



开栏的话

老字号具有很高的经济、文化价值，是弥足珍贵的自主品牌。目前，青岛市已经有中华老字号企业23家、山东老字号企业21家、青岛老字号企业61家。这些从时间中走来的老字号企业，也正在时光沉淀、市场历练中焕发新气象、开拓新市场。本报推出“老字号 新国潮”系列报道，通过文字、视频等全媒体方式，记录青岛老字号求新求变的故事。

这杯很青岛！ 崂山白花蛇草咖啡亮相

青岛老字号联手国际咖啡品牌 推出崂山白花蛇草水冷萃圈粉年轻人



责编：王亚梅 美编：王衍斌 审读：王法军

当有着青岛神水之称的“崂山白花蛇草水”遇到有着60年历史的加拿大国民品牌TIMS咖啡，它们会擦出怎样的火花？近日，由青岛崂山矿泉水有限公司与TIMS咖啡联手打造的崂山白花蛇草水冷萃正式亮相，白花蛇草的独特风味与咖啡的浓郁香气融合在一起，让人们不得不感慨：“这一杯真的很青岛”。白花蛇草水是青岛老字号品牌的代表，由于其特殊的口味，近年来已经成为青岛饮料品牌中的“顶流”，此番与TIMS咖啡的联名，让作为中华老字号的白花蛇草水开启了品牌发展新征程。



一杯青岛人自己的咖啡

4月28日，一款名为崂山白花蛇草水冷萃的新品在TIMS咖啡青岛九家门店同步上线，这是青岛崂山矿泉水有限公司与TIMS咖啡共同推出的城市限定产品，消费者只有在青岛的TIMS咖啡门店才能买到崂山白花蛇草水冷萃。当天，记者在位于万象城的TIMS咖啡门店品尝了崂山白花蛇草水冷萃，刚入口时，就能感受到浓浓的白花蛇草水的味道，与咖啡的苦味进行强烈碰撞，喝完之后，又能感受到白花蛇草水的淡淡回甘。新品推出当天，不少附近写字楼白领前来体验。

TIMS青岛营运督导王晓现场演示了崂山白花蛇草水冷萃制作的全过程，透明的杯子里装着大半杯冰块，先将白花蛇草水倒入杯中，将冰块完全覆盖，再倒入TIMS咖啡原液，一杯崂山白花蛇草水冷萃就制作完毕。除了购买现场制作的崂山白花蛇草水冷萃外，店员还鼓励顾客购买

TIMS咖啡原液，根据自己的口味回家自制。

“这是一杯青岛人自己的咖啡！”华润大厦白领王女士品尝崂山白花蛇草水冷萃后这样评价。

经历半年时间研发

尽管崂山白花蛇草水冷萃的制作过程看上去非常简单，但背后却经历了长达半年的产品研发。“白花蛇草水是一款口味比较独特的饮料，所以我们选择了中度烘焙的咖啡豆，这样咖啡的味道不至于太苦也不会太淡。”王晓说。崂山白花蛇草水冷萃研发的关键问题在于配比，王晓依然记得研发过程中的不易，那段时间，他每天都在研究白花蛇草水、咖啡原液和冰块之间的配比。王晓说：“这三种成分就好像是产品的三个维度，只有达到一个基本的平衡，才能确定最后的标准。”为了调整产品的口味，王晓和他的同事至少经历了上千次的调配，终于确定了配比的标准。

在产品的研发过程中，王晓也会邀请店里的顾客进行盲测。“很多顾客马上就喝出了白花蛇草水的味道，并且对新品给出了很中肯的意见。”王晓介绍。

谈及这次与崂山白花蛇草水的联名，TIMS咖啡青岛运营负责人张玉丽介绍，TIMS作为国际连锁品牌在中国市场也在寻找本土化的路径，我们希望寻找不同城市的独特味道，对于青岛这座城市而言，崂山白花蛇草水就是这座城市的独特口味，期待这次与崂山白花蛇草水的联名能使TIMS品牌让更多青岛消费者接受。

白花蛇草咖啡背后的商业逻辑

跨界联名已成为品牌创新的基本操作。2023年，茅台联手瑞幸咖啡推出了酱香拿铁，在都市白领群体中掀起热潮。并非所有的联名跨界都能大获成功，品牌之间的联名同样需要有缜密的商业考量。青岛青饮文旅产业发展有限公司副总经理许隽向记者道出了本次牵手TIMS咖啡背后的商业逻辑。

许隽介绍，崂山白花蛇草水已经成为青岛饮料甚至是文旅领域的知名IP，尽管拥有较高的知名度，但崂山白花蛇草水也面临着发展困境。首先，崂山白花蛇草水作为青岛特色产品吸引了消费者的关注，但很多消费者购买崂山白花蛇草水的主要目的是为了尝鲜，产品存在复购率不够高的问题。第二，崂山白花蛇草水的主要消费群体年龄层总体偏大，品牌希望在满足现有客群的同时，能吸引更多的年轻消费者。基于以上两点，崂山白花蛇草水选择与全球第二大咖啡品牌TIMS合作，共同推出崂山白花蛇草水冷萃。

在许隽看来，崂山白花蛇草水冷萃这款联名产品具有国际化、年轻化和社交化三大特色。国际化方面，TIMS咖啡本身就是国际化的连锁品牌，通过与TIMS的合作有助于提升崂山白花蛇

草水的国际知名度；年轻化方面，年轻人已成为咖啡的主要消费群体，而TIMS咖啡的主要消费群体都是年轻人，我们选择TIMS咖啡品牌就是希望通过咖啡这一载体让更多的年轻人认识白花蛇草水。社交化方面，崂山白花蛇草水在小红书、抖音等社交媒体上本身就带有一定的话题性，本次通过与TIMS咖啡的联名，进一步增强产品的话题性，有助于进一步提升产品的知名度。

老字号借力实现弯道超车

作为中华老字号产品，崂山白花蛇草水近年来在社交媒体上屡屡出圈。在小红书、B站等社



崂山白花蛇草水与TIMS咖啡联手推出崂山白花蛇草水冷萃。



工作人员正在制作崂山白花蛇草水冷萃。

交平台上，许多知名博主发布崂山白花蛇草水的相关内容。尽管盛名在外，但崂山白花蛇草水更需要的是把知名度转化为销量。许隽认为，大部分老字号品牌存在发展局限性的问题，很难走出本地市场。究其原因，大部分老字号品牌实力相对较为薄弱，而品牌的全国推广需要耗费巨大的资金进行渠道的铺设和广告的投放，老字号品牌难以承受这样的资金压力。因此对于老字号品牌来说，想要实现弯道超车必须要学会“借力”。

许隽介绍，崂山白花蛇草水与TIMS咖啡的合作就是看中了TIMS在全国范围内众多的门店和年轻的消费群体，未来，青岛崂山矿泉水有限公司还将与TIMS咖啡共同推出即饮的崂山白花蛇草咖啡产品，并且将通过TIMS咖啡在全国的门店推广，借助这种方式，也将开启崂山白花蛇草水走向全国的进程。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛