



冰城餐饮店内“藏”着博物馆。

“打造消费新场景,冰城内涵更出彩”系列观察之餐饮篇—— 一餐一饮皆有故事 游客恋上“冰城味道”

■实习生 魏诗睿 本报记者 刘首辰文/摄

刚刚在饭店过完65岁生日的张大爷,显得意犹未尽。这次就餐,让他想起年轻时生活、工作的场景。那是一段激情燃烧的岁月。

这家饭店通过空间设计和老物展示,变成了黑土地“供销社记忆文化博物馆”——店内展示了粮票肉票、老式收音机、黑白电视机等二十世纪六七十年代哈尔滨人日常生活的诸多老物件。饭桌上,从未见过这类物品的小孙女一个劲儿追问“这是啥”“那是啥”,全家人也跟着回忆起熟悉的过往时光。

餐饮消费持续迭代升级,人们在“吃什么”之外,更在意是否吃出特色、吃出品位和新体验。作为一座人文底蕴深厚的浪漫之城,哈尔滨一批餐企以文化赋能为抓手,在满足消费者味蕾的同时,通过“餐饮+文化”等方式打造丰富文化场域,推进冰城餐饮消费创新升级。



老厨家饮食博物馆吸引大批消费者打卡。



大生活供销社记忆文化铁锅, 纯打造多样消费新场景。



在美食之旅中了解东北餐饮文化。

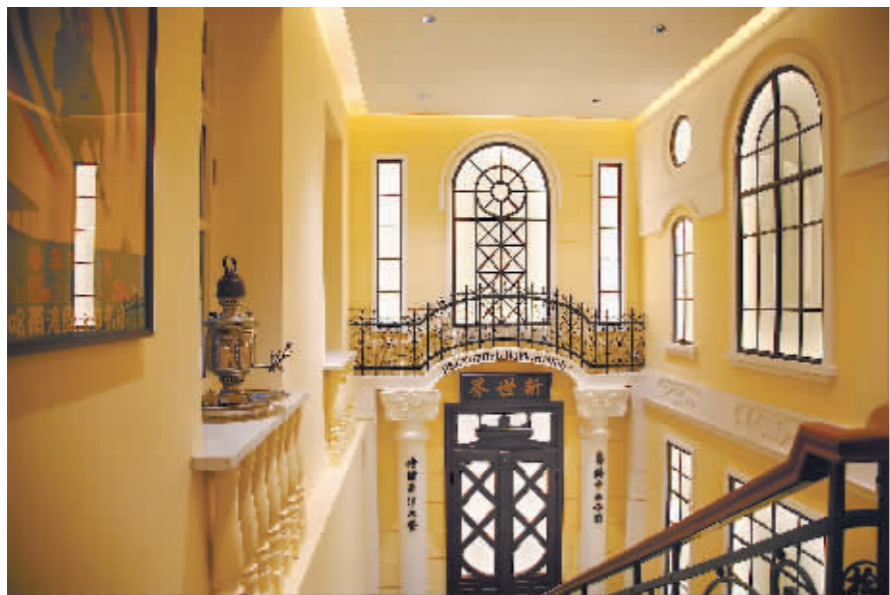
A 餐厅“引入”博物馆 提供情绪价值共鸣时代记忆

张大爷的生日宴是在一家名为“大生活供销社记忆文化铁锅炖”的饭店举办的。“听说这里主打供销社怀旧主题,就想着带着老父亲来看看,没想到不仅装修风格很有年代感,很多展品都是当年真实留存的老物件。”张大爷的儿子张先生说。在这家饭店,供销社时期的日常商品店风格收银台格外引人注目,玻璃柜台中展示着颇具年代感的田字格本、钢笔、墨水、牙膏、肥皂、小人书、橡皮泥等物品;货架上摆满了贴着双喜字的老式茶缸和洗脸盆、竹壳暖壶,以及军绿挎包等物品。在收银台对面展区,展示着粮票、肉票、食油票、副食票等多类票证。餐厅走廊里,摆放着“二八大杠自行车”、手摇式冰糕桶等等众多怀旧物品。

据告诉记者,餐厅60%的营业面积用于文化元素展示,回应20至60岁全年龄段人群的时代记忆,与众多消费者产生共鸣,为其提供情绪价值。“现在几乎每晚都客满,用餐至少提前两天预订。”道里区尚志大街的拾楼壹号饭店,不仅“藏”着一座博物馆,还以场景“复原”方式呈现哈尔滨饮食业中西兼容的百年历史。“餐厅本身是哈埠菜馆。店内博物馆则以哈埠菜百年历史为脉络,收藏展示了上千件餐饮城史文物,有老饭店牌匾、照片、票证、广告、菜谱、饮食器具等。”拾楼壹号创办者宋兴文告诉记者,“哈埠菜历史收藏馆”占整个餐厅面积的30%,展陈面积200余平方米,独立成区,其独树一帜的文化属性和“哈尔滨范儿”氛围吸引了很多客人。拾楼壹号去年开业至今,不仅本地回头客的光顾比率很大,外地游客也在逐渐增多。



在拾楼壹号追寻哈埠菜的百年历史。



哈埠早期中餐大饭店“新世界”场景复原。本版部分图片由受访者提供

B 满足多元消费需求 城市文化“加持”餐企品牌“攻心力”

哈尔滨很多老字号餐饮坚持创新,让消费者享受美食的同时,感受城市文化的魅力。早在2014年,老厨家在友谊路创立了哈尔滨首家博物馆式体验餐厅,引领了餐饮消费新风尚,满足了更多消费者在饮食环境、文化、体验等方面的需求。

“其实消费者需求变化,市场就跟着变了。”万店策划人、博思(黑龙江)创意设计创始人金磊介绍,以前顾客吃饭只是满足口腹,随后对硬件环境有要求,然后对音乐、服务有需求,而现在开始有文化体验需求。“消费者的需求在升级,所以企业的文化也在升级。”

现在正值哈尔滨夏季旅游旺季,上海游客苏女士手机里存的哈尔滨饮食攻略第一个关键词就是“老厨家”。“每次旅行到新的城市,我都会去了解当地和体验当地的文化,在专门的博物馆之外,在吃的过程中深入体验城市文化,这种感受真的很棒。”苏女士说,“当我看到油炸冰棍的由来,真的很佩服那个年代哈尔滨人的智慧;锅包肉的酸甜口尝试,体现了那一代人的创新精神,我认为也是这座城市精神的体现。”

“每到旅游旺季,老厨家部分门店门前就会排起长队,有的顾客是带着行李过来的。”老厨

家第四代传承人郑树国告诉记者,每年都会有媒体采访他“旺季客流量如何?”而他每次只能回答“因为店面有限,接待量没有变化,从另一层面来说是流失量更大了。”为此,最近几年,郑树国陆续在国展、哈西开设分店。今年4月末,他又在道里西三道街打造了老厨家旗舰店,用更大的面积来突出饮食博物馆特色,目的就是让更多消费者感受到哈尔滨独特的中西合璧、多元的餐饮文化。

道里西三道街旗舰店共1800平方米,其中博物馆的展示空间达到500平方米,展品包括清末的老牌匾、老餐具、老菜谱,以及中国首个转桌、80年前油炸冰棍的设备等等。“在中央大街这样一个寸土寸金的地方,创造商业价值是首要的,但把文化传播出去了,助力品牌形象提升,会带来更多意想不到的外溢效应。”郑树国相信文化加持的引流逻辑。

C 深挖城市丰厚历史 让“哈尔滨的故事”具象化

目前,哈市已有如哈尔滨记忆、秋林西餐、江鱼壹号、拾楼壹号、大生活铁锅炖等众多融入与城市文化相关的“文博”主题餐厅。同时,也有一批突出地方菜品特色文化的菜馆,也逐渐成为城市形象的代言和美食地标。如有凸显哈尔滨市井气息的“山河屯铁锅炖”、有坚持鲁系民间菜体系的“同合居”、有清真美食为本真的“老仁义”、传承龙江老味道的“宏达老菜馆”等美食餐厅。

“哈尔滨饮食文化的形成与发展,有着强大的城市文化内在基因,有着多元文化带来的不同元素,在渐进发展过程中,形成自己特有的风格。”从事多年文化产业、饮食文化研究工作的黑龙江大学历史文化与旅游学院教授朱桂凤认为,哈尔滨城市文化中开放、包容、多元

的元素,已嵌入餐饮行业,并促成了哈尔滨饮食文化的形成,使得哈尔滨的饮食文化具有城市文化的历史痕迹。“文化成为餐饮市场上主打地域特色美食的餐饮企业的‘底气’‘自信’‘灵魂’,餐企顺势成为文化传播和推广的窗口。”

诸多餐企在店内装饰和菜品经营上以本地特色为主,成为哈尔滨餐饮市场的最具代表性的实体,在市民心目中有着很强的亲和力。“商家从不同的角度、维度传递着哈尔滨的本土文化,讲述‘哈尔滨的故事’,展现‘哈尔滨的气质’,通过舌尖味觉让哈尔滨的美具象化,消费者在精神上得到满足和喜悦,为更多人爱上哈尔滨加分。”朱桂凤说。

拾楼壹号创办者宋兴文表示,哈尔滨的历

史文脉具有独特性,道里、道外、南岗三个主要历史城区及其街区都有可挖掘的丰厚历史与文化,应该针对其不同特点,打造包括餐饮业态在内的不同文化属性业态。“当务之急是活化利用那些濒危的老建筑,及时修缮解危,挖掘其历史,传承其文化,唤醒其灵魂。”宋兴文告诉记者,他创办的拾楼壹号正是活化哈尔滨历史及老建筑的项目之一。饭店现址建筑始建于1910年左右,经过外立面复原和内部装修后,活化为“十楼一号”文化复合体,打造成沉浸式的“哈尔滨范儿”历史文化体验空间。

“目前哈市还是以单店的文化传播为主,我相信再往前发展就会变成文化综合体。”博思(黑龙江)创意设计创始人金磊认为,随着公众的文化消费日渐旺盛,商业形态也会紧紧相随,一种全新的“文商旅”新经济生态将会在哈尔滨等旅游热门城市出现并壮大,“在这个新生态中,文化是高度,商业是厚度,旅游是广度,通过打通文商旅全产业链,将会融合发展走向一个新的高度。”