



冰城夏都游带动餐饮经济繁荣,哈市前11个月新增“铁锅炖”数量赶超前两年同期之和。曾经的农家菜已“晋升”为地标美食,并迅速向高端范儿赛道进发——

冰城铁锅炖,缘何连年火“出圈”

本报记者 李佳琪文/摄

掀开锅盖,一股浓郁醇厚的香气扑面而来。锅内是色泽诱人的排骨、鸡块等,其间“点缀”着吸饱了肉汤汁的土豆块和玉米段;锅边缘贴着的是软糯的玉米饼、小花卷,散发着诱人的面香……这一锅,便是东北“热辣滚烫”的人间烟火。

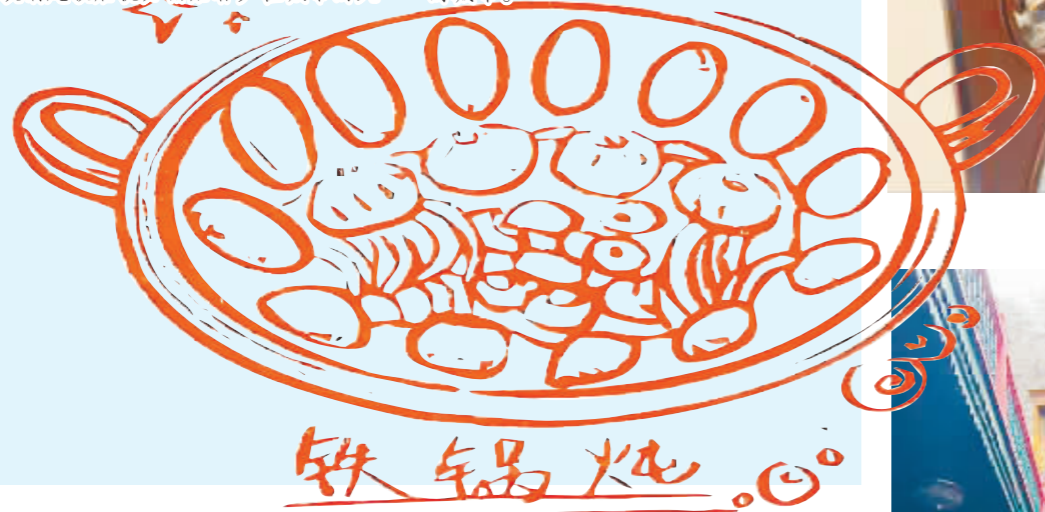
去年年底,哈尔滨火“出圈”,也带火了东北特色美食铁锅炖。今年,冰城商家瞄准契机,借势迅速扩张,一家家铁锅炖饭店犹如雨后春笋在城市的大

街小巷迅速扎根。市市场监管局数据显示,今年前11个月,新登记名称或经营范围含有“铁锅炖”的经营主体达292户,数量赶超前两年同期数量的总和。

造场景、推文化、重食材、拼口味……如今,哈尔滨的铁锅炖不再是“千篇一律”的花布棚墙、大鹅“当家”,而是炖出了各具特色的味道,给予食客更加深刻的印象。人们为了“诗和远方”开启一次旅程,也会因为地道美食记住了哈尔滨这座不一样的城市。



进入11月,哈尔滨的铁锅炖门店总会出现排队情况。



铁锅炖

A 2024年前11个月新增292户,哈尔滨铁锅炖四季火

“刚才还说有位置,这才过了10分钟,就排上队了,也太火了!”中午11时45分,在道里区通江街上的家铁锅炖店内门口,已经排了3桌的等位客人。一位食客告诉记者,她事先确认店里有位置,就带着朋友迅速赶过去,没想到前后就10分钟的工夫,门口就排满了人。该店主告诉记者,从上个月初开始,到店就餐的游客开始多了起来,午餐、晚餐都会出现等位情况。

2023年哈尔滨火爆“出圈”,东北美食铁锅炖也“声名远播”,一直火到2024年。“从去年11月开始,客流量出现了明显上涨,环比增长约30%,其中70%都是外地游客。”道外区中华巴洛克历史文化街区的威虎山下铁锅炖总经理徐海凡告诉记者,即使到了晚上8时多,店内还有排队等候的客人,有时一个时间段能排20余个。

日前,央视财经发布的一项调查显示,提及选择哈尔滨作为旅游目的地的原因时,46.59%的受访者表示,哈尔滨特色美食是一大因素。铁锅炖、锅包肉等冰

城美食,更是直接成为“网红爆款”。在社交媒体平台,“哈尔滨铁锅炖排队3小时”“猪肉炖粉条”等话题则会冲上热搜。美团、大众点评数据显示,近日,外地游客到哈尔滨最喜欢吃以铁锅炖为代表的东北菜。其中,南方游客消费热情明显高于北方,“东北铁锅炖”“东北铁锅炖大鹅”搜索量月环比增长103%。

铁锅炖的消费热潮激发起市场端的开店热情。2024年,不少商家选择进入铁锅炖“赛道”,以求接住这波红利。根据市市场监管局统计数据显示,2024年前11个月,在哈市新登记的市场主体中,名称或经营范围含有“铁锅炖”的经营主体有292户。而在2023年、2022年同期,这一数字分别为171户、106户——也就是说,2024年新增的铁锅炖市场主体数量,超过了2022年和2023年同期之和。“哈尔滨旅游市场好,刺激了餐饮消费需求的上涨,我们也借势开了很多门店。”据灶座小锅饼铁锅炖创始人王占东介绍,目前灶座在哈尔滨有19家店,仅2023年和2024年就开了16家店。



在吃铁锅炖的同时,食客还能欣赏歌舞表演。



打造年代风场景,给食客新奇的体验。



引进泡沫造“雪”机,营造动态场景。

B 从“上不了台面”到“门面担当”,走心“晋级”带来连锁效应

“最初,街头的铁锅炖可没有现在这么火热。”黑龙江省暨哈尔滨市饭店协会铁锅炖专业委员会主席、同样也是山河屯铁锅炖创始人的柯晶春告诉记者,近年来,哈尔滨的铁锅炖经历了三个阶段。“上个世纪90年代,黑龙江省内的铁锅炖大都是‘家庭作坊’的小店,无论从店内装修还是食材,呈现出的效果都很‘原始化’。”

据柯晶春介绍,最初在哈尔滨,大部分铁锅炖以“乡村文化”为主题,室内大都是砖泥墙,用报纸、东北花布糊墙;炖出来的食材无论从种类、口味还是色泽都“不尽如人意”——单一化、偏咸、偏黑、偏黏。当时很多人认为,铁锅炖“上不了台面”。在这个过程中,一些门店被淘汰,一些门店在改良、创新中求发展。到了2010年后,铁锅炖无论从装修还是口味上都进行了改进与创新。“2015年,山河屯在松北区新开了一家门店,在装修上,融入冰雪等极富地域特色的元素。”

那时,很多铁锅炖门店在设施设备、餐品呈现方式上下了功夫。比如,设置“下排风”解决食客就餐后“一身油烟味”问题;对炖品进行改良,口味、色泽更贴近食客需求;同时,设置餐品明档,增设凉菜、热菜,增加主食种类,解决铁锅炖餐品单一问题。“在这个阶段,山河屯特别定制了玻璃锅盖,能看到食材从生到熟的过程,增加了视觉效果。冷热菜品达30余道,食客有了更多的选择。”柯晶春说。

铁锅炖店家们并不满足于于此,在氛围感打造上也下起狠功夫。“现在,哈尔滨的铁锅炖已进入第三阶段,格调塑造上更加走心。”柯晶春称,现在,哈尔滨铁锅炖对门店的场景打造已从静态向动态转变,通

过增加功能来提升食客的体验及互动性。比如,门店加装“造雪机”,用泡沫替代白雪,让食客在室内也能感受哈尔滨的“雪”;打造主题场景,增设演绎内容;此外,“威虎山下”还增加商务洽谈茶室等,以此强化铁锅炖门店功能,让高端商务接待成为可能。

“我们打造了年代风、威虎山等10余个主题打卡场景,食客来了不仅可以打卡拍照,还能欣赏到特色歌舞表演。”徐海凡介绍,餐厅在一楼打造了威虎山主题场景,并设置了演绎区;在二楼打造了民国主题场景,每天都吸引了不少人换装“穿越”。

店面养眼,“吃”的核心力道也更足。有网友笑言:“给东北人一口大铁锅,他便能炖下整个世界。”哈尔滨的铁锅里已不再局限于鸡、鹅、鱼、排骨等食材。“为了迎合南方游客,也为本地市民提供丰富的炖品,我们兼容南北食材,实现一口锅‘炖万物’。”山河屯负责人介绍,店面吸纳了甲鱼、龙虾、螃蟹、鲍鱼等食材,目前已实现了铁锅炖的“定制化”服务。

锅内、锅外的一系列“变革”也带来了“连锁效应”。“早期,一说铁锅炖都是上岁数的本地人愿意吃,现在,食客更加年轻化。”灶座王经理称,来店就餐的食客中,85%至90%是年轻人,女性食客居多,尤其到了旅游季,游客占比更高一些。而山河屯现在除了食客年轻化外,接待商务宴请的频次更高了。“以前铁锅炖是‘家里人吃’的,现在是咱们东北菜的‘门面担当’,用于招待客人的。”柯晶春说,哈尔滨的铁锅炖不仅外地游客喜欢,本地人更像是“掏家底”一样,拿出“最好的东西”招待远方来的亲朋。

C 创新研发、服务至上,冰城铁锅炖把“流量”变“留量”

作为一个时尚之城,哈尔滨从来不缺创意与创新,铁锅炖更是不止于此。

“今年我们创新推出了冰花菜团子,将冰雪元素融入菜品中,让主食更具美感。”威虎山下根据市场需求进行研发,每隔一段时间会推出一些新锅品。灶座今年根据南方游客需求,推出了辣口的铁锅炖,新锅品套餐推出一个月,线上团购卖出万余单。山河屯早在2016年成立了研发团队,每年会投入200余万元用于研发新品,团队全年一半时间在国内外的一些高级餐厅考察学习最新的烹饪手法,寻找创新食材。

人均60元到70元,能一锅“吃万物”;拍照、打卡好去处,增添社交感;锅内香气蒸腾,感受冰城烟火……哈尔滨的铁锅炖似乎带着与生俱来的“出圈基因”。冬日,零下二十多摄氏度的冰天雪地和热气腾腾的铁锅炖,二者的适配度不亚于“初雪配炸鸡”。铁锅炖不再只是一道家常菜,更是许多游客必打卡的美食之一。

“今年门店的营业额相比去年同期增长30%左右。”灶座王经理称,在哈尔滨旅游市场火热、铁锅炖名字叫响全国等市场利好消息下,他计划在未来5年将铁锅炖门店开至千家。事实上,铁锅炖火“出

圈”,主动邀品牌餐企入驻的商场及机构也多起来——都希望以此带来更多客流量。“这两年,来找我们进驻的商场、商圈有很多,远大、金爵万象都希望灶座能进驻。我们的第20家门店即将在南岗松雷商厦里开业。”如今,灶座已在苏州、广州等多地开有商场店,得到了诸多南方食客的认可。

“今年,长白山管委会联系我们,希望山河屯在长白山脚下开设门店,丰富业态。”柯晶春称,长白山管委会不仅主动抛来“橄榄枝”,更免费提供门店场地及相关装修服务,山河屯只需要派出团队去经营即可,“长白山脚下的山河屯计划在下一个月开业。”

D “卷”差异、“卷”创新,哈尔滨的铁锅炖更加注重“卷”服务

“晚上还有很多市民游客在店内排队,威虎山下特意准备了娱乐休闲区。”徐海凡称,店内设置了多台棋牌类的游戏桌,并提供休闲小食,让等位的食客能在店里有欢乐时光。灶座不仅提供免费饮品、零食、冰淇淋,还在卫生间设置“方便区”——提供漱口水、发卡、眼镜布等物品,还特别开

辟专区,方便游客寄存行李。山河屯对锅品配菜克重进行公示,让食客明白消费……

记者走访了解到,一些铁锅炖门店不仅公示配菜克重,还对克重进行由低到高的分类,“吃得少可以选小克重,想多吃可以选大克重”,让食客有更多选择。进入冰雪季,铁锅炖

商家更是提供“贴心服务”,通过延长营业时间,让到得晚、玩得晚的游客能及时品尝到铁锅炖。

如何把“流量”变成“留量”?现如今,哈尔滨的“铁锅炖们”持续做着“思考题”,让这道“门面担当”美食火得更久、走得更远。



卫生间内设置“方便区”。



为食客提供免费冰激凌。