

# 吴忠早茶成金字招牌

本报记者 杨开新

宁夏吴忠市着力打造标准规范的早茶范式、温情周到的早茶服务和全民共享的早茶氛围。产业的良性健康发展正从多角度发力,方便游客的早茶体验之旅。

在不少人的印象里,珠三角、长三角一带才有早茶文化。殊不知,宁夏吴忠市近年来已注册早茶店787家,2023年实现销售收入15亿元,吴忠早茶已发展成为集餐饮、旅游、文化、休闲等于一体的产业集群。

## 声名远播

走进吴忠市利通区明珠路的美食轩饭店,只见操着南腔北调的顾客熙熙攘攘。北京游客张春告诉记者,听说吴忠是一座美食之城,自己慕名而来,期待能大饱口福。

集红枣、葡萄干、桂圆干、枸杞、芝麻、冰糖、绿茶等于一壶的八宝茶提神醒脑,手抓羊肉、酱牛肉、白水鸡、羊杂碎等菜品色香味俱全,牛舌酥、盘丝饼、馓子、油香等面点争相斗艳……吴忠早茶养生养颜更养心,已成为当地餐饮美食的代名词,被誉为吴忠城市形象的新名片。

吴忠坐落于黄河之滨,是宁夏引黄灌区的菁华之地,享有塞上江南、鱼米之乡美誉,独特的吴忠早茶文化由此孕育。

“吴忠早茶以北方菜品特点为主,融合广式早茶和扬州早茶的精细、精致,老少皆宜,花样繁多,口味南北兼顾。”吴忠市商务和投资促进局局长李焜告诉记者,吴忠早茶烹饪技术由简到繁,由少到多,日臻完善,已发展成八宝茶、牛肉面、羊杂碎三大基础品种,以及面点类、小菜类、牛肉类、流食类、茶饮类五大系列200多个主要品种,初步形成了“3+5+N”的品类格局。

如今,吴忠市有“中华名小吃”“中国名菜”等70多道,先后获评“早茶文化地标城市”“民族特色美食地标城市”等,吴忠早茶美食文化节连续入选商务部“中华美食荟”活动。据说,当地每一家老字号企业、早茶示范店都有自己的独门秘籍。炒、爆、扒、烩、烧、煎、炸以及拔丝、蜜汁、挂霜等特色技艺得到传承,深受市民游客青睐。

吴忠早茶多以大众消费为主,热辣滚烫的味道,引得美食爱好者纷至沓来,带动吴忠旅游市场变得火热。2023年,来吴忠的游客达1373万人次,实现旅游收入80亿元,分别增长69%和62%。

## 规范经营

前不久,一段内容为“16元的凉菜仅有几片黄瓜”的视频在网络上传播,吐槽吴忠市一餐馆所售菜品量少价高。网友纷纷“拍砖”,表示出游、就餐可能会“绕道”“避坑”。

事件发生后,吴忠市高度重视,多次召开专题会议研究处置工作。市委、市政府主要领导深入调研,市分管领导牵头走访32家商户征求意见建议,快速协调解决问题。吴忠市市场监督管理局利通区分局对涉事餐饮店的违法行为进行立案调查,并依法给予顶格处罚。涉事餐饮店负责人致信,向广大网友和当事人表示歉意。一系列快招实招

## 擦亮品牌

走进吴忠市牛家坊民俗文化村,新建的“吴吃堡”城人头攒动,人们在各个摊位前寻觅美食,周边的儿童游乐场、农家乐等商旅融合项目同样人气旺盛。为了把流量变为“留量”,当地推出一批畅游吴忠精品路线,为游客提供更多选择,满足“一站式”服务



吴忠特色美食吸引市民游客

品赏。 本报记者 杨开新摄

受到网友肯定。

吴忠市市场监管局局长马光锋告诉记者,为了规范经营,当地坚持问题导向,对早茶店的价格情况进行了全面调研,结合实际打出“组合拳”。其中包括:开展一次行政约谈,召开餐饮行业集体行政约谈会,发布《餐饮行业价格行为提醒告诫书》,引导餐饮服务单位遵循公平合理、诚实守信的定价原则,合理行使自主定价权;查办一批违法案件,严厉打击违反明码标价规定、虚假宣传、强制消费等违法行为;出台一个规范性文件,研究制定“吴忠市商品和服务明码标价指南”等。

吴忠市餐饮饭店协会还组织召开加强餐饮行业自律座谈会,协会秘书长荆红俊说,各餐饮企业认识到应严格恪守企业服务承诺,依规公平合理定价,做到明码标价,不误导消费、不强制消费,坚决抵制随意涨价、任性涨价行为,受到消费者肯定。

当前,吴忠市正在开展为期半年的餐饮行业提质增效行动。吴忠市商务和投资促进局副局长周静说,将以餐饮服务人员技能培训为重点,开展餐饮从业人员技能鉴定、推行服务人员上岗培训,着力提升餐饮行业服务质量;大力宣传实施《吴忠市餐饮服务质量标准》《吴忠早茶标准》。

需求。其中,“吃吴忠美食”线路有3条,包含国强手抓、刘三朵八宝茶等特色

美食。如何丰富早茶内容、避免同质化竞争?如何不断推动早茶产业供应链融合、服务链延伸、产业链协同、价值链提升?促进吴忠早茶产业良性健康发展正从多角度发力。为进一步方便游客的早茶体验“打卡”之旅,吴忠市着力打造标准规范的早茶范式、温情周到的早茶服务和全民共享的早茶氛围。比如,以往八宝茶的应用场景就是泡在壶里或盖碗中,为适应快节奏的生活,当地将八宝茶做成方便携带的奶茶形式,受到消费者热捧。

餐饮行业呈现出的蓬勃之势,为吴忠市经济高质量发展作出了积极贡献。近年来吴忠市努力以“舌尖”带动“脚尖”,打造全域全链可吃、可购、可玩、可游的餐饮嘉年华,旨在让“诗和远方”交相辉映、文旅和美食相得益彰。

今年“五一”期间,第四届吴忠早茶美食文化节举办,以“吴忠早茶‘味’你而来”为主题,采取“1+36+N”主会场、分会场同步启动、有机结合的形式,为广大游客奉上一场饕餮盛宴、视觉盛宴和购物盛宴,共计吸引客流325万人次,实现销售额8.26亿

元。期间,该市重点监测的70家零售、餐饮企业的销售收入同比增长18.96%。“我们要将其办成政府主导、企业参与、群众受益的消费盛宴,进一步点燃消费热情。”吴忠市委常委、副市长周义和表示。

近期,一批“吴忠老字号”企业和吴忠早茶示范店获得授牌,中国烹饪协会与吴忠市开启共建“西部早茶文化交流平台”,双方将在推进早茶产品创新发展、激发产业新活力等方面深入合作,着力提升菜品创新、食品安全和服务水平。“依托得天独厚的地理优势、美食资源,吴忠早茶近年来取得了长足发展,市场供给不断丰富,消费氛围愈加浓厚。”中国烹饪协会会长杨柳认为,接下来应该不断丰富早茶文化内涵,带动相关产业联动发展,更加注重吴忠早茶的标准化、品牌化、市场化发展,擦亮吴忠早茶“金字招牌”,不断引领吴忠餐饮业向更高质量、更高水平迈进。“欢迎大家品味吴忠,共赴一场唇齿留香的美食之旅;畅游吴忠,共赴一场愉悦身心的体验之旅;投资吴忠,共赴一场互利共赢的合作之旅。”吴忠市委书记王学军表示。

一份由中国中小商业企业协会和立信数据研究院联合组织的消费意愿调查报告显示,与通常认为的“年轻人更注重消费时的心情”有所不同的是,老年消费者选择“心情好”会增加日常消费支出的比重为20.8%,明显高于中年人(14.8%)和青年人(15.9%)的相应比重。

“就因心情好”是典型的为情绪价值而消费。为什么此次调查显示老年人更愿意为情绪价值买单?分析认为,情绪价值消费是有前提条件的,需要在满足就业稳定、物价更便宜、生活有保障和家庭成员身体更健康等基本需求之后,消费者才愿意为情绪价值买单。不同代际人群需要面对的刚性消费支出不同,年轻人和中年人对就业、房贷的关注程度大大高于老年人,老年人则更在乎身体健康和社会保障。

提到情绪消费,商家更乐于观察年轻群体的兴趣爱好,如各种带有“解压”“疗愈”标签的玩具、游戏,还有徒步、露营、野炊、冲浪、潜水等小众生活方式。提到老年人的情绪消费,就容易联想到保健品等。不过,如今老年人并不想被困在这种刻板印象里,他们活跃在旅游、休闲娱乐、大健康等各个消费门类。比如住,相当多老年人独立居住,正在寻找适合自身生活所需的适老化改造方案,服务型机器人成为银发一族关注的热点;行,活力老人偏好节奏从容的旅游出行方式,半天赶路、半天休闲的私家团、品质团受到认可;购,老年人网购鲜花、手工材料等商品,参加一两个线下兴趣班已司空见惯,对美好生活的追求并不因时光流逝而褪色。

面对不同年龄段消费者越来越热切追求“心情好”的愿望,一个营销新命题被提出:如何为目标用户打造差异化产品,特别是为老年群体开发更多富有情绪价值的消费场景,让商品附加新鲜感、幸福感、满足感。

面向老年人提供产品和服务,需要更多从健康养生角度出发,营造安全、可靠、舒心的消费体验。老年人的消费观念成熟、消费行为理智,注重情绪价值,但也不能忽视适老化产品本身的质量,要做到质量优良、价格合理。进一步细分市场,为老年人提供更实用的服务,建设宜居宜行的生活环境。老年人既看重产品的实用性,还追求社交属性,要善于借助大数据、人工智能、虚拟现实等新一代信息技术,加快集成创新和融合应用,开发具有康养服务、情感陪伴等功能的科技产品,提高老年人的生活质量。



吴忠早茶一瞥。 张丽坤摄(中经视觉)

提其瞭望

好心情

激舌老

教蓉

## 青岛中山路历史片区打造全域5A级景区——

# 新潮流扮靓老城区

本报记者 刘成

老字号展览馆汇聚起本土商业品牌,巧克力博物馆盛装开业,话剧《里院》升级为《烟火人间》走向全国市场……从春节到“五一”再到暑期临近,季节更替并没有影响青岛市市南区历史城区“上街里”的热度。老城正以其独特的魅力,激活新潮流,尤其受到年轻人的喜欢。

“每个城市都有自己的特点,到了青岛我们就以海洋为主题建立巧克力博物馆。”日前,位于中山路139号的巧克力博物馆正式开业,巧克力博物馆联合创始人、董事长时翔宇说,博物馆位置与百年老店天真照相馆、春和楼为邻,老字号与新潮流交相辉映。

这是巧克巧蔻品牌位于山东青岛的首家门店,也是该品牌继上海豫园店、无锡崇安寺店后开设的第三家集互动、科普、观赏、零售、体验、文旅于一体的店铺。试营业的一周内,巧克力博物馆预售门票1.3万余张、销售额40余万元。

作为青岛百年商业“母街”的中山路及其周边区域,是城市历史发展的缩影和城市文化的典型代表,在无数青岛人心中承载着特殊情感,也因此自带流量基因。随着青岛市历史城区保护更新工作的推进,这里有了一个更时尚的名字:上街里。

“这两年中山路的热潮又回来了。”老居民徐本茹说,她带着孙辈来逛“上街里”,找回了过往的人声鼎沸。孩子们也对市集、演出、新潮小店青睐有加。

喜欢这里的,不仅有居民还有更多游客。来自湖北省随州市的女孩白果是一名编剧,她从社交媒体上看到“上街里”,认为这里充满了“碰撞感”,专程坐火车来此寻找创作灵感。“穿上旗袍,换上中山装,与近现代建筑合影,沉浸式感受这里的百年历史。”来自河北邯郸的游客曹亚会与同学一起玩,专门买了衣服来“换装”,拍下专属于青岛的旅行纪念。这种沉浸式体验,不仅体现在旅

拍上,也融进了民宿。“在网上看到这里的民宿有木质楼梯、斑驳的建筑外立面,很有生活气息。”杭州游客张萍刚一入住位于四方路的繁昔民宿,就发“朋友圈”表达自己的喜悦心情:“一个有氛围、有故事的地方。”这里由青岛特色民居里院改造而来,自开业以来一直热度不减,“我们目前经营着48间客房,共8种房型,出租率达90%以上”。店长靳海蓝介绍,入住的多是年轻面孔,年轻人喜欢“繁昔”这个名字:于繁华市井中感受往昔的岁月记忆。

与四方路的热闹不同,在距离繁昔民宿步行仅两三分钟的三江里历史文化街区,主打“松弛感”“反内卷”,万物招徕照相馆、悠然商店、琢木工坊等一批精致小店吸引了大量年轻人。这里的里院民宿,被设计成13种不同风格房型,满足历史城区愈加多元化、年轻化的客群需要。

老里院呈现“年轻态”,老建筑注入新业态。在百年建筑安娜别墅,不少情侣在“天使之翼”、玫瑰花瀑布前

打卡。安娜别墅成为海誓山盟情侣IP的流量端口,从单身交友俱乐部到情侣恋爱空间,再到求婚、订婚、领证、结婚、结婚周年纪念以及婚姻家庭咨询,一应俱全。“五一”期间我们开展了盖章百喜图、庭院演出、公主请回家等体验活动,接待游客近1万人次。”安娜别墅主人李晓杰说。

2021年,青岛开始城市更新和城市建设三年攻坚行动,确定中山路历史片区以全域5A级景区打造,丰富“老建筑+新消费”“旧里院+新经济”“原场景+新体验”的业态场景,加快焕发百年中山路新活力。依托独有的里院文化,青岛市打造了大鲍岛和上街里品牌,将其塑造为“串里+逛院”沉浸式里院生活体验区,构建老青岛、新里院的沉浸式消费体验场景。在保留原有历史风貌的基础上引入多家商业品牌,已成为集文化、艺术、商业、旅游等业态于一体的特色街区,并入选青岛市2023年度新型消费应用场景。



位于青岛四方路的繁昔里院民宿。(资料图片)