

有着百年发展历史的中山路正在与青岛老字号进行一场动人的“双向奔赴”。4月19日，由市商务局、市历史城区保护更新指挥部组织的一场定向招商活动在中山路片区举办，生活林、佛桃、馅饼粥、乔记渔庄等20余家老字号企业参与到本次活动中来，为品牌的发展进行考察选址。近年来，伴随着中山路人气不断回升，越来越多的青岛老字号品牌“回归”中山路，并在这片凝聚着青岛百年发展历史的城区书写着品牌发展的新故事。



四方路街区人流如织。宋福伟·摄

# 老字号“回归”中山路 书写老品牌新故事

## 20余家老字号走进中山路选址考察 新业态让老城区焕发新活力

### 老品牌“重回”中山路

一大批青岛老字号品牌正在这里书写品牌“出圈”的美好故事。今年年初，借着海鸥为栈桥景区带来的人气，青岛老字号崂山热可乐意外成为网红。位于浙江路的崂山矿泉博物馆推出崂山热可乐，博物馆邀请前往栈桥喂海鸥的市民到博物馆喝一杯崂山热可乐，这场活动意外带火了崂山热可乐，在抖音、小红书等社交平台上，崂山热可乐多次登上热搜榜，也为崂山热可乐在全国打响了知名度。

崂山热可乐的“爆红”只是近年来中山路上老字号“出圈”的一个缩影。借助中山路重振的东风，一大批老字号选择重新回到这个梦开始的地方，书写品牌发展的新故事。今年元宵节前夕，位于天津路上的大老李汤圆门店重新开张，闻讯赶来的市民在尚未装修好的门前排起长队。曾经是中山路片区的知名餐饮店秦晋小吃也“回归”中山路，正式落户大鲍岛。秦晋小吃新店的邻居，则是不少青岛人曾经的“深夜食堂”甜甜烧烤。

### 老字号慕名而来开新店

改造后的中山路不仅吸引老业主的回归，更吸引了一大批老字号、老品牌慕名而来。在4月19日举办的定向招商会上，华东葡萄酒、馅饼粥、乔记渔庄等老字号品牌不约而同地表达了对中山路片区的投资意向。

馅饼粥是老青岛人熟知的餐饮品牌，因为中山路片区的改造，馅饼粥原先的门店也在征收范围之内，伴随着中山路片区改造的逐步完工，馅饼粥总经理徐春雷期待着在中山路打造馅饼粥品牌门店。“馅饼粥目前在全市已开设5家门店，但中山路馅饼粥是起家的地方，我们希望能在这条中山路上开设一家馅饼粥旗舰店，这家店不仅仅是做餐饮，更是展示品牌形象的窗口，这次参加招商活动也是希望能在中山路上重新选址，只要不是



浙江路斐安娜别墅已成网红打卡点。

太偏的位置，我们都愿意来。”馅饼粥总经理徐春雷对中山路片区的未来充满信心。

今年年初，华东葡萄酒旗下“青岛牌”获评青岛老字号。青岛华东葡萄酒有限公司经理牛萌璐参与了本次定向招商会，“华东葡萄酒近年来一直在探索着品牌的年轻化，通过创新营销方式和产品吸引更多年轻人，这次参加定向招商会，我们深入了解了充满活力的中山路片区，这与品牌的发展方向是一致的。”牛萌璐说。

### 合理布局提升中山路吸引力

中山路改造一直是青岛城市发展面临的难题，据统计，近20年来，中山路曾前后后经历六次改造，这一次终于取得了实质性进展，这与本轮中山路改造所践行的“打法”密不可分。此前，中山路上的业户们多各自为战，片区内没有形成科学的业态分布，最终陷入了价格战。而在本轮中山路的改造中，不同片区都有明确的功能区分，实行错位发展，提升了片区的整体发展水平。

市南区历史街区建设运营中心副主任辛贤俊介绍，通过细化城区的功能业态、重点项目及管理运营措施，构建“一纵、一横、六大片区”区域发展格局，加强与专业化运营团队合

作，大力招引培育时尚商业、先锋艺术、文化创意、精品旅游等商文旅项目。与此同时，市南区还将艺术活动贯穿全年，通过举办新春逛街里节、庭院艺术节、上街里音乐节、里院文化节等活动聚拢人气，做足片区商业氛围，合理的商业布局也提升了中山路片区整体的吸引力。“以前是我们主动上门与品牌洽谈，现在都是品牌主动找到我们，招商人员要考虑业态是否与我们的规划相匹配，匹配的品牌才能进驻。”辛贤俊说。

### 招商专员与品牌方“头脑风暴”

青岛佳美洋食品有限公司是一家水产加工企业，外地游客购买的鱿鱼丝、鱼片等海鲜产品不少都来自佳美洋，近年来，佳美洋正朝着海鲜预制菜转型，但并没有找到合适的切入点。定向招商会结束后，大鲍岛招商部工作人员于世禄接待了佳美洋公司代表纪燕萍，于世禄详细了解了佳美洋目前的发展现状。在得知公司目前在预制菜领域所取得的成绩后，于世禄带着纪燕萍参观了大鲍岛片区的荷田水铺、1903青岛酒馆MIX等门店。

“我们主张街区内每一家门店都有自己主打的特色，例如荷田水铺不光是一家卖奶茶的门店，更带给消费

者围炉煮茶的全新体验。”于世禄说，“如果你们也想入驻进来，可以通过类似餐饮门店的形式切入，如果只是单纯的销售产品，并不符合我们的发展规划。”听完介绍，纪燕萍感到深受启发：“以前我们只想着怎么把货卖出去，从来没想过还有这么多创新玩法，回去一定跟同事商量一下。”

于世禄每天都要接待好几拨前来考察的客户，针对每一个想要入驻的品牌，他都会现场与对方进行“头脑风暴”，根据大鲍岛片区发展的整体规划，与客户探讨出合适的开店计划。“我们必须要对每一位入驻的商户负责，同时也要对我们的街区负责，区域内每家门店都要有打动消费者的卖点，但也要符合片区的发展方向，这样才能提升片区的发展品质。”

### 盘活老字号为历史城区赋能

老字号是一座城市宝贵的财富。近年来，青岛持续推动老字号品牌建设，盘活了一批青岛老字号品牌，为中山路历史城区的改造更新注入新动力。

今年1月，商务部公示了第三批中华老字号名单，青岛共有琅琊台、青食、周钦公、青岛牌四个品牌入选。今年4月，青岛市商务局公布了第二批青岛老字号名单，共有33家企业入选。目前，青岛市已经有中华老字号企业23家，山东老字号企业21家，青岛老字号企业61家，三类老字号企业达到105家。

市历史城区保护更新指挥部办公室副主任，青岛市商务局副局长、二级巡检员王志刚在招商推介会上表示，老字号企业要抢抓历史城区保护更新机遇，突出品牌特色，讲好守正创新故事，创新产品业态和商业模式，线上线下融合，营造消费新场景，“自带流量+品牌引流”，增强对各类消费群体、特别是年轻群体的吸引力，在中山路历史城区选址设立品牌店、旗舰店。 观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛