



# 破解新闻菜“流量密码”

□本报记者 郑璜 实习生 陈斯琪

核心提示

说起闽菜,你的第一反应是高端大气的佛跳墙、鸡汤氽海蚌,还是朴实无华的海蛎煎、沙县小吃?  
如今,还有一部分人脑海里浮现的,可能是更具象化的“管爷”“美叔”演绎的菜道美食、“杰哥”带来的生猛海鲜,抑或“阿蔡”展示的精妙刀工。毕竟他们4人加起来在单个短视频平台上的粉丝数都接近5000万了。

网络时代,如何以新潮方式演绎闽菜?如何通过传播闽菜新声音,进一步扩大新闻菜影响力?  
本期深读,让我们一同走近四位闽菜界的流量网红“管爷教做菜”林湧、“寻真味美叔(佬美)”詹宗林、“上青杰哥”吴杰和“阿蔡美食教学”蔡盛坤,看他们如何破解新闻菜的“流量密码”。

学思想 强党性 重实践 建新功  
——党报记者八闽调研行

## 初心——

只要是对闽菜有意义的事,那就试着去做

“管爷”不姓管。  
本名林湧的“管爷”今年69岁,师承闽菜泰斗赵君松,是福州西湖宾馆第二任总厨、西湖大酒店第一任闽菜总厨,因为年轻时曾任后厨管理员,大家亲昵地称他为“依管”,到了当爷爷的年纪,便升级成“管爷”了。  
2020年的一天,林湧快退休的徒弟赵强,也就是他之后拍摄短视频的搭档“依强”突然找到他说,咱们拍抖音吧。  
原来,依强认识的一个年轻人特别热爱闽菜文化,眼瞅着许多传统闽菜从餐桌上消失,他特别着急,就想请正规的闽菜师傅,通过短视频平台让更多人重新认识闽菜。  
依强一下子想到了管爷。手艺自然不用说,难得的是,尽管已退休多年,管爷依然活跃在传播闽菜的路上。加上管爷本就一副艺术家模样,又常在西宴宴请国内外嘉宾,见惯了大场面,不怯场。依强十分看好。  
虽然不懂什么是抖音,但管爷没怎么想就答应了,“只要是对闽菜有意义的事,那就试着去做”。  
也是在2020年,詹宗林转战短视频。  
那年初,因为疫情的原因,餐饮行业一片惨淡。尽管身为泰宁县首届美食烹饪协会会长,获得过多个美食大奖,还上过央视,但詹宗林餐厅的生意也是一落千丈。他尝试通过朋友圈的方式进行宣传,收效甚微。又听年轻人说短视频网红一夜爆火,他想着,如果换个平台,能不能达到更好的宣传效果呢?  
在儿子的支持下,说干就干的詹宗林立马注册了账号。当年3月,他在平台发布了第一条短视频,命运的齿轮开始转动,“佬美”“美叔”名气渐涨,不再局限在泰宁地界。  
“两信潮起海连天,鱼虾入市不论钱。我从小看到的就是这样的场景。”谈起40多年前到厦门和平码头看收鱼,到第九菜市场看买卖海鲜的场景,吴杰记忆犹新。他说,那时渔民踩着三轮车当街叫卖二三十斤的黄花鱼,海鲜比米,还要便宜。  
吴杰打小就爱钓鱼,小时候没有现成的渔具卖,他就自己做,然后逃课去海钓。得意扬扬地提着渔获回到家时,迎接他的是父母愤怒的眼神。  
“混合双打”没少挨,吴杰的“钓瘾”却并没有因此戒断。成年后,一年365天,他几乎有200天泡在海边。好在功不唐捐,他积累了大量有关海洋生物的知识,还结识了不少渔民。  
如果能开一家餐厅,实现海鲜“从渔船上直接到顾客桌上”,那么对顾客来说一定更实惠、更新鲜。抱着这样的想法,2009年11月,吴杰开了一家地道地道的闽南海鲜餐厅,取名上青本港海鲜餐厅,2013年7月搬至现在的店址。店名的“上青”二字取自闽南语“最新鲜”的意思。  
坚持用最新鲜的野生海鲜食材,烹制最味道的海鲜料理。其实,作为连续六年上榜的黑珍珠餐厅,吴杰的餐厅在本地和社交媒体上的名气都足够大,但他还不满足。  
福建濒临东海,拥有全国第二的海岸线长度,海产吞吐量位居全国前列。但在大众认知中,东星斑、响螺、红花蟹等名产,却少有人了解它们出自福建。一家店的辐射范围毕竟有限,而拍摄短视频则让更多人了解到福建优秀的海鲜食材,于是“上青杰哥”应运而生。  
“80后”蔡盛坤自幼便对做菜有浓厚兴趣。高中毕业后便进入厦门一家酒店当学徒,从零开始学习厨艺。  
一次偶然的机会,已经打了两年杂的蔡盛坤了解到食品雕刻技艺这一古老烹饪文化最考验细心与



“建州笋宴”把笋的吃法做到极致,知名度不断扩大。

手法的功夫,“就它了。”他为自己选定了努力的方向。  
凭借精雕细琢的功力和勤奋踏实的努力,此后10多年间,蔡盛坤走南闯北,成为炙手可热的闽厨新星。  
2015年,为了有更多时间陪伴家人,同时也为了更好地传承美食文化,蔡盛坤选择成为新东方烹饪学校的老师。2016年10月,在一次课堂教学中,蔡盛坤向学生展示了自己的雕刻绝活。一名学生提议道:“蔡老师,您有这个手艺,为什么不试试发短视频呢?”抱着试一试的态度,从未接触过短视频的蔡盛坤开始尝试拍摄,开始了他的“阿蔡美食教学”时光。  
怀着对闽菜的共同热爱,四人先后走上了美食短视频道路。

## 匠心——

找准出圈“独门秘籍”,实用、易学是二不二法

三年了,回忆起2020年8月的那个晚上,美叔依然觉得有些不真切。  
当天晚上,他的手机一直响个不停,还以为出了什么事,打开一看,顿时高兴得不拢嘴——一夜间,粉丝数暴涨150万,该条视频的播放量更是破了9000万。  
在那条3分25秒的视频里,美叔熟练地将一只鸭子开膛破肚,分解切块,伴着欢快的背景音乐和油烟机工作的声响,一口气做出了啤酒鸭、炒下水、鸭汤粉丝、黄椒拌鸭血、“美式”煎鸭脯等9道菜。  
此前视频没激起太大水花的美叔,仿佛一下子打通了任督二脉,就此沿着自己的美食理念——一物多吃之路坚定走下去。之后,他还组建了视频团队,拍摄风格和剧情等逐渐专业化。  
一鱼六吃,一牛九吃,最后甚至升级到了一猪36吃。甚至简单的豆腐,他都能做出30道菜。

不拘泥于什么菜系,也不管任何的烹饪方法,样样食材在他手中都能呈现出意想不到的做法。其中,一条“鳄鱼十二吃”的视频更是突破1.2亿次观看量,成为“美食短剧”的明星视频。  
餐馆的生意自然也不愁了。原本一天客人不到两三桌,一时间暴增到10多桌,营业额更是噌噌地往上涨,每天从2000多元翻到3万多元,还有慕名而来的粉丝跟着他学习做菜。  
按图索骥的还有杰哥的粉丝们。  
他们来到店里,看到的是一个巨大的海鲜池,小到鱼虾蟹贝,大到深海里的巨型鱼,琳琅满目,让人有种置身鱼市的错觉。如果运气好,碰到杰哥合个影,也是美事。毕竟梳着花白背头,戴着大戒指、小手串的杰哥,“大哥”气质让人过目不忘。  
尝试短视频之初,杰哥也试过走“接地气”路线,学着去抓土龙,还卷起裤管抓螃蟹,但手被夹肿了也没收获。  
走了两个月弯路,团队一合计,干脆放大他的“大哥”气质,每个视频开头,都像一部浓黑浓道风的大片。然后,画风一转,杰哥转头就介绍起码头上的各种海鲜,适合怎么做,亲切得如同相识多年的好友。这些讲解,都不是“背出来”的,而是凭着多年“混迹”码头沉淀下来的经验脱口而出的。长着大哥的脸,却干着最细腻的事,这样的反差一下子吸粉无数。  
“但这只是人设。”杰哥笑着澄清,“我不是黑老大,只是一个有美食情结的武警退伍老兵。”而且拍摄视频也远不如看上去那样风光。为追求更好效果,只能一遍一遍拍,话说多了,第二天嗓子就哑了,可能还要吃前一天为拍摄而制作的足足50粒鱼丸。  
2023年短视频行业研究报告显示,凭借“烟火气”与“人情味”,美食类短视频不仅受众最广,还是最受欢迎的选题,在整个短视频拍摄题材中占比高达44.3%。想在竞争如此激烈的领域脱颖而出并不容易。线下厨神转战线上,同样遭遇了



中国烹饪大师林庆祥现场为参观者展示闽菜“鸡汤氽海蚌”烹调技艺。



福州佛跳墙通过各种方式“出圈”。新华社供图

内容创作的水土不服。  
一开始凭借精湛的雕刻技术与精美的成品造型,阿蔡的粉丝量在三个月内迅速突破50万。之后,播放量基本停滞。  
察觉到兴许是雕刻内容过于单一,阿蔡及时调整了策略,在更新食品雕刻内容的同时也发布大量有关各色菜肴制作的视频,将专业教学的那一套原封不动地搬到短视频中,粉丝们还是并不买账:“这样会更好吃吗?不不不,这样只会更贵。”  
专业大厨的烹饪技法与食材看似高端、美观,实际上却不接地气。“你的内容华而不实,老铁们觉得自己在家里根本做不出来,自然就没有兴趣去关注你。”  
粉丝的留言点醒了阿蔡,专业厨师做短视频美食教程,实用、易学才是不二法门。而他也这句话融入了后来的美食段子,以此为鉴,不断提醒自己。  
找准方向后,“阿蔡美食教学”视频和留言都渐渐更有生活气息,仅抖音平台上的粉丝数就接近2000万。他们常常通过评论、私信等方式给他留言“点菜”,而他也尽可能满足粉丝的需求。  
“我们拍视频也经过了几次调整,之前会完整地还原闽菜传统做法,后面听取了团队中年轻人的意见,简化了流程,让大家在家里就能做出传统闽菜。”管爷说,“管爷教做菜”出镜的都是闽菜名厨,而视频拍摄和账号运营都是由年轻团队负责的。他们还会有意识地在做菜过程中融入了各地的民俗风情,让更多人感受到闽菜内在温暖和文化内涵。

## 恒心——

学习是永恒的话题,创新是生存的硬道理

在收获大量流量的同时,美食大V们也在炒蒸煨焗炸爆中不断丰富着对闽菜发展的体悟。  
尽管粉丝数已超600万,但每一次拍摄,管爷依然亲自挑选食材。他认为只有洞悉食材的肥

瘦变化,从中挑选出最适合的,才能呈现最好的视觉和味觉效果。那份匠心,始终如初。

秋天的脚步近了。管爷推荐了最适合这个季节的花生牛腱煲。牛腱余水、下锅、翻炒,加花生炖煮,软烂鲜香。

依强问管爷,这道菜到底是不是闽菜?  
“不要纠结这个,闽味背后更多的是家的味道。”管爷给出了他的明确回答,“我的目标是博采众长,知行合一。”

正是有了这样的包容和胸怀,管爷的视频才能保持几乎每日更新,至今已拥有900多个视频、900多道菜。

不同于管爷师承名家,无门无派、全靠满腔热爱自学成才的美叔,同样追求无拘无束、集百家之长。也曾有人问他,他做的菜属于什么菜系。“我是福建人,做的当然是闽菜啦。”

美叔认为,闽菜是一种精神、一种传承,“一物多吃”带来的多种菜式和技法理念,完全可以应用于新闽菜的发展上,是创新精神的体现,新闽菜也可以是一种融合菜。

从专业厨师角度出发,蔡盛坤认为,料理首要关注的是原材料,而在挑选食材后,精湛的刀工对食材的处理有助于烹煮和食用的便利。所以,除了做菜,阿蔡也会选取与视频场景相关的产品进行营销,比如自己的视频中使用频率很高的厨具、调味品等。

2019年初,阿蔡推出付费雕刻课程,也开始尝试直播带货。在其抖音橱窗里,跟买人数超过44.7万,已售件数超过123万。

阿蔡依然享受在网上分享美食教程的快乐。“以前只有在学校才是一名老师,现在网络那头都可以是我的学生。”他还积极参加行业内比赛,凭借优秀名次,得到多位业内人士关注。

在阿蔡看来,“学习是永恒的话题,创新是生存的硬道理”。他打算继续学习其他菜系,然后继续分享给大家。

中秋前,杰哥推出了他的独家定制月饼,佛跳墙月饼和云腿酥皮月饼的组合。佛跳墙月饼馅料里含有鲍鱼海参干贝,还混合了大量的佛跳墙汤汁,鲜香浓郁,去年就广受好评;搭档的云腿月饼的核心味蕾,则来自他跑了大半个中国才找到的云南宣威火腿,切开来如红宝石般鲜红透亮。

坚持闽南本港海鲜打天下的杰哥,正在将眼光投向更宽广的世界。

“鱼丸肉燕佛跳墙,姜母鸭海蛎煎炒茶面……”世界名曲的旋律,歌词融入各式闽味小吃,闽菜经典,节奏轻快的旋律配合画面中歌手、管爷美叔及群演们的精彩舞蹈,生动有趣。这几日,一则由管爷和美叔领衔主演的短视频《敢为天下“鲜”》在社交媒体上火了。

两大流量强强联手,在这则时长4分钟多的短视频里,将吸引眼球的武林争霸故事、神话传说与闽菜特色相结合,选取闽越水镇为拍摄场地,视频中融入谐音梗、夸张特效、“洗脑”神曲等元素,分成三幕视频片段展开叙述,突出强调闽菜的一大特点——鲜,全网播放量很快破千万。

更让人欣喜的是,这不是两位闽菜从业者的自发行,而是各级政府部门以及相关餐饮企业、协会开辟闽菜出圈新路径的一次大胆尝试。

让闽菜推广更新潮、更“接地气”,采用群众喜闻乐见的方式进行网络创作,促进闽菜文化的传播与推广,正在成为各方共识。

