

守正创新打开新局面

宁波菜在全国遍地开花



当下，餐饮行业呈现鲜明的双向流动态势：一方面，全国各地餐饮从业者纷纷奔赴东海之滨，学习运营模式、复刻爆款单品，争相“抄甬菜作业”；另一方面，一批深耕本土、沉淀多年的宁波餐饮品牌，主动跳出舒适圈，加速全国化布局，从上海核心商圈到香港维多利亚港，从杭州西子湖畔到广州珠江之滨，步步为营开疆拓土，持续擦亮宁波菜系金字招牌。

在这场双向奔赴的行业变革中，宁波餐饮完成了从“本土深耕”到“全国拓界”的进阶蜕变。

1 “双城”桥头堡加持 构筑扩张矩阵

上海始终是宁波菜进军全国市场的桥头堡。宁波与上海地缘相近、人文相通，上海消费者对东海海鲜的“透骨新鲜”认可度高。相较于其他菜系，宁波菜全国化布局始终坚持“先沪后全国”的稳健路径，以上海为样板打磨模式、树立口碑，再向全国一二线城市辐射渗透。

高端甬菜赛道中，多个标杆品牌在上海站稳脚跟、引领行业升级。

陈公馆作为高端甬菜代表性品牌，依托宁波石浦酒店三十余年餐饮积淀，构建了完善的食材供应链体系，团队汇聚众多甬菜嫡系传人，精准把控各类东海海鲜的时令节律、产地特质与烹饪精髓，建立起从产地到餐桌的直供体系，最大程度锁住食材本味。

2023年，陈公馆正式进驻上海黄浦区，门店主打民国雅致装修风格，9米挑高星空顶，摆盘精致，食材甄选，门店可远眺浦东陆家嘴“三件套”地标，凭借优美环境、高端食材与正统甬味，全力打造上海滩高端甬菜新标杆。

甬府也是一个典型案例。2011年入驻上海以来，该品牌深耕高端甬菜赛道十余载，逐步打造出甬府、甬府小鲜、甬府尊鲜等十大细分品牌矩阵，覆盖高端宴请、日常轻奢、大众消费等多元场景。2017年，甬府上海门店斩获米其林一星殊荣，成为全国首个以宁波菜为核心特色的米其林星级餐厅。

除此之外，宁波本土餐饮巨头纷纷入局上海市场，构筑多元品牌矩阵。天港集团旗下高端甬菜品牌“糗糗糗·甬菜”精准卡位上海高端宴请市场；“甬菜上市第一股”丰收日完成新三板挂牌，孵化出“丰收日”“云庐”“甬潮阁”等多个子品牌。

香港是宁波菜进军国际市场的核心橱窗。作为国际化美食之都，香港汇聚全球顶尖餐饮品牌，对菜品品质、餐饮服务、场景体验有着极高标准。目前，甬府、东临等宁波菜品牌成功入驻香港，将甬菜“鲜咸合一、本味天成”的特色与国际化餐饮标准深度融合，以精致出品、雅致场景、标准服务，向全球食客展示宁波菜的独特魅力，成为宁波菜系对外传播的重要名片。



▲平价海鲜餐厅。受访者供图

▶陈公馆黄浦店的9米高空星顶。受访者供图



2 迭代创新破局 适配全新餐饮消费趋势

近年来，国内餐饮消费环境、主力客群、消费逻辑发生颠覆性变化，年轻消费群体崛起、轻量化社交用餐兴起、性价比消费回归主流，倒逼传统菜系加速迭代升级。

宁波市餐饮协会会长郭海浩表示，餐饮行业早已告别粗放发展时代，只有精准适配消费变化、持续创新突破，地方菜系才能突破地域局限实现长效发展。

“过去，宁波餐饮主打大型酒楼模式，门店追求大而全，重排面，数千平方米甚至上万平方米的门店、数十个包厢的配置，主打商务宴请、团圆聚餐。但随着消费年轻化、日常化、轻量化转型，传统酒楼模式逐渐式微，以小而美、轻社交、高性价比为核心的特色小馆、主题餐厅成为市场主流。”记者在采访中多次听到业内人士感叹近年来的变化。

当前，宁波菜“走出去”

已形成清晰的双轨发展格局，两大赛道并行发力、互补共赢。一是高端精品赛道，以甬府、陈公馆、糗糗糗为代表，聚焦一线城市高端商务宴请、精致聚餐场景，树立宁波菜高端品牌形象；二是年轻大众化赛道，以三佰杯、卿家姆、甬上名灶、旧村砂锅焗海鲜等新锐品牌为代表，主打模式标准化、消费亲民化、场景社交化。

针对传统宁波菜偏重宴请、年轻化不足、地域风味门槛较高的痛点，一众新锐品牌精准破局、创新突围。

三佰杯跳出传统甬菜经营框架，深度融合年轻人喜爱的微醺小酌文化，打造“中式居酒屋”全新消费概念。门店空间借鉴日式居酒屋的松弛社交氛围，弱化传统酒楼的正式感，适配年轻人日常小聚、轻社交场景，凭借新潮模式与地道口味，其上海门店常年一

席难求。

传统宁波生腌、醉鲜菜品依托白酒杀菌腌制，口感偏咸厚重，冷食属性也让不少外地食客难以适应。卿家姆在坚守宁波“白酒醉鲜”传统工艺基础上，加入陈年花雕酒、陈皮、桂花等提香增味，弱化厚重咸感，让菜品口感更温润、风味层次更丰富，大幅降低外地食客的接受门槛。

甬上名灶精准瞄准“宁波菜大众化”市场痛点，打破大众对“海鲜即高价”的固有认知。该品牌秉持“做老百姓吃得起的平价海鲜”理念，菜品品质、摆盘格调对标高端酒楼，定价却不到高端门店一半，不少消费者感叹“可实现海鲜自由”，门店常常排队。目前，该品牌虽未走出宁波，但其轻量化、平价化的运营模式，已被多地餐饮团队借鉴复制，成为甬菜大众化输出的样板。

3 坚守本味创新 甬菜全国化任重道远

在陈公馆品牌总经理、主理人郁静刚看来，纵观宁波菜“出海”、破圈的品牌，虽赛道不同、模式各异，但核心逻辑高度一致：扎根宁波本土风味根基，吃透甬菜“鲜为本、匠为魂”的核心精髓，同时以现代化、标准化、年轻化的运营思维重构产品、场景与服务，为传统菜系注入全新活力。

记者在采访中了解到，高

端甬菜立口碑、大众品牌拓市场、单品品牌破圈层，多元业态协同发力，让宁波菜逐步摆脱地域标签，努力跻身全国主流菜系列。

不过，快速扩张的背后，挑战同样不容忽视。单品爆款同质化严重、小酒馆赛道已成“红海”、部分加盟连锁重扩张轻品控、风味本土化改良过度丢失本味、大众认知度仍低于川湘粤等主流菜系，仍是宁

波菜走出去的一些核心难题。尤其国内餐饮行业入门槛低，“开店现象”严重，从业者素质有待提升，AI赋能餐饮的场景少。

在郭海浩看来，宁波菜想要真正站稳更大市场、实现长效破圈，仍需坚守风味初心、严控产品品质、持续迭代创新，“在守住山海本味的基础上适配当地市场，才能让宁波味道更有生命力。”记者 周晖