

在“黑珍珠”，赴一场闽菜之约

□本报记者 郑璜

学思想 强党性 重实践 建新功
——党报记者八闽调研行

丰富美食版图

福建京元餐饮管理有限公司董事长章建明对十多年前在国外的经历记忆犹新。当时他和朋友根据知名榜单推荐，选定了一家精致餐厅，一番预约排队之后，终于吃上了。一顿饭下来，整整三个小时，“吃到打瞌睡”。

章建明当时对这样的餐厅并不理解。慢慢地，他琢磨出来，原来餐厅还可以是这样的：这里并不只是为让你吃饱，更是为了让你慢下来、放松享受生活。“它甚至不应属于日常消费，而可以成为你愿望清单中的一项。”

开一家精致餐厅的种子，就此在章建明心中种下。

2018年，郑春发佛跳墙在福州三迪中心开业，而章建明的另一个身份是郑春发佛跳墙第五代非遗技艺传承人。

餐厅实行套餐制，严格意义上只做佛跳墙一道菜，其他菜品厨师会根据时令来安排。但就这一盅佛跳墙，就需要甄选28种山珍海味、108道工序、72小时烹制，真正做到“一菜贯全席，一罐融百味”。搭配福州脱胎漆器端上来时，服务员还会介绍佛跳墙的起源和文化，仪式感拉满。

章建明憋着一股气。他要让更多人知道，这个“坛启荤香飘四邻，佛闻弃禅跳墙来”的“中华第一汤”，由他的师祖、一代闽菜大师郑春发所创。他也要告诉更多人，闽菜也可以是很精致很讲究，不仅食材融山纳海，口味也是丰富多元。

还有这样一家餐厅。2005年起便低调藏身于福州华侨新村内，凭借好口碑，累积了稳固的顾客群体。宣和苑在近20年的发展中，始终坚持从生态食材中提取鲜味，而不做过度调味，甚至不用鸡精、味精。宣和苑创始人高峰说，他向往的是宋式极简美学，处处讲究，却又不事雕琢，美食也一样。

此次，上述两家餐厅同时上榜2024“黑珍珠”一钻餐厅。

餐饮消费一直是观察我国经济的重要窗口之一。2023年全国餐饮收入52890亿元，同比上升20.4%。业内人士看来，主张高端、差异化与主打刚需、高性价比的品牌，都有较大机会承接住时代的红利。

最新发布的《中国精致餐饮报告》显示，2023年中国精致餐饮市场规模达到665亿元，同比增加12%；门店数量达到6835家，同比增长17%。绝对数量虽少，但主打“精致、高端、特色”的“黑珍珠”餐厅，被视为一条鲑鱼，有望带动餐饮乃至更多行业整体提升。

福州市商务局相关负责人表示，餐饮业的繁荣反映出城市的活力。当前福州正打造国际消费中心城市、争创世界美食之都，作为我省发展新闽菜产业的排头兵，一方面，福州亟需繁荣餐饮业，发挥高端餐饮品牌在拉动文商旅融合中的重要作用，提高城市知名度、美誉度，繁荣闽菜消费新场景；另一方面，福州作为闽菜发源地，引入高端餐饮品牌，也有利于提升新闽菜产学研体系建设，促进餐饮业高质量发展。

去年11月印发的《福建省加快新闽菜创新发展三年行动方案(2023—2025年)》提出，要推

核心提示

25日，2024“黑珍珠餐厅指南”在江苏无锡发布，全球30个城市的341家餐厅上榜，包括福州、厦门两地的6家餐厅，其中福州餐厅更是首度上榜。这一榜单自2018年1月首度发布以来，凭借客观公正，已成为精致餐饮行业最具“含金量”的评选之一。

“黑珍珠”餐厅得到认可，一方面靠的是餐厅及厨师苦修内功，并在传承基础上不断推陈出新；另一方面也

离不开在政府推动下所营造的消费氛围和良好的营商环境。“黑珍珠”的不断涌现，说明了餐饮消费升级有坚实支撑，好产品好服务终会得到市场认可。福厦两地餐厅的上榜，反映了在中国精致餐饮市场规模连续多年稳步增长之际，闽菜与精致餐饮之间的关联更加密切。而高端餐饮业的繁荣促进了餐饮业的高质量发展，进而在拉动文商旅融合中发挥重要作用。

▲在去年底举行的“新闽菜·最闽南”2023泉州山海厨王争霸赛晋江选拔赛上，评委们对菜品进行打分。(受访单位供图)

▶郑春发佛跳墙专注佛跳墙一道菜。(受访者供图)

动更多的闽菜企业入选“米其林”“黑珍珠”“金梧桐”等权威美食品牌榜单。

在餐饮从业者和主管部门看来，福州餐厅的上榜，不仅丰富了“黑珍珠”的美食版图，也将助力闽菜走向更大舞台。

回归闽菜本身

说到闽菜和“黑珍珠”的渊源，吴嵘是一位绕不过去的人物。

今年的“黑珍珠”奖项中，祖籍福州、生于厦门的吴嵘凭借一道葱头油肉汁焗荔浦芋头拿下“黑珍珠”首年度菜品奖后，本人还荣获2024“黑珍珠餐厅指南”年度主厨奖，并带领上海的遇外滩(BFC外滩金融中心店)和厦门的宴遇·福建茶馆(新景中心店)赢得2024“黑珍珠”二钻荣誉。他也成为“黑珍珠”史上首个大满贯主厨。

事实上，“宴遇”十多年前就是厦门十分火爆的餐厅。中西结合、分子料理、低温慢煮……这些如今仍能当作噱头的玩法，“宴遇”早就玩过了。

但渐渐地，吴嵘发觉，创意餐厅难以满足消费者越来越高的期待；他还发现，当自己沉浸于

如何让菜品“翻出花”时，就会忽略口味，违背了做餐厅的初心。

创意菜这条路会越来越窄。吴嵘觉得，应该回归闽菜本身。

2016年，宴遇集团旗下主打亲民价格的荣先森·福建小馆进驻上海各大商场后颇受欢迎，大大增强了吴嵘信心：“连见多识广的上海人都能满足，闽菜是可以被大家接受的。”

2018年，宴遇集团旗下、定位高端的“遇外滩”在上海BFC开出首家门店，熬过了开业初期无人知晓的艰难，靠着“生客变熟客，熟客带生客”，“遇外滩”火了，至今仍是上海米其林唯一摘星的闽菜餐厅。

“遇外滩”的成功，让吴嵘坚信，只有扎根福建文化，专注闽菜，才能在激烈的餐饮市场中站稳脚跟。他转头对厦门第一家品牌店宴遇·福建茶馆(新景店)进行了大刀阔斧的改造。2021年6月，升级后的宴遇·福建茶馆开业，秉承着“遇外滩”的一脉技艺与精神，展示传统正宗的闽派料理。

何为精致餐饮？它是以食客为中心，通过味觉、视觉、触觉、听觉、嗅觉达到情感共鸣。宴遇·福建茶馆里，闽南红砖、古厝编织藤

椅、古朴屏风一一映入眼帘……2023年，宴遇·福建茶馆斩获“黑珍珠餐厅指南”一钻餐厅，并在今年成功升钻。

一道“黑珍珠餐厅指南”年度菜品，浓缩了吴嵘团队对细节的极致追求。

一颗芋头只取最精华的两块，用一斤猪肉慢焗。肉汁融化于软糯芋泥，入口似奶油冰激凌，配以点睛之笔闽南干葱酥。

说起来简单做起来却难，这道葱头油肉汁焗荔浦芋头，从研发到上桌，经历的调整次数之多，连吴嵘都记不清了。

本地芋头香味浓厚，然而其偏于粗糙的纤维无法带来吴嵘想要的口感；用口感粉糯的广西荔浦芋头后，火候成为关键。火太大，芋头容易散开，火太小，又难以入味。不断试错，控制烹饪变量，出品标准才算确定。

凭借这份匠心，吴嵘成为闽菜走出去的领军人物。

如今，宴遇集团三个品牌在多座城市同时发力——“荣先森”的主要客群是家庭、年轻人；“宴遇”和“遇外滩”讲究宴请。吴嵘说，他的目标始终不变，就是让闽菜以更为生动的新形象走得更远。

挖掘更多可能

“宴遇”走过了一段“回归”旅程，而“回归”也恰是美团高级副总裁张川总结的未来精致餐饮关键词之一。

他表示，消费者对美食的追求会让精致餐饮持续增长，但精致餐厅应放弃高价格、放弃短期资本效应、放弃豪华的装修和过高的投入，把更多的优惠反馈给更多用户。“黑珍珠”也将坚持长期主义，鼓励餐厅回归本质、回归味道、回归本地食材、回归经营，倡导更多“黑珍珠”餐厅通过“回归”塑造性价比更高的美食。

美团大数据显示，2023年国内“黑珍珠”新上榜餐厅线上流量涨幅达150.82%，线下客流量增长30%~70%。这一年，闽菜精致餐厅同样快速发展，餐厅数同比增长103%。

显而易见的流量利好之下，精致餐饮门店“高开高闭”现象同样值得关注。相当数量的存量精致门店在2023年停止营业，高于往年水平，显示了疫情后精致餐饮需求稳步回升的同时，行业竞争也明显加剧，消费者追求仪式感与性价比兼顾的趋势愈发清晰。

吴嵘认为，在餐饮行业发展过程中，不同分道的增长速度是不同的，精致餐饮想要有很大的发展空间，要由内而外提升自我、修好内功。同时，消费者日益追求特色口味，来自全国各地的地方菜系，正受到更多关注，这也为闽菜发展赢得更大空间。

领奖归来，兴奋未过，章建明就忙着和团队开会商讨，到店客流增加后要如何应对。上榜后，客人对产品和服务会有更高期待，如何让他们满意，甚至给他们带来惊喜。

眼下，郑春发佛跳墙位于福州三坊七巷的新店正在装修中。这一选址也颇有深意，郑春发最早的店就开在这附近。

临河的中式庭院，给了章建明足够的发挥空间，一草一木都可以精心布局。厨房平面图已经改了三四十遍，设计师找了6位，一直推翻重来，这里被他寄予了成为闽菜精致餐饮标杆的厚望。

在章建明的设想中，这里将被打造成佛跳墙的美食空间。未来，厨房是可以参观的，展示的就是佛跳墙的文化起源。他还计划提供品鉴版佛跳墙，价格更实惠、分量不大，再配上茶点，吸引更多年轻游客感受闽菜文化。

其实变化在更早前就已开始。在传承技艺的基础上，考虑食客口味变化、健康饮食等因素，郑春发佛跳墙也随之调整原料比例、烹饪方式。如今的佛跳墙更加清爽可口，营养更为均衡，更符合现代人的需求。

高峰直言，上榜“黑珍珠”，会让更多人知道宣和苑，这也促使餐厅进一步为顾客提供高品质、健康的产品。同时，他们也不会提高价格，甚至在打造更好的供应链，降低成本后，价格可能还会略微下降。

据说一颗珍珠的养殖过程，从珍珠核植入到采收，一般需要18到24个月，珍珠层的厚度才能达到不少于0.8毫米的标准。

每一颗“黑珍珠”都难能可贵。

穿透

建设人与自然和谐共生的美丽福建

福建日报 公益广告