宁夏餐饮『新侠传』

——执勺盛味走天涯

编者按

面对消费需求变化与健康升级并存、烟火气回归与数字化渗透并行的市场变幻，一些宁夏餐饮新品牌从街巷小店出发，一步步走向繁华都市乃至远方，丈量出宁夏风味的辐射半径，为更多本土品牌照亮前行路。

民谣集福州店。

从西北烤炉边唱到全国的民谣集。

茶南子:把“塞上江南”装进茶杯。

永禄餐饮招牌菜品碗蒸羊羔肉。

顾客在茶南子店内点餐。

民谣集

从西北烤炉边唱到全国

本报记者 **王婧雅** 文/图

2025年12月22日21时许，位于银川市悦海新天地商圈内的民谣集里坐满了人。暖黄色的灯光下，原木桌椅泛着温润的光，墙上挂着的民族风挂毯和旧收音机，让人一瞬间放松下来。舞台中央，吉他手正弹唱着舒缓的民谣，空气里混着烤肉的焦香和淡淡的酒气。

“我们是冲着这儿的氛围来的，没想到滩羊肉串也这么惊艳！”和朋友们围坐一桌的“90后”李琳笑着说，“没有最低消费，还能免费点歌，感觉特别自在。”在她旁边，朋友正举着手机，对着墙上“爱在银川，相聚民谣集”的标语拍照打卡。

这样的场景，不只发生在银川。从宁夏到海南，从哈尔滨到汕头，民谣集的烧烤酒馆，正以“烧烤+音乐+自选酒水”的模式，快速在年轻人中走红。成立不过两年多，民谣集签约门店已超过200家。

“说到底，我们就是想打造一个放松的空间，让大家喝酒、聊天、听歌，享用特色烧烤。”品牌创始人大牛说。大牛深耕餐饮市场十多年，这样定义自己的生意：“我们的口号就是‘帮你卸下疲惫，装满快乐’。现在大家压力大，需要这么一个情绪出口。”

民谣集最打动人心的，或许是它那份“没压力”的轻松感。

“我们立了几条硬规矩：一瓶酒就能坐，没有最低消费；酒水像在便利店一样自己拿，拿多了还能退；想听什么歌，免费点。”大牛说，这些暖心规则，恰恰是品牌的温度所在。

产品是留住人的根本。作为从宁夏走出的品牌，民谣集手里握着一张王牌——宁夏滩羊烧烤。“我们的羊肉都来自宁夏盐池，确保不膻不腥。”凭借在产地构建的稳定供应链，这份西北风味得以原汁原味地复制到全国门店。

当然，只靠羊肉走不了天下。民谣集的菜单上，还有麻辣酸菜鱼、火爆鸡爪等全国流行的“爆款”菜，以及炸鸡块、炒饭等经典小吃。“现在餐食的营收占比能到四成以上。”大牛说。

民谣集现场合唱气氛热烈。

如何在200家店里复制出一种令人放松的感觉？民谣集的答案是：把氛围做成标准件。

走进任何一家民谣集门店，游客都会看到融合了民族风和波希米亚风的空间：暖光、原木、竹编灯、怀旧摆件。酒水区被设计成“民谣集小卖部”或“人民供销社”，顾客推着小车自选，像逛便利店一样轻松。

“我们开店不求最快，但求最稳。”谈起扩张策略，大牛很清醒。总部对加盟商提报的物业选址亲自把关，通常要求提供4到6个备选，反复调研周边人流和消费习惯。标准店面积控制在450至650平方米，确保既能营造氛围又保证运营效率。

供应链上，除了宁夏滩羊这个核心，民谣集在成都、郑州等地建立了中央厨房，保障其他菜品的标准化。运营和服务也有一套严格的培训体系，确保天南地北的顾客进店，感受到的是同一种松弛和友好。更有意思的是“未开业、先造势”的玩法，在新城市开店前，民谣集常常先在当地地标办一场大型露天音乐节。

从西北一隅唱响全国，民谣集的路子给很多想走出去的本土品牌打了个样。它的成功证明了“地域特色”是张好牌，但不是唯一的牌。用大众化的菜品拓展市场，才能走得更远。

它的成功也说明，最珍贵的“情绪价值”是可以被标准化复制的。那种让人放松、愉悦的温暖氛围，通过空间、音乐、规则的设计，能准确地在每一家新店“粘贴”出来。

烤炉上的烟火气，吉他的弦音，碰杯的轻响，交织成一片温暖的嘈杂。这景象从贺兰山下蔓延开来，正点亮越来越多的城市的夜晚。一家烧烤店能走多远？民谣集的回答是：哪里的人需要一份简单的快乐，哪里就是下一站。

茶南子

把“塞上江南”装进茶杯

本报记者 **王婧雅** 文/图

在新茶饮竞争白热化的市场，一个从银川走出的品牌，正凭借独特的“宁夏风味”悄然崛起。成立仅两年多，“茶南子”已在全国开出50家门店。它不仅成功将宁夏的风土与物产转化为杯中的创意茶饮，更以自身的成长路径，为众多渴望突围的地域品牌，提供了一条可借鉴的实践之路。

“创业初期，最大的尴尬是很多人根本不觉得我们是个宁夏品牌。”创始人何发瑞坦言。作为一名深爱家乡的宁夏人，他在游历各地时发现，许多城市都有其代表性的茶饮名片，而自己的家乡却在这方面缺席，“我就想，为什么宁夏不能有？”这份朴素的愿望，驱使何发瑞带领团队远赴武汉、长沙等地学习，最终定下了清晰的目标：打造一个宁夏本土的，又能赢得全国消费者喜爱的“国潮”茶饮。

然而，将风土转化为具体的产品风味并非易事。团队一度陷入迷茫，直到从宁夏人日常饮食中的三种风物——枸杞、大米、莲湖西红柿中获得灵感。以此为基石，品牌核心产品线“塞上江南”系列正式诞生，为茶饮注入了独一无二的灵魂。杯身设计融合了黄河水波的意象与贺兰山岩画的古朴纹理，让宁夏的地理标识触手可及。“现在，每一杯茶都是一张流动的宁夏名片。”何发瑞说。

“我们坚持只做一件事：把本地的风土，实实在在地转化为产品。”何发瑞如此概括品牌的笨功夫。团队坚持季节性深入田间地头寻找灵感，研发紧扣时令。今年秋天，一次与本土知名酒庄西鸽酒庄的联名合作，推出了“石榴红酒冰茶”，将葡萄酒的醇厚与茶饮的清爽巧妙融合，在国庆节期间创下8000多杯的销量。

“这不仅是商业联名，更是基于共同风土基因的共鸣。”何发瑞分析，茶南子与西鸽的客群虽各有侧重，但“宁夏”这一共同根源使得跨界合作产生了“1+1>2”的破圈效应，为双方带来了新的消费群体。

在产品层面，茶南子信奉“消灭品牌溢价，回归产品本身”。从高山有机茶叶、天然蔗糖到优质牧场奶源，对原料的坚持是底线。为了一个配方的完美，团队不惜投入反复测试。这份对产品的“轴劲”，也让茶南子在咖门2025新饮力大赛中斩获冠军，获得了专业领域的认可。近期，在咖门2026万有饮力大会上，茶南子再获“中国饮品饮力奖——地方名片奖”，其“区域特色文化+高性价比产品”的模式受到业界肯定。

面对蜂拥而至的加盟需求，茶南子表现出超乎寻常的冷静。“我们不敢贪快，拒绝盲目扩张。”何发瑞表示，品牌采取“每年集中深耕一个区域”的策略。目前，已在海南、河北、湖北等地稳步扎根，并建立了本地化运营团队。尤其是海南市场的成功，极具象征意义：“它证明了源自宁夏的风味，即使跨越山海，来到截然不同的风土环境中，依然能被消费者接受和喜爱。”

经营的这种“慢”，是为了未来走得更稳更远。何发瑞说，集中资源进行区域化深耕，使得品牌声量更为聚焦，运营支持也更为扎实有力。立足当下，茶南子已开始布局更具标杆意义的项目——在宁夏打造一个集文化体验与产品创新于一体的全国旗舰店。该店计划融入沙漠、西夏陵、贺兰山等地域元素，并设置特色产品调制区，旨在创造一个可供深度打卡的宁夏文化体验空间。

“我们希望这里不仅卖茶，更能让每一位顾客带走一份独特的‘宁夏记忆’。”何发瑞描绘着蓝图。不仅如此，品牌的视野已投向更广阔的舞台，其位于美国洛杉矶的分店目前已进入筹备阶段，标志着这张“宁夏名片”正开始国际化旅程。

永禄餐饮

固原好味香遍宁夏

本报记者 **徐 琳** 文/图

2025年12月22日，走进银川市永禄饭庄康平路店，香气扑鼻，一碗碗热气腾腾的碗蒸羊羔肉端上桌，肉质细嫩，引得食客们赞不绝口，这样的场景每天都在上演。这家始于1946年的餐饮传承，历经三代人匠心接力，凭借地道的固原风味，在银川的餐饮江湖里站稳了脚跟。

“永禄餐饮的故事，要从我的祖母那一辈说起。上世纪四十年代，在固原市的集镇上，祖母靠着新鲜的食材、简单的葱姜蒜调味，用质朴的烹饪手法，制作出令人回味的家常味道。父亲则在放羊的日子里，与羊肉结下不解之缘，对羊肉的品质、特性了如指掌。”永禄餐饮第三代传承人苗刚回忆起往事，不免有些动容。后来，苗刚的父亲在原州区开起了永禄餐厅，主要经营面食，同时传承了祖母的手艺，卖起了手抓、碗蒸羊羔肉，积攒了不少口碑。随着经验日渐丰富，父亲大胆创新，以羊羔肉为核心，将永禄餐厅升级为永禄羊羔肉馆（总店），并注册了“永禄”品牌商标，专注于固原风味羊羔肉的烹制。

2014年，苗刚接过了永禄餐饮的接力棒。曾在企业学习过管理的他，有着敏锐的市场洞察力。彼时，银川的餐饮市场上，固原菜还属于小众品类，这既是挑战，更是机遇。苗刚意识到，固原菜有着独特的风味底蕴，只要抓住品质与特色，就能在银川立足。怀揣着这份信念，他毅然决定辞去知名企业的工作，回归家族帮助父亲让永禄餐饮走向银川。

康平路门店率先落地，打响了永禄餐饮进军银川的“第一枪”，随后满城街门店也顺利开业。从固原到银川，距离的跨越带来的不仅是市场的拓展，更是一道道需要攻克的难关。其中，食材新鲜度的保障是重中之重。

“我们的招牌菜品碗蒸羊羔肉，选用的是六盘山的二毛羊，所谓二毛羊就是40天到50天左右的刚断奶的羊羔，从未投喂过饲料，带着奶香味的肉质，鲜而无膻味。”苗刚介绍，为了让银川的食客吃到和固原一样正宗的味道，食材的运输成了关键环节。每天清晨，固原的牧场里，刚屠宰的二毛羊被迅速处理，第一时间装车运往银川。夏天高温酷暑，运输途中的保鲜难度陡增，团队便采用冷链运输设备，严格把控运输温度与时间，确保羊肉抵达门店时依旧保持新鲜状态。这份对食材的严苛要求，让永禄民族饭庄的羊羔肉在银川市场迅速打响，碗蒸羊羔肉更是成为进店必点的爆款菜品。

苗刚定期组织团队开展工作交流。

餐饮行业向来众口难调，初入银川市场时，永禄民族饭庄也经历过一段口味磨合的时期。固原菜口味偏重，与银川本地食客的饮食习惯存在差异。苗刚带领团队不断调整配方，在保留固原菜风味精髓的基础上，适度改良调味，既让固原老乡尝到熟悉的家乡味，也让银川食客接受并爱上这份独特的口感。

从固原集镇的小食摊，到开在银川的多家门店，三代人的坚守与闯荡，让这份带着六盘山烟火气的美味，在宁夏开花结果。苗刚说，他将秉持初心，用品质和服务“出圈”。同时，主动拥抱新媒体浪潮，带着团队拍摄短视频，呈现羊羔肉从牧场到餐桌的全过程，讲述三代人传承匠心的故事，让这份老牌固原风味，在新时代的餐饮江湖里，闯出更广阔的天地。