

奎元馆的面,缘何如此“软韧”

送出100碗好面,等你讲故事

“听劝宠粉”

面条直径2.2毫米→1.8毫米

中午12时,阳光透过玻璃,洒进位于解放路154号的奎元馆,古朴装修流露岁月痕迹。一楼已是济济一堂,有不少是全家围坐,一人一碗面,不时交流二三句。这场景与门口的对联十分呼应:三碗二碗碗碗如意,万条千条条条顺心。

“这家店真是我从小到大的回忆了。小时候过生日爸妈带我来这里吃面,那滋味鲜得忘不掉。现在,换我带父母来这里做寿。”50岁方阿姨看着虾爆鳝面感叹:“心境变了,价格变了,但陪我一起吃面的人没变,面的软韧也没变。”

叶维加说,面条软而韧是奎元馆的特色,行话叫“二锅面”,先把生面氽一遍,捞起制成面结,醒半小时后使用,再

次下锅,面条软韧不粘牙。

“我知道不少年轻人爱吃生面下锅。”叶维加透露,店里增加了生面,但单日销量最高仅20碗,占比很小,“许多人就是冲着‘二锅面’来的。”

“杭州2024年底60岁以上人口有227多万,而奎元馆食客大多都是中老年人,‘二锅面’更利于消化。”叶维加表示,随着年纪增长,人的口味偏好会慢慢改变,到了一定岁数就会自然喜欢软韧口感了。

“听劝宠粉”的奎元馆也在精细调整。几年前有人反映面条粗、不好下咽,奎元馆就改变“面刀”口径,来调整面条横截面直径。“先从2.2毫米调到2.0毫米,又调到1.8毫米,发现再往下调就会在‘二锅’步骤中影响到面条的口感,所以现在也是一直沿用1.8毫米的。”

“界面升级”

同城外卖月均19.96万元

除了面条变细,奎元馆的很多“用户界面”也在变

2017年,营业额首次突破3000万元。2018年5月,同城外卖上线,为了保证和堂食口味一致,专门设立外卖部,方便小哥取餐,顾客反映问题可迅速追踪。“为了面条不吸水膨胀,我们将面、汤、料分开,顾客收到之后合在一起就可以了。”叶维加回忆,2018年外卖日均营业额3300元,今年一季度外卖月均19.96万元,同比去年一季度月均10.12万元上涨97.23%。

是否推出可快递寄送的

预制餐品,或者异地开店,让游子也能吃上乡愁?

“前几年试过,真空封口、快递寄送对密封性和食品卫生要求很高,发现无法完全保证运输链路中餐品的新鲜度,就放弃了。你看,封口机还在呢。”叶维加表示,上世纪90年代的确在上海等地开过分店,从市场调研、探店寻址到招人培训需投入大量成本,“愿意学的年轻人少,学徒招进来成为烧面师傅,最起码得培养3-5年。”

如今,奎元馆在杭州开出三家分店。其中,星光城分店用现代化门头和点餐台结合古朴座椅,用年轻元素混搭经典氛围,就是希望90后和00后也能走进“老字号”。



黄鱼面

“面面俱到”

今年推出藤椒牛腩面

“夏天吃感觉有点油了。”“能不能出一些辣菜?”“菜单能否推陈出新?”

作为老字号掌门人,面对众口难调,叶维加的心愿是“尽其所能”“面面俱到”。春季推出“春韭炒香虾”,夏季推出“时令小炒(菱角、莲子)”,秋天推出“蟹黄面”,冬天供应小羊面,其他还有三鲜面、黄鱼面、虾腰面、火腿面……这段时间,店里的春日限定是酱肉春笋面。

“进入炎热夏季后,我们的素汁凉拌面也要上新了。”叶维加说,今年还推出了新品藤椒牛腩面,适合嗜辣食客。“其实老杭州人并不习惯吃辣,这几年新杭州人越来越多,有人反映奎元馆面条口味清淡,所以我们也火辣一把。”叶维加说,每次推出新品销量都还不错,“坚持传统,做好自己一直以来最擅长的事,但这不代表我们放弃了年轻人的市场。”

奎元馆门口有一座过街天桥,奎元馆本身何尝不是一座桥?一头系着老味道,另一头通往新时代。周遭店铺招牌不断更迭,唯其屹立不倒。正如叶维加所说:“也许很多人一辈子就来一次杭州奎元馆,希望这‘一面之缘’能留下美好的回忆,我们愿意用不变的‘软韧’坚持做好一碗‘硬气’的好面。”

【老字号·新消费】

用不变的“软韧”,
做一碗“硬气”好面。

林雨尘

近日,杭州奎元馆因“日销最高4600碗”的数据冲上热搜。这家以虾爆鳝面著称的老牌面店曾在半年内吸引金庸先生三次光顾,并写下“杭州奎元馆,面点天下冠”。这家创始于1867年的老字号究竟魅力何在?笔者专访了奎元馆第15代掌门人叶维加。



红油八宝面