



从满足“舌尖”到提供情绪价值 以餐为媒让文化可餐可品



食在冰城 一餐一饮皆有故事

□实习生
魏诗睿
本报记者
刘首辰
文/摄

餐厅“引入”博物馆

满足味蕾还提供情绪价值

张先生的生日宴在一家名为“大生活供销社记忆文化铁锅炖”的饭店举办。“听说这里主打供销社怀旧主题，就想着带着父亲来看看，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。”张先生的儿子说。

饭店内，供销社时期的日杂商品店风格收银台格外引人注目，玻璃柜台内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“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、肉蛋票、食油票、副食票等多类票证。餐厅走廊里，摆放着“28大杠自行车”、手摇式冰糕桶等众多怀旧物品。

“餐厅今年6月开业，我们打造的是供销社文化+红色文化+北大荒文化+抗洪文化主题文化餐厅。”该餐厅总经理王方旭告诉记者，餐厅60%的营业面积用于文化元素展示，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。”王方旭说。

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、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，独树一帜的文化属性和“哈尔滨派儿”氛围吸引了很多客人。拾楼壹号去年开业至今，不仅本地回头客的比率很大，外地游客也逐渐增多。

满足多元需求

城市文化“加持”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，更能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。

“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，到对音乐、服务有需求，再到现在开始有明显文化体验需求。“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，我都会去了解体验和当地的各色文化，除博物馆之外，在吃的过程中也能深入体验城市文化，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，也体现了那一代人的创新精神，这也是这座城市精神的体现。”

“每到旅游旺季，老厨家部分店门口就会排起长队，有的顾客带着行李就过来了。”老厨家第四代传承人郑树国告诉记者，每年都会有媒体采

访问他“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，用更大的面积突出饮食博物馆特色，目的就是让更多消费者、游客能够感受到哈尔滨独特的中西合璧、多元的餐饮文化。

道里西三道街的旗舰店共1800平方米，其中博物馆的展示空间达到500平方米，展品包括清末时期的老牌匾、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。“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。但是，把文化传播出去了，助力品牌形象提升，更会带来更多意想不到的外溢效应。”郑树国更相信文化加持的引流逻辑。

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、秋林西餐厅、



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”主题式餐厅。同时，也有一批突出地方菜品特色文化的老菜馆，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”、有以清真美食为本真的“老仁义”、有传承龙江老味道的“宏达老菜馆”等。

“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、饮食文化等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、多元化的元素，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’和‘灵魂’，餐企顺势成为文化传播和推广的窗口。”

诸多餐企在店内修饰和菜品的经营上以本地特色为主，成为哈尔滨餐饮市场最具代表性的实体，在市民心目中也有着很强的亲和力。“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的同时，也为爱上哈尔滨加分。”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，活化成为文化复合体，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，随着公众文化消费者日渐旺盛，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，使其融合发展走向一个新的高度。”

打造消费新场景
冰城内涵更出彩