

有人开车两三小时
专程“打卡”

“奉化冷饮” 何以出圈？

眼下这个季节，奉化美食除了名声赫赫的水蜜桃外，还有一种叫“奉化冷饮”。

在宽阔的场地上盖起遮阳棚就是店堂，门口架着极具辨识度的灯箱，里面摆上简易白色塑料桌椅，周边围栏上挂着东南亚风格的星光灯，点菜区整齐排列着少则几十种、多则上百种配置好的菜品，厨师现场颠勺猛火爆炒，当然还有标志性的甜品水果杯……很多奉化人的夏天就从“奉化冷饮”开始的。

近年来，随着“奉化冷饮”在网络上频频出圈，食客圈从奉化逐渐扩散到了全国各地，有人大晚上开车两三个小时赶到奉化，就为了吃上一口“奉化冷饮”。

“奉化冷饮”何以出圈？记者进行了采访。



“奉化冷饮”店里的标配——水果杯。



傍晚时分，一家「奉化冷饮」店里坐满了顾客。

1 现场体验 吃的就是“人间烟火气”

6月26日下午4点半，记者来到奉化区锦庭路上的“小哥冷饮”。这是“奉化冷饮”界的头部网红，仅在某餐饮平台上的留言就有近400条。

据店主应女士介绍，这家店2019年开业，场地逐年增大，目前面积有2000多平方米。

傍晚5点半一过，食客络绎不绝前来，一溜的大灶炒锅也纷纷开工。食材经过猛火宽油的烹饪，香气四溢，厨

师颠勺之间，菜就装进了盘。食客挑一个好位置，还能看到烹饪过程。

晚上7点左右，夜幕降临，灯带亮了起来，食客们或推杯换盏，或边吃边聊，更有兴致者，拿起现场备着的话筒，唱上几句。有网友评论，“奉化冷饮”吃的就是那十足的人间烟火气。

据奉化当地一位业内人士介绍，这几年“奉化冷饮”发展迅速，目前奉

化区大大小小的店有近200家。比如，从2022年开始，地铁三号线附近的奉达小镇聚集了一批“奉化冷饮”，目前有7家。“奉化冷饮”的入驻也为奉达小镇带来了不少人气。

“奉化冷饮”在场地布置上极具特色，无论规模大小，都是遮阳棚搭建的简易店堂，门口架着灯箱，摆放的是白色塑料桌椅，给人一种在“邻家小院”叙旧的感觉。

2 追根溯源 源于上世纪90年代初的溪口“水果杯”

据了解，“奉化冷饮”源于上世纪90年代初的溪口。

“小时候，夏天吃过晚饭去外面玩，玩累了，大人会给我们买上一杯木莲冻或者绿豆汤，冰冰凉凉很解渴。”溪口人王磊回忆，当时溪口一带出现了卖木莲冻、绿豆汤、赤豆汤的冷饮摊。

王磊介绍，早期的冷饮摊非常简单，冷饮箱里装上木莲冻、绿豆汤、赤豆汤几种冷饮就可以营业了，摊位可随时移动。后来，冷饮品种增加了，有黄桃、橘子、菠萝等水果罐头，也就是

现在“奉化冷饮”的标配——水果杯。随着食客的增多，移动摊位变成了固定摊位，溪口镇的银凤广场、武岭广场附近，开出了很多大大小小的冷饮摊。菜品方面，除了冷饮，还增加了毛豆、花生、塌饼芋艿、春卷、炒螺蛳等冷菜小吃。

如今的“奉化冷饮”，菜品上还融入了海鲜、河鲜等特色热炒，规模大的冷饮店，菜品近百个。

在网络的加持下，溪口镇的“上白冷饮”“武岭冷饮”“王家冷饮”等一批

冷饮店成了初代网红店。在2018年前后，“奉化冷饮”逐渐出圈，吸引了不少创业者的加入。“奉化冷饮”也从溪口走向了奉化城区以及萧王庙、西坞、莼湖等地，食客圈也从奉化本地人扩大到了全国各地。

今年端午假期，记者在溪口采访时就遇到了从上海开车过来吃冷饮的陈先生一家。陈先生是80后，喜欢旅游吃美食，在网络看到“奉化冷饮”好评如潮，就带着家人，开车近3小时，专程到溪口“打卡”。

3 竞争激烈 从比菜品质量到营造氛围感

差不多的菜品、差不多的水果杯、差不多的场地……如何在众多的冷饮店中脱颖而出？

“小哥冷饮”店主应女士认为，最重要的是保持菜品质量一直“在线”。

“食材要干净新鲜，口感得持续创新，每年都要推出一两个新菜谱。2019年第一年营业，我们就以一道爆炒牛蛙站稳了脚跟。后来陆续推出了椒盐鸦片鱼头、酸菜丁螺、梅干菜龙虾等菜谱，而且都形成了爆品。”应女士

说，“这些菜谱其他餐饮店也在做，但我们根据奉化本地食材特点，做了一些改良。拿梅干菜龙虾来说，我们用的梅干菜实际上是奉化本地人说的‘笋干头’，从本地笋农处收购，质量挑好的，这在其他地方是吃不到的。还有，奉化这么多桃树，每年有大量的桃胶，我们就从桃农处收购桃胶，然后手工熬制，制成桃胶水果杯。”

冯勇原先是酒店的一名厨师，今年4月在奉达小镇盘了一家店，6月2

日开始营业。冯勇认为，除了菜品质量，舒适的就餐环境也非常重要。走进他的店，无论是用来放菜品的不锈钢台面还是地面，都非常整洁、干净。“我从酒店出来的，对卫生环境很敏感，在干净、整洁的环境吃饭，胃口也会好一点。”

为了迎合一部分食客的拍照“打卡”需求，还有一些冷饮店注重氛围感的营造，如布置别具一格的店招、灯带，定制统一款式的餐具等。

4 发展之路 市场有待完善，潜力还需深挖

有业内人士认为，当下的“奉化冷饮”，其实是奉化夜宵的一种体现，非常具有地域特色。而随着“奉化冷饮”的崛起，相关问题也在不断出现，大多集中在价格不够透明、食材不新鲜、上菜速度慢、环境不干净、周边停车难等。对此，奉化餐饮行业的一位业内人士表示，除了几家头部“奉化冷饮”店之外，奉化其他冷饮摊在卫生环境、消

防安全、菜品口味、价格公示等方面都有待完善。

另据了解，奉化溪口、方桥已着手打造冷饮摊市场，谋划冷饮文化品牌，比如招募当地的冷饮摊入驻，推出更适合夏季消费需求的服务，也方便游客前来“打卡”。

对于“奉化冷饮”的潜力，宁波餐饮行业一位人士表示，“奉化冷饮”出圈

后，油焖笋、小海鲜、桃胶、水蜜桃等优质农产品，也是火热出圈，成为大家关注的奉化热门农产品。每个周末，“奉化冷饮”带来的火爆消费场景在奉化各地上演。那么，如何借“奉化冷饮”出圈为奉化“夜间经济”“周末经济”等带来更多的消费点，值得当地从业者和政府部门关注，“奉化冷饮”的潜力还有待深挖。 记者 贺艳 鲁威 文/摄