

# 宁波菜 如何“破圈” 闯世界?

“宁波菜，自己人吃得香，外界却知道不多咋办？”

“海鲜食材保存难、成本高，走出去困难怎么破？”

“想挖掘宁波菜背后的文化，怎么宣传能有流量？”

近日，上海甬府品牌创始人翁拥军等宁波在外发展的餐饮品牌企业代表和世界中餐联合会会长邢颖等一众业界专家纷纷来到宁波，齐聚宁波菜发展与推广研讨会，聚焦同一件事——如何助推宁波菜“破圈”闯世界，宁波接下来又要做些什么？

## 1 宁波菜有“成长的烦恼”

“虽然宁波菜有底蕴、有滋味、有市场，可惜的是，在国内却始终‘闷声不响’，未成气候。比如说，宁波有不少百年老店，如状元楼创始于1785年、东福园创始于1908年、缸鸭狗创始于1926年，但缺少在全省全国知名、爆火的龙头企业、网红名店。”会上的这一说法，引起大家共鸣。

对此，宁波市宁波菜研究会会长戴永明分析称，宁波菜是很优秀的地方菜，但知名度远远没有粤菜、川菜那么大，这跟宁波人低调内敛的性格和宁波菜对“新鲜度”的高要求有关。而且，如今的宁波菜出品千差万别、良莠不一，缺少统一标准；同时，随着饮食习惯改变，宁波传统十大名菜已经不合时宜，渐渐失去年轻人市场……确实正在经历“成长的烦恼”。

谈到“走出去”的具体难度，在场企业家说了很多。慈溪白金汉爵餐饮有限公司董事长范仲文坦言：“宁波海鲜食材保存难、成本也高，拿我们在安徽和宁波的酒店相比，宁波单是菜品成本就高出10个点。”



天一夜宴美食品鉴。李阳辉 摄

## 2 破圈“发力点”在哪儿？

那么，宁波菜要破圈，“发力点”在哪儿？

“一座城市，必定有它独特的味道。发展宁波菜，强化地方菜意识，最终打造老百姓认可的菜系。”世界中餐联合会会长邢颖同时建议，发展宁波菜要与宁波旅游目的地城市建设结合起来，这也将为旅游推广带来新的思路。

同时，不少人提议举办“重量级”节庆、活动。上海甬府品牌创始人翁拥军举例称，一年一度的

“甬府宴”发起于2018年，每年花1000多万元打造，既是庆贺东海开渔，亦是与广大亲朋好友相聚一堂，如今已成为上海一大美食盛事。

涉及到宣传形式，宁波市饭店业协会会长胡云波认为，宁波菜的牌子很宝贵，不能随便打，行业要制定高、中、低端菜的标准，甚至可以把原材料、供应链打通。他同时提出，宁波菜最近因为一部电视剧《繁花》火了一把，

这是一个很好的启发，接下来，也可以通过拍摄电影、短剧等形式，进一步发力。

杭州黄龙海鲜大排档创始人潘建刚则更看重场景文化、菜品文化的打造。他认为：“过去是产品时代，未来是品牌时代。现在的菜品是产品、体验、服务、场景、文化等多方面相结合的产物。做好产品定位，围绕消费群体需求，打造产品，才是未来之路。”

## 3 加速布局境内外城市

宁波菜如何“闯世界”？同日举办的2024宁波菜推广大会上发布了“宁波菜推广三年行动计划”，并启动全球推广。

宁波舟山面海、拥江揽湖，广袤大地和广阔大海，赋予了宁波人民丰厚的物产馈赠，从雪菜大黄鱼到红膏呛蟹，从冰糖甲鱼到锅烧河鳗，从龙凤金团到猪油汤团，还有传说中的船王炒饭，四明儿女用时光铺垫、用历史酝酿，以高超的烹饪技法，将大自然的馈赠转化为餐桌上的珍馐美味，造就了时令鲜明、咸鲜合一的宁波风味，诠释了滨海宁波的别样风采。

根据行动计划，未来三年，宁波将打造群众广泛参与、国内有影响力的宁波菜品牌，形成集原

料生产、加工、配送、制作、销售于一体的宁波菜产业体系，使宁波菜文化得到传承弘扬和创新发展，“力争3年新增100家宁波菜品牌店，让越来越多的游客‘因为一桌菜，爱上一座城’。”宁波市文化广电旅游局党组成员、二级巡视员徐小设表示。

其中，将进一步加强宁波菜品牌店建设，制定实施《宁波菜品牌店评价和认定规范》，在境内外重点城市每年推出宁波菜体验店30家，不断增加宁波菜体验店的市场覆盖面和占有量；加快推进宁波菜标志性项目落地见效，扎实推进“百县千碗”美食小镇和美食街区建设，奋力打造世界美食之都。

此外，根据行动计划，将鼓励

引导在全国发展的宁波菜餐企使用统一的宁波菜标识，全面展示海丝文化、海湾风情、海天佛国、海鲜美味“四海”文旅品牌，将“百县千碗·甬菜百碗”与“文化强国宁波有礼”“中国旅游 宁波开篇”等文旅品牌深度融合。

接下来，每年开展不少于12场群众喜闻乐见的宁波菜体验活动，重点培育一批放心消费实体，推动宁波菜走进千家万户；结合中国旅游日、省旅游交易会等节会载体宣传推广宁波菜；策划宁波菜品鉴会、“天一夜宴”鉴赏会等美食品鉴活动激发大众消费；挖掘乡村“外婆菜”“乡下菜”“家的味道”等，丰富宁波菜内涵，展现宁波菜魅力，实现餐饮为民、乐民、富民。 记者 谢舒奕

## 宁波银行专栏

# 宁波银行蝉联“最佳城市商业银行”

1月19日，新浪财经发布2023(第十一届)银行综合评选结果，宁波银行被评为“最佳城市商业银行”。这是继2021年、2022年之后，宁波银行又一次获得新浪财经年度“最佳城市商业银行”奖。

新浪财经“银行综合评选”针对银行的声誉、社会责任、发展战略及业务创新等方面进行综合评估，评选出行业的佼佼者，具有一定影响力。

宁波银行屡次被评为“最佳城商行”，与其始终坚持将服务实体经济作为根本宗旨，持续稳健经营，不断创造价值密切相关。

宁波银行在北京、上海、深圳、杭州、南京、苏州、无锡、温州等地有16家分

行，有永赢基金、永赢金租、宁银理财、宁银消金4家子公司。作为20家全国系统重要性银行之一，宁波银行始终与国家战略相融，与民众需求相伴，发挥自身专业优势，为客户、员工、股东和社会创造更多价值。

宁波银行不断提升专业经营能力，深度融入区域经济发展大局，实现“规模、效益、质量”良性发展。截至2023年三季度末，宁波银行资产总额2.67万亿元，各项存款1.58万亿元，各项贷款1.21万亿元；前三季度实现净利润193.49亿元，不良贷款率0.76%，拨备覆盖率480.57%，各项指标继续保持业内较好水平。

宁波银行不断升级商业模式，依托

“专业+科技”的金融赋能体系，持续钻研客户生命周期经营逻辑，推动商业模式升级优化，可持续发展动力更加强劲。

宁波银行坚持“控制风险就是减少成本”的理念，按照全面风险管理的要求，实施前中后台分离、条块结合的矩阵式管理体系，推动风险管理的智能化、数据化，不发生系统性的金融风险。自2007年上市以来，宁波银行不良贷款率始终保持在1%以下。

宁波银行致力于金融科技建设，为客户数字化管理提供体系化的金融科技支撑，数字化、平台化的服务能力在行业内领先，有“双活、双中心”的数据中心，有“宁行云”数字化综合赋能平台，有与客户

互联互通的“财资大管家、外汇金管家、投行智管家、票据好管家、政务新管家，薪福宝、易收宝”开放银行链接方案，有“波波知了、设备之家、美好生活”三个综合服务平台，为客户赋能。

2024年，宁波银行始终坚守金融工作的初心使命，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章；坚持以客户为中心，真心对客户好，强化金融科技赋能，着力推进“专业化、数字化、平台化、生态化”的服务体系建设，支持实体经济高质量发展。