

一对舟山80后夫妻跨界做甜品 有一种滋味入口,是瑞士卷的层层甜蜜

□记者 朱蔚

在新城茶山浦水街,有一家叫Rolling的瑞士卷店。这里的瑞士卷,每一款口味都藏着店主夫妻的小心思:黑芝麻豆乳是专为长辈减糖研发的,玫瑰荔枝是情人节爆款,至臻生巧则是巧克力控的心头好。

这家店背后,是一对80后夫妻的转型故事。丈夫纪晓风曾在地产行业摸爬滚打十多年,妻子张维维曾是幼儿园老师。一次偶然的排队,让他们在杭州in77邂逅了“瑞士卷”,也开始了一场从地产江湖到烘焙小白的跨界冒险。



在经典三款的基础上 研发出更多美妙口感

做出一款好吃的瑞士卷的前提,首先要保证有好的食材原料,用的全是动物奶油,口感细腻丝滑。记者到店的时候,张维维正从冷柜里取出一卷刚刚卷好的至臻生巧瑞士卷,切面整齐,巧克力的深棕色和奶油的浅褐色层层相间,看着就诱人。

店里的产品,已从最初广州引入时的经典三款,有了更广的延伸。斑斓椰香芝士卷、大马士革玫瑰荔枝卷、黑芝麻豆乳瑞士卷、浓醇开心果瑞士卷、雪融天使生椰芝士卷……每一款,都是张维维一点点研发出来的,还有口味浓稠细腻的冰淇淋。

“黑芝麻豆乳是专门给年纪大的人做的,减了糖,吃起来很香,也不腻。”张维维介绍,“玫瑰荔枝是情人节爆款,像开心果那款,是跟着一款冰淇淋的灵感来的。”

瑞士卷的制作流程,看着简单,其实是讲究。每天上午,张维维到店后就开始备料、打面、烤坯、打发奶油。蛋糕坯烤出来要晾凉,奶油要低温打发,当天现打,然后一层一层卷起来。

蛋糕坯当天烤的当天卖光,控制产量,保证新鲜。

除了到店现买,通过外卖点单也是一个渠道。外卖后台的数据,不只是单纯的数字,也照见了许多故事。有人买了70多次;有人住在定海,外卖送不到,自己加钱找跑腿也要买。还有公司团购、单位工会等一订就是几十个。上周,还有客户预订了90多个一次性提走,说是公司活动分着吃。

当初相逢的那一口惊艳 促成甜蜜事业的开启

看着是一个新兴的烘焙甜品,实则是一对80后夫妇的转型过程。在此之前,纪晓风在舟山地产圈里跑得勤快,从大学毕业后入行,做过甲方,也进过代理公司,报纸上

的楼盘广告常常见到他经手的项目。

可地产这个行业的光景一年不如一年。“人嘛,总归要寻另外一条赛道。”那一年多的沉寂,个中滋味只有纪晓风自己知道,在不同的城市里转悠,看项目,找机会,不知道下一步往哪儿踩。

张维维那会儿在幼儿园上班,下班回家,最大的消遣便是捣鼓烘焙,只为给孩子解解馋。鸡蛋、面粉、奶油,在她手里变出小饼干、小蛋糕,香甜可口。

前两年快过年时,一家三口回纪晓风的杭州老家。西湖边的in77人来人往,远远看见一条长龙排得弯弯绕绕。纪晓风好奇,凑过去一看,是家蛋糕店。“什么蛋糕要排队?”他拉着老婆孩子也排了进去。

排了大半小时之后,拿到手里的是一卷瑞士卷,颜值高,口感细腻顺滑,甜而不腻。一家人一致觉得,这排队排得值了。

宁波试水感受网红效应 沉下心扎根舟山

纪晓风心里有了一个更大胆的念头:“能不能把这个东西带回舟山?”

说干就干。那年过完年,他直接飞广州,找到了品牌总部。看运营模式,看产品颜值,尝口感,进加工间看流程。一圈走下来,他心里有了底了:这活儿,能干。当场付了定金。

总部派了选址老师来舟山,看了一圈,凯虹、宝龙都没合适的铺位。纪晓风心一横:要不去宁波试试?鄞州万达,最贵的位置,哪怕很小的店面也是月租不菲,按季度缴费,他咬咬牙拿下了。多年的积蓄,全砸了进去。

2024年5月1日,宁波店开业。线上抖音砸钱,线下宣传铺开,第一天就爆了。日均营业额一万多、两万多,最高时冲到三四万元。6个员工,人均工资7000元,加上租金、水电、加盟抽成,流水看着漂亮,落到口袋里却没多少。

“属于网红产品,一波流。”纪晓风渐渐明白,这种热闹,是虚的。

做了两个季度,他算清楚了:这么下去,等于给房东、给平台、给加盟商打工。

可这一波,也不是白做的。他和张维维摸清了运营的门道,也看清了未来的方向,不能只追风口,得把产品沉下来,把根扎下去。他找到品牌方谈条件:我在宁波没挣到钱,现在去舟山开店,不能再收加盟费了。对方答应了,只收装修设备的成本价。

做有品质的事 慢就是快

2024年11月,在宁波的纪晓风初遇新城茶山浦水街招商,也是缘分。他回舟山细细考察了一番,这样的开放式街区,在舟山应该是独一份。“这地方,迟早会火。”他判断,况且租金比起鄞州来,便宜太多了。

2025年3月,他在东港海边也开了一家。虽然季节性明显,人流还没有起来,淡季靠外卖撑着,但是那边环境好,有堂食空间,还能延伸做咖啡、果饮。他也不着急,“慢就是快,太快了不好。”

新城这家,也一直是他心目中的“根据地”。今年的计划,可以多一点创新,比如把产品形态改一改。原来一大卷59元,一家四口都吃不完,不妨拆成二三十元一小份,单人份的下午茶,一个人吃刚刚好。

“消费降级嘛,很多人可吃可不吃的就放弃了。我们把客单价调一调,品质不变,让更多人能尝尝。”纪晓风聊起未来的打算,定海可能还会再开一家,但不急。核心技术都在妻子张维维手里,一个人做不了太多量,真要开新店,得把团队带出来,设备、培训、人工,都是成本。

如今的Rolling,不追求爆红,也不盲目扩张。在尝试过鄞州的网红店之后,纪晓风夫妇深知,慢就是快,他们想做的,不是一拥而上的网红店,而是一家能让人记住味道、愿意成为回头客的品质小店。

照片由受访者提供

