

顺兴楼将里院文化融入餐饮业态,英记楼入驻即墨路变身体验空间,瑞蚨祥创新打造沉浸式旗袍体验馆,亨得利、春和楼、天真摄影等商家“触网”驶入消费新蓝海

发力新消费,历史城区“老字号”焕发“年轻态”

□青岛日报/观海新闻记者 曹森 余瑞新



■位于中山路上的老字号亨得利和春和楼。 邢志峰 摄

在新消费浪潮中,如何让“老字号”活在当下、走向未来,正成为摆在众多老字号品牌面前的一道必答题。

“头戴盛锡福,脚踏新盛泰,身穿谦祥益,手戴亨得利,看戏上中和,洗澡天德堂,吃饭春和楼,看病宏仁堂。”这句老青岛人耳熟能详的顺口溜中,可以窥见中山路昔日的繁华商业面貌和在人们心中的地位。

作为山东老字号集聚区,青岛中山路区域汇聚春和楼、苟不理、亨得利等33家老字号品牌,在岁月嬗递中成长为青岛的活态记忆馆。随着历史城区保护更新的持续推进,中山路人气、商气、烟火气日渐升腾,再度成为游客打卡青岛的“第一站”,那些在历史长河中黯然退场的不少“老字号”又重新回归,凭借深厚的历史积淀和新潮的“年轻态”,开启一场年轻化复兴之旅。

“年轻态”重塑商机

新形势下,老字号的消费客群“主力军”都是谁?

在记者多日探访和市场调查中发现,年轻群体已开始成为老字号消费的新主力军。抖音生活服务发布的《2024抖音老字号年度数据报告》显示,“90后”占老字号购买者的40%,是购买老字号最多的群体;“00后”下单量增长最快,同比增速达95%。

新消费群体的崛起,对老字号品牌来说,拥抱年轻人就是拥抱未来。青岛的老字号商家也意识到这一点,大力推进场景再造、跨界混搭,并借助数字化手段精准触达年轻人,期待持续打动新一代消费者。

“抓住‘Z世代’的消费需求和习惯很重要。”孟庆钢作为瑞蚨祥的传承人,深知抓住年轻人的经营之道。他表示,此次瑞蚨祥重新开张,在坚守文化底蕴与匠心技艺的同时,将店铺打造成集文创手作、藏品展示、变装拍照、儒商学堂等功能于一体的复合型空间,服装的售卖被嵌入更具互动性与社交属性的消费场景中,创新打造沉浸式旗袍体验馆,同时店里还陈列着精美的国风饰品。“最特别的是,这里还能品尝到现磨咖啡和特调饮品,让传统与时尚完美交融。”孟庆钢说。

复合空间、多元体验是时下新消费场景的主流,正不断为消费市场注入新活力。“老字号”也在新消费时代中重构商业生命力,新的英记楼不仅售卖糕点,更是一个活态文化空间,游客可以亲眼观摩“酥里藏金”的古老技艺,在绵软甜香中触摸胶东糕饼的百年风情流转;大邱包子在坚守传统“三揉三醒”工艺的同时,不断“上新”口味,新馅料已从最初的4种丰富到如今的18种。此外,大邱包子还新增现磨咖啡,一口包子一口咖啡,既能传承又添商业新机。

拥有134年历史的“岛城鲁菜第一楼”春和楼,曾接待过无数名人贵客。其香酥鸡、油爆海螺、九转大肠等经典菜肴,早已超越菜品本身,成为几代青岛人味觉记忆中的乡愁坐标。如今,春和楼以全新面貌迎客,中国红元素装点门面,在保留传统底蕴的基础上,注入更加轻盈的时代感。在菜品传承方面,坚守鲁菜本味的同时,大力开发创新菜品,推出“老字号+新派融合菜”的菜单,将传统鲁菜与现代烹饪技艺相结合,迎合年轻人的口味偏好。值得一提的是,春和楼的“看家菜”香酥鸡一年销量高达60余万斤。在推出电商平台后,香酥鸡线上销量实现翻倍。

在数字化浪潮中,老字号品牌打通线上与线下销售渠道,驶入消费新蓝海的事例不胜枚举。例如,天真摄影通过天猫旗舰店将业务扩展至全国,线上营收占比超50%;海滨食品则在电商平台开设旗舰店,实现线上线下联动销售;宜今糕饼通过线上推动,产品复购率可达40%;亨得利67岁掌门人亲自下场直播带货……

越来越“年轻”的青岛老字号正在加速布局线上渠道,主动拥抱新时代,在新消费赛道中占据一席之地。

在青岛国际厨艺交流协会会长戴云海看来,老字号绝不能守着老招牌“摆架子”,而要在保留老风味的基础上,适配当下年轻人的需求,比如优化用餐场景、链接复合业态、布局线上渠道等,实现老字号的“逆势增长”。



■位于大鲍岛即墨路的瑞蚨祥。 余瑞新 摄

在创新传承中“破圈”

青岛目前拥有中华老字号23家、山东老字号21家、青岛老字号79家。2024年,全市中华老字号和山东老字号实现总营收878.14亿元,在全省中华老字号和山东老字号总营收中占比达32.77%,稳居全省首位。亮眼数据的背后,是青岛老字号企业创新活力的全面迸发。

如何守住老字号品牌的文化底蕴与匠心技艺?怎样保持动态演进的能力,构建能够与“Z世代”对话的语言体系……在业内专家看来,老字号的转型不能仅停留于“复古情怀”或“视觉升级”的表层包装,而应构建围绕“内容、体验与渠道”的系统性创新路径。

“青岛老字号不仅是城市历史的财富、文化的符号,更应成为引领时代的潮流。”青岛市老字号企业协会轮值会长沈健基指出,面对海洋文旅兴起与历史城区更新的双重机遇,老字号应以“文化+场景+政策”三位一体的发展路径,实现有生命力的持续成长。

当然,“老字号向新而生”不仅仅是一句口号,而是一套完整的产品逻辑和用户体系。今年4月,在青岛举行的第20届中国电影表演艺术奖活动中,春和楼、鑫复盛等4家老字号联手打造“青岛宴”,以油爆海螺、香酥鸡等12道经典菜肴待嘉宾,得到众多明星认可,为老字号打开了全新流量入口。沈健基说。

“借助特色节庆活动的影响力,不仅推动了老字号产品‘出圈’,更有助于老字号企业在新消费语境中实现经营‘破局’。”中国烹饪协会主席团副主席、青岛市餐饮行业协会资深会长李东深建议,在消费需求日益细分、市场竞争日趋激烈的当下,政府与行业组织应通过营造消费氛围、举办特色活动等方式拉动内需。“日前在大鲍岛举办的青岛首届里院美食节,就是通过高水平美食文化活动的形式,既传承饮食文化,又助力历史街区焕新,让市民游客看到里院美食街有别于闽江路、登州路等美食街的独特魅力。”李东深说。

历史街区不仅为老字号提供了焕新的舞台,更通过系统性的赋能,让它们从“老”的象征,转变为街区焕新的文化符号与商业引擎。今年3月,青岛在中山路启动老字号非遗特色美食街建设,同步制作《老字号乐购青岛地图》,将老店旧址转化为可逛、可赏、可打卡的城市文旅新景观。如今,大鲍岛正在即墨路打造“鲍岛食里”美食街,也将构建一个集老字号、非遗、手作于一体的传统文化集聚区,通过“非遗+”模式,推动老字号开发跨界联名产品,打造老市井里的“新潮牌”。

对“老字号”而言,深厚的文化底蕴是其商业传承的根基,而持续的创新求变是激活其新消费潜力的关键。无论是在百年中山路新潮流场域布局,还是在不断创新中实现年轻化“突围”,我们期待青岛老字号从老的“情怀牌”升级为新的“消费引擎”。

青岛“老字号”开启年轻化复兴之旅

瑞蚨祥:将店铺打造成集文创手作、藏品展示、变装拍照、儒商学堂等功能于一体的复合型空间,服装的售卖被嵌入更具互动性与社交属性的消费场景中。

英记楼:不仅售卖糕点,更是一个活态文化空间,游客可以亲眼观摩“酥里藏金”的古老技艺,在绵软甜香中触摸胶东糕饼的百年风情流转。

大邱包子:在坚守传统“三揉三醒”工艺的同时,不断“上新”口味,新馅料已从最初的4种丰富到如今的18种,还新增现磨咖啡。

春和楼:坚守鲁菜本味的同时,大力开发创新菜品,推出“老字号+新派融合菜”的菜单,将传统鲁菜与现代烹饪技艺结合。

“老字号”焕新回归

创立于1912年的顺兴楼,是一家百年鲁菜老店,曾声名远播,和春和楼、聚福楼等餐饮名楼齐名,是许多文人墨客、社会名流的心头好。

今年国庆中秋假期期间,位于中山路19号的顺兴楼开始试营业,时隔70余年后回归老城。楼外各种特色复古招牌林立,“顺兴楼”牌匾高悬在上,整体装修突出牌匾和木制元素,结合黄铜和石材的质感,呈现出厚重的文化历史感。

“如今的顺兴楼在传承中创新,在包间命名上,以三江里、骏业里、平康里、太兴里等里院命名,将青岛特有的里院文化融入餐饮空间;在菜品传承上,则复原了梁实秋笔下的氽鱼翅、黄鱼水饺等经典菜品,让无数文人墨客念念不忘的美味重现江湖,重新开业后迎来一波寻味的市民游客。”上街里顺兴楼大酒店总经理李栋梁说。

一批“老字号”回归,为老城浓郁的“烟火气”再添一把火。

今夏,在即墨路6号,一家挂着“瑞蚨祥创始人”匾额的店铺开张。这里是瑞蚨祥旧址的后院,原建筑的水清墙面、山墙弧线,以及青砖墙上百年前的雕花痕迹仍依稀可见。店内,丝绸画与旗袍工坊的布局延续着老店“前店后厂”的传统。“这不只是一次商业回归,更是一次文脉的接续。”瑞蚨祥第六代传人、瑞蚨祥连锁创始人孟古川第五代玄孙孟庆钢如是说。

不止瑞蚨祥。在大鲍岛即墨路与潍县路交会处,百年老字号英记楼已悄然入驻,以全新姿态续写着青岛的味觉记忆。始创于1906年的英记楼历经辉煌、沉寂与重生,其制作的鸭腿酥以68层酥皮闻名,薄透如蝉翼,入口即化,曾是“岛城一绝”。

如今,在大鲍岛区域即墨路,高家糖球、玉桂花饽饽、劈柴院锅贴等20多家青岛老字号入驻。这条曾深植于老青岛记忆中的街道,以“鲍岛食里美食街”的崭新面貌惊艳亮相,迅速成为市民游客“寻味青岛”的最佳地。

而在中山路上,已有春和楼、海滨食品、天真摄影等9家老字号在此扎根,今年还将有孚德、佛桃等3家老字号企业计划入驻,盛锡福正在升级改造,宏仁堂也将对原有门店焕新升级,青岛的老字号集聚形态再度丰盈。

随着城市更新与文旅融合的深入推进,老字号被赋予了连接历史文脉与商业未来的时代使命。“我们通过政策引导与市场运作相结合,促进老城区逐步构建起一种‘新旧共生’的有机生态。”市南区商务局相关负责人介绍,一方面,政府通过资金配套、减税减租等举措,支持春和楼、海滨食品等存量老字号开展品牌创新、市场拓展;同时积极引进新的老字号,打造集聚效应,推动“老字号+餐饮”“老字号+文创”等新业态发展。另一方面,市南区也通过举办老字号座谈会、推动电商平台合作、组织参展推广等方式,助力本地品牌“走出去”,提升影响力。



■市民在即墨路高家糖球店内挑选文创商品。



■小学生老字号玉桂花饽饽店内体验面塑DIY。



■位于中山路19号的百年老字号顺兴楼已经开始试营业。 邢志峰 摄