

一座万亿之城的“鲜味经济”实验

◎ 记者 陈 醉 王妍妍 陈 冲



▲央视《中国美食大会》现场 宁波市文化广电旅游局供图

“阿拉宁波，鲜！”

央视《中国美食大会》的聚光灯下，宁波大厨周辉一句带着咸鲜味的宁波话，掀翻全场。他手中一道“东海群鲜”蒸腾着热气，镜头扫过评审席，深吸一口气：“这是东海的风，灌进了喉咙。”

距离舞台1400公里的宁波石浦渔港，出海归来船老大正盯着《中国美食大会》直播咧嘴笑：“阿拉的大黄鱼、鲳鱼可比明星还上镜！”

这场擂台连接着渔港辛劳与餐桌技艺，也将宁波美食送上风口——在24位顶尖名厨的厮杀中，宁波大厨周辉、何世杰带着开渔宴和阳明宴，霸榜三强两席。一时间，“甬味”按下流量加速键，“宁波能否成为下一个淄博”的讨论持续发酵。

而宁波的野心远不止于成为下一个“网红城市”。“鲜”字背后，是这座GDP超1.8万亿元的港口城市新布局。从《宁波菜推广三年行动计划》启动，到今年频频打擂打榜，流量之外，宁波正试图撬动一场从美食经济到城市品牌的全维度升级。



▲宁波菜推广大会 宁波市文化广电旅游局 供图

A “舌尖”到“心尖”的距离

“宁波人吃杨梅已经nextlevel了！”

在《中国美食大会》上，大厨何世杰托着一棵杨梅“树”出场，“‘树枝’上的‘杨梅’，是浸染杨梅酱的虾仁，树底下横卧喝了杨梅酒的醉虾。这群虾兵海上漂泊千年，游过古河姆渡，游过古宁波湾，找寻‘骊珠’（杨梅的别称）……”

何世杰娓娓道来这道“探骊珠”的故事，指向的是舌尖的深度。宁波菜博物馆馆长李阳辉称之为“味觉考古”。

“食客夹起虾仁，品食的是四明山麓时令风物，更是7000年前河姆渡先民驯化稻米时对自然的敬畏。”李阳辉说，美食解码埋藏在东海滩涂下的文明基因，生成可咀嚼的文化记忆。

这种味觉叙事的智慧，正悄然“拴住”现代人的文化乡愁。



▲余姚黄鱼面 余姚市文化和广电旅游体育局供图

姚江畔，一碗黄鱼面兴盛不衰。它诞生于水路巅峰时代，彼时姚江通济桥东侧的江面上，橹棹相接，绵延数里，单日黄鱼交易量多达500担。“大观园饭店”何师傅每日寅时三刻等渔船，将船

老大们活蹦乱跳的海货转手熬煮出一碗黄鱼面回赠。这一碗，装着人情味，也装着那段辉煌的海上商帮故事。

如今，“大观园”成为黄鱼面博物馆，展柜中陈列着百年文献和传统炊具，墙面贴着黄鱼捕捞和制面工艺的图文解说，安定、丰足的姚江生活在碗底叩响，品得出，也听得见。

这就不难理解，一碗黄鱼面能“养活”余姚900余家面馆，每天涉及黄鱼面的营业额约300万元，年销售额超10亿元。

国家出台的《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》中就提到，“加强区域性美食文化IP塑造”，这照见宁波黄鱼面的兴盛密码——美食竞争实则文明转译能力的较量。

当一碗面能同时承载海洋文明的迁徙史诗、商帮文化的契约精神与市井生活的烟火温度，其经济价值便自然升华为文化认同。这关乎城市基因的重塑。

“苏州通过美食将园林美学转化为消费场景，成都借川菜构建慢生活IP，宁波也需要将文化熔铸为独特的味觉语言，才能在全球化餐桌上找到不可替代的坐标。”李阳辉对此充满期待。数据显示，宁波市级以上非遗就有448项，其中省级105项，国家级28项，但其在餐饮上的文化转化率和融合度并不高，这也意味着宁波菜的赋能空间依旧很大。

B “鲜味”到“产能”的破局

上海北外滩，黄浦江的霓虹在“甬府”新店的玻璃幕墙上流转，美轮美奂。

甬府，宁波菜代表作品。今年初，其斥资1.8亿元打造这座味觉殿堂正式迎客，出道即以“颠覆性创新重塑宁波菜”而备受关注。

在这里，象山港直送的野生黄鱼经历着一场奇妙的蜕变——雪菜熬煮的鱼汤凝固成晶莹的啫喱冻，青红番茄化作爆浆胶囊，一道“雪菜黄鱼”重生为国际范十足的“番茄冷汤黄鱼”，惊艳味蕾。

“这碗全新的‘黄鱼汤’解构了宁波菜的产业困局。”业内人士这样评价。

甬府作为宁波菜走出去的先锋，早在11年前便在上海开出首店。“宁波菜的灵魂在于鲜咸，却也长期困于‘鲜咸’二字的地域局限。”创始人翁拥军坦言。

一方面，宁波菜核心食材本地依存度高，清晨渔货从海边出发，中午抵达上海，一条野生大黄鱼的运输成本很可能高达售价的35%。另一方面，宁波菜腌制、清蒸技艺的口感浓烈而独特，难以适配更广泛的地域偏好，只能囿于本土。

可放眼全国，地域美食的产业化潜力一次次被验证：《2024中国餐饮产业生态白皮书》预测今年川菜产值将冲3500亿元，一碗柳州螺蛳粉也已构建起600亿元产业链，宁波菜的想象空间也不应止于旅游打卡。

翁拥军用了十余年时间探路——以世界最好的手法来料理宁波最好的食材。为此，他每年不惜投入高昂的研发

费用，一道菜往往需试验上百遍之多。

这种“在地化创新”如愿穿透市场。甬府陆续在全国开出25家宁波菜品牌店，每年营收近9亿元。像上海陆家嘴的“甬府小鲜”，人均消费250元，翻台率高达150%。

前有甬府，后有宁海食府、杭州湾大酒店等一大宁波菜接踵冲出宁波。去年，宁波政府还启动宁波菜全球推广计划，力推3年时间新增100家宁波菜品牌店，形成集原料生产、加工、配送、制作、销售于一体的宁波菜产业体系。

过去六个月，翁拥军为督工甬府全球第三家海外店的装修，12次往返上海、伦敦。飞行轨迹揭示了宁波菜更大的野心版图。

这一系列集体“走位”奔赴同一目的地——从“地方名片”到“产业矩阵”，成为链接全球味蕾的“产能”。而当地方美食突破风味边界，转化为可复制的产业符号时，其带动的就不仅仅是餐饮消费，更是整个农业、物流、食品加工产业链的价值升级。



▲甬府新加坡店菜品 甬府供图

C “食力”到“实力”的升维

春节期间，宁波南塘老街上演了一场极具象征意义的美食行为艺术，点燃无限遐想。



▲宁波菜“冰糖甲鱼” 宁波市文化广电旅游局 供图

一席202.5米的“巳”形长桌宴蜿蜒展开，红膏炆蟹、冰糖甲鱼、酒糟带鱼……666道宁波菜巧妙连缀着非遗技艺、文创市集、智能监测与应急服务调控，这一舌尖体验因此被视作宁波城市魅力的具象表达。

“美食澎湃出动能，实则是城市运行齿轮精密咬合的投影。”宁波市文化广电旅游局党组书记、局长应建勇的话，揭开现象背后的深层逻辑——宁波“鲜味”正驱动城市系统升维。

“从单纯的餐饮服务，扩展到基础设施、公共治理和文化体验的全局再造，从

而锻造更具韧性的城市。”应建勇解释道。比如，宁波推出“节庆餐饮临时许可”机制、“鲜度指数”等，增开夜间摆渡车，食品安全溯源系统全面覆盖……细节之上，以制度创新包容烟火气，以技术理性呵护人情味，处处展露城市运维的敏捷性。

一组旅游数据或可佐证宁波在“感官经济”时代的城市竞争力。春节八天假期，宁波全域游客突破875万人次，按可比口径同比增长5.42%；旅游总收入达100.63亿元，同比增长3.61%，旅游人次和总收入双双创历史新高。

抢眼的数字来自宁波这座城市精心打造的一个又一个完整的体验链条。

每年冬季，西沪港畔的墙头镇以一锅“冬渔宴”唤醒小镇活力——直径3米的铁锅架在火堆上，渔民将新鲜捕捞的鱼熬成香气四溢的鱼汤，端上“千人宴”，由此出圈，小镇每年吸引游客超66万人次。

前童古镇凭借一块豆腐，连续15年举办“豆腐文化季”，百米“豆腐宴”成为当地旅游的引流担当。阳明宴搭配王阳明故居夜游项目，开渔宴联动象山开渔节庆活动……这些实践揭示了美食经济与各个城市单元深度耦合的无限可能性，也看得见城市发展的新范式——“食力”注入文化、经济与治理的每一个环节，相互促进、相互支撑，构建一个更具韧性与魅力的城市生态，既能精密运转、又能温暖人心。如此，城市实力也完成了惊人一跃。