

# 浙江美食经济雄心勃勃 味美浙江,浙菜要加什么“料”

本报记者 周林怡 沈晶晶 杨群于 山孟琳

国庆假期,家人朋友难得一聚,总少不了在吃上花点心思。甜糯的藕、肥美的蟹、时令的蔬菜……丰盛的大餐让假日更加有滋有味。

最是烟火慰平生。一个“吃”字,看似事小,却不小——它是日常生活的必需,是拉动消费的重要行业,内含着文化传承,更可以成为“城市名片”。瞄准美食经济,浙江正拉开“阵势”。

衢州吃辣了得,打出“辣经济”品牌,今年7月开出一条汇集全国经典辣味的美食街;万物可“醉”的绍兴菜,依靠黄酒布丁、熟醉蟹等爆款,吸引了一大批年轻食客;“鲜”气飘飘的台州菜,加快“走出去”步伐,逐步在北京、上海、杭州等城市打开局面……

国庆节前夕,《浙江省商务厅等16部门关于促进浙江省餐饮业高质量发展的实施意见》出台。不久前,省文化广电和旅游局等10部门印发《关于打造“味美浙江·百县千碗”工程升级版的实施意见(2024-2026年)》,提出努力建设全国美食文化高地。

经济大省看重“吃”,背后有何考量?让浙菜香飘全国,还需加点什么“料”?

杭州传统名菜龙井虾仁。



10月4日,兰溪市游埠古镇老街洋溢着浓浓的烟火味,众多游客在品尝美食。通讯员 杨梅清 摄

## 百县千碗,各领风骚

“秋天到,贴秋膘!”9月中旬,在杭州举办的“味美浙江·百县千碗”进社区中秋美食市集上人潮涌动。

摊位上,摆放着来自各地的特色风味:宁波的蜜杨梅、年糕胖,丽水的卤麻鸭、高山油焖笋,绍兴的西子团圆饼……琳琅满目的浙菜,挑动人们的味蕾。

“带一个胃根本不够用!”“谁说浙江是美食荒漠?明明是绿洲啊!”市民、游客纷纷感叹。

川鲁粤淮扬,闽浙湘本帮。长期以来,浙菜虽为八大菜系之一,却给人辨识度不强、特色不鲜明等印象。

“浙江菜系流派众多,既有杭帮菜、甬菜、瓯菜、越菜等传统菜系,也有如今声名鹊起的台州菜、衢州菜等。一方水土孕育一方传统,浙江有的地方依山,有的地方傍海,不同的物产、口味、烹调技法等孕育出不同特色,这也使浙菜很难拥有统一的风味。”浙江旅游职业学院厨艺学院院长金晓阳说,此外,浙菜口味注重清鲜脆嫩,菜品形态清雅秀丽,相比浓墨重彩的川菜,淡雅如斯的浙菜也较难在第一时间吸引食客的目光。

比如台州,渔民做菜无需过多技巧,滚水清煮,适当加上盐和葱姜便可出锅。因此,台州菜中的海鲜,带着大海的清新自然,肉质鲜嫩;再如绍兴菜,多用酱料、黄酒,造就了独有的糟醉风味;湖州的青山秀水间,则诞生了油焖笋、腌鲜等山珍美食……

“民以食为天,餐饮业是惠民生、促消费、稳就业的重要领域。近年来随着消费场景转换,餐饮更成为不少地区经济高质量发展的新动能。”省商务厅相关负责人表示,为了打响浙菜品牌,浙江下了不少功夫。

去年以来,省商务厅多次组团到重庆、西安等地调研美食,并推出“味美浙江”餐饮消费欢乐季系列活动。此外,还从政策端发力,让浙菜“破圈”。

“味美浙江”餐饮消费欢乐季于去年首启,是近年来省内规模最大的餐饮盛会,也是重要的扩消费平台载体。”省商务厅相关负责人表示,今年首场活动4天内就吸引人流超25万人次,交易金额超1700万元。

经济大省为何如此重视“吃”?对于餐饮收入占社会消费品零售总额超过10%的浙江来说,美食一头连着地域文化、城市印象,一头撬动消费、文旅、就业等,可以说“一子落而满盘活”。

2023年浙江实现餐饮收入3662亿元,拉动社会消费品零售总额增长1.6个百分点;今年上半年,实现餐饮收入1900亿元,同比增长7.3%,高于社会消费品零售总额2.8个百分点。

从全国范围看,随着淄博烧烤、天水麻辣烫等相继出圈,通过美食掀起城市“私域流量”已成为不少地方提振消费的一大法宝。浙江各地也纷纷摩拳擦掌,打出一套“舌尖”组合拳。

今年2月,从台州起家的新荣记,在日本东京开出首家海外分店。社交平台上,不少华人华侨品尝到熟悉的沙蒜豆面、大黄酒而惊叹连连:“在日本吃到了正宗的家乡菜!”

“目前,仅在上海扎根的台州菜餐厅就有1300余家。作为浙江菜系之一,台州菜能‘走出去’,离不开本身的独特风味,也与省市对餐饮业的重视和支持密不可分。”台州市商务局副局长董杰介绍。今年,台州还将深化“世界美食之都”建设写入政府工作报告。

不止于此。近日,杭州修订了《推进杭帮菜高质量发展十大行动》,通过系列奖励政策扶持杭帮菜企业,提升杭帮菜品牌;今年,宁波发布了“宁波菜推广三年行动计划”,力争3年内新增100家宁波菜品牌店……浙江各地满怀雄心,要让浙菜香飘万里。

## 高手过招,巧思创新

“吃”的宇宙里,风味举足轻重。

“今天的年轻人乐于尝鲜,口味偏好、聚餐形式都有很多变化。如何在保证菜肴色、香、味、形、器一个都不少的前提下,适应年轻群体需求和消费趋势,是全新的挑战。”台州市龙宴餐饮管理有限公司董事长王金宝说,考虑到许多人偏爱味道浓烈、口感丰富的食物,近些年台州菜也在吸收川菜、粤菜、湘菜等菜系做法,比如,出现在各大台州菜馆中的辣子水潺,便融合了经典的川菜风味。

在这名资深大厨眼里,能够运用巧思研发出创新菜肴才是真本领。今年,他研发的一道“双膏酱墨鱼白菜”,将墨鱼膏和虾膏融合熬成酱汁,入口咸鲜嫩香,如同海陆交汇,目前已经进入门店的热销榜。

今天的浙菜,没有将自己束缚于传统菜单上。它在不断练好内功的同时适应需求,适应时代,并努力“摘掉”扣在浙江菜头上的一系列“偏见标签”。

西湖醋鱼,曾在1956年36道杭帮菜评选中位列榜首,也一度是国宴中的重要菜肴。然而,如今打开社交平台,却能看到很多网友对这道菜的调侃。有网友说,一条鱼被做成西湖醋鱼,真是亏大了。

“事实上,做西湖醋鱼很考验原料和技艺,选鱼有讲究,杀鱼前还要饿养两天左右。煮鱼前要对鱼进行改刀,让其各部位成熟度一致,火候还要用‘文武火’。”杭州知味观味庄餐饮有限公司行政总厨盛钟飞表示,作为新一代厨师,他一定要把“老底子”杭帮菜守住。

眼下,一些饭店将西湖醋鱼的原料由泥土气较重的草鱼换成开化清水鱼,用湖羊酱油、玫瑰米醋、黄酒、白糖等调出有“蟹肉味”的醋鱼汁,以确保口味纯正。以知味观味庄为代表的餐饮企业还组织了青年厨师训练营,开展经典杭帮菜标准化培训。

“此前,有些食材没选好,或烹制技艺不到位,就容易‘翻车’。网上吐槽的人多了,会影响游客对杭帮菜的整体印象。”杭州市商务局商贸运行处处长丁敏分析。他介绍,杭州最新修订的《推进杭帮菜高质量发展十大行动》中提出,鼓励有关行业协会和

杭帮菜大师工作室等参与菜系标准制定,以避免“过度自由发挥”造成口味参差不齐。

除了口味创新,想要提升对年轻群体的吸引力,浙菜还要在环境、服务、文化等方面做好文章。

“就‘吃’来说,现在大家普遍比以往更讲究,不光要卫生、健康、环保,还要讲氛围感,要让好服务配得上好味道。”台州市餐饮协会餐服专委会秘书长罗丛明表示。

“台州菜餐厅档次越高,菜品和服务的投入占比越接近。中上水平的餐厅,比例一般能达到7:3甚至6:4。”罗丛明直言,这两年,业内“卷服务”的意识明显增强,街店基本5至8年就要更新装修,服务也更加个性化、精细化,还有不少饭店作出规定,只要有客户对菜品提出异议,就可以直接退换,以充分保证客户的就餐体验。

一道美食背后,蕴含着一种情怀、一座城市的文化。无论是东北铁锅炖的豪爽风情,还是广东“得闲饮茶”的随意闲适,无不当地的文化精神更立体、更形象。人文底蕴深厚的浙江,也在积极打造本土饮食文化名片。

绍兴自古繁荣富庶、人文荟萃。其“臭霉糟醉”的风格,是让不少绍兴人上瘾的家乡味。

90后绍兴海归张磊,尝试将美食和文化融合。2019年,他看准鲁迅笔下的“孔乙己”,申请注册了“孔乙己酒家”商号。漫步仓桥直街,坐在店内品尝一碟茴香豆、啜一只黄酒醉蟹,人们仿佛回到了鲁迅先生笔下的故乡。

在湖州,最具地方特色的传统名菜,摆进了酒店餐饮企业的大堂。走进湖州宾馆,德清酱羊肉、银鱼丝炖蛋、小西街什锦煲……一道道特色菜肴吸引着游客的目光,成为对外展示美食文化的新窗口。

正如武林高手过招,既重招式又重内功。在美食江湖,浙菜也有了自己的“武林秘笈”。

## 链接 什么是“味美浙江”

“味美浙江”是浙江省商务厅牵头打造的首个高质量餐饮促消费载体,意在以扩消费为主线,以弘扬浙菜文化为纽带,通过线上线下相结合的形式,展现浙江餐饮业高质量发展成果。

自2023年起,浙江累计举办“味美浙江”系列活动600余场。其中,连续两年举办“味美浙江”餐饮消费欢乐季,两次活动启动仪式及展览展示期间,总客流量超40万人,直接消费金额超3300万元。

2024“味美浙江”活动以“味美浙江 韵富山海 滋养千年”为主题,已在杭州开展“味美浙江”餐饮消费欢乐季,在金华开展“味美浙江”地市巡展季,后续还将在台州、绍兴开展地市巡展,预计全年全省将组织超200场系列活动。(资料来源:浙江省商务厅)

湖州市举办乡厨大赛,打造美食品牌。



湖州市举办乡厨大赛,打造美食品牌。



5月18日至21日,2024“味美浙江·食在杭州”餐饮消费欢乐季在杭州武林广场举行。通讯员 张亮宗 摄

## 争当顶流,延长链条

一座城市,风物和美食,日益成为区别于其他地方的标识。

秋风送爽,衢州市柯城区荷花四路依旧热辣滚烫。站在路口,阵阵辣椒的辛香随风而来,刺激着嗅觉和味蕾。

这里的“长三角第一辣街”今年7月开街。整条辣街上不仅有130多家衢州土菜馆,还集结了川渝麻辣、贵州酸辣、湖南香辣等全国经典辣味美食,吸引了络绎不绝的人流。

不过,从全国范围看,浙江仍缺少像四川麻辣火锅、淄博烧烤、沙县小吃那样风靡全国的“出圈”美食。要让浙菜征服“全国胃”,还需加点什么“料”?

“对比现在的美食顶流城市,长沙有‘文和友’、重庆有‘洪崖洞’,浙江缺乏像这样集美食、旅游、文化于一体的综合场景,来带动人气、撬动消费。”省商务厅相关负责人指出,要突破场景局限,有效延长产业链条。

眼下,打造“可吃、可玩、可打卡”的空间和场景,成为各地发力的新方向。

衢州试图聚“辣”制胜,在辣街推出夜游、演艺、非遗、文创、灯光秀等符合年轻人兴趣的玩法,以辣味为藤蔓,延伸出更多业态场景。“一方面要依靠美食本身打响品牌,另一方面,还要有持续的相关配套和创新的文旅产品,把流量变‘留量’。”衢州市供销社副主任陈晶表示。

国庆期间,台州举办了当地“天花板”级别的精品美食周活动,截至10月6日吸引了超70万人次的游客;杭州则直接将今年“味美浙江·食在杭州”餐饮消费欢乐季活动搬到室外,市民游客在品尝各类小吃的同时,还能和“苏东坡”对一句飞花令,近距离观赏“宋人四雅”的古装演绎,全方位体验“一秒入宋”……

除了借鉴网红城市的“传播剧本”,浙菜出圈还需要产业和人才做支撑。

餐饮业,一头连着“嘴巴”,一头还连着“泥巴”。伴随农副产品进城、入店、上桌,农户的“钱袋子”鼓起来,老百姓好日子就能“火”起来。

“近几年,我们打造了农产品区域公共品牌‘三衢味’,开化清水鱼是重点产品之一。目前,开化清水鱼不仅带动了从鱼塘到餐桌的全产业链,还在上海、杭州、宁波等地建起配送中心。”陈晶介绍,“三衢味”将当地农产品销售从“单打独斗”变成“抱团发展”,目前已是衢州绿色优质农产品的象征。

除了好食材,衢州还制定《关于加快发展“衢州味道”餐饮区域公用品牌的实施意见》,以便建立直观、统一的衢州美食印象。衢州计划近期打造以“衢州味道”为招牌的35家餐饮店,依靠统一的标准、地道的厨师和食材,传播正宗“衢州味”。

一家餐厅,除了厨师、服务员,还涉及采购、运输、市场营销、策划、菜品研发等多个工种。数据显示,平均每10平方米餐厅营业面积,就涉及一个就业岗位。要让美食经济具有长久的生命力,“人才引擎”至关重要。

9月初,刚满一岁的台州职业技术学院新荣记学院迎来了第二届学生,共119人。“校企协同育人是我们最大的特色。今年,我们会邀请新荣记大厨,教学生制作家烧黄鱼、沙蒜豆面、黄金脆带鱼等台州经典菜品。”该学院直属党支部书记、副院长徐俊介绍。目前学院聘请了9名产业导师,其中5人来自新荣记餐饮公司。校企合作,目的是打造一支“台州菜”美食产业人才队伍,进一步助力地方美食做优品质、做高品位、走出区域、走向全球。

深谱美食经的浙江,期待着成为下一个美食“顶流”。



台州美食乌饭麻糍。



湖州宾馆大堂摆放着“百县千碗·湖州味道”特色菜。

(本版图片除署名外均由受访者提供)

