

当哈尔滨冰雪节遇上青岛崂山热可乐

青岛饮料集团举办崂山可乐温暖哈尔滨活动，全方位展示时尚青岛、好客山东魅力

在冰天雪地的哈尔滨，饮一杯热气腾腾来自青岛的崂山可乐，这是怎样奇妙的体验？1月30日至2月1日，青岛饮料集团在哈尔滨中央大街索菲亚教堂广场举办崂山可乐温暖哈尔滨活动，向游客免费赠送10万瓶/杯热可乐。“冷冰雪”与“热可乐”的碰撞，以一种意想不到的方式成就了两个城市的联动，一个中华老字号品牌正在演绎出更多故事和可能。

“冷冰雪”化成“热经济”

这个冬天，因冰而火的哈尔滨无疑是全国文旅届的“顶流”。

中央大街上鄂伦春人牵着驯鹿巡游、冰雪大世界里美轮美奂的冰雪童话王国、索菲亚教堂广场上升起“人造月亮”……哈尔滨以独特的冰雪魅力与热情的待客之道，充分释放冰雪旅游消费潜力，吸引国内外游客纷至沓来，“南方小土豆”和“大东北”之间的温暖互动频频冲上热搜。

与此同时，其他城市也在把握文旅消费复苏机遇，积极与游客互动，提升冬季旅游的品质。其中，青岛在栈桥景区发起青岛特产活动，崂山热可乐、钙奶饼干、青岛华东葡萄酒等“青岛味儿”十足的特产给游客留下了深刻印象。

结合当下掀起的冰雪旅游热，青岛饮料集团进一步摸索出一套独特打法——将崂山热可乐的风潮吹向哈尔滨冰雪节，用产品创新带动品牌“出圈”，实现青岛、哈尔滨文旅资源的双城互动。在黑龙江省工信厅、哈尔滨市文旅局等相关部门协助下，青岛饮料集团在索菲亚教堂广场设置崂山热可乐免费赠送区，游客可免费领取一瓶或一杯崂山热可乐，计划发放10万瓶/杯热可乐。

崂山可乐诞生于1956年，是国家在青岛组织科技人员开发的中国第一种碳酸饮料。崂山可乐在崂山矿泉水的基础上添加枣、白芷、砂仁、高良姜、丁香等十余种天然本草成分和丰富的二氧化碳气体，秉承传统制作工艺的精华，特别保留了经典的传统手工炒糖做法，炒出地道十足的中国特有糖香。纯正中国糖香融合乌枣的特殊香蕴，崂山矿泉水的甘冽清香，口感清爽甘甜，滋味独具一格，特别适合中国消费者口味

习惯。该产品因加热后的独特风味刷新了游客对冬季旅游的新奇感，将“冷冰雪”转化成“热经济”。

传递一个城市的温度

从青岛到哈尔滨，崂山热可乐最开始的“出圈”多少有点无心插柳的意味。

每年冬天，数以万计的海鸥从西伯利亚飞到青岛过冬，在栈桥和海鸥亲密互动成为青岛旅游不可错过的冬季限定浪漫。今年与往年又有所不同，在青岛市文旅局和市南区政府组织的“挽留海鸥行动”中，青岛饮料集团为市民游客免费提供用于祛风御寒的崂山可乐热饮产品，传递一个城市的温度。

崂山热可乐由此成为热点话题。仅在1月14日至1月21日期间，抖音、小红书等平台关于崂山热可乐的信息就达7100余条，全网阅读量估算近6000万人次，特别是在1月19日媒体发布《逛栈桥，喝热可乐，青岛特产免费领》之后，相关传播达到高潮。

在青岛青饮文旅产业发展有限公司副总经理许隽看来，崂山热可乐的走红既在意料之外，又在情理之中。

68年风雨兼程，崂山可乐在风靡国内外市场的同时，俨然成为一种城市文化表达和传承的载体，将青岛人热爱生活的态度融入品牌基因当中。对于不少青岛人来说，在冬天姜煮崂山可乐是家庭聚会的必备项目，崂山热可乐也被称为青岛人的“冬季下午茶”饮品。

在位于广西路31号的崂山矿泉水博物馆，除了试饮产品，崂山热可乐还有自助版本，消费者可以打包购买崂山可乐、饮料瓶和配料，回家后煮开饮用。“喝到崂山热可乐，让我想起了小时候的味道。”许多尝鲜和购买的市民如此感慨。

创新是“出圈”密码

崂山热可乐之所以一推出就引爆了市场，正是在于适应市场发展趋势和消费需求变化，将产品创新与冬季特色文旅场景巧妙结合。

“崂山”和“青岛”是青岛饮料集团两大中华老字号品牌。值得一提的是，“青岛牌”近期成功入选商务部第三批中华老字号认定名单，让市场看到其在弘扬传承传统文化、加快改革创新过程中所焕发出的全新风采。此次中华老字号评选距离上次已过去13年，新入选的均为历史悠久、特色鲜明、耳熟能详的品牌，在遴选出的全国388个品牌中，青岛仅4个品牌上榜。

在消费提质升级时代，具有产品创新力与文化表达力的品牌更易“出圈”。近年来，青岛饮料集团在产品及市场创新上更具活力，行业示范和引领效应明显。崂山热可乐并不是表面上的“可乐+姜”那么简单，姜片、枣等用量有着精确的配比，温度升高需要平衡消费者口味以及对原料影响。其背后既是产品标准化的功力，也是品质消费、文化消费的进化，通过为消费者搭建独特的文化场景，拉近品牌与消费者之间的距离。

青岛饮料集团产品创新没有就此止步。中国消费者长期以来有饮用热饮的习惯，在冬季尤其突出，青岛饮料集团已经瞄准了这块保持高增长的细分市场。

目前，崂山热可乐主要采用现场调制的方式，装在透明塑料瓶中提供给消费者。据介绍，下一步，青岛饮料集团将研发自热式的罐装可乐，满足一些急需热饮又不方便加热的场景需求，比如出差、旅行、冬季户外、露营等。

（周晓峰）



▲ 游客品尝免费赠送的崂山热可乐。

▲ 青岛饮料集团举办崂山可乐温暖哈尔滨活动现场。

琴牌牛奶70年|与城市共成长系列报道之焕新篇

老城复兴蝶变 催旺“烟火”升腾

百年历史城区集聚新业态“唤醒”城市发展新动能

新希望 琴牌 70 喜牌70年 时刻更新鲜 新鲜一代的选择

城市更新如同一架桥梁，连接着一座城市的过去与未来。为推进历史文化街区保护和老城复兴，近年来，青岛深度挖掘文化资源、讲好历史故事，以产业“搭台”，借文化“唱戏”，全力复兴老城区，营造传统与现代交融、经典与创新兼具的活力场景，一幅老城区高质量发展的新画卷徐徐展开。

老城区活力愈发强劲

“碧海青天，不寒不暑；绿树红瓦，可舟可车。”这是康有为在一封家书中对青岛的赞美，也是青岛老城区中西合璧、浪漫诗意的真实写照。

1994年，青岛被批准成为第三批国家历史文化名城，是现代城市规划理论在中国最早的实践地之一，这里山、海、城相互依傍，浑然一体，其精华都浓缩于历史城区，承载着这座城市的记忆和乡愁。自上世纪90年代中期以来，青岛实施了多轮保护复兴工程。自2022年三年攻坚行动启动以来，青岛更是将历史城区保护更新作为“一号工程”，老城区的更新步伐明显加快，活力愈发强劲。

2022年4月，历史城区范围内总投资40亿元的72个项目集中开工；2022年7月，首届“上街里”啤酒节共吸引游客70万人次；2023年1月，老城区商家反映，其在旅游淡季的销售额同比增长20%；2023年8月，历史城区已完成保护修缮项目30.4万平方米，中山路区域日均接待游客达32万人次，再创新高……

让城区历久弥新的“底气”，离不开高质量



■ 银鱼巷焕发出新活力。



■ 易州路广场的儿童剧演出人气满满。



■ 带有青岛城市记忆元素符号的新希望琴牌乳业产品亮相景区。

的规划引领。2023年10月，《青岛历史文化名城保护规划》公布，这是青岛历史文化名城保护规划的“进阶版”，指导保护更新有条不紊地开展。根据规划，青岛历史城区依托自然要素形成了三条历史发展轴，分别是：沿中山路—馆陶路—辽宁路—华阳路—延安路—沿一线由银行、商会、旅馆、饭店等构成商业服务业功能发展轴；沿胶州湾东岸和铁路线由港口码头、工业、洋行商号等构成交通产业功能发展轴；沿南部滨海岸线由别墅、海滨浴场、景观绿地等构成居住、游戏功能发展轴。

漫步青岛，感受碧海红瓦间的历史余韵，各种创意市集、文化展等活动带来大量人气、商气、烟火气。手拿一盒具有城市记忆符号的新希望琴牌青岛老酸奶，约上三五好友来一场酣畅淋漓的City Walk，聆听城市的脉搏与呼吸，成为热门的打卡方式。修葺一新的老里院，变身美轮美奂的文化、艺术、商业空间，成为时尚“打卡地”；改造过后的老旧小区添了休闲广场，成群结伴的居民在这儿叙着家常；走在路上能直观感受到已不多见的车轮石和马牙石、水泥拉毛的修复痕迹……越来越多看得见、摸得着的城市面貌之变在身边发生，令人耳目一新，种

种有关历史的细节印记给市民和游客带来深度体验。

坚持保护与更新并重

北京的南锣鼓巷，氤氲着浓郁的京味儿；杭州的清河坊，洋溢着江南古韵；成都的宽窄巷子，历史厚重感和时尚快节奏不期而遇……老城区是一座城市的根和魂，如何在城市建设过程中加强历史街区保护，让老城区焕发新活力，是当前各地实施城市更新行动的重要课题。

纵观诸多城市的老城复兴记，旧貌焕新颜大都是第一步。而如何做好保护更新工作，青岛给出的答案是：坚持保护与更新并重，全面提升历史城区功能品质。从表面上看，保护修缮、更新改造、基础配套是物理层面的翻新。而其内里，其实是对街巷肌理的唤醒、是有机的融合与重塑。

位于中山路片区的宁阳路，1914年就出现在青岛地图上。那时，宁阳路坐落着众多货栈、客栈以及商贸、官宦府邸，被称作“银鱼巷”。拆除的老物件、老木头回收再利用，对原

有石材先编号再开挖后存储，按照编号原样铺装……青岛尽最大力量保留宁阳路历史原貌。如今，宁阳路里的老建筑被重新“唤醒”，并以“上街里·银鱼巷”这个新形象与市民和游客重新见面。

这样的案例在青岛历史城区保护更新成果中不胜枚举。地铁1号线中山路站A出入口里院修缮项目是我市首个将地铁出入口与风貌建筑有机融合的典型案例，被市民誉为“最美地铁口”；宁阳路片区（上街里·银鱼巷）等3个项目被评为省级城市更新示范项目；浮岛交通公园项目作为历史城区首个集交通、公园、景观为一体的综合性基础设施项目，实现了大鲍岛文化休闲街区与上海路—武定路历史文化街区的连接……

据了解，2023年，历史城区完成房屋保护修缮约11万平方米、更新改造6.2万平方米，正在推进5万平方米保护修缮任务。已完成胶州路、武定路道路整治，目前正在实施中山路地下管网及路面改造工程；中山商城人防停车场等5处新建停车场均已对外开放，新增1300余个停车位；建成水龙池子广场等3个街心公园，为市民、游客提供更多休闲游憩空间。

打开城市生长“新空间”

如果拨开表层现象，会发现老城复兴的内在基因来源于青岛对历史文化的赓续与传承、对城市风貌的保护性修缮，更来源于对产业业态的促进与重塑、对整体环境的提升与优化和对文旅融合发展的支持与坚守。

初建于19世纪末的馆陶路曾是青岛著名的“洋行一条街”，当年殖民在此的德国当局将此规划为“洋行区”。如今，搭乘区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）签署的春风，这里成为青岛市重点打造的更高水平对外开放新高地。中国北方国际油气中心、山东国际航交所、RCEP青岛企业服务中心等众多平台项目纷纷在此落地。

2023年，青岛按照“文脉契合、差异定位、多元互补、宜居生态”的原则，因地制宜打造浙江路海誓山盟婚恋主题艺术区、劈柴院特色美食和文化体验区等17个业态片区，广泛招引国内头部公司和青年创业企业等网红潮牌业态，大力恢复青岛老字号，满足不同消费需求。已引入餐饮美食、精品住宿、文化体验、创意零售、休闲娱乐等业态289家，运营面积达17万平方米，安娜别墅、青岛小馆等一批新落位业态成为网红打卡地；四方路、即墨路实现顺利开街，太兴里、三兴里等重点里院首批商户开业运营。同时，注重市集活动常态化，组织258家快闪商户入驻上街里野馄饨市集、大鲍岛院子市集等各类市集，通过规范运营管理、延长营业时间等手段，吸引市民游客在老城区夜游、夜宴、夜购，提升夜经济消费水平。

同时，街区还不断丰富文化活动，聚集人气。持续开展老城艺术展演季系列活动，在吉善里、广兴里、水龙池子广场等地策划打造《里院》话剧、音乐会、巡游等演艺活动两千余场；利用春节、暑期等重要节假日成功举办“旅游艺术季”“啤酒节”等主题活动，将国际博物馆日、中国旅游日、青岛中秋晚会等40余场文旅活动引入历史城区，实现“月月有主题、周周有活动”，全方位、立体化提升历史城区人气热度。数据显示，老城单日最高人流量达30余万人次。

人民城市人民建，人民城市为人民。提升城市发展质量，是高质量发展的重要任务，更是民生福祉的有效保障。2024年是青岛历史城区保护更新三年攻坚行动的收官之年，围绕着“改善民生、传承文脉、复兴活力”三大主题，青岛历史城区将在时间的变迁中赋予历史建筑更多新生力量，成为城市“新空间”。