

日均发号超1000个,顾客排队3小时

宁波餐饮界 “新晋顶流” 凭啥这么火?



新白鹿招牌菜“酱烧鲈鱼”。



新白鹿招牌菜“蛋黄鸡翅”。

首店
探新

春节前夕,宁波餐饮市场迎来一场“美食风暴”。近日,杭州餐饮界“老牌选手”新白鹿宁波首店落户鄞州万达广场,试营业6天,日均发号超过1000个,高峰时段排队时长超3小时,成为宁波消费者争相打卡的“新晋顶流”。

这家杭州老牌餐饮店,何以在宁波引发如此疯狂的追捧?记者前往一探。

生意火爆

日均发号超1000个,翻台率达500%

上周四下午6点,鄞州万达广场新开的新白鹿门店前人声鼎沸,取号屏上显示有36桌在等待。一位从下午5点多就开始排队的“95后”姑娘小蒋已等了半个小时,“本来想着工作日人能少点,没想到排队的人这么多。”小蒋说。

“我在杭州上学时,就经常吃新白鹿,听说开到宁波了,就带着朋友过来了。”宁波小伙小朱告诉记者,折算下来

人均50元就能吃到一顿丰盛的杭帮菜,非常划算。

“马年开门红,宁波消费者的热情确实远超我们的预期。”新白鹿宁波首店店长赵以云说。

据了解,新白鹿宁波首店试营业期间,连续6天日均发号超过1000个,翻台率更是达到500%。这意味着,一张桌子在一天之内,高效轮转了超过5轮客人。这是顾客用时间与耐心投下的“信任票”。



店内就餐顾客。



新白鹿门口排队顾客众多。

2026年
长红

穿越周期的“实惠”与“新鲜”

这并非偶然的流量狂欢。在消费升级的背景下,消费者对“美食体验”的需求已从“吃饱”转向“吃好”。新白鹿的走红,不仅是菜品创新的结果,也是宁波人对“新鲜”和“实惠”的认可。

据了解,新白鹿人均消费稳定在60元至80元,主打“高性价比+现烧体验”,既满足家庭聚餐需求,又吸引了年轻群体打卡。据统计,首店开业一周内,线上平台好评率达98%,其中“蛋黄鸡翅”“酱烤活鲈鱼”等招牌菜复购率超40%。

记者注意到,在新白鹿的菜单上,9元的糖醋排骨、28元的冰淇淋烤布蕾作为“价格锚点”和社交话题,成了消费者心目中“超高性价比”的美食。而蛋黄鸡翅、酱烤活鲈鱼等招牌硬菜,则凭借过硬的口味,承担起价值感和利润点的角色。

赵以云透露,仅蛋黄鸡翅一道菜,就让全品牌鸡翅的年

销量突破1000万个。“我们通过对核心调味的标准化把控与门店现炸的锅气相结合,平衡了效率与体验。”

“新鲜现烧”是新白鹿的另一核心卖点。在餐饮预制菜争议不断的背景下,新白鹿坚持从食材源头严格筛选,厨房明档现炒,确保每道菜的“锅气”与“新鲜度”。“这是对顾客的承诺,也是品牌的底线。”赵以云表示,尽管现烧模式增加了人力与时间成本,但消费者愿意为“热腾腾的锅气”买单。

这种“反效率化”的坚持,在流量红利见顶的后餐饮时代,正成为稀缺的竞争壁垒。在餐饮行业,网红品牌“昙花一现”的故事并不鲜见。新白鹿从1998年的一家弄堂小店,成长为遍布全国多座城市、门店达80余家的直营连锁餐饮品牌,“实惠”与“新鲜”或许就是其穿越周期的核心动力。

宁波第二家门店即将在慈溪开业

宁波与杭州同属浙菜文化圈,口味上“同根同源”。不过,虽然新白鹿无需像一些外来菜系那样经历漫长的市场适应期,但也面临挑战——如何在保持杭帮菜精髓的同时,与宁波本地的饮食审美完成“对接”与“共振”?

“我们主要从食材本地化与口味适配两方面着手,比如酱烤活鲈鱼选用宁波本地活鲈鱼,酱汁则结合杭州黄豆酱与宁波海鲜的鲜味特点调整配方。既要保留杭州菜的精髓,又要融入宁波的饮食习惯。经过开业前的试吃与调整,我们最终确定了甜咸适中、鲜辣平衡的口味方向。”

与此同时,为确保新店的

服务品质,新白鹿从杭州调派核心厨师与服务员,通过“老带新”模式快速培养员工。

宁波首店的成功,让新白鹿对宁波市场充满信心。赵以云透露,宁波第二家门店即将在慈溪开业。“我们希望利用首店辐射效应,以点带面,从单点突破到网络覆盖,让新白鹿在宁波形成美食矩阵,真正生根发芽。”赵以云说。

新白鹿宁波首店的火爆,成为观察当下消费市场的一个窗口。对于宁波而言,吸引像新白鹿这样的“非顶奢但极具体验感和口碑力”的品牌首店,也是城市商业竞争力的一种体现。

记者 史娓超 文/摄