

八仙桌上搓麻将，花鼓戏里唠家常

“城市农家乐”吸引中老年顾客打卡 餐饮老字号“不务正业”破解客流焦虑



扫码看视频

工作日上午，新华楼(东塘店)里不少老人正在打牌唠嗑。



6月22日上午10时，长沙市雨花区新华楼(东塘店)二楼靠窗的八仙桌上，四名爹爹正搓着麻将。同一时间，坡子街火宫殿里，不少老人家捧着芝麻豆子茶听花鼓戏，五一广场旁的东茅街茶馆里，老人们扎堆喝着茶就着2元一个的葱油粑粑唠家常。

白日搓麻唠嗑、晚间正餐迎客，为何曾经专注于卖饭、卖茶的老字号餐饮店，纷纷靠“不务正业”吸引老年消费者。记者实地走访一探究竟。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 熊韵婧

长沙老字号餐饮的两副面孔

上午8时，东茅街茶馆迎来第一批客人。“点8元一杯的绿茶就能坐一整天，嘴馋了买2元的葱油粑粑、5元一碟的花生瓜子，跟朋友们喝喝茶、聊聊天，好舒服嘞。”61岁的吴爹爹熟练地点茶、取水瓶，“不管你在店内坐多久，都不会有人催促。”

“早就退休了！现在天天来这里‘打卡’。”10时，记者来到新华楼(东塘店)，74岁的周晨光正和老伙计们围坐在二楼打麻将，面前还摆着一碗刚出锅的炸酱刀削面。店铺的工作人员介绍，新华楼今年5月推出“城市农家乐”服务，80元一天包中、晚餐，娱乐项目包括下棋、唱歌、打麻将等，吸引了不少附近的中老年居民。同一时段的坡子街火宫殿也是人气满满，古戏台上花鼓戏《刘海砍樵》唱得热闹，免费提供的棋牌室、独立KTV包厢和户外休息区，吸引了不少老人。

接近晚餐时间，三家店又集体“变脸”。新华楼服务员迅速翻台摆好餐具，迎接食客；火宫殿的戏台换上夜场剧目，夜市开始售卖臭豆腐、糖油坨坨等美食；东茅街茶馆吸引了不少年轻人拍照打卡。这，就是餐饮老字号正在上演的“分时经济”。

不仅划算，还提供情绪价值

“为什么要来餐馆打麻将？在家只能看电视，大家聚在一起玩多热闹，不用做饭，有空调不淋雨，价格还实惠。”68岁的王秀英表示，工作日子女不常回家，同龄人聚在一起更开心。此外，她细细算了一笔账。“在家买菜做饭，大半天时间就耗在上面了。一天80元，啥家务不用干，和朋友们打麻将唠嗑，包两顿饭，很划算。再说了，老字号食材有保障也放心。”

“我就住在附近牛婆塘社区，现在天天有吃有喝还玩得开心，子女都很放心。”周晨光奶奶补充道，工作人员不仅会热情地打招呼，还记得谁爱吃浓茶、有没有忌口。对于她们这种已经退休的老人，既提供了维持社交的场地，也获得了情感慰藉。

“不务正业”成功扭转亏损局面

同一空间在不同时段服务不同客群，不仅让闲置资源产生新价值，也让老字号承载起不同人群的生活场景。

“餐饮业有个众所周知的‘潮汐效应’，晚市座无虚席，工作日上午午门庭冷落。年轻消费者当然重要，但不能丢掉我们周边的老街坊。”长沙市新华楼餐饮有限公司党支部书记刘茹告诉记者，店铺二楼从2024年下半年开始就处于亏损经营状态，工作日上午餐位的闲置率超过90%。推出“城市农家乐”后，二楼工作日闲时利用率从不足10%跃升至60%以上，每月能为门店新增收入12万元左右，成功扭转了持续亏损的局面。

百年老店火宫殿也曾被这一问题困扰。“22时以后，这里还特别热闹，但白天客流缺口始终是难题。”火宫殿总经理助理唐竹青表示，长沙的夜经济带火了晚市，但白天总处于闲置。于是，火宫殿把白天的时段“让”给了中老年群体。提供免费棋牌室、花鼓戏演出和户外休息区，用文化内容填充闲时空间，既弘扬了湖湘文化，又招揽了客流。

“我们主打价格亲民，最先成为中老年群体的‘新宠’。”东茅街茶馆则走出了另一条路，创始合伙人黎江介绍，“老粉”不仅是常客，悠然自得的状态还构成了茶馆最鲜活的“人文景观”，吸引了不少来自各地的游客。



东茅街茶馆里不少老人一杯茶玩一天。

浏览量涨幅达327%

《给阿嬷的情书》引爆潮汕橄榄菜



扫码看视频

近日，低成本潮汕方言电影《给阿嬷的情书》凭借治愈催泪的侨乡故事全网刷屏，片中反复出现、镌刻阿嬷半生守候的潮汕橄榄菜顺势破圈，从小众地域佐餐食材，一跃成为全国商超、特产门店、生鲜市场爆款好物。

得物App数据近日发布的数据显示，截至5月17日，潮汕特色食品单日搜索量较影片4月30日上映当日实现双位数涨幅，其中橄榄菜搜索浏览量涨幅达327%。

随着影片刷屏，橄榄菜销量显著增长

6月22日，走进盒马鲜生(梅溪青秀店)的调料区，各色酱菜整齐码放，其中蓬盛橄榄菜被摆在了门店显眼位置。

“这款橄榄菜鲜香开胃，搭配馒头、稀饭尤为美味。不少顾客都是看过电影后专程前来购买的，我们App上同款橄榄菜的销量已突破1.4万件。”该门店工作人员表示，在电影爆火前，顾客多为潮汕旅居人群；而随着影片刷屏，门店单日销量出现了显著增长。

在小象超市，火爆态势更为直观。“目前库存剩得不多，很多人下单前咨询都说是看了电影特意来买的，还有人专门问是不是电影里出现的那一款。蓬盛橄榄菜定价12.8元/瓶，这个月就卖了50余件。”小象超市工作人员说。

线下热度持续升温，线上平台同样销量飙升。淘宝蓬盛旗舰店客服表示：“这两个月销量较之前有明显增加，我们还顺势推出电影主题互动活动，抽奖赢电影票及阿嬷同款礼盒，吸引大量客流，同款橄榄菜全网热销10万余件。”

情感锚点戳中全民乡愁，自带天然传播流量

随着影片热度持续发酵，橄榄菜正从银幕符号加速转变为国民佐餐食品。得物App数据显示，截至5月17日，潮汕特色食品的单日搜索量较影片4月30日上映日均实现双位数增长，其中橄榄菜、牛肉丸、沙茶酱热度位居前列，在得物社区的搜索浏览量涨幅分别达327%、162%和104%，大众消费关注度显著提升。

“橄榄菜等产品之所以成为此次热度中的讨论话题，正是因为它情感锚点戳中全民乡愁，自带天然传播流量。”业内人士指出，作为影片核心情感意象，橄榄菜贯穿整部《给阿嬷的情书》，小菜不再是单一食材，化身亲情、乡愁的载体。不同于网红美食刻意营销，本片原生温情故事击中当代成年人情绪缺口，自带天然传播流量，完成食材情感价值赋能。

从地域文化来看，该业内人士认为，橄榄菜依托电影百亿全网曝光量，潮汕侨乡文化、非遗腌菜工艺全民普及，地域小众美食完成文化溢价，从“地方咸菜”升级为乡土文化符号，橄榄菜爆火本质上不是一款酱料的热销，而是大众厌倦快餐式网红消费，重新眷恋家常老味、乡土温情的消费转向。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚
通讯员 钟小雨 曹馨誉