



港人北上人氣糕點計劃來港開店

上世紀七十年代出生於江西的鮑才勝，從小看港產片長大，靠着麵包手藝起家的他沒想到，有一天自己的糕點會在香港走紅。今年香港與內地恢復全面通關不久，一張返港列車上乘客人手拎着一袋鮑師傅糕點的圖片在網上走紅。「去香港火車上含鮑量多高」一時間登上熱搜。

鮑師傅糕點創始人鮑才勝近日接受香港文匯報專訪時透露，已將香港納入未來擴店目的城市，並來港做了一番考察。在快節奏的香港，鮑才勝卻不求快，他說，鮑師傅在醞釀更多元的產品，「可能會更有中國特色，我更希望通過香港，讓鮑師傅走向東南亞，打開海外市場。」

◆香港文匯報記者李望賢 深圳報道



掃碼睇片



「不求速度求特色，穩打穩紮做口碑。」——鮑師傅糕點創始人鮑才勝



鮑師傅糕點成為港人喜愛的「網紅」品牌。創始人鮑才勝表示，正在籌劃到香港開設門店。
香港文匯報記者李望賢 攝

鮑師傅憧憬：借港走出去

鮑才勝的出生地江西資溪縣被稱為「中國麵包之鄉」，據不完全統計，當地11萬左右的人口，走出了4萬多人的「麵包大軍」，在全國各地經營着超過16,000家麵包蛋糕店。鮑才勝的父母也是其中一員。

「麵包之鄉」出身 創業失敗再來

耳濡目染，鮑才勝從小對糕點行業也甚有興趣，16歲就在家裏的烘焙店幫工，升讀大專學的也就是家鄉的招牌技能——糕點。1997年大專畢業的他在河南鄭州開了一家西餅屋，打算靠自己的手藝起家，但由於缺乏經驗，首次創業不僅沒有賺錢，還虧了百來萬人民幣。這對於當時的鮑才勝來說是一筆不小的債務。

這個挫折，也為他後來的事業影響至深，「欠債的滋味太難受了，這讓我深深明白，一定要穩打穩紮，不然是要吃大虧的。」

2004年，鮑才勝和妻子一起前往北京，再次嘗試創業。在北京這個麵包糕點行業已經十分發達的城市，知名品牌林立，傳統「夫妻檔」面臨巨大的競爭。鮑才勝憶述，當時接到一些學校訂單，為了保證新鮮出爐，夫妻每晚都要準備至夜深，凌晨4點又起床烤麵包。

「小貝」走紅全國 堅持穩步發展

忙碌之餘，鮑才勝一直在思索前路，台灣鳳梨酥給了他靈感。「一個鳳梨酥就能讓大家記住台灣，自己的店能不能做出特色的拳頭產品打開市場？」

細心的他觀察到，當時市面上眾多品類的麵包中，肉鬆麵包最受歡迎，他決定由此入手，將肉鬆和蛋糕融合創新，「肉鬆小貝」由此誕生。

鹹香酥脆的肉鬆，包裹着鬆軟輕盈的蛋糕，一口咬下，中間的香甜沙拉醬直擊味蕾。這個新品甫一推出就大受歡迎，在熱賣糕點的北方市場迅速走紅。鮑才勝回憶，「肉鬆小貝」上市不到一個月，已經有顧客從河北開車前來購買。由於所有產品現做，一出爐就被搶購一空，店裏有時排隊長達兩三小時。

鮑才勝北京的三家門店，吸引了明星前來排隊，也吸引了當地電視台的美食欄目，讓「肉鬆小貝」更加名聲大噪。

2014年，鮑才勝在天津開出第一家省外分店，依然反響熱烈，其中不少客戶是前往天津的上海遊客。這讓他下定決心挑戰南方市場，「在糕點界，南北方市場差異頗大，只有打開南方市場，才能在全國全面發展。」

2017年，位於上海人民廣場的首家鮑師傅門店開張，門口幾乎天天着排長隊。彼時，內地自媒體快速發展，鮑師傅成了「網紅品牌」，名聲響徹大江南北。不過，崇尚穩健的鮑才勝並未大舉擴店，成立19年至今在全國約160餘家門店，與一些連鎖品牌動輒上千門店的經營模式不同。

布局境外市場 醞釀多元產品

在今年香港與內地恢復全面通關後，港人北上深圳度周末，帶回鮑師傅糕點做手信成了潮流。

「太太喜歡吃，每次過來深圳必買的了，以往在東門或者國貿排隊人比較多，聽說這家門店人相對少，特意過來這邊。」在福田口岸附近的卓悅中心，拎著兩盒鮑師傅提子酥的港人曾先生表示今次北上為整牙，特意選了近鮑師傅的牙科診所，方便買手信返太太。

鮑才勝坦言，在深圳各大門店，港人客戶佔據不小的比例，「港人更喜歡使用現金支付，我們全國門店平均的現金支付比例在2%左右，而在深圳地區，今年3月之後這個比例達到了15%」。

不過比起成為「網紅」，鮑才勝更希望成為「口碑老店」。他坦言，香港的開店計劃並不急於一時。「就如上海開店是鮑師傅打開南方市場的關鍵一步，香港開店將成為鮑師傅走向海外的關鍵一步」，因此鮑才勝會先醞釀好針對海外市場的產品再行落地，此前他曾到日本和東南亞國家考察，舉行過試吃活動，反饋比較理想，希望用一兩年的時間走出去。



吃貨赴港探店：一晚吃三頓 最愛大排檔

「我們上世紀七十年代的人在內地從小看港產片長大，對香港很有感情，這次去香港考察，可以說重溫了我年輕時的那種感覺，尤其是香港大排檔，感覺非常親切。」看起來沉靜寡言的鮑才勝，說起美食就開始兩眼發光，無疑是一位「吃貨」。在全國各地巡店途中，他最喜歡的就是品嚐當地特色美食。

日前，在香港的考察之旅，獨具港式煙火氣的大排檔令他念念不忘，「有一天晚上我們甚至吃了三頓，愛文生的椒鹽蝦口感特別好，震撼到我了！」

在他看來，美食本身就是一種本地文化的體現。香港既是國際大都市，又有接地氣的一面。「開了60多年的港式大排檔，一桌一椅，擺設都充滿了年代感，彷彿一瞬間回到了香港的舊時光，港片裏的場景真實就在眼前。」

那一頓飯他排了兩小時的隊，鮑才勝笑說，「作為一個吃貨，遇到這樣的店，排隊都很開心。在我看來這是一種幸福的傳遞，『鮑師傅』也在傳遞幸福的味道。」

◆鮑師傅門店外經常現人龍。
香港文匯報 深圳傳真



曾遇「山寨危機」 維權兩年勝訴

「肉鬆小貝」備受消費者喜愛，鮑師傅作為首創品牌，知名度在全國逐步打開。然而，品牌在發展過程中也一度遭遇嚴重的「山寨危機」，最高峰時全國有1,000多家鮑師傅「山寨門店」。鮑才勝無奈踏上打假之路，開始一場「品牌保衛戰」。

大約從2014年開始，內地開始出現各種打着「鮑師傅」名號的店面，如「金典鮑師傅」、「至尊鮑師傅」等，令消費

者真假難辨。2017年，鮑才勝和往常一樣，拿起手機想看看客戶的留言評論，但卻看到了鋪天蓋地的罵聲，指責鮑師傅為了擴張放棄質量，到處都是劣質連鎖店。這讓鮑才勝深覺問題的嚴重性。鮑師傅一直堅持直營，經過一番調查，鮑才勝才知道市面出現了逾千「山寨門店」，其中規模最大的一家來自北京易尚餐飲公司，自稱在全國有300多家門店。而當時

真正的鮑師傅僅有數十家門店。

這些極易混淆的山寨品牌，光看門牌，消費者很難辨別。鮑師傅的第一宗維權官司持續了半年，而最終的賠償都不夠請律師。

整整兩年，鮑才勝聘請了專業的律師團隊維權，隨着國家對於知識產權保護力度的不斷加強，鮑才勝看到了勝利的曙光，在2019年5月，北京易尚終於敗訴，山寨鮑師傅商標被徹底取消，官微也被永久封號。「現在處理這類案件的速度已經非常快，我們對國家知識產權保護的完善深有感觸。」

引資強化運營 擴店不求迅速

特稿

今年中秋節前夕，鮑師傅門店內的糕點師傅忙於製作月餅。
香港文匯報 記者 李望賢 攝

原創小貝



在鮑師傅門店，透明的窗台後，海苔肉鬆小貝、蟹黃酥鬆小貝、馬蹄爆珠泡芙、提子酥、蛋黃酥……琳琅滿目的糕點令人目不暇接。中秋節之際，現烤月餅的香味更讓人食指大動。越過糕點和收銀人員往後看，80平方米左右的門店內，20多個糕點師傅繁忙地製作月餅餡料、準備肉鬆小貝的蛋糕胚。

用最好原材料 培養自家師傅

在鮑才勝看來，糕點的門檻不高，但是要做好做精並不容易，最大的秘訣就是「新鮮、食材、手藝」。

他介紹，鮑師傅絕大部分產品都由師傅當天在店內製作，以保證新鮮。「食材方面，我們會反覆挑選合適的材料，盡量採用最好的原材料，比如奶油（即忌廉）用的是藍風車淡奶油。」鮑才勝透露，鮑師傅的糕點食材原料成本幾乎達到40%-50%。

至於手藝，為了保證師傅水平，鮑才勝採用師傅帶徒弟的方式培養，而所有店長都是從店面成長起來。

有特色拳頭產品，既能實現當天店內現製，有別於連鎖店中央配送的方式，又打破了「夫妻店」難以複製的局限，鮑才勝的經營理念和發展模式引起了彼時在天圖資本任職的董聞達的高度興趣，幾乎使出渾身解數才接觸到了對資本不甚感興趣的鮑才勝。這是鮑師傅首次跟資本牽手，而天圖資本已經投資包括奈雪的茶等知名內地餐飲新品牌。

掌握發展節奏 不需過多融資

2017年時，鮑師傅接受了天圖投資的A輪融資，2020年時又接受了崑崙資本的新一輪投資。到2021年，有多家創投接觸鮑師傅，甚至流傳「鮑師傅估值100億元」的聲音。在鮑才勝看來，引入資本並非為了迅速擴大，更多的是看中投資方在餐飲品牌運營管理方面的經驗，以及對品牌發展理念的認可。他強調，門店數量的增長速度，鮑師傅一直都有自己的節奏，基本保持每年30%-50%的增速。

現任鮑師傅糕點董事會秘書的董聞達坦言，鮑師傅未來新開店的資金需求可以通過現有門店經營獲得，暫時並不需要過多的資本介入。