

跨界发新品,线上玩直播,上海老字号新零售“嗨”了

杏花楼10秒售罄13万盒青团

赢先机
布新局

本报讯(记者 金志刚)春天来了,上海人,杏花楼的青团一定要吃,光明的大白兔雪糕也要尝尝!统计数据显示,3月以来,上海老字号在线上涨势喜人:仅在天猫一个电商平台,杏花楼成交额同比大涨341%,光明业绩环比增长了2倍,红双喜、恒源祥等均实现倍增。

老字号“玩”起跨界创新

新零售让“老店经济”火了。近

年来,老字号纷纷“玩”起了跨界创新,成为一股潮流。泸州老窖出香水,老干妈卫衣亮相纽约时装周,大白兔唇膏上线2秒即售罄……通过电商和新零售,老字号品牌获得越来越多年轻人的喜爱,打开了新的市场。

其中,上海老字号“触网”最多、增长最快、也最会玩。光明、杏花楼、百雀羚、大白兔、回力、英雄、美加净、恒源祥、红双喜、老庙黄金等一大批老字号品牌,都在天猫上玩得风生水起,重焕青春。

即便在疫情期间,上海老字号

也没有停止创新步伐。光明接连在天猫首发新品,带动业绩大幅提升,“彩虹瓶”酸奶上架后销量破万,大白兔雪糕更是掀起“回味童年”的热潮。

伴随“宅家”运动、亲子运动的走红,红双喜联合天猫上线的乒乓球训练器,成为明星单品,带动店铺成交额同比增长超100%,甚至变成“逗猫神器”,吸引了一大批年轻粉丝,下单的消费者中90%是新客。

门店导购变身直播达人

眼下最流行的直播带货,上海老字号玩起来也是得心应手。百年

老字号杏花楼的王牌单品“咸蛋黄肉松青团”,以往一直是线下首发,甚至要排队8小时才能买到。今年第一次在天猫线上首发,最火爆的一场直播仅用10秒售罄13万盒,目前已经累计卖出了80万个青团,成交额破500万元。

老庙黄金位于上海、杭州、成都、重庆等城市的线下门店纷纷入驻淘宝直播,上海豫园店、南京东路店等门店导购转身成为直播带货达人,让门店在线上聚集了人气,最高一场直播就成交了13.9万元。“门店直播正在成为我们的新常态,带

来业绩的新增长。”老庙黄金相关负责人表示。

老字号孵化国潮品牌

老字号孵化出的国潮新品牌,也见证了“老树新生”的商业活力。上海家化旗下的创新护肤品牌玉泽,针对“口罩脸”推出积雪草安心修护面膜,新品在天猫一上线就成为爆品,淘宝直播中最高一场卖出156万片。短短一年间,玉泽超越诸多国际大牌,从天猫美容护肤行业151名到跻身前10名,成为国货新生的经典案例。

老弄堂 油条铺

位于岚皋路40弄的老弄堂油条铺,自2月22日复工以来生意逐渐转好。店主王师傅表示,刚开始每天营业额400元左右,现已恢复到日营业额800元。
本报记者 孙中钦 摄



小小油条店,连着一家人的生计,暖着周边居民的胃 阿拉额“四大金刚”回来了

新民特写

“油条一根,椒盐葱花饼一块,再来碗咸豆浆。”住在姚西小区的秦老先生出门买菜看到延平路张记油条店开了,不自觉加快了脚步,“还好,堂吃位子蛮空的。”

也许是小店周末才刚恢复营业,还没有多少邻居知道,秦老先生报了“老三样”后称心落座。不过,原来7元的配置,今天略涨了5角,秦老先生有点不高兴:为啥多了5毛钱?店主马银凤指了指贴在玻璃门上的告示说:特殊时期,堂食外带一律用一次性打包盒,打包盒5角钱一个。

烟火气再归来

《早餐中国》的片头里藏了句名言:“人在异乡,胃在故乡。只需早起,就能找到故乡”。上海的早餐店是城市里最有烟火气的地方,像手里朴实无华的四大金刚——踏实,管饱,满足。油条下锅时青烟冒起,咸甜大饼刺激味蕾,热腾腾的豆浆熨帖身心,浆饭团里咸菜肉松内有乾坤,这份独属于上海的美好晨光让生活逐渐步入正轨的写照。

马银凤的早餐店开了十几年,经营豆腐花、麻球、糖糕等10多种早点,从浙江温州回沪隔离14天后,她就迫不及待地上了工。店里的服务员被困在了老家,马银凤只能让丈夫老马兼职帮忙。来来往往都是附近小区的熟客,看到马银凤就像看到了老乡:“想死了,你们怎么才来!”“好久没吃浆饭团了,我要买两个。”

也不是说延平路附近没早餐店,余姚路边有面馆、昌平路上有包子,而且它们都比马银凤开得早,只怪上海人对四大金刚太执着,对这家街边小店有情结。就这样,马银凤夫妇每天凌晨3时起床、中午11时收工,进货、揉面、蒸糯米、熬豆浆、煮豆花,忙得不亦乐乎。为减少交叉感染,老马还把店里的不锈钢碗全部用胶带封好打包,以免食客误取。

这时,一位爷叔带着两个塑料餐盒,让老马盛点豆腐花,还要了“浆饭”,“多装点会额外收钱吗?”“不收,都是熟客啦。”将两个盒子打满豆腐花,老马递了个眼神,一边夹紫菜虾米,一边聊起了和居民的“暗语”——本地居民通常把浆饭糕说成“浆饭糕”,浆饭团说成“浆饭”,这是商户和居民长达十年的默契。如今,延平路张

记油条店刚刚恢复营业,原来一天油条能做掉七八十斤面粉,现在虽然没达标,但马银凤还是坚持着老本行:“不急不急,春天来了,等学校开学了生意会更好。”

早餐市场回暖

近两周,上海的大街小巷、弄堂口、拐角处,熟悉的早餐店扎堆复工,菜市场里也逐渐配置齐全,阳普鞍山菜市场、华环李园农贸市场、高陵路菜市场等恢复了不少人气,千里香馄饨、兰州拉面、山东煎饼、淮南牛肉粉丝汤的卷帘门也纷纷打开,堂食打包,人烟辐辏。

小店如此,大店亦然。一份上海市早餐工程产业联盟提供的数据显示,24家企业中90%已经复工或基本全面复工。小杨生煎复工率达90%。大富贵酒楼小吃复工率85%,营业额恢复80%。老盛昌春节期间坚持开业未曾停工,牛奶棚门店已复工,销售额恢复了平时的80%。王家沙、鸿瑞兴、乔家栅、沈大成、虹口糕团食品厂等老牌餐饮企业已全面复工,上海清美绿色食品有限公司春节无休满负荷生产,营业额不降反升,充满烟火气的早餐已经回到市民的日常生活中。本报记者 钱文婷

疫情结束后最想干什么?逛街化妆喝奶茶?这些似乎都比不过一顿火锅。三五人围坐一桌,火锅腾腾冒着热气的,慢慢聊天,慢慢涮菜,也不怕久坐冰凉。随着疫情逐步平稳,餐厅恢复堂食,哥老官、海底捞、谭鸭血、电台巷等网红火锅,统统都回来了。闻风而动的“吃货们”也早已按捺不住,取号排队、上菜开吃,熟悉的味道又回来了!

最怀念是火锅

“幸好事先打了电话,否则就要等位呢!”想火锅的第N天,小孟终于约上了闺蜜们,走进了阔别已久的谭鸭血长寿路店。

“热辣辣的红汤在锅里翻滚,冰可乐从喉头滚落,吃不到火锅的日子里,我翻看自己过去拍的照片,仿佛都能闻到那股麻辣鲜香的味道。”小孟的这番思念,可有不少“同道中人”。上周末,本市各大商圈的网红火锅店门口,都迎来了久违的取号排队人群。

“3月6日,我就看到谭鸭血火锅的公众号推送了一条复工开业消息,第一时间转发进了闺蜜群,大家立马响应,问什么时候聚会。”但小孟还是决定再观望一下,“等一等,看看别人怎么样。”直到上周末,小孟一行四人终于走进了阔别许久的火锅店。

“没想到这么多人吃火锅,看来大家都憋坏了。”小孟告诉记者,原本她打算晚上6时“开饭”,却在电话中被门店服务员告知,晚市5时半至7时半左右要等位,建议午市来。她立马改了计划,提前冲进了店里。

久违的取号等位又在各大商圈出现,其中火锅几乎占据“半壁江山”。上周六,记者在电台巷火锅人民广场旗舰店看到,晚上6时,有五六个人在店门口等待,店员一边发号,一边提醒顾客不要在门口聚集,先到其他地方逛逛,然后再回来。

“最近周末的中午也开始排队,不过等的时间不算长,大概等四五桌的样子就能进去。”店员告诉记者,晚市的人气要旺得多了,甚至有顾客下午3时多就来了,不过一般5时前不需要等待,高峰时段等位时间也比过去要短。

熟悉的麻辣鲜香 沪上「吃货们」闻风而动 奔向网红火锅店排队 久违的取号排队

做防护很配合

“本来上周五晚上就想去海底捞了,结果北京西路店爆满。周六再打电话到海宁路店,一听说人不多,就马上‘杀过去’了。”吃到熟悉的味道,龚小姐做的第一件事就是发朋友圈,还不忘记录下店家的种种防范措施。

“一进门就有消毒液,我很配合地招呼店员往我衣服上、手上多喷喷。”她笑说,走到二楼后,还有免洗消毒液等提供,每桌之间也有一定的距离。“入座之后,店员还提醒我们,离开座位的时候最好戴上口罩。如果嫌麻烦,可以让店员帮忙去拿调料、水果,不过我们更喜欢自己动手。”

而在电台巷火锅,相比过去一桌桌紧挨着的拥挤,店家已经调整了桌数,每桌之间都保持安全距离,尽管店内座无虚席,但仍然比较安心。量体温和出示随申码,也依旧是在外用餐的标配,完成这一套程序后,就是最令人期待的时刻。

铜壶中的白汤缓缓注入铜锅中,花椒、辣椒、姜末、黄油融入其中,变成一锅火辣辣的红油辣锅,等到红汤开始翻滚,小孟和闺蜜们的四双筷子便迫不及待地——鸭掌牛蛙先煮,毛肚七上八下入嘴,牛肉羊肉双双下锅,等待中先尝一下酱料咸淡……

“我自己在家做过麻辣鲜香,也叫过火锅外卖,但都不及这十分之一,火锅还是人多才有气氛啊。”小孟说这话的时候,还用纸巾擦了擦眼睛,立马被闺蜜们调侃:“哎,你不会感动到哭了吧!”原来小孟宅家的日子里,很久未佩戴隐形眼镜,这次戴隐形眼镜外加火锅辣味熏天,眼睛一时没习惯便“流泪”了。这个幽默的误会也将就餐气氛炒到了最高点,“吃完去逛街吧!”“想去超市买冰激凌。”“没错!我还想喝碎冰冰。”

趁着春光正好,要把从前心安理得的日子再过一遍,女孩们你一言我一语敲定了下午的行程。原来吃的不只是火锅,更是那种热腾腾的生活的感觉。

本报记者 张钰芸 钱文婷