

豫园

# 复工率超过九成 老字号推陈出新 湖心亭老茶客来“孵”茶馆了

戴着口罩在九曲桥上拍照、赏鱼,成为小长假期间豫园商城一道别样的风景……昨天,记者在豫园商城看到,商城内商户复工率超过九成,多家老字号推陈出新,激活商圈活力。

## 炒茶师傅赶工忙

“服务员,来一杯龙井、一碟铁观音鹌鹑蛋、一碟茶干……”一早,一名老伯走进豫园湖心亭,开启“孵”茶馆模式。

听着这些熟悉的点单招呼声,炒茶师沈师傅露出欣慰的笑容,老茶客回来了,茶楼一天比一天热闹。同时,一些陌生的面孔也陆续走进茶楼,选择临窗的位置,点一杯明前茶,一边喝茶一边拍照。

沈师傅特意将自己的一套炒茶设备安置在茶馆1楼入口处,向市民和游客展示手工炒茶技艺。对着一只温度高达160摄氏度的滋滋冒着热气的铁锅,已有30多年炒茶经验的沈师傅将双手伸进锅里,平均每3秒钟翻炒一次,每天徒手在滚烫的锅里翻炒1万多多次,笑言早已练就一双“铁砂掌”。



湖心亭茶楼里,炒茶师现场展示技艺 本报记者 周馨 摄

“抓、抖、搭、拓、捺、推、扣、甩、磨、压……这是手工炒制明前西湖龙井的基本流程。”沈师傅一边炒茶一边向茶客介绍十多种炒茶动作、需要的火候等,手工炒的茶香味更浓郁、持久,口感也更甘醇。

复工后,沈师傅每天炒茶15斤左右。昨天,他特意多准备了一箩筐翠绿的茶叶绿芽。“提前一个小时就赶到茶楼,计划炒30斤

茶。”沈师傅笑道,让更多人喝上清爽、香甜、顺滑的明前西湖龙井,是一份春天的味道。

## 老字号推新菜单

“春笋的口感非常糯,真好吃!”昨天,市民周小姐品尝上海老饭店新菜时,第一时间在自己的朋友圈分享了图片,并手工点赞。

上海老饭店恢复堂食后,开放

了原来三分之一左右的区域,座位数减少至原先六成左右,较高的上座率让他们对消费市场的复苏充满信心。国家级非物质文化遗产“上海本帮菜肴传统烹饪技艺”第六代传承人、上海老饭店厨师长朱松涛笑道,复工第一天,他们团队就开始筹备起春季的新菜单。短短5天,“雏形”出来了:春笋、秋葵、绣球菌、青豆瓣、塘鳢鱼、太湖银鱼……新菜品以春季时令食材为主,体现春季菜的鲜、嫩,口味清淡、软糯。

一道道创新菜品碧绿清新,清香爽口,从色彩到口感都有春天的味道。在绿波廊,厨师团队用香椿、青豆瓣、笋壳鱼、塘鳢鱼这样的春季时令食材,还巧妙融入日式、西式烹饪元素,推出一系列创新菜品。“年轻人吃饭都习惯让手机先‘吃’,晒朋友圈,最后是自己吃。”绿波廊的“掌门人”陆亚明笑着说,他们研发新菜品融入这批新生代顾客的消费需求,不仅在口味、品质上做足功夫,也努力提升新菜品的“颜值”。一道枣香三色核桃团,他们分别用了青汁、南瓜泥、巧克

力粉调色,不仅吃起来口味好,视觉效果也很好。

## 防疫措施不松懈

在有序推动复工复市的同时,豫园商城的疫情防控工作也毫不松懈。

豫园商城8个出入口均安排了工作人员对进入商圈的人做好体温监测和登记,并要求进入商城的人员出示随申码。

在九曲桥广场,两名工作人员一边巡视一边提醒游客不要聚集;在春风松月楼的外卖窗口,最新推出的小茴香草净素包子备受青睐,工作人员提醒排队的消费者保持1米间距。

豫园商城还采取严格的消毒工作,已增设防控、消毒装备,采购了一批大型消毒设备。对广场和楼宇等公共区域、门把手、扶手、电梯、卫生间等,每日定时严格消毒。

业内人士提醒,市民和游客进入热门景区、餐厅等公共场所,不聚集,在密集的地方还是需要做好防护。

本报记者 杨玉红

云南路

## 老字号堂吃慕名而来 网红店外卖满载而归

# 尝“上海味道” 品“春江水暖”

新民特写

小长假第二天,明媚的阳光让许多人走出家门,不少商业街迎来久违的客流。而在汇集众多上海老字号的美食街——云南路,道路两边更是停了不少车辆。

一名管理停车的工作人员说:“虽然现在已经过了午餐时间,但是不少客人还会到这里的洪长兴买牛肉煎包,到小金陵买盐水鸭。”

这名工作人员指了指小金陵总店门口排队的人群说:“这人数相比平常已经算少的了。工作的时候,12时不到,就已经可以看到

不少老阿姨、老爷爷。假日里面,外地游客和小夫妻明显多了。”

在小金陵盐水鸭总店内,堂吃的客人不少。“这两周店内的客人数恢复到疫情前的七八成,至于外卖已经恢复到疫情前了。”小金陵总店当班负责人戴经理说,“2月份,这里的生意基本上跌到谷底,但是随着复工复产,堂吃的客人越来越多,特别是周边一些白领,中午经常到我们这里‘加个菜’,像老鸭粉丝汤、金陵小笼包等,这些是客人经常点的。现在除了要做好消毒工作之外,我们对客人也会测量体温,做好疫情防控工作。”

“我是看了大众点评网上的介绍来到这里的。”一名来自南京的客人说,“南京人最喜欢吃盐水鸭,今年春节黄金周在家里过的,因而此次小长假特意带着一家人开车来到上海,也希望能够尝尝这里的味道。”

一名从宝山过来的老阿姨买了一份老鸭粉丝汤套餐,另加一份鸭胗、鸭肠,还特意打包了半个鸭子和干层油糕。“这里的外卖鸭子,以前要排半个小时才能买到,现在只要15分钟。菜包、肉包和干层油糕是这次新推出的,我来买过几次,味道还不错。”

“疫情严重的时候,我们这里

基本上没有堂吃,所以原来做金陵小笼包的面点师傅,就开始做起菜包、肉包、干层油糕等外卖糕点,非常受欢迎。”戴经理说,“消费者多了,也带动了盐水鸭的销售,每天上架外卖的几百只鸭子总能销售一空,不少人还专程到这里来购买。”

刚买好半只鸭子的王先生,迫不及待地到云南路延安路口的德大咖啡馆与“咖友”碰头。“我18岁出来喝咖啡,到现在50多年了,年轻时在铜仁路的上海咖啡馆碰头,后来就跟朋友们在德大喝咖啡了。”王先生指着德大咖啡馆的广告说,“上两个月疫情严

重的时候,大家都不出来了,现在情况好点了,趁着天气好,老朋友碰碰头。”

除了小金陵、德大,云南路上不少餐饮老字号,如洪长兴、小绍兴、五芳斋、鲜得来,在小长假期间都迎来了众多的堂吃客人,而在阿宝猪排、九村烤脑花、阿叔熬奶茶等网红店的外卖窗口,也有不少年轻人前来排队。虽然相比疫情前的生意来说,还差了不少,但正如其中一家店面的负责人所说的,只要有客人,未来就有希望:“今年的冬天虽然很漫长,但现在已经是春江水暖时,一切都会好起来的。”

首席记者 方翔

# 小长假公园游客 186.9万人次

同比下降近五成

本报讯(记者 金旻矣)虽然天气晴好,市民游园热情高涨,但在大力防控下,今年清明小长假全市城市公园游客量同比下降近五成。记者从绿化部门获悉,小长假3天,全市公园共接待游客约186.9万人次,其中城市公园约接待游客173.9万人次、郊野公园接待游客约13万人次。

今年清明,正值本市重大突发公共卫生事件二级响应疫情防控。各大公园有序推行预约控流措施。绿化部门也要求公园做好日常巡查和保洁规范管理,特别是对坐凳、垃圾箱、厕所等服务设施定时

消毒,并做好游客体温测量,为体温异常的游客设置临时安置区域。同时,通过各种渠道提醒市民游客,入园自觉佩戴口罩,不聚集,不进行群体性活动,不携带动物。未能出游的市民,可通过“绿色上海”“上海花讯”和各大公园微信公众号的“云游园”“云赏花”等活动,在家“云踏青”。全市林业部门约2600人次在岗值守,开展防火宣传408人次,确保小长假期间全市森林安全。

此外,各区景观灯光管理部门落实保障责任,加强设备维护,确保全市景观照明灯正常。

今日论语

“买它买它买它!”当这个魔性的声音袭击耳膜,你就知道,钱包要守不住了,因为,“直播一哥”李佳琦来了!昨晚,李佳琦的直播间多了些书卷气——央视“段子手”朱广权来串门了。看上去画风严重不符的两人,因为这场“谢谢你,为湖北拼单”公益直播迅速成为最新网红组合,甚至有了一个令人没法不记住的名字——“小朱配琦”。

最近,直播真的火。

前有薇娅和罗永浩同晚打擂台,你卖出4000万元的火箭,我卖出1.1亿元的“抖音直播最高销量”,人们对直播带货的想象空间在愚人节这天被刷新了两次,一点都不开玩笑。今又有国字号主持人亲自下场,用诗情画意的杜牧唐诗《泊秦淮》、引经据典的《三国演义》“刘

# “小朱配琦”上热搜

孙云

备大意失荆州”、古今中外的名人如贝多芬等等,告诉非科班出身的草根主播们:直播,还可以这样玩。

直播与以往的线上线下销售都有显著区别,因为更有代入感,其魔力往往超出想象。所以,无论是电商还是实体店,都开始在直播平台里抢占一席之地,就连16年前就开始在电视上直播的购物频道东方CJ,近来也开始两条腿走路,在淘宝、京东、苏宁等电商平台开出直播间,用迥异于电视直播的方式卖货。与东方CJ同样地处五角场商圈的万达广场、大学路网红街、苏宁易购等也开始做直播,希望借助崭新的销售模式化解近期人气下滑的危机,危机中求突破。

不仅如此,原本似乎与网络直播八竿子打不着的政府官员们也拿

起话筒,走进直播间。3月底,在新民晚报·新民网直播的第11届上海白鹤草文化节上,青浦区白鹤镇党委书记朱磊明就成了带货主播,为暮农吆喝。

直播的效果毋庸置疑,一线主播超越普通明星的高昂身价就可见一斑。不过,直播也不是万能的,产品质量和售后是最大硬伤,小作坊式的团队管理也与传统企业有高下之别。李佳琦近期接连遭遇“卖洗澡蟹”“不粘锅很粘锅”“助理频频抢走观众红包”等事件,频频翻车,罗永浩的直播销量虽高,也被许多人诟病对商品并不了解。借网红之力的商家也存在风险,一旦碰上口碑坍塌、流量造假的主播,更是赔了夫人又折兵。所以,这股热度怎么蹭,商家还得细思量。