

宁波菜 品牌建设

“路在何方”？



时令鲜明、咸鲜合一的宁波菜。(资料图片)
记者 谢舒奕 摄

地方菜，是根植于地方文化，蕴含地道风味与独特特色的传统菜肴。在宁波，哪些菜肴最受欢迎？宁波菜的品牌建设又“路在何方”？

记者在近日由宁波市餐饮业与烹饪协会举办的“宁波餐饮高质量发展对话”论坛上获得诸多前沿资讯，同时结合近期各大权威机构、平台公布的年度地方菜榜单，发现宁波菜在不少地方的表现都可圈可点。

1 『地标菜』是流量密码

宁波枕山面海、拥江揽湖，广袤的土地和无垠的大海，给予宁波人民丰厚的物产馈赠。宁波菜时令鲜明、咸鲜合一，更承载着宁波人的历史记忆和文化传承。

在“宁波餐饮高质量发展对话”论坛上，美团最新发布的《宁波餐饮行业概览及宁波菜数据观察》显示，大众对宁波菜的“线上印象”主要集中在具有城市特点的菜品，即“地标菜”，排名前三的依次是宁波汤圆、白蟹炒年糕、腐皮包黄鱼，紧随其后的是宁波烤菜、宁波老三鲜、宁式鳃丝、苔菜小方烤、红膏呛蟹、雪菜大黄鱼。另外，冰糖甲鱼、萝卜丝带鱼、红烧望潮、前童三宝、宁波三臭、象山鱼滋面等也很热门。

中国饭店协会发布的《2024中国地方菜年度发展报告》认为，消费者对“新烟火气息”的体验式追逐”更加显著，“越来越多的消费者选择去小众城市追逐烟火气息，沉浸式深度体验烟火气息”。

最新数据显示，“宁波菜”相关关键词在大众点评上的搜索量同比增速为39%，相关点评笔记条数同比增速为106%。“这显示出消费者对宁波菜的认知正在逐步提高。”美团餐饮系统区域大客户华东地区负责人曾玲玲表示。

2 宁波菜影响力正在扩大

眼下，宁波菜以其独特的韵味和精湛的烹饪技艺，赢得一众食客的广泛赞誉。然而，不少美食博主坦言，从他们近年的跨城探访来看，宁波菜“出镜率”不算高。知名美食博主谢啸认为，餐饮市场犹如一片浩瀚的海洋，宁波菜作为其中的一颗璀璨明珠，“走出去，大有可为”。

美团数据显示，从门店数量看，截至2024年8月，宁波菜门店密度前四的区域依次是浙江、上海、江苏和北京。其中，在江苏的同比增速是25%，在北京的同比增速是20%。“这显示出宁波菜立足本地的同时，正不断扩大在长三角地区的影响力，并开始走向全国。”曾玲玲说。

至于售卖经典宁波菜的门店主要品类，美团数据显示，近一年来，要数在浙菜餐厅、海鲜餐厅、苏菜餐厅以及上海本帮菜餐厅的“出镜率”最高，占比达到七成；同时，快餐店、粤菜馆、面馆、农家菜馆等也有相当比例。

3 品牌建设『路在何方』？

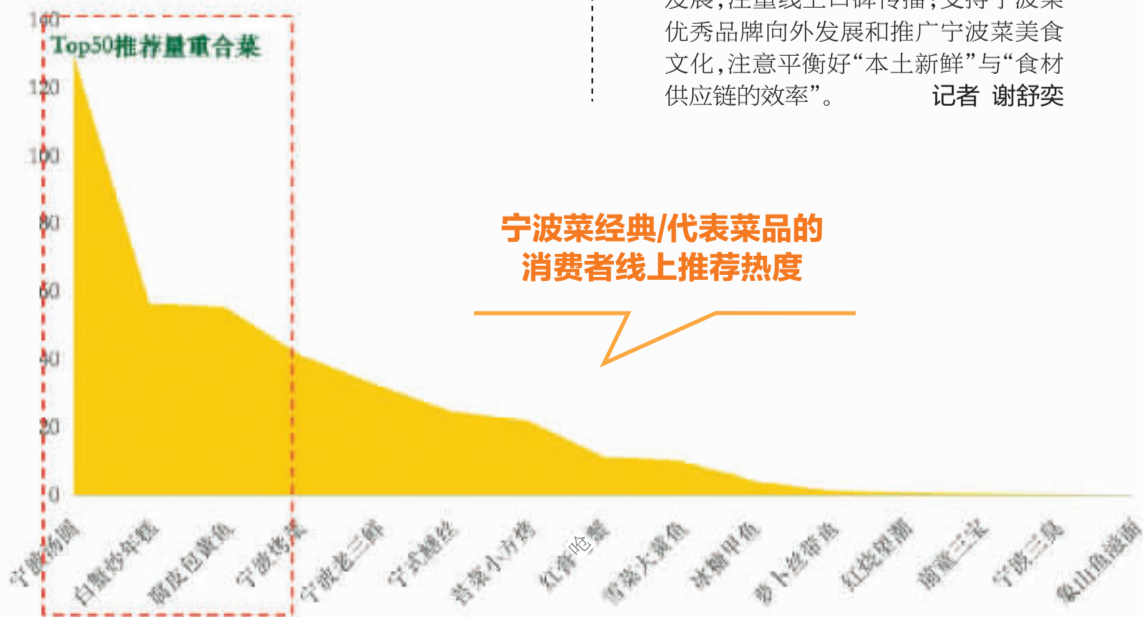
浙江大学心理学教授、美食家陈立认为，宁波菜要打响品牌，关键在于两点：一是充分利用宁波丰富的地方美食资源，展现其独特魅力；二是深入挖掘宁波地方美食的文化内涵，讲述美食背后的动人故事，以增强品牌的文化底蕴。

拥有600万粉丝的抖音博主沈凤仙则建议，宁波菜品牌的塑造和推广可以多借助短视频、直播等新媒体的传播力量。她提到，山东淄博通过新媒体成功“爆红”，这为宁波菜提供了很好的借鉴案例。

知名美食博主宋小军则强调，宁波菜要打响品牌，必须具备鲜明的特色，即“有腔调”。他建议地方政府、餐饮企业、美食博主等各方可以形成合力，共同推动宁波菜品牌的特色塑造与传播。

曾玲玲也提出了五点建议：强化“宁波菜”区域美食标签，政府及行业协会引导推广“宁波美食”公共品牌标识；结合宁波地标食材，进一步研发、改良宁波代表性美食产品，打造满足不同消费层级和消费场景的宁波美食；深挖代表宁波菜的文化故事，进一步促进宁波菜与宁波文旅融合发展；加强本地宁波菜品牌的数字化升级，引导品牌差异化发展，注重线上口碑传播；支持宁波菜优秀品牌向外发展和推广宁波菜美食文化，注意平衡好“本土新鲜”与“食材供应链的效率”。

记者 谢舒奕



宁波菜经典/代表菜品的
消费者线上推荐热度