

汇集26家本土特色餐饮品牌，构建当代饮食社交“年轻力”新聚场，打造沉浸式、场景化夜间消费新地标

青岛“美食夜校”，何以招来八方食客

□青岛日报/观海新闻记者 曹森 黄光丽



■“美食夜校”让游客一站式“吃遍青岛”。

夜幕降临，青岛人的美食地图渐次点亮。台东这儿街人潮涌动，外焦内软的现烤猪蹄、滋滋作响的烤肉串挑动游客味蕾；老城区的博山路，沸腾的火锅与精酿啤酒奇妙碰撞……更值得一提的是，位于市南区香港中路126号的青岛“美食夜校”风头正旺，其创新“老字号+新势力”的餐饮集合店模式，一站式集齐26家青岛本土特色餐饮品牌并营业至凌晨两点，此举形成强大“美食引力场”，成为年轻人扎堆“捕捉快乐”的“深夜食堂”，开业一年餐饮总营收约2500万元。

“美食夜校”各种滋味交织，勾勒出青岛夏夜里的“风味江湖”，为青岛“夜经济”添上了浓墨重彩的一笔。据青岛市餐饮行业协会有关负责人介绍，当夜间的热浪渐渐消退，越来越多的消费者选择在夜间出动“觅食”，用美食来驱散一天的疲惫，尽情享受夜生活的美好，不少餐饮商家拉长营业时间，使得客流量实现翻番。

有专业研究机构称，消费扩容需突破“时间”与“空间”约束，时间维度通过新场景延长消费时段，空间维度通过载体创新释放消费潜能。“美食夜校”何以在风味云集的青岛美食版图中“突围”，成为“年轻力”新聚场，点亮青岛“夜经济”？带着这些问题，记者近日实地探访，一窥这所“美食夜校”火爆背后的奥秘。

打造“一站式”新模式

华灯初上，位于市南区香港中路126号的青岛“公园里”园区车辆川流不息、人群熙攘，青岛“美食夜校”坐落其间。甜晒鱼挂满一排，让人们有种身在渔村的感觉；鲜活海产品活蹦乱跳，仿佛来到了水产批发店；大圆桌与折叠椅等老物件，是对城市记忆的再现……推门踏入“美食夜校”，鼎沸人声与诱人香气扑面而来。

曹掌柜小酒馆、四方大个拉面、小帅帅微波烤肉、小田田烤鱼、西镇臭豆腐……这些青岛传统老字号和新兴网红美食同台竞艳，吸引了不少慕名而来的消费者。记者于7月25日傍晚前去探访，当天正值工作日，不过从下午5点开始，已有消费者陆续进店用餐。晚上7点不到，营业面积超3000平方米的两个大棚已座无虚席。

曹掌柜小酒馆是首批入驻“美食夜校”的餐饮品牌，以小烤肉和海鲜烧烤为招牌，在岛城运营8年多，4家连锁店覆盖市区。“我们对‘美食夜校’运营模式很感兴趣，也想借助‘美食夜校’的区位优势来放大‘老青岛味’的品牌效应，让喜爱青岛美食的顾客有更多落脚点。”曹掌柜小酒馆主理人曹国任介绍，“美食夜校”替我们做好了服务和运营，我们每天只需专心做好菜就行了。来此经营的一年时间里，旺季周末日均营业额达万元以上。”

小田田烤鱼、小帅帅微波烤肉等店铺人气也颇旺，众多市民游客慕名前来尝鲜打卡。小田田烤鱼招牌菜“甜晒烤鱼”，采用青岛本地鱼现烤现吃，外酥里嫩，极具青岛特色。已经营20多年的台东总店常年满座，用餐需提前预约，成为青岛夜宵“地标”。在青岛烧烤界“自成一派”的小帅帅微波烤肉，从20世纪80年代经营至今，“我们的微波技术不仅锁住肉汁，还避免了炭火带来的烟熏味，形成了一种独特的岛城风味。”店铺负责人王健说。

除了老品牌，“美食夜校”还能为新餐饮品牌

赋能。竹下三文鱼是岛城近年来深受年轻群体喜爱的一家刺身店，“开始只是抱着试试水的想法，作为‘美食夜校’的品类补充，没想到效果却超出预期。”主理人朱海说，“本来我们主打小众鱼类刺身，主要供给高端日料餐厅，在这里却发现三文鱼、金枪鱼和啤酒、烧烤也能碰撞出火花，这也给我们的品牌经营带来新的灵感。”

“这里有好几家我常光顾的店，以前需要跑遍青岛才能吃到的美食，现在‘美食夜校’一站式可吃遍。”市民陈明宇带着外地好友来到“美食夜校”感受青岛的烟火气，“招待朋友的首站就选择了这里，很有青岛特色。”

外地游客孙杨和朋友在小麦岛公园游玩后来到“美食夜校”，“之前做青岛旅游攻略的时候，发现有几家小吃店人气很旺。没想到在这里一次性全部吃到了。”

“青岛‘美食夜校’摒弃零散招商模式，精准引入26家青岛本土标杆餐饮品牌，网罗了从传统老字号到新兴网红美食的丰富餐饮品类，提供近600种菜品，让游客一站式‘吃遍青岛’。”青岛“美食夜校”相关负责人傅倩介绍，另外，“美食夜校”坚持鲜啤不过夜，只用当天青岛鲜啤，打好青岛啤酒品牌。“美食夜校”每晚翻台率达3至4次，外地游客占比超50%。

“既有消费新场景，也有传统老情怀，这里就是青岛版的‘文和友’。”在记者探访的几天时间里，不少受访的市民游客都这样描述这所“美食夜校”。细数国内知名餐饮IP，不得不提长沙网红餐饮品牌“文和友”，其火爆程度堪称餐饮奇迹。从特色小吃集合到老长沙市井场景打造，从明星综艺热播到千万网红打卡，“文和友”不仅是餐馆，更成为长沙的一张城市名片。而如今，青岛“美食夜校”也主打“场景+情怀”，期待复刻“文和友”的火爆。

聚焦“年轻力”新聚场

容量。

当然，抓住年轻消费群体不仅是夜晚的霓虹闪烁和烟火气，更是需要打造“有创意加码、有数字赋能、有服务托底”的新场景。

区别于传统商场等同一经营区域内各大餐饮店分开点餐、各自为战的经营模式，青岛“美食夜校”创新推出“一码点全场”服务。消费者扫描餐桌二维码，即可查看所有餐饮档口的菜品种类、价格等信息，按照喜好下单就餐。在便利消费者的同时，也对各品牌进行监管，杜绝菜品乱涨价等问题。

记者注意到，为吸引年轻消费客群，青岛“美食夜校”还推出更加个性化、品质化的服务。比如，在抖音、小红书等新媒体平台开展探店、打卡等活动，“对青岛的向往”“来青岛、吃美食”等相关话题曝光量超50万次。

新消费时代，年轻人在为“情绪价值”买单的同时，也热衷于“比价”，更在意消费“性价比”。

青岛“美食夜校”不断优化提升服务品质，部分海鲜档口、百货档口等与农贸市场同等价格档次，市民游客花“啤酒屋”的钱，可在这里享受到中高档餐厅的品质。同时，建立“桌巡+线上”立体反馈机制，以星级酒店的品质标准对各商户卫生、食材等重点环节进行监管，切实保障消费者权益，让市民游客放心、安心消费。

青岛“美食夜校”距离小麦岛仅2公里。作为青岛的“网红”小岛，小麦岛凭借其优越的地理位置、海岛风貌、生态环境和360度观海体验，在抖音、小红书等社交平台上迅速走红。夏日旅游旺季，小麦岛每日接待游客2万余人次，成为年轻游客的“宝藏”打卡地。

与年轻游客“种草”小麦岛一样，“一站式打卡”26家青岛特色美食，对于年轻人而言同样具有吸引力。更何况，在某一餐饮点评客户端上，青岛“美食夜校”在青岛烧烤串串热门榜上排名第一，这无疑押中了年轻人的消费喜好。

与传统夜市不同，青岛“美食夜校”筛选的餐饮品牌既有流量又有品牌沉淀。“前期，我们做了大量的品牌筛选工作，让‘美食夜校’综合了夜市的烟火气和门店的优质体验，同时‘美食夜校’的消费客单价也适中，这牢牢抓住了年轻人的消费心理。”傅倩表示，“像曹掌柜小酒馆这样的品牌，具有较广的知名度和认可度，基本都在餐饮平台的必吃榜上，能够带来复购和流量。”

“来青岛，上‘夜校’，吃美食”“晚上十点半乌泱全都是人，外边也是一堆人”“不管夏天还是冬天，每天晚上这里基本都是满的”……在社交平台上，各地游客的留言和打卡笔记提升了青岛“美食夜校”的热度和声量，同时也推高了它的“夜经济”。

青岛“美食夜校”火爆密码

●精准引入26家青岛本土标杆餐饮品牌，网罗了从传统老字号到新兴网红美食的丰富餐饮品类，提供近600种菜品，让游客一站式“吃遍青岛”。

●创新推出“一码点全场”服务。消费者扫描餐桌二维码，即可查看所有餐饮档口的菜品种类、价格等信息，按照喜好下单就餐。

●建立“桌巡+线上”立体反馈机制，以星级酒店的品质标准对各商户卫生、食材等重点环节进行监管，切实保障消费者权益。

●“公园里”园区内同步布局酒吧、咖啡馆、文创店等多元业态，形成了集美食、休闲、娱乐、购物于一体的“一站式”消费圈。

焕新“夜经济”新地标

“夜经济”已经成为促进城市消费升级的新引擎。“夜经济”的繁荣，不仅是消费激情的释放，也是促进就业的保障；不仅是经济增量的重要来源，更是城市软实力提升的关键路径。

“青岛‘夜经济’正不断释放新活力，从奥帆中心的海上灯光秀到青岛‘美食夜校’的烟火气，再到小麦岛的星空音乐会，通过打造‘全域旅游’夜间版图，激活资源流动，让青岛的夜间消费市场成为文化与烟火共融的‘生活剧场’。”青岛市委党校科研部副主任荆晓燕受访时说，更多游客在这里感受“新潮流”，青岛的夜间经济一定会释放夺目光彩，成为推动城市高质量发展的重要力量。

青岛“美食夜校”声名鹊起后，也带火了其所在的“公园里”园区。“公园里”园区前身是齐鲁石化青岛疗养院，在培训疗养机构改制过程中，疗养院实现“腾笼换鸟”。依托地理位置优势，“公园里”为老年人和旅居游客提供舒适、安全、有社交活动的旅居环境，打造集医疗、健康管理和服务于一体的综合体，并获评青岛市市级现代服务业集聚区。

“齐鲁石化青岛疗养院建成于20世纪80年代，内有十余个楼座。随着时间推移，基础设施严重老化，亟待更新。”“公园里”园区负责人王雪峰介绍，疗养院在2023年底实施更新改造，不仅园区环境和配套设施得以更新，而且产业也实现“焕新”。目前，园区吸引曜石嘉行、兰汀、怡海居等旅居养老酒店；醇味大院、泰食悦、尚誉臻宴等特色餐厅；青岛圣德乐康养服务有限公司、青岛七繁医疗美容医院有限公司、青岛华基联合生物科技有限公司等医疗康养企业入驻。

“青岛‘美食夜校’是园区内占地面积最大的餐饮集聚区，为市民游客提供了很好的就餐体验，提升了园区的人气和烟火气。以前，‘美食夜校’所在的位置是疗养院的锅炉房煤场和花房，在更新改造时打造成可同时容纳700余人的两个大棚，另外园区新修建的公共停车场解决了食客的停车问题。”王雪峰说，园区内同步布局酒吧、咖啡馆、文创店等多元业态，形成了集美食、休闲、娱乐、购物于一体的“一站式”消费圈。

夜晚的青岛“美食夜校”几乎座无虚席，而“公园里”园区内的500余间客房也是“一房难求”。“美食夜校”和“公园里”可谓相互成就。如今，“公园里”园区也正如其名，不仅拥有公园般的优美环境，更形成时尚现代的商圈，呈现出丰富多元的居住、工作、游玩、消费场景，焕新为青岛“夜经济”新地标。

业内人士表示，随着“新三代”消费者成为主力，“夜经济”需构建分层内容体系，为“后Z世代”“千禧一代”“新银发族”定制精准场景，这种需求触达将推动“夜经济”从“流量红利”转向“价值深耕”，成为长效增长引擎。“美食夜市+旅居养老”正好可以实现“新三代”消费全覆盖，进一步释放消费潜力，点燃青岛消费新活力。



■青岛“美食夜校”门口。
■“公园里”园区航拍。
本版摄影 邢志峰