



老师傅现场加工“芝麻核桃”，引进老方子的高桥松饼 上海老字号“长春”升级回归

“有糖还是无糖的？”在位于淮海路的长春食品商店内，现场加工芝麻核桃粉的王师傅动作熟练，嘴上询问顾客，手上一刻不停，将芝麻和核桃倒入粉碎机，盖上盖子，启动机器……

“我们每年都来买，天冷了就来。”11月22日，小雪节气。长春食品商店内，前来购买芝麻核桃粉的顾客络绎不绝。63岁的周大伯拎着刚买的芝麻核桃粉说，这是今年冬天的第一罐芝麻核桃粉，吃没了还会再来买。

作为一家有着71年历史的上海老字号品牌，长春食品商店今年进行了两个多月的焕新升级，10月1日回归淮海路正式营业。当天很多过来买芝麻核桃粉的顾客，也是在长春食品商店改造后第一次过来逛。有市民发现，店内不仅新增了高桥松饼，还有芝麻核桃拿铁、麦乳精拿铁等特色咖啡。

【记者手记】

“一招鲜”失灵， 老字号要创新“出圈”

曾几何时，老字号给人的印象就是市中心的一家店、几个老面孔的店员，历史悠久的拳头产品。岁月年年，循环往复。

放眼如今，老字号给人的印象是升级后崭新时髦的店铺、每季上新的花色美食、响当当的国潮IP。一年一新，永无止境。

随着人们消费观念的转变和对品质生活的追求，老字号可以躺在金字招牌上高枕无忧的时代一去不返。当新消费的滔天巨浪打来，是沉寂到海面之下，还是勇敢站上浪尖，乘风破浪，沪上的老字号们纷纷给出了自己的回答。

今年以来，南京路步行街上的不少老字号“旧店新开”，素来老派的沈大成带着精致大气的店面回归，外卖窗口前的队伍排成了人潮；以糟货见长的邵万生，回归后持续带来“糟系列”美食的扩容，还增设了云南菌菇、宁波特色糕团、苏州采芝斋等外地风味；三阳南货店不仅增大了店内空间，还把“苔菜”特色做大做强，苔菜大虾、苔菜里脊肉、苔菜鸡柳、苔菜鱼块等特色熟食让食客大饱口福……

在沪上另一条美食街淮海中路，71岁的长春食品商店经过两个多月的闭门装修，以全新面貌与顾客相见：现场加工的“芝麻核桃”招牌还在，新引进高桥糕点，开设自营的烘焙坊和熟菜间，种种变化，引来市民“先做攻略再购买”。

过去哈尔滨食品的两家店相距数百米，变成“自己和自己抢生意”。而现在，其中一家店摇身变为精品店，飘起了茶香和咖香。店员依柜煮着澄透清香的美茶，最低的花上18元，顾客就能带走一杯热腾腾的新会陈皮水，附赠一只精美带皮套的吸管玻璃杯。

近年来，始建于1926的新雅茶室回归上海街市，无数人期待的杏花楼新早茶火爆回归；福建中路140多岁的德兴馆要拆了，豫园的上海老饭店带着主打“非遗十二道”的新菜单和可容纳1500名宾客同时用餐的全新空间亮相……

转型之后，还有更多思考。

大白兔从简简单单一颗糖，变成了国潮先锋IP，而当奶茶、冰淇淋、润唇膏、香水、身体乳相继面世后，下一个爆点在哪里？

当童涵春堂从老字号国药，衍生出了游客手中的“二十四节气茶”，如何打响知名度，吸引更多喜欢养生茶的顾客来买？

一度淡出“上海小圈”视线的阿咪食品，带着当下最时髦的无糖生巧回归，若只有附近居民的“口口相传”，似乎还不太够。这不，线上直播团队正在紧锣密鼓组建中……

消费者的口味会变，心也会变。面对瞬息万变的市场，老字号们不能再迷信“一招鲜吃遍天”。创新的举措或起步早，或起步晚，或走上正确的道路，或暂时试错了方向，而这些都是合理的、应该的、值得的。世界上唯一不变的事，就是一定要变。

晨报记者 徐妍斐
制图 / 潘文健

“芝麻核桃”大受欢迎，还是老师傅现场加工

焕新升级后的长春食品商店，外观上以石库门和古铜色为主基调，门头上有“上海老字号”和“创始于1952年”字样。从一旁路过时，就可以看到这家老字号的招牌之一——芝麻核桃粉。

柜台内，王师傅将芝麻和核桃倒入粉碎机，盖上盖子，启动机器……等待的一分钟时间里，他又立即转身把一袋袋芝麻和核桃原材料搬到柜台上，以便快速倒入机器，顺便再从箱子里拿出空罐子出来备用。

从中午12点半到下午1点半，1个小时的时间里，芝麻核桃柜台前的顾客一直没断过，刚做完一波，下一波又来了，这还不是人最多的时候。

“我速度快，操作慢一点队伍就排起来了。”王师傅说，长春食品商店从早上9点营业到晚上9点，一般早上9点半到11点半，下午1点多到晚上6点多是高峰，人多的时候有时会排到店外面。

40多年前，王师傅从学校毕业后进入长春食品商店工作。“芝麻核桃粉这个产品是1996年开始做的，是上海第一家，我一直在这边，2020年退休，后来返聘了。”王师傅说道。

买芝麻核桃粉的顾客一代接一代，以前老人帮小孩买，现在小孩帮老人买。

来帮家中老人买芝麻核桃粉的陈阿姨说，之前都是她姐姐来买，这次她刚好在国内，“我妈点名说要长春的，她90多岁了，不方便出门，我就过来买了”。

家住徐汇区的姜阿姨也专程前来，购买这个冬天要吃的芝麻核桃粉。看了柜台上展示的几种包装后，她最后选择了小桶装。

“每年都买的，大概有十年了，就疫情期间没来买。冬天每天吃一点，冬令进补，有时候干吃，有时候放在豆浆里。家里我和我女儿吃得比较多，大桶装的吃到后面时间长了就不要吃了，所以今年买了小桶的。”姜阿姨说。

老字号如何留住老食客，吸引新顾客？王师傅说，原料和味道不能变。长春食品商店的芝麻核桃粉，一直用的是海门芝麻和云南核桃，保留进货的生胚芝麻筛洗、清洗，烘熟后经头道粉碎，桃仁去壳去夹、挑拣去杂、烘制去涩，最后定量包装的传统工序。

引进老方子的高桥松饼，跨界推出特色咖啡

另一位陈阿姨进店后，目标很明确。她和丈夫一进来，就直奔高桥糕点柜台，买了高桥松饼。

“我们从嘉定过来的，以前也经常来这里逛。了解到这里有高桥松饼、芝麻核桃粉，提前做了功课的，来了就马上买好了。”陈阿姨说。

升级后的长春食品商店，主要分成四个主要区域，分别为熟食烘焙区域、怀旧经典区域、健康养生区域和时尚潮流区域。

在怀旧经典区域，不仅保留了长春好口碑的腌腊、南北货、糖果蜜饯，还引进了保留原高桥食品厂老方子、老技艺的高桥松饼品牌。

这里的松饼有豆沙、枣泥、百果三种口味，6元一只；还有松糕、洋钱饼、金钱饼、麻花、一口

酥、小凤酥、豆沙卷、葱油桃酥等。高桥糕点柜台前，顾客络绎不绝，不少市民特意来打卡尝鲜。

还有市民发现，长春食品商店也开始卖咖啡了。除了常见的美式、澳白、拿铁、摩卡、热巧克力等，还有具有长春特色的“老上海摩登系列”，包括芝麻核桃拿铁、麦乳精拿铁、乐口福摩卡等，都是儿时记忆中的味道。

长春食品商店业务主管董维佳介绍说：“在时尚潮流区域，我们通过引入精品咖啡连锁品牌，精心布置一整面的酒类展示墙，改变人们对原有老字号食品商店守旧的刻板印象。由心咖啡选用SCA评测80分以上的咖啡豆，智能化的操作设备，精控出杯时间1分15秒内，保障每一杯咖啡口感香醇丝滑。”

自制品牌柜台增加，“长春”味道商品更丰富

升级后的长春食品商店，除了保留长春芝麻核桃、腌腊制品、山林熟食等柜台，还调整了长春自制柜台的占比，增加“长春烘焙-春常斋”自制糕点和“长春熟菜间”自制品牌柜台。

“长春烘焙-春常斋”有鲜肉月饼、萝卜丝饼、南瓜酥、核桃酥、女王卷、水果大福等，后续还将推出“黑芝麻酥心”系列等美味糕点。

“长春熟菜间”售卖广式熟食，现制现售烤鸭、腌腊、卤味等是特色主打产品。其中烧鹅采用东北三省绿色草原散养草鹅，几十种天然香料，由卤菜专家亲手调制而成，是该柜的当家菜品。

改造后，商品品类进一步丰富。但也有市民逛了后发现，以前有些柜台已经找不到了。

董维佳表示，此次升级对商店销售布局和行走动线进行了更为合理的改造，标识导航也更为清晰。消费者反映商品变少了，可能是针对酱菜柜台的退出。

对此，“长春熟菜间”推出了酱腌菜系列，近二十余种品种的酱腌菜每斤9.8元起，包括香辣外婆菜、伍仁金丝、辣白菜、酸辣萝卜条等。接下来，健康养生区域还将举办各类互动论坛、展示和讲座，“长春烘焙-春常斋”将推出吐司和菠萝包系列。

文/晨报记者 潘文
图/晨报记者 潘文
受访者提供

