

三江热议

让宁波菜“出圈”需讲好宁波美食故事

凌波

鲜活的海马、小丑鱼、水母、七彩螳螂虾在珊瑚群中游弋,还有“绿眉毛”帆船模型、镇海渔业银行的银元票证、民国时期的镇海地图等“老底子”物件……最近,展陈面积约600平方米的“镇海海洋文化陈列馆”开进了镇海一家知名海鲜饭店。

10月31日甬派

地方菜是一座城市最具烟火气的城市名片。宁波菜作为浙菜的一个重要分支,以其独特的风味和精湛的烹饪技艺闻名遐迩。

枕山面海、拥江揽湖的宁波物产丰饶。从冰糖甲鱼到锅烧河鳗,从宁式鳊丝到新凤鳗鲞,从雪菜大汤黄鱼到红膏炆蟹,宁波菜鲜咸合一,原汁原味,自成一派。

近年来,宁波菜开始走出宁波,走向全国,打造“百县千碗·甬菜百碗”品牌,推出宁波十大主题文化名宴、宁波各地“十大碗”“十大热菜”“十大冷盘”“十大小吃”等一批品牌,影响不断扩大。美团发布的《2024地方菜发展数据观察》显示,宁波菜相关关键词在大众点评上的搜索量同比增长39%,相关点评笔记条数同比增长106%。从门店数量看,今年8月,宁波菜门店密度居前四的地方分别是浙江、上海、江苏和北京,显示消费者对宁波菜认知逐步提高,宁波菜在立足本地的同时,正不断扩大在全国的影响力。

让宁波菜走出去,进一步提高宁波菜的知名度、美誉度,需要传承

与创新。地方菜火遍全国成为国民菜,并不是件稀罕的事,川、湘、粤菜早已全国遍地开花。川菜在过去给人们的感觉是重油重辣,但近年来,随着其布局全国的步伐加速,不少精致化、高端化的川菜表现亮眼。宁波菜在传承与创新上,同样大有文章可做,如在处理海鲜原料时,将粗、大、老的食材,通过精细化的改造,从形态、配料、器皿、口味和烹制方法进行创新改良。当然,创新的前提是守正,迎合外埠消费者固然重要,不失去自身的特色则是根本。

地方菜要“出圈”,除了自身传承创新外,还须依靠文旅来推动。美食与文化的结合,深度挖掘地域文化资源,充分展示美食的魅力,是推进美食和文化深度融合发展的重要途径。近年来,宁波一些知名餐饮企业主打“美食+文化”牌,深入挖掘文化元素,除了这家“海洋文化陈列馆”,还有“状元文化馆”“祈福馆”“稻米文化馆”“宁波菜博物馆”,各类年糕、米食的“非遗文化馆”更是层出不穷,弘扬各具风采的特色文化,打出宁波美食文化“组合拳”。

美食与旅游融合发展,则是地方菜“出圈”的一张王牌。“因为一道菜,爱上一座城”,一道特色菜吸引众多游客结伴奔赴一座城市、带火文旅消费的例子不胜枚举。宁波美食文化博大精深,宁波菜要“出圈”,讲好宁波美食故事、大力发展文旅产业是必经之路。

图说世相

业务外包,用工责任无法“甩锅”



漫画 严勇杰

“我们与其他公司签订了劳务分包合同,将施工工程机械的机械手操作人员的劳务承包出去,但最终法院还是认定机械手操作人员跟我们公司存在劳动关系。”新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市某建设有限公司负责人说。日前,乌鲁木齐市中级人民法院终审判决:该公司与梁某存在劳动关系,支付未签订书面劳动合同二倍工资差额65100元。

10月31日《工人日报》

阿拉有话

文物活起来
需要多些“开卷有益”的创新

郭元鹏

10月30日晚上,幽静的天一阁热闹起来,馆藏海内孤本《浙音释字》琴谱里走出一群“古人”。当天,天一阁博物院的“天一阁·开卷”第一次活动“秘谱·回响”正在此举行。观众身处百年古戏台前,不知不觉也成了曲中人。

10月31日《宁波晚报》

当天的“开卷”活动中,古老的琴声与优美的舞姿交相辉映,那些尘封已久的古籍似乎真的从纸上“站了起来”,在观众的眼前“跳动着”。

观众看到的不仅仅是琴师的手指在琴弦上轻轻拨动,更是那些被埋藏在《浙音释字》琴谱里的古老旋律的复苏。那些旋律仿佛穿越了时空,从古代的宫廷传到了现代,让观众听到了古人的智慧与情感。舞者的身姿曼妙,衣袂随风轻扬,她们的舞步仿佛在讲述着一段古老的故事,一个美丽而又动听的传说。在夜幕下,这样的场景犹如一幅绝美的画卷,深深地印刻在观众的心中。

这样具有历史意义和文化价值的活动,不仅仅是将古籍内容以文艺形式呈现出来那么简单。更重要

的是,活动唤醒了我们对历史的尊重和认同,对传统文化的传承与保护的意识。文物不再是尘封在博物馆的展示品,而是具有生命力和情感的载体。观众通过直接的感官体验和情感共鸣,对中华民族的文化有了更深刻的理解和认识。

由此,笔者还想到了我们的非物质文化遗产。这些非物质文化遗产是我们传统文化的瑰宝,是我们民族的记忆和情感的寄托。但是随着社会的快速发展和现代化的进程,许多非遗项目正面临着消亡的危险。而通过开展“天一阁·开卷”这样的活动,让传统文化、非遗项目能够重新焕发出新的生机和活力,让更多的人了解和关注这些宝贵的文化遗产。

“让文物活起来,让非遗传下去”不仅仅是一个口号,更是一种行动和责任。我们需要通过这样的活动,来唤醒人们的文化自觉和文化自信,让我们对传统文化有更深刻的认识和理解。同时我们也需要通过各种方式,来保护和传承我们的传统文化、非遗项目,让我们的子孙后代也能欣赏到这些美丽的文化遗产。

街谈巷议

“双11”拼“质价比”就对了

卞广春

“双11”“松弛”了——电商平台不再一味“卷低价”,宁波品牌则不约而同拼起“质价比”。

10月31日《宁波晚报》

电商行业的“双11”是自带流量的促销。对许多企业而言,“双11”期间获得不错的销售业绩,能确保四季度乃至全年的销售保持持续上扬的态势,也能为迎接一个辉煌的来年,在生产销售上掌握先机和主动权。“双11”期间,各企业都竭尽全力使出“十八般武艺”,如有的在价格设计上搞新名堂,有的在发放销售券上做文章,有的则将各种优惠叠加在一起,考验消费者的算术水平等。宁波品牌不约而同拼起“质价比”,是最真诚最返璞归真的销售。

“双11”期间,宁波品牌拼起“质价比”,是适时而动的行为。一来,宁波地处经济发达的浙江,地理位置独特,融入了较多的前沿科技

力量,消费者选择宁波品牌就是选择先进科技的产品;二来,现代人的消费已不满足于基本的生活,对“低价”逐渐脱敏,正在追求更新潮、更智能、更节能的产品,宁波品牌在这些方面有着相当的优势。

事实上,较好的“质价比”,不仅能为企业获得更高的人气和流量,也能为企业持续争取到更多的用户推广。热销商品,不是靠短期促销“喊”出来的,而是要通过扎扎实实的品质和服务,博得用户的真诚喜爱,用户的购物体验和对商品质量、服务的认可,会源源不断地通过新媒体平台分享出去。用户的一句话,显然比企业在销售时说的一万句话更管用。

今年“双11”,电商企业不再一味“卷价格”,不约而同地拼起“质价比”就对了。希望更多企业能够悟出其中的道理,在产品、生产、销售、服务等环节都有新的启示、新的突破、新的收获。