

品“老字号+非遗”的独特年味

本报记者 李治国

“春节”申遗成功后的首个春节即将来临。在上海，老字号与非遗联手，成为扮靓节日市场、拉动假日消费的强劲动力，为消费者带来更加独特、更有味道的别样体验。

蛇年新春脚步临近，申城年味日益浓厚。连日来，记者在多家老字号采访时了解到，年夜饭预订已经进入了冲刺阶段，老字号年夜饭半成品也开始走俏，在线上多个平台以优惠价让利送福利的形式点燃跨年消费热情。

品沪上餐饮老字号年夜饭，赏豫园灯会，这是不少上海人过年的必选项目。坐落于上海市中心豫园商城内的多家老字号，如上海老饭店、绿波廊、上海德兴馆、南翔馒头店等年年都是年夜饭预订的热门餐厅，尤其是毗邻九曲桥荷花池的豫园灯会“C位”，想要预先抢到位置，几乎全靠“拼手速”。

“我们还是以老客人为主，很多人已经把绿波廊当成了自家食堂，不论是过生日还是平时聚餐都会来，年夜饭更是如此。”绿波廊总经理陆亚明表示，早在2024年9月，他们的年夜饭就已预订一空了，不止是包间一席难求，大堂也很快被预订光了，“新推出的6人年夜饭套餐很受欢迎，中桌小桌的顾客下手速度也很快”。

记者看到，绿波廊的6人年夜饭套餐“小而全”，包括四道冷菜、七道热菜、五道点心汤品，总共16道美食，诸如招牌的松露鲜蓬小牛肉、鸡头米炒河虾仁、咖喱膏蟹烧年糕等均在，饭店还对食材进行了升级，把往年的松鼠鳜鱼改成了香葱鸡汁大鳜鱼，选用的是闽东大黄鱼，让年夜饭的鲜美度直线上升。

在年夜饭之外，绿波廊的冬季新品“四季平安套点”也备受食客们欢迎，红色的椰蓉福袋外形小巧精致。绿波廊副总经理王时佳表示，外皮里因为加入了天然的甜米粉而呈现出喜庆的中国红，特制的椰蓉馅吃起来清甜不腻。

同样食材升级的还有国家级非物质文化遗产“上海本帮菜肴传统烹饪技艺”的传承者——上海老饭店。据上海老饭店

的厨师长罗玉麟介绍，他们的年夜饭套餐价格和往年基本持平，不但没有涨价还对菜品进行了品质提升。比如，原先套餐里的波龙换成了更高规格的澳龙，增加了诸如面包蟹、海参等相对高价的海鲜食材，连“镇店之宝”八宝鸭也进一步提升了食材品质。“同样的价格、更好的食材，让大家的年夜饭吃得放心满意还能享实惠。”罗玉麟说。

以手工小笼馒头闻名的南翔馒头店也推出了一系列冬季新品，其中，最受食客欢迎的是冬季特供的蟹膏鲜肉小笼馒头。南翔馒头店第六代非遗传承人游玉敏介绍，制作一笼蟹膏鲜肉小笼馒头平均要用到3只大闸蟹。

游玉敏表示，还有一款青花蟹菜海鲜小笼包子，受到不少外国游客的青睐。这款新品主要以龙利鱼、青虾仁搭配提鲜提香的酸菜和青花蟹。他表示，这款新口味的研发也是考虑到最近上海境外旅游“朋友圈”的持续扩大，希望来自海外的游客能在南翔馒头店里找到心仪的味道，了解上海非遗美食文化。

一年一度的豫园新春民俗艺术灯会在2025年正式迎来了而立之年，作为根植于上海本土，深受江浙沪市民喜爱，更在去年“出圈”至法国巴黎的“中国年味IP”，首次牵手上海老饭店、绿波廊等沪上知名餐饮老字号，在2024年12月中旬启动的复星家庭季·豫园年礼节期间推出“豫园灯会30周年×豫园制造”六大年味系列礼盒及丰富的迎新优惠活动，提升广大市民新年餐桌的幸福感和获得感。

上海酱鸭、本帮熏鱼、八宝鸭、富贵蹄、金玉满堂佛跳墙、金汤鲍鱼花胶鸡、八宝饭……这些上海老字号餐厅里的人气招牌菜，是这次联名款年味礼

盒的主打菜，涵盖了冷菜、热菜、点心和甜品“四大金刚”品类，充分满足不同客群的消费需求。

既然是豫园灯会30周年首次推出的联名款，各色优惠福利自然而然成了这次年味礼盒的亮点，如灯会门票、蛇年生肖提灯、老字号餐饮门店价值百元的满减券等。

往年，这些灯会定制文创礼品尤其是生肖灯一经推出就大受欢迎，几乎“上市即售罄”，充分彰显了东方生活美学的创新魅力，而这次凡购买灯会联名年味礼盒就有机会免费获得这些文创产品，活动参与渠道包括了老城隍庙京东、天猫、抖音、拼多多旗舰店以及奥乐齐等多个线上线下平台。

中华老字号松鹤楼今年也有创新，在往年畅销款年夜饭礼盒基础之上新推出了一款“喜运常在”迎春宴礼盒，里面精选了四大苏帮经典菜：松鼠鳜鱼、手剥河虾仁、樱桃肉、全家福砂锅，一经推出就立刻受到新老顾客的青睐。松鹤楼相关负责人介绍，他们推出这

款礼盒主要是为了匹配中小家庭的需求，让大家在便捷烹饪这些苏帮精华大菜的同时，也更容易与其他菜搭配组合成一桌个性化的年夜饭。

“年味体验”正在成为春节必不可少的活动，随着新生代消费群体日渐崛起，当代家庭正用自己的方式重新定义传统新年。“谈及联动非遗和老字号，助力春节消费季，复星国际联席CEO徐晓亮表示：“春节是中国人最重要的节日，也是与家人共享团圆幸福的时刻。复星长期专注于家庭消费，希望将每个家庭消费场景变成一个幸福场景。未来，我们将继续聚焦家庭消费，不断打造好产品、好服务、好内容、好场景，助力每个家庭实现对幸福生活的美好期许。”



“过年——春节主题展”在中国非物质文化遗产馆开展。新华社记者 李贺摄

引入市场瞭望

岁末年初，春节在望，各地众多消费活动再掀高潮。在激发消费潜能、增加消费供给和丰富消费层级等导向性政策供给的同时，实践层面，除了营造消费氛围激发消费热情，也当更加在促消费的环境秩序和逻辑上下功夫，精准施治。

当前，有些地方已经开始关注到促进消费的深层次制度性数据化环节。例如，对“游客人均消费金额”“沉浸式文旅演出投报收益率”“文旅外溢商贸关联度”等量化数据的分析与思考。应该说，这是新时代基层治理能力提升的表现，是一个值得点赞的现象。

精准营造更有序更可持续的商贸秩序环境是提振消费的重要基础。比如，近年来各地纷纷抢拼“首发经济”，但同时也存在不少首店开业不久即门庭冷落的“昙花一现”现象。何以故？根本原因在于从规划、建设到推展缺乏全流程运营的“量化”评估机制。具体而言，一个商业项目的成功与否，受到很多复杂因素的影响。首先，取决于前期的精准商业定位，即对环境片区的消费者数据研究，对片区竞争形态的数据研究，甚至对消费趋势的数据评估；其次，基于量化数据支撑，进而确定专业团队的项目操盘方案也很关键。总之，从招商完成度到后期的分阶段精细化运营，一切都应该是量化决策，而不是凭感觉铺摊子造“网红”。

合理“量化”的商业布局是保护经营主体投资激情和呵护消费者积极消费心理的关键一环。在商圈治理上，如何做到让合适的项目在合适的位置，让专业的优质商管公司去操盘专业项目，这取决于商业主管部门的政策导向和治理水平。比如说一个城市区域应该有多少商贸主体容量？达到一定的饱和度后，如何落实行业专家和行业代表参与的听证机制、引进商业和住建部门的数据协同机制，进而避免各行其是的重复建设，控制同质增量和过度内卷性竞争？再比如，从城市商誉形象角度考量，如何对那些引入优质品牌和操盘运营能力强的团队给予奖励支持等，这些环节，都是对新时期商业消费环境“量化”治理能力的新考验和新课题。

张毅

新业态点燃新热情

据了解，各大酒店已开始积极筹备蛇年新春豫园灯会上的文创彩灯。因为蛇年新春豫园灯会上的文创彩灯。(资料图片)



因为蛇年新春豫园灯会上的文创彩灯。(资料图片)

中牟新区(中牟县)积极开创“文旅+”消费新赛道，“只有河南·戏剧幻城”百亩麦田展现火树银花跨年夜、海昌海洋公园推出人鱼迎新消费猛兽热舞喜迎跨年夜、郑州方特乐园冰雪新年夜带来无尽欢乐先声。各大商场、酒店、汽车4S店、八大主题公园相互联动，依托文旅产业集聚优势，推出“门票当钱花”“门票打折入住”“文旅文创体验”等特色优惠活动。

“只有·剧场酒店”推出“住在戏剧里”的居停体验和近观璀璨中原文化礼遇等酒店服务，让人体验到独具特色的河南文化；郑州方特假日酒店推出以儿童欢乐世界为蓝本的亲子客房，集旅游、度假、休闲、购物、餐饮、宴会于一体；郑州海昌海洋酒店推出以海洋元素为主的亲子体验……数据显示，重大节假日期间，全县重点酒店平均入住率约76%，游客占比约90%。“门票当钱花”优惠活动提高重点商圈营业额3%，上拉重点商圈客流量5%。

中牟新区党工委副书记、中牟县委书记丁文霞表示，中牟新区(中牟县)积极围绕消费提质扩容，打造消费新场景，引导吃住行游娱购等多业态打破行业壁垒，建立“单名而来”的消费品牌，实现2024年社会消费品零售总额增速突破8%。“下一步，将积极整合支持政策与全域资源，让传统文化在现代消费场景中焕发新生，实现文化传承与经济发展的双赢，助推消费市场繁荣。”丁文霞说。

“焕新让我重新认识了这座皮革城。原来这里不仅有传统的皮大衣服饰，还有如此潮流的新款，特别是时装周上推出的国风款，很时尚。”来郑州市中牟新区郑州海宁皮革城购买新衣的张丹说。

中牟新区(中牟县)消费市场繁荣活跃，商圈、餐饮、酒店等企业不断创新，连续推出时装秀文化盛宴、非遗市集体验、倒计时跨年等各类沉浸式消费场景，以“体验经济”为核心，“情绪价值”为主导，有效激发了消费新动能。

丰富消费业态场景，实现“跨界联合”，弘扬中华优秀传统文化，已成为现代实体经济发展的新着力点。

据了解，岁末年初，中牟新区(中牟县)促消费活动多样开花，吸引多层次年龄段人群前来消费。杉杉奥莱中牟店“非遗市集”贺岁开启，布老虎、木版年画、捏糖人、淮阳泥塑等体验活动周周上新，新年气球雨、跨年夜火壶等特色表演，打造出暖冬消费欢乐集聚地。

“这里是一座长在景区里的花园奥莱，消费者在这里购物，不仅有街区消费体验，还会觉得这里是一个花园、一座乐园。2024年杉杉奥莱中牟店的营业额突破20亿元，同比增长24%；客流量突破970万人次，同比增长35.38%。接下来，我们还将不断推出系列消费活动。”郑州杉杉奥莱中牟店负责人陈云飞介绍。

中牟新区(中牟县)冬日还推出各项特色美食，招揽四方食客。羊肉烩面美味且滋补养生，羊蝎子火锅带来极致的暖冬乐趣，“地锅炖大鹅”带来丰富的口感享受……

同时，各餐饮企业也在不断探索与文化的融合，植入豫剧表演、汉服体验等中国传统文化，抢抓春节消费机遇。

乡村大集年味浓

本报记者 王金虎

进入腊月，山东城乡年味渐浓。但要说年味最浓、烟火气最盛的地方，莫过于乡村大集。大集上不仅年货全、人气旺，还有非遗技艺表演、多彩文艺表演……赶集的群众乐在其中，大呼过瘾。1月7日，农历腊月初八，2025年山东省“黄河大集”“运河大集”“海洋大集”新春季正式启动，这一活动在全省同步举行，将持续到3月初。

在临沂市东宛园“运河大集”活动现场，火红的灯笼高高挂起，与大集上熙熙攘攘的人群、琳琅满目的商品、热气腾腾的美食相映成趣，叫卖吆喝声、讨价还价声掺杂在一起此起彼伏，浓浓的年味扑面而来。3万余名群众在大集上游玩、逛集市、品美食、赏文化。

“蒸花糕、买花糕是过年必有的环节，有了花糕就有了年味儿。”康庄镇荣国传统馒头房老板李雅丽说，在大集上她一天能接待超千名顾客，卖1300斤左右的馒头。“这大集有演出、有美食、有年货，真是应有尽有，不仅有咱临沂当地的特产，更有德州的布袋鸡、枣庄的板鸭等其他运河沿线城市的产品，我购买了有机蔬菜、酥梨礼盒、

糖炒栗子、小磨香油等年货，还品尝了什香面、烧麦、捶鸡面等特色美食，转了一圈真是收获满满。”临清市民周小洁说。

据了解，运河大集汇聚特色农副产品、美食小吃、非遗文创产品、康养产品等200余种年货，活动启动当天交易额就达154万元。

大集是诸多文化元素的集大成者。在临清“运河大集”上，年味除了能品尝还能“欣赏”。临清贡砖系列文创、葫芦雕刻、剪纸等各类非遗产品成为群众的“心头好”。临清架鼓、龙灯、运河秧歌、烟台竹马、廖庄花鼓等各种表演也轮番上阵。

在聊城市东阿县“黄河大集”上，东阿杂技、山东梆子、黄河大秧歌等节目，让现场的乡亲们近距离了解非遗手造、好品好物，品味传统文化魅力，也真切感受到了浓浓的节日氛围。新鲜瓜果、传统美食、生活用品、手造好货应有尽有。“如今生活好了，一年到头啥都不缺，就是喜欢赶集，感受这股热乎劲儿。”东阿县村民郭立英提着年货悠闲地走在集市上。

电销售商向过往群众发放电动自行车、家用电器、3C数码等消费品以旧换新政策宣传材料，面对面为群众答疑解惑，让更多群众知晓政策、享受政策。“我们把以旧换新政府补贴政策落实好，把促消费活动送到群众‘家门口’，为消费者省下实实在在的‘真金白银’。”大桥镇宏达家电负责人刘泽河说。

进入腊月，滨海港城烟台龙口市吸引着越来越多的外地游客前来感受海洋大集的乐趣。“下了高铁不到5分钟就是东江大集，黄县肴、面配羊汤是必须打卡的美食。”来自淄博的游客孙璐告诉记者，这次来龙口不仅要感受一下龙口海洋大集的美食，作为一名滑雪爱好者还要到南山国际滑雪场体验滑雪的魅力。据介绍，龙口市依托海洋大集，创新打造“美食+文创+集市”消费模式，涵盖多种业态商户，深入挖掘海洋文化和地域特色，让游客品味老黄县的新味道。

农历逢五逢十，是海滨城市日照市东港区涛雒镇大集的日子。“都说山东的‘海洋大集’热闹，我们三家结伴开车两个半小时专程赶过来，逛了一个多小时还没逛完，后备箱已经塞满了购置的年货。”来自江苏东海的游客林宁兴奋地盘点着自己的收获。日照岚山区的安东卫大集有着600余年历史，这里布设着上千个摊位，从柴米油盐到花鸟虫鱼应有尽有。“在海洋大集上，我们安排了当地群众最爱的渔家歌舞表演等演出活动，增添大集的吸引力，拉动消费。”岚山区文化和旅游局局长张玉娜说。

“鲜香麻辣的临沂炒鸡出锅啦！当天炒当天发！”1月14日，在临沂市兰山区红人里电商供应链总部基地的直播间里，主播正介绍年货。除临沂炒鸡外，对联、中国结、布贴画等非遗产品也正通过“云”上大集销售。兰山区充分发挥江北最大短视频直播基地的优势，积极发动企业，对接淘宝、抖音等电商平台，组织主播、网络红人等参与年货节直播，为家乡好物代言，把黄河大集搬进直播间。

赶黄河、运河、海洋大集，品山东年味。据悉，接下来，山东还将开展“寻年味 拾年俗”系列活动，通过消费补贴、企业让利、金融机构助力等方式，推出消费惠民举措，让群众切实得到实惠。