

青报调查



主编 马晓月 副主编 李飞 审读 张鑫 排版 威晓玲

开栏的话

大兴调查研究之风,是新闻工作者尤其是党报记者编辑的“传家宝”和“基本功”,只有不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,才能在围绕中心、服务大局中找准坐标定位,在转作风改文风中推出精品力作。

本报从今日起推出《青报调查》栏目,通过到基层去,到群众中去,在火热的生产一线,探寻新业态、新消费、新场景,发现好经验、好做法、好成效,讲好青岛故事、山东故事、中国故事,更好地凝聚起推动经济社会高质量发展的信心和力量。

淄博烧烤:火爆出圈的“淄”味何来?

——来自本报记者的一线调查“揭秘”

□青岛日报/观海新闻记者 于漪 文/图

3月31日17点,位于淄博市北京路的牧羊村烧烤店内外,200张桌子座无虚席。门外,等待就餐的队伍排出百余米。

4月1日22点,位于淄博市九级便民市场的“火车站老魏烧烤”,在售罄1万串烤串后,店员关门打烊。

来自国铁济南局淄博站的数据显示:4月1日,淄博站到发旅客57807人次,再创近3年单日新高。

这是淄博烧烤火爆出圈一个月的最新场景和数据,也从不同侧面折射出客流仍居高位的韧度。

网上那些“种草”的食客如此描述淄博烧烤:“小饼、小炉加蘸料,灵魂烧烤三件套。”经由短视频和社交媒体的传播,淄博烧烤迅速成为一种现象级的存在:来自天南海北的食客搭乘高铁涌入淄博,只为实地感受淄博烧烤的“灵魂”;在烧烤店前排上数小时长队,只为一尝淄博烧烤的纯正“淄”味。

汪曾祺说:“四方食事,不过一碗人间烟火。”在刚刚过去的这个周末,本报记者前往淄博探访,实地感受淄博烧烤的热闹,并在三天内多方走访,探究淄博烧烤从“线上流量”转为“线下留量”的门道。

一场引爆于网络的“美食狂欢”

牧羊村烧烤店——彼时,歌手薛之谦光顾并推荐过;此时,在短视频的传播中,“牧羊村”的出镜率相当高,俨然已是人气最旺的网红店。

3月31日,记者寻到这家店时,店内店外宾客盈门,老板杨本新站在门口,拿着大喇叭“撵客”:“没拿到菜单的朋友别等了,可以去其他店品尝,淄博烧烤的品质都不差。”

“咱们接待能力有限,客人如果排了几个小时吃不上,会有不好的印象。”杨本新向记者解释道。

提及当下的火爆,杨本新介绍:“3月3日下午,客人突然变多,我们还没营业,店门口就已排了近千人。那晚不到8点,店里的食材就已全部卖光。此后,火爆程度丝毫未减。日客流量达1500余人,日销售烧烤2万余串,比之前翻了一番。”

最近,杨本新调整了经营时间:全天经营改为16:30至21:30。“店里原有20名员工,现在临时雇了10个钟点工,还是忙不过来。串串工从早上8点一直串到晚上8点。如果具备接待能力,销售量翻三番五番都有可能。”杨本新说。

记者还走访了小寒羊烧烤、正味烧烤、第一烤场等数家烧烤店,问及火爆原因,答案不约而同:网络的推力。

那么,淄博烧烤在网络上究竟有多火?

全网统计数据显示,3月,以“淄博烧烤”为关键词的相关信息约33万条。其中,视频信息约21万条,占比达到63.6%,成为最大的舆论场。在某主流视频平台上,有关“淄博烧烤”的话题约100个,总播放量高达19.35亿。某点评平台数据显示,3月以来,淄博当地“烧烤”关键词搜索量同比增长超370%,“淄博烧烤”全平台搜索量则同比增长超770%。

记者在走访中了解到,淄博烧烤在移动端呈现“烧旺”势头从2月初开始,“大漠叔叔”“特别乌啦啦”等网红、大V争相为淄博烧烤宣传代言,引发广泛关注。

显然,在网络滚雪球似的传播中,这场发端于网络的“美食狂欢”正转变为奔赴实地品鉴的探访。由此,不仅仅是网红店,淄博不少烧烤店也实实在在地享受到了这波流量的红利。

“火车站老魏烧烤”已经经营了34年,是被当地人认可的老字号。“3米长的炉子,一炉最多可烤800串。从中午到晚上,炉子上的肉几乎没断过。”老板魏凡福告诉记者,3月以来,生意急速“升温”,原本一个饭点接待40桌客人,现在增至100桌,每天卖出1万多串,几乎是接待能力的极限。最初,新增客人以淄博周边地区的大学生为主,之后,客人从四面八方纷至沓来,年龄、身份层次也趋于多样。

淄博烧烤店座无虚席,高铁站也异常热闹。“3月3日,我明显感到客流量增加了,80%是大学生的模样,他们纷纷咨询去烧烤店的公交线路。”淄博站出站口志愿者郑大姐最先感受到第一波客流的到来。

淄博站的客流数据给出了佐证。“3月5日单日到发旅客量达到4.8万余人次,此后,这个数字不断被刷新,4月1日,淄博站到发旅客57807人次。”国铁济南局淄博站客运值班站长刘玲分析说,客流以济南、潍坊等省内中短途方向的旅客居多。

“从接单量、目的地来看,能够明显感到这股热度。途经烧烤店的路比以前要堵。”网约车司机周明告诉记者,3月以来,打车软件一上线,单就不停地派,他的接单量至少上升了70%,其中,90%的订单目的地是烧烤店。

淄博地处山东行政版图的几何中心,高铁四通八达。仅以济南到淄博为例,每天有150余趟列车,最快只需25分钟,票价最便宜的仅为16.5元。

“下了列车就能坐上烧烤专线直达烧烤店,有一种‘说走就走’的放松心情。”上周末,记者在淄博站见到了济南某高校大四学生贾芳,她认为,到淄博吃烧烤,成为一场可以随时奔赴的美食之约。

青岛的美食博主“逛吃青岛”这样评价:“坐上高铁只需2个小时即可抵达淄博,网谈的大快朵颐可以简单地转化为实地的美味体验。交通的通达正是淄博烧烤迅速升温的‘助燃剂’。”

一种来源于市井的烟火“淄”味

纵然隔着数百里,但对“吃货”而言,不过是一根串的距离。究竟是什么原因成就了他们一次又一次专为美食的奔赴?

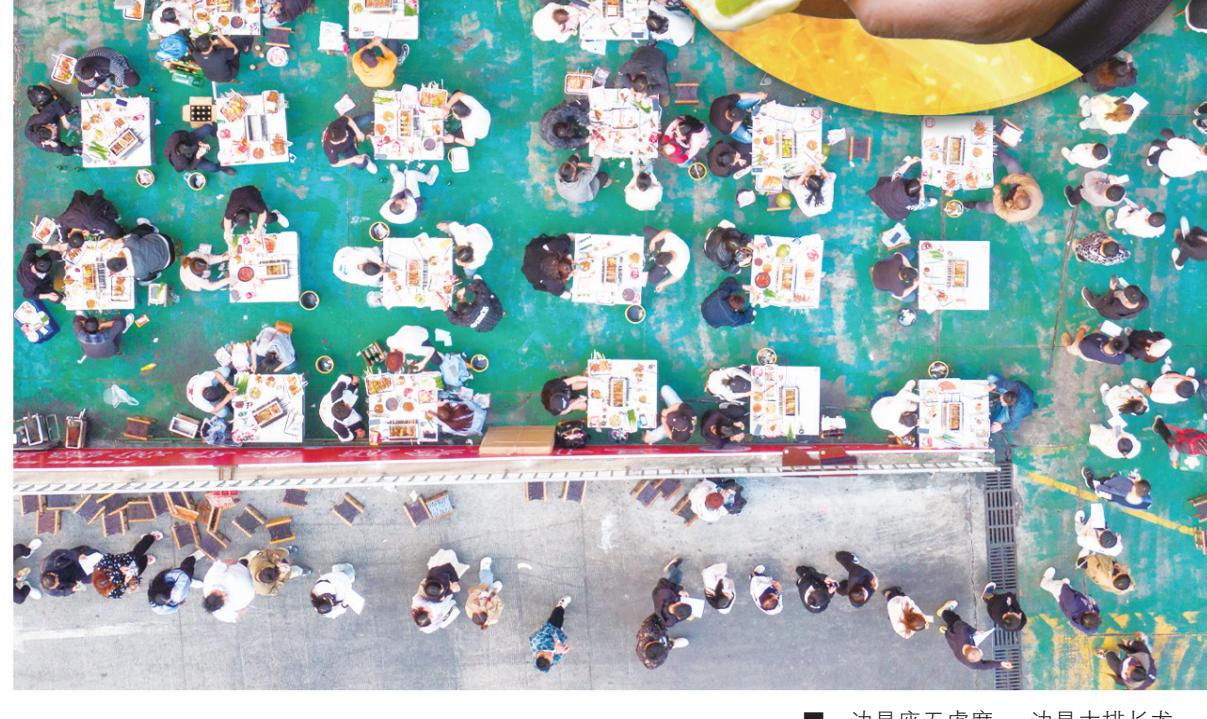
有人说:“中国烧烤看山东。”山东烧烤又分为济南烧烤、青岛烧烤、淄博烧烤“三大门派”。谁主沉浮,一度难分高下。“谁不言家乡好?不过,这次淄博烧烤脱颖而出,成功吸引了济南、



■淄博烧烤既有围炉相聚的仪式感,又有自己动手的参与度。



■包容一切的吃法,调和出万般“淄”味。



■一边是座无虚席,一边是大排长龙。

记者手记

从“流量”到“留量”

□于漪

到济南看超然楼亮灯、在青岛小麦岛“蹦迪”、来淄博吃烧烤、去泰山看人潮……在这个春暖花开的时节,“好客山东”的兄弟们在网络上轮番登场、频频出圈,收获了一枚枚网红标签。

然而,网红是有生命周期的,一旦没了热度,网红很快就会失去“底色”。现实中,许多网红元素经历了“昙花一现”的结局。而此次淄博烧烤在线上“燃爆”之后,热度却一直不减,正是因为没有止步于网络上的狂欢,而是在线下做好服务,高效衔接“线上流量”,带起“线下留量”,从而又转化为新的“流量”,实现不间断变式的增长,推动着“网红”到“长红”的蝶变。

当然,淄博烧烤持续出圈、热度不减绝非偶然。记者在采访中深切感知,这与当地政府各部门的全方位培

养的“抱团”前行息息相关。当热度被瞬间“引爆”时,看似顺势而为,实则厚积薄发。淄博不仅稳稳地接住了突如其来的热度,而且通过不断“添柴加火”,形成了现象级的“破圈”,引来了强势围观和效仿,甚至开启了关于美食文化的城市IP打造,藉此触发城市文旅产业的同频共振。

淄博烧烤的“淄”味,可资借鉴。当前,旅游消费市场迎来了全面回暖、加快复苏的“春天”。我们不妨从淄博烧烤的“淄”味中寻得启示,学会乘着网红的聚焦之力、网络引燃的市场之势,对那些有着网红属性的景点、物件等来一次迅速跟进,多一些行业关注,用好政府的“无形之手”,潜心打造有灵魂、有创意、有温度、有市场的城市IP,将网络流量引至更多、更广领域,将“线上流量”有效转化为现实红利。

青岛的食客从各自主场纷至沓来。”一位青岛网友如是留言,“奥秘莫过于小饼、小炉、蘸料——灵魂烧烤三件套的聚力加持。”

谈及“灵魂烧烤三件套”的缘起,绕不开魏凡福。1989年,他在淄博火车站摆摊时尝试使用“小炉子加热烤串”的吃法,此后,该吃法逐渐演变为淄博当地的烧烤习惯。

淄博烧烤有着区别于济南烧烤、青岛烧烤的派系特色。

从操作方式看,围炉烤肉串,仪式感满满。“其他地方的烧烤都是烤好烤串后端上桌。淄博烧烤不一样,每桌都有独立的小炉子,服务员将烤到七八成熟的烤串端上桌,再由食客根据口味把握火候继续烤。烤好的肉串放在顶层架子上,始终保持最佳温度和口感。”魏凡福认为,这是淄博烧烤有别于其他派系的操作方式。

从食材选取看,肉串卷小饼,油而不腻。“吃淄博烧烤不卷饼不行,不配葱不香,不蘸酱不‘嘿’。”魏凡福的女儿魏辉是烧烤店的“接棒人”,她说,淄博烧烤不是纯撸串。说话间,她展示出淄博烧烤的专属动作:拿出一张小饼摊在手上,另一只手拿起吱吱冒油的肉串儿,裹上蘸料,配上小葱,放到小饼上,然后双手发力抽出扦子,烤肉、蘸料就包裹在小饼里了。“更讲究的淄博人为了增加饼的香气,会在吃前将小饼回炉。一口下去,饼的麦香、蘸料的芝麻和花生香混合着肉的脂香,而小葱又有化解油腻的作用。”魏辉说。

李勇拥有3家直营烧烤店。“淄博烧烤既有围炉相聚的仪式感,又有自己动手的参与度。而小饼、蘸料以及各种烤串包容一切的吃法,调和出了万般‘淄’味。”李勇认为,仪式感、参与度和口味是淄博烧烤火爆的“原生”密码,而在这次现象级火爆的背后,各路网红、网络大V和大学生食客是网络流量的制造者和“推手”,也是淄博烧烤火爆的“进阶”密码。

贾芳今年已是第3次和同学组团前往淄博吃烧烤。“随着疫情防控措施的优化调整,学生可以自由进出校园。”在贾芳看来,第一次来淄博是受网络“种草”的影响,此后则是看中淄博烧烤的物美价廉。“淄博烧烤口味好、价格实惠。肉类有1.5元、2元、2.5元的小饼,每饼为每包3—4元,人均消费三四十元就能吃饱、吃好。而在济南吃上一顿小烧烤,人均花费要达到八九十元。”贾芳表示。

从淄博的烧烤版图看,张店、周村、临淄、高青等地均是火爆之地。

市井的烟火“淄”味最抚凡人心。在张店区的九级便民市场,记者看到,几家烧烤店分布其中,店员用地道的淄博话热情迎客。

“围炉一吃,热热闹闹,有味蕾的快乐,也有沉浸烟火气中的平实感觉。”一位来自北京的食客告诉记者,《舌尖上的中国》当年的爆红原因有多个方面,但最基本的莫过于人们对美食的爱。淄博烧烤能够持续走红并非“一锤子买卖”,正是因为它有着货真价实的好味道。同时,也能让人感受到“这个春天,回来的不仅仅是人气,还有烟火气”的氛围感。”

一份来自于烧烤店主的行业自省

4月1日晚7点,杨本新在店里招呼着每一桌客人,并逐一叮嘱“把串烤熟了再吃”。4月2日上午,烧烤店尚未开张,他在微信上开会,提醒店员开张后的注意事项。

淄博烧烤,从网络“种草”到一夜火爆出圈,看似火得“猝不及防”,但能“燃”起这把火离不开久久为功。正如央视主播康辉所说:“每个‘一夜成名’,其实都是厚积薄发。”

这一厚积薄发离不开烧烤店主与当地政府部门的“双向

奔赴”。

“淄博烧烤的发展并非一帆风顺。”沉浮烧烤业30余载的魏凡福深有感触,“这些年,在政府各部门的不断努力下,淄博烧烤才有了一次次的‘凤凰涅槃’。”

魏凡福告诉记者,早先,淄博烧烤是从占路经营做起来的,用的是烟炉、烟炭,炉子一点,小串一烤,呛得人睁不开眼,污染环境也扰民。其间,政府部门几度加大治理力度,也曾有过拉锯战,回头潮。2016年,淄博市城市管理和行政执法局建成区露天烧烤划出10条“硬杠杠”,要求烧烤经营业户必须使用无烟炉、无烟炭,禁止在室外烧烤加工、制作,做到“进店、进院、进场”经营,坚决清理不满足条件的商户。2017年,又在城区内规划建设,改造提升了第一批烧烤城、烧烤大院,有序吸纳烧烤经营业户,实现了常态化、高标准的规范管理。

“其实,每一次整治都伴随着高昂的升级成本和剧烈的经营‘阵痛’。当咬牙挺过之后,烧烤进入良性循环,也就迎来了春天。而之前的升级成本也被摊薄。”杨本新与魏凡福有着共同的感受,“在政府部门的优化治理和从业者的高度自律下,淄博烧烤逐渐成长起来。”

根据大众点评的数据,淄博有近3000家烧烤相关商户。为了让“待字闺中”的淄博烧烤“有人识”,近年来,淄博持续锻造淄博烧烤的品牌力,淄博烧烤在央视的《和为淄味》、山东卫视的《至味山东》、B站的《人生一串》频频亮相。今年春节后,淄博组织了多场毕业生招聘会,一些大学生在品尝了淄博烧烤后,又将“撸串”的视频发布到社交媒体上……终于在今年3月,淄博烧烤迎来了它的高光时刻。

如今,淄博烧烤“火”了,然而,“火”的背后需要一个行业的冷思考和再一次的厉兵秣马。

杨本新觉得,淄博烧烤人身上的担子更重了,他生怕出什么差错,总是在店里忙前忙后。

“现在,客流自然是不愁了,但心里也感觉沉甸甸的。”一位受访的烧烤业主告诉记者,“食品卫生、服务质量、安全问题……在千千万万的聚光灯下,咱不能砸了好不容易树立起来的招牌!”

不久前,杨本新和几家烧烤店老板牵头成立了张店区烧烤协会,如今已经发展壮大到155家会员。

在烧烤人眼里,淄博烧烤的名声是一荣俱荣、一损俱损的事。我们最担心的是,在淄博烧烤备受瞩目的当下,出现‘害群之马’。这肯定不行!”说起这些,杨本新的表情变得十分严肃,“这也是当今淄博烧烤人的‘最强’心声。”

一次发力于政府部门的顺势而为

3月10日,淄博市政府新闻办组织召开新闻发布会,向社会发布会打造“淄博烧烤”美食品牌的相关情况。此时距离淄博烧烤火爆出圈不过数日。

4月1日20点,在张店区九级便民市场内,4名民辅警正在巡逻防控,挨家烧烤店叮嘱食客“多吃肉,少喝酒”。

淄博烧烤火爆出圈,热度不减。“火”的是烧烤,迎来的却是对淄博这座城市的全面大考。

面对大流量,当地政府果断行动,借势出“招”:

在火车站安排志愿者,为往返旅客提供交通、住宿、烧烤、旅游线路等咨询推介服务,服务各地游客;

重新摸排途经烧烤店的常规公交线路,专门制定“烧烤地图”,新增21条公交专线,让游客“出了火车站,上车就撸串”;

在校大学生来淄博吃烧烤、游玩,可享受青年驿站每年4次、每次5天的半价入住优惠政策;

淄博市有关部门对此次网红事件的反应被赞“神速”。

一位网友评论说:“一系列方便游客的举措,不仅抓住了胃、留住了心,更为淄博留住了实实在在的人气、美誉,换来了‘真金白银’。”

另一位网友则点赞:“政府职能部门反应迅速,齐心合力,堪称‘教科书典范’。”

王小立是淄博“王牌烧烤”的店主。他在“抖音”App上记录了这样一段经历:“在此真心感谢政府……我一个烤肉串的能到区政府大楼的会议室开会。”跟帖热评表示:“把淄博烧烤打造成四川火锅,成为城市名片,就靠你们啦。”

从网上到网下,淄博市正在顺势而为,借助淄博烧烤正劲的风头,乘势开启一次起源于美食文化的城市IP探索。

“淄博烧烤火爆后,各个部门‘压力山大’。首先做的是为淄博烧烤护航。”一位受访的淄博市商务部门工作人员介绍,现在,淄博正从社会治安、食品安全、消防安全等方面开展守护淄博烧烤的护航行动,全力维护社会治安、市场秩序持续稳定,着力提供更便捷服务,全力打造更安全环境。

淄博文旅部门也是“趁热打铁”,目前,已推出一批特色文旅产品。

对于烧烤从业者杨本新来说,最直观的感受是:“市、区各级相关部门来检查的次数多了。”而对于出租车司机匡师傅来说,工作群里的各种安全、文明提示多了,每天出发前、收车后,公司领导的叮嘱更细了。

记者在采访中了解到,一句淄博本地人的调侃甚是流行:“眼看着烧烤店就在自家楼下,却感觉那么‘遥远’。先让给外地朋友吃吧。”

“我们淄博最近频频被央视聚焦,央视主持人康辉点评说,一座城市的开放包容,厚道齐地的满满诚意,社会方方面面的拾柴添薪,才使得淄博烧烤这把火越烧越旺。他还说,淄博烧烤再加把劲!”杨本新告诉记者,“淄博正在加劲儿!在张店区烧烤协会的筹备会上,行政审批局、市场监管局、城管等部门都出席了,大家的目的一致,就是继续‘擦亮’淄博烧烤这张名牌,做大做强‘淄博烧烤’这个城市IP,在全国叫得响、叫得亮,为文旅产业的全链条发展助力。”