

从负债关店到月入上万:一位厨师的逆袭之路

■青岛财经日报/首页新闻记者 王振麟

春节假期,私厨上门成为青岛消费新趋势。

下午两点半,青岛某小区的厨房里,卜德宝已经开始了他的工作。这不是酒店的中央厨房,没有熟悉的轰鸣声和同事的吆喝,只有客户家的厨电发出的嗡鸣声。

卜德宝动作利落,在陌生的厨房里毫无滞涩感。他打开自带的工具箱,里面分类别放着几把刀具、一把削皮器以及几包常用的复合香料。今天,这位29岁的上门厨师要为一顿六人的家宴准备八道菜。

他的收费标准清晰:六人以内,450元(不含食材费)。他坚持一天只接一单,“接两单会非常赶,怎么快怎么来,这会严重影响菜品出品质量。”这种对品质、节奏的严格控制,源于他过去13年在餐饮行业的颠沛经历:从星级酒店的后厨学徒,到亏损关张的烧烤店老板,再到无奈转让的卤味品牌老板。

如今,他做起私厨,在众多家庭的私人厨房里,找到了属于自己的确定性。



从最初的家庭私宴,扩展到公司团建、别墅“轰趴”、生日寿宴,卜德宝的私厨团队不断成长。

两米的距离,走了三年

2013年,卜德宝从沈阳新东方烹饪学校毕业。和许多同龄人一样,选择学厨是出于对一门“踏实手艺”的朴素认知。“那时候觉得,有个技术,总归饿不着。”他回忆道。

来到青岛,卜德宝从酒店厨房的打荷(配合厨师进行预备工作)岗位做起。“两米的距离,我走了三年。”从打荷到切配,再到能站在炒锅前独当一面,直线距离不过两米,却需要经历无数次的焯水、改刀、递送调料,以及默默观察老师傅对火候瞬息万变的把握。“中餐靠的是眼力,对火候的感知在课本上学不到。”

几年间,他在青岛数家星级酒店辗转,手艺和见识多了,这让他开店创业的学厨初心愈发强烈。“从来没想着一定要当到什么厨师长、行政总厨,学这个,最开始就是为了有一天自己干。”

2020年,积累了七年酒店经验后,他感到时机成熟,与伙伴在青岛城阳区合伙开了一家230平方米的烧烤店。刚开始,他自信满满,但现实很快给了他沉重一击。

投资24万元的店铺,仅运营四个多月便宣告失败。这次创业把他多年的积蓄消耗殆尽,还背上了几十万元的债务。“第一是年轻;第二是光靠技术去撑一家店,很难。”卜德宝总结道。运营、管理、营销,甚至试营业期间该怎么操作,这些问题完全超出了他的经验范畴。

但挫折没有打碎他的创业梦。2022年,他瞄准了卤味,看中的是它的“可批量复制性”:一个中央厨房,可以供应多个小而美的档口,对门店面积、人手要求低,运营节奏快。第一家8平方米的卤味店,投资四万多元,一个半月便回本。高峰期,他同时运营四家店,日营业额能做到13000元。技术、产品、市场,这次似乎全都对了。他甚至还注册了商标,雄心勃勃。

然而,餐饮行业的复杂性再次显现,问题出在生产资质上。他的模式是在一个场地加工后,配送到各个门店销售,这属于生产行为,需要具备食品生产许可(SC证)的工厂级资质。“散装食品要标注生产日期、保质期、配料表、生产编码,像我这样缺乏资金的个体户很难办理下来。”同时,政策规定居民楼二楼以上不得从事餐饮业务,他的加工

点正好卡在了这条红线上。

2023年底,他不得不将四家正在盈利的店铺整体打包转让给一家拥有中央厨房资质的同行,售价20万元。尽管这笔交易没有让他亏本,但亲手转让可盈利的店铺仍让他感到惋惜。“手续上的事,没办法。”说起这段经历,他的语气里混杂着无奈与淡然。

在“别人家的厨房”找到新商机

转让卤味店后,卜德宝陷入了短暂的迷茫。

为了生计,他重新回到熟悉的轨道——在青岛各大酒店做替班厨师。这份工作让他得以喘息,也让他更清晰地意识到,自己内心深处依然渴望一种不被固定工时束缚、能将手艺直接变现的工作方式。

转机在2024年8月偶然降临。在一个本地厨师微信群里,他看到一条信息:有人需要厨师上门做一顿家宴,报酬350元。“私厨上门这行当从来就不是新鲜事,我干厨师那会儿就有了。只不过那时不知道怎么做,也没有获客渠道。”卜德宝告诉记者。抱着试试看的心态,他接下了这一单。

那天,按照要求,他为四位客人准备了十道菜,他一个人从下午两点忙活到了晚上八点。收拾完厨房,他带着350元报酬和客户的好评离开。这单生意结束后,这位客户的家宴便固定由卜德宝负责,客户还把他推荐给了三位朋友。

万事开头难,这单生意启发了卜德宝。私厨上门无需店铺,没有租金压力等问题,纯粹是手艺与时间的交换。“去酒店吃饭,客人夸奖好吃,功劳是酒店和厨师长的。但在这里,雇主会直接对你说,‘今天做得真不错’。”这种直接的价值认同,让他获得了久违的职业成就感。

他迅速将这次经验转化为行动,以“家宴厨师,私人定制”为名发布视频,尽管流量不大,但转化率极高。其中一条播放量仅1.3万的视频,就带来了超过20个有效咨询。

通过摸索,他确定的商业模式简单却有效:450元起,按人头而非菜式收费,杜绝“按菜计价”带来的算计感;规定每日只接一单,确保出品质量;如果客户需要代买食材,他利用自己的渠道能拿到更新鲜、更优惠的食材,实报实销只加收50元

代办费。

很快,他发现自己一个人接不过单来了。通过圈内介绍,他找到了另外四位经验丰富的厨师,组成了一个五人小团队。团队合作基于简单的信任与分成机制:订单主要由他通过抖音和客户转介绍获取,然后根据厨师擅长的菜系和地理位置派单;收入扣除工作室少量租金后,大家均分。

“从2024年组队到现在,我们没有在钱上产生过分歧,也没有出现跳单、撕单的情况。突然有急单,晚上十点打电话,住得近的师傅也能立马顶上。”说起目前的团队,卜德宝还是比较自豪的。从最初的家庭私宴,扩展到公司团建、别墅“轰趴”、生日寿宴,甚至还有过教外国家庭保姆做中餐的“教学单”。

单子多,遇到的问题也多了。

卜德宝遭遇的最棘手状况,是在一次公司别墅“轰趴”中,发现场地厨房里竟然没有炒锅。情急之下,他用不锈钢盆在电磁炉上,硬是将所有菜品以“蒸、炸、烩、烧”的方式完成。“那次急得直冒汗。”他笑道,“但从那以后,我车上常备的工具箱里,就多了个小炒锅。”

如今,他的工作室每月能稳定接单40次左右,旺季可达50单以上。节假日的收费会适度上浮,例如除夕当天服务费可达近千元。这份工作为他带来了超越酒店主厨的收入,以及时间上的自由——他可以上午采购食材,下午上门服务,晚上陪伴家人,或者处理自己在连锁餐饮店的兼职管理工作。

在“烟火气”中不断成长

“它没有投资,最低限度能保证你不赔本。”私厨,对于卜德宝这位曾因创业失败背负债务、如今上有老下有小的而言,这份不赔本的确切性,让他感到了难得的踏实。

他对行业有着自己的理解。他并不认为私厨会成为像网约车那样平台化、规模化的行业。“私

厨很难。就像我的第一单,是在群里接的跳单,我多赚一百,雇主少花五十,我们建立了直接联系。这本质上是一种基于个人信任的‘手艺人经济’。”他看到市场上已有类似的微信小程序,不过工价偏低,“做一单300元,不如找个稳定的班上”。

他相信,这个市场的核心壁垒并非流量,而是信任、稳定的出品和应对各种家庭厨房突发状况的经验。因此,他对未来的规划聚焦于加固自己的护城河。

首先,是内容深耕。他意识到抖音账号是当前最主要的获客渠道,计划升级拍摄和剪辑设备,从手机转向更专业的相机和电脑,提高内容质量和更新频率,更系统地展示团队的专业性与服务过程。

其次,是服务延伸。许多雇主在宴会后曾向他打听保洁服务,这让他看到了需求。“私厨和保洁都偏家政类,技术上没什么门槛,可以作为我们订单不足时的一种补充。”他正考虑引入可靠的保洁合作伙伴,打造“家宴服务解决方案”,增加客户黏性和团队收入。

最后,是正规化。虽然目前团队合作愉快,但他仍考虑未来注册一家家政服务类公司,为团队成员缴纳社保,让这份自由职业多一份保障。

“我们要始终在一线,手艺不能落下。”卜德宝鼓励团队里的厨师在不接私厨单的时候去酒店做替班。在他看来,私厨的创造力根植于酒店后厨那套严谨的“土壤”之上,脱离了那个“大后方”,创新便会成为无源之水。

下午六点,卜德宝在客户家的宴席上正式开始上菜。他退到厨房一角,透过玻璃门,能看到客厅灯光下,客户一家其乐融融的景象,他的舞台不再局限于后厨的方寸之地,而是延伸到了城市里的一个个家庭。

在这充满烟火气的生意里,他找到的不仅是一份生计,更是一种将手艺价值直接、有尊严地变现的生活可能。远方或许仍有风浪,但此刻,他的双手能触及这份稳稳的幸福。

青岛3月文旅消费热力全开 多元活动邀您共赴春日之约

■青岛财经日报/首页新闻记者 张碧琪

3月2日,记者从青岛市文旅消费促进活动新闻发布会上获悉,继春节文旅市场实现“开门红”后,青岛以“面朝大海,春暖花开”为主题,整合全域资源推出六大系列216项重点活动,涵盖赏花踏青、体育赛事、民俗非遗、惠民消费等多元场景,同步升级有奖发票、票根经济等惠民举措,全方位激活春季文旅消费潜力,诚邀市民游客共赴一场浪漫缤纷的春日盛宴。

●有奖发票三度升级 8大行业全覆盖赋能民生消费

作为“山海迎春 乐购青岛”新春消费季的重磅举措,有奖发票活动自2月10日启动以来成效显著。数据显示,活动第一期共吸引超39.8万名消费者、1.5万家商户参与,审核通过发票超211万张,发放即时开奖奖金超2768万元,直接带动消费7.6亿元,助力全市10大重点监测商贸企业新春销售额达3.7亿元,同比增长9.9%。

从3月1日起,该活动将实现三大升级:覆盖范围从零售、餐饮、住宿拓展至文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务业等8个行业,个人单笔消费满100元(含)开具的全面数字化电子发票均可参与;创新“即时开奖+定期开奖”双重机制,

即时开奖10元、30元、50元奖金实时兑付,3月中旬将启动定期开奖,设置100元至800元梯度奖金,中奖结果通过云闪付APP通知,奖金直接划转零手续费;在2.6亿元政策奖金基础上,联动商贸企业增设实物大奖,卡萨帝品牌提供蒸烤一体机、洗衣机、电视等城市特别奖,进一步提升消费者获得感。

青岛市商务局相关负责人表示,将以此次活动为契机深化“乐购青岛”品牌建设,通过社区宣传、商户培训、媒体推广等多渠道扩大知晓度,联合税务部门解答发票开具、奖金兑付等疑问,让更多市民游客享受政策红利。

●体育赛事密集上演 “体育+文旅”联动释放城市活力

3月的青岛赛事纷呈,足球、篮球、排球、游泳、帆船等多项赛事将点燃城市激情。中超联赛方面,青岛西海岸队、青岛海牛队将分别于3月20日、21日接连坐镇主场,分别迎战浙江队与深圳新鹏城队。球迷凭3日内青岛西海岸队主场门票可免费游览珠山国家森林公园等景区,军人、警察、教师等群体购票享七五折优惠。

CBA联赛中,青岛崂山啤酒男篮3月将迎来4个关键主场,分别对阵福建、江苏等队,学生、老人、医护人员等凭有效证件可享五至八折优惠,外地游客凭出行凭证购票享八折,场馆消费达标可获赠门票。排超联赛中,青岛兴轮啦啦队将在3月5日、12日分别迎战江苏、上海男排,赛后后续将接入“票根经济”联盟,球迷凭门票可享餐饮、购物多重优惠。

此外,2026年IYSC青少年游泳挑战赛、克利伯环球帆船赛(青岛站)等赛事也将陆续举办,所有活动信息可通过青岛市体育局微信公众号查询。

●第二届青岛赏花节启幕 李沧区崂山区打造春日文旅标杆

作为春季文旅核心IP,第二届青岛赏花节将于3月13日启幕,主会场设在李沧区青岛梅园,以“花漾美好 春满青岛”为主题,构建“启动仪式+三大主题+全域联动”活动体系,推出东部生态休闲季、中部消费狂欢季、西部人文寻迹季三大板块10项子活动。李沧区凭借成熟的节会运营经验、得天独厚的自然资源与深厚的文化底蕴,成为主会场最佳选择——青岛梅园作为中国北方规模最大、品种最全的梅花园林基地,占地800余亩,栽植200多个品种、2万余株梅花,搭配十梅庵民间传说与梅花精神内涵,为赏花节注入独特韵味。

活动期间,“赏花+文化体验”“赏花+时尚乐购”“赏花+运动康养”三大融合模式亮点突出:花间市集汇聚美食、文创非遗,同步举办非遗展、摄

影写生等活动;餐饮商户推出梅花酥、梅花宴,商圈发放消费组合券,打造“赏花+餐饮+住宿+购物”消费闭环;联动竹子庵等景区开展登山健行,满足多元休闲需求。

崂山区则围绕“上崂山 自然好”主题,推出40余项春季活动。“明霞仙踪”武侠沉浸式剧游汇聚50余项非遗项目,游客可与工作人员互动体验传统技艺;崂山风景区推出登山认证、道文化探险等项目,3月下旬将发布“赏花指南”;3月7日至8日有喜剧专场演出,青岛大剧院将上演《钦差大臣》《只此青绿》等精品剧目。惠民方面,3月8日妇女节崂山风景区对女性免门票,九水游览区推出主题活动并赠送花礼,极地海洋公园、海尔世界家电博物馆等均有特色活动与优惠。

●全域联动福利加码 “216项活动+多元优惠”畅玩青岛

除重点活动外,青岛全市各区市同步发力,推出17场赏花活动、26场民俗活动、33场节庆活动等共计216项重点内容,形成全域覆盖的春日文旅版图。市南区推出落日打卡季、里院拾光艺术节,崂山区开展非遗剧游、元宵民俗汇演,西海岸新区举办大珠山杜鹃花会,城阳区推出非遗市集,各区市活动各具特色、遥相呼应。

惠民福利方面,青岛票根经济商家联盟已扩容至700余家,新增租车、婚纱旅拍等消费场景,冬游专属优惠延长至3月31日,游客可通过“一张票根游青岛”数据平台享受优惠。崂山风景

区、海底世界、海信探索中心等景区推出门票减免与折扣,全市商超、综合体同步开展春季促销,崂山区发放餐饮消费券,国信集团推出百余款文旅产品优惠。

交通出行方面,滴滴出行投入150万元出行券包,上线100辆“青岛文旅推荐官”主题网约车,发起线上话题互动;城运文旅集团推出多条春日团建一日游线路,同时发布“1本赏花攻略+10条主题线路”,涵盖海滨漫游、老城寻芳、登山探春等多元选择,让市民游客便捷畅玩青岛春日。