

印着千年地标 藏着共富密码 宁波这款糕点 走红!



中式糕点。

早上7时,推开海曙区段塘街道觅塘共富工坊的玻璃门,奶香便裹着热气扑面而来。操作台上,80后姑娘陆存存指尖翻飞间,一团细腻的风梨馅裹进酥皮中。不一会,城隍庙、天封塔、鼓楼,这些承载着宁波千年记忆的地标建筑,被“复刻”在软糯香甜的糕点上……

中秋将至,这座藏在社区里的工坊格外忙碌。案头堆叠的订单显示,近一个月,工坊日均制作各种糕点超500个。罗城糕点、红牡丹、荷花、醒狮酥等中式糕点悄然成了宁波人“舌尖上的风景”。



陆存存共富工坊做糕点。

1 “舌尖上的风景”,好看又好吃

中式糕点的走红,并非偶然,背后是一场关于“美食+文化”的深度探索。

今年初,海曙区段塘街道结合罗城保护焕新工作,联合组织、宣传、文化、妇联等条线集思广益:如何让海曙的历史文化“活”在日常里?

“我们不想做普通的广式月饼,要让糕点成为传递海曙记忆的载体。”海曙区段塘街道妇联主席邹蜀宁回忆,团队反复琢磨后,决定以海曙地标为原型设计模

具。最终确定的5款模具里,既有“海曙”“段塘”的文字款,也有鼓楼、城隍庙、天封塔的图案款。

“我们在宁波各个集市摆摊,好多人说‘好看得舍不得下嘴’,结果尝过之后又回头订,现在中秋订单排到了9月底,国庆期间的订单都停接了。”觅塘共富工坊的导师陆存存表示,不少人说“带一盒糕点,就像把海曙的风景带回家了”。

在制作上,工坊的中式糕点也藏着“健康巧思”。陆存存介

绍,糕点参照桃山皮工艺,白芸豆提前浸泡一夜、煮三遍水去豆腥味,再手工打泥加糖浆炒制成馅,“我们不用起酥剂,只用植物油,刚做好时口感偏干,放两天会析出自然油脂,既健康又有层次。”

这种“颜值与口味并存”的特质,让它在线上线下同时“圈粉”。线上通过社区平台接单,线下成了游客打卡海曙后必带伴手礼。随着口碑发酵,尤其在城隍庙市集、南站旅客区等地售卖后,糕点打破了“好看又好吃”的认知。

2 从“带娃妈妈”到“手作达人”

觅塘共富工坊的诞生,则探索社区治理、推动共同富裕的一次“顺势而为”。

故事要从海曙区段塘街道南都社区一支有着10多年历史的烘焙团队说起。

“最早的时候,阿姨们自己带擀面杖、微波炉来社区做烘焙,组成了一支公益队伍,疫情期间他们还做过糕点送给一线人员。”邹蜀宁告诉记者,建设未来社区时,社区配套了专业烘焙设备,可团队缺乏运营经验,设备常年闲置;另一边,做电商出身的陆存存正愁转型,她从小热爱糕点,特意去全国各地学艺,想二次创业做中式糕点,却卡在“没场地、缺销路”上。

2024年5月,海曙区段塘街道妇联得知这两个“需求”,主动牵线搭桥,“社区有阵地、有团队,

陆存存有技术、有想法,不如合作试试?”

于是,陆存存的技术团队与社区烘焙队“撮合”到一起,成立了共富工坊。其中,陆存存这支核心项目团队的引进,以及工坊所需的专业烘焙工作室打造,包括前期的场地规划、设备采购与调试等费用,均由未来社区专项经费承担;陆存存团队负责技术指导和产品研发;而像孙阿姨这样的宝妈、待业妇女,通过公益培训就能上岗。

这种“资源互换、互利共赢”的模式,不仅激活了社区的“沉睡资源”,更给了宝妈、待业阿姨们“再就业”的机会。

“我们一年开24期公益课,教蛋黄酥、饼干班、醒狮酥、花酥等制作公益,线上还同步直播,不

方便来的居民能反复看。”南都社区党委书记姜吉波回忆,首期培训来了20多个宝妈。

工坊的“造血”模式不止于此。陆存存团队会从营业收入中拿出部分资金注入“共富基金”,一部分用于反哺公益,另一部分也会投入到后续培训开展与设备更新维护中。

今年,工坊还为社区宝妈开通了“灵活工位”,订单忙时来帮忙,按件折算,既能照顾家里,又能有收入。

“我们做的不只是糕点,更是在找一条社区能‘自我造血’、居民在家门口就能实现创收的新路子。”姜吉波说,如今工坊已有10多名“灵活就业”的宝妈。

记者 林微微 见习记者 周星宇 通讯员 庄涵予 文/摄

零食化、平价化、健康化 今年低温月饼卖火了

中秋前夕,月饼销售迎来高峰。记者注意到,今年,宁波月饼消费市场又有不少新变化。与传统堆叠式礼盒相比,低温月饼的冷藏柜崭露头角,消费理念也从“节日礼品”向“日常零食”转变。

低温月饼成黑马

连日来,记者走访宁波多家超市看到,“低温月饼”成为今年宁波月饼消费市场的新宠。

在盒马宏泰广场店月饼销售区域,与堆得高高的传统堆叠式礼盒相比,冷藏柜里的低温月饼吸引不少人驻足购买。“月饼要冷藏储存,比较新鲜。之前买了小盒装尝,味道蛮好的。趁着节前再来买几个礼盒装。”正在选购的市民徐女士告诉记者。

与传统月饼相比,低温月饼多采用新鲜果肉,通常需要冷链运输和冷藏保存,以便保留馅料的新鲜度和原始口感。低温技术也通常使得月饼能够减少防腐剂的使用。低温月饼根据规格大小定价39.9元到199元不等。

在鄞州山姆会员店月饼销售区域,低温月饼同样占据C位。凭借健康属性和新颖口感,低温月饼迅速占领不少人的中秋采购单。

京东超市发布的《京东月饼品类2025年趋势洞察报告》显示,低温月饼销售额增速高达73%,成为今年月饼市场最大黑马。

小盒装月饼人气高涨

月饼消费场景也正在发生转变。盒马调研数据显示,超过54%的用户将月饼当作日常零食。这也推动月饼打破“中秋限定”,从节令专属走向高频消费。

独立小包装月饼越来越受欢迎。记者走访宁波市场看到,与往年堆积如山的豪华礼盒不同,今年展台C位被各式各样的小盒装月饼占据,每盒售价10元至20元不等。

“中秋吃月饼,更多还是跟家人分享。礼盒装量大吃不完,价格相对高一些。小盒装的月饼就方便很多,价格也实惠,平常还可作为加班零食、小点心等。”在华润万家超市鄞州印象店选购的市民祝女士告诉记者。

这种零食化趋势,不仅延长了月饼产品的销售周期,也为行业打开了新的增长空间。当月饼变成日常食品,市场容量将远远超出节日需求。

与此同时,礼盒装月饼也进一步趋于平价化。记者注意到,在宁波多家超市货架上,100元至200元的月饼礼盒占据主流,也有不少百元以下的月饼礼盒。而超过200元定价的月饼则少之又少。

记者 史妮超 文/摄



宁波超市售卖的小盒装月饼。