要宴请远道而来的朋友,脑子里一时三刻能想得出来的海鲜打卡点寥寥无几。”宁波电视台美食栏目制片人宋玉霞说,说到造节也有同样的问题。仅从2022年看,宁波有龙虾节、火锅节,就是没有一个全市范围内的海鲜节。这说明我们的政府扶持还是不够聚焦、精准。

3 打造宁波海鲜的打卡点

如何打造一个无论是本地人还是来甬游客“不用思考就能想到”的宁波海鲜打卡点?

李阳辉认为,打造宁波海鲜品牌,一方面,需要政府的政策支持和引导,推出更符合企业需求和市场预期的帮扶政策,加强引导培育头部宁波菜、宁波海鲜品牌;另一方面,餐饮企业要重视菜品研发、人才建设等。

“我们有强烈的意愿,希望宁波有地标级的海鲜打卡点。但单纯依靠企业意愿是不够的,希望可以得到

相关政府部门的助力,一起来打造标志性的宁波海鲜打卡地标。当然,对于宁波餐饮企业而言,必须在守好食品安全底线的前提下,加强产品创新,推出更多有代表性的宁波海鲜菜品。”童海波表示。

3月上旬,由宁波市商务局主办的2023年宁波消费地图发布,并将持续发布消费主题榜单和消费指南,进一步推进“双促双旺”促消费稳增长。同时,对宁波十大海鲜打卡点进行征集,30强名单已经出炉,接下来

将在30强名单中评选出“宁波十大海鲜打卡点”。

“我们希望结合大众和美食专家的双重维度,推选出高认可度的宁波十大海鲜打卡点。海鲜打卡点是一种尝试,接下来,如有合适的机会,我们也会尝试打造海鲜打卡地标,让宁波人真正有一个不用思考就能想到的宁波海鲜打卡点,引领宁波海鲜新风尚,继续擦亮宁波菜金字招牌,持续刺激餐饮市场的消费热度。”尹秋平表示。

记者 史妮超