

继愚园路店、鲁迅公园店之后，打浦桥店即将亮相

老字号四如春今年密集跨区开店

扎根普陀半个多世纪的老字号四如春，突然加快了“走出来”的步伐。

继4月底愚园路店开出跨区第一店后，紧邻鲁迅公园南门的新店，又于近日正式营业。这也是四如春首家双层门店。

开业不过一周，中午已时常排起长队；有人从公园锻炼完顺路来吃一客锅贴冷面，有人专程从浦东、杨浦赶来“尝尝味道”，还有附近居民已经开始“一样一样刷菜单”。而打浦桥店也预计在5月30日亮相。

记者了解到，四如春今年预计开出更多家门店。一个长期被视作“普陀限定”的老字号，正在尝试从区域名店，变成更多上海人的日常选择。



随着天气转热，店里最近还首次推出了原味冰淇淋，5元一个，受到不少年轻人和亲子家庭的欢迎。

从“专程打卡”到“常来常吃”，距离近了感情才能培养出来

四如春这次连续开出分店，最高兴的，其实是原本就喜欢吃但过去不方便常去的市民。

原先住在虹口、如今搬去浦东的李爷叔，就是其中之一。“四如春本来在普陀的，我过去吃过两次。”他说，自己一直喜欢各种老上海小吃，小笼、生煎、汤圆等等都爱吃，所以也去过四如春石泉路店吃冷面，“但毕竟太远了，不可能经常去。”

听说四川北路开了新店，他特地赶了过来，“我以前就住这附近，对四川北路有感情，这里开了我肯定要来吃吃看。”这天他点了冷面和锅贴，坐在二楼窗边悠悠吃：“还是以前那个质量，蛮好的。”

住在杨浦的“90后”白领赵小姐，最近已经来这家店吃了三四次。

“工作以后才听同事一直推荐，说很有名，还要排长队。”她回忆，自己有一年盛夏专门跑去石泉路店，“天气又热，排队又久，交通也远，期待值被拉得很高。结果环境比较挤，一吃之下反而没有留下特别深的印象。”

这次则完全不同。她是偶然路过鲁迅公园店，顺手进去吃了一次，“印象一下子变好了”。

“其实很多名声很大的东西，如果是特地赶过去打卡，最后吃的可能是情绪价值。”赵小姐说，但如果想真正培养出感情和习惯，还是要“便利的交通、舒服的环境和稳定的口味”。而鲁迅公园店恰好满足了这些。

“中午不想吃太多，就打个冷面，不加浇头都很好吃。”她表示，现在在外面很多店一碗面动辄几十元，这里的价格感觉比较划算。

更重要的是，它开始进入自己的日常生活。赵小姐说，开业一个多星期，她已经来了三四次。

她还提到，以前在上海，老字号其实很有“区域性”，隔壁区可能很多人都不知道了。后来网络发达了，老字号的名气更响了，但跨好几个区去吃毕竟不方便。

“距离近了以后，这些老字号的美食，才真正有机会变成自己的日常。”

“文记四如春”和“四如春食府”，到底是不是一家？

随着新店越开越多，也有不少顾客提出疑问：石泉路店挂的是“四如春食府”，现在新店为什么叫“文记四如春”？LOGO也不一样，到底是不是同一家？还是加盟店或干脆是两家不同的店？

有些顾客直接向店员发问，得到是同一家品牌的回应。事实上，“文记四如春”才是这一老字号更早的名字。根据公开资料及普陀区档案记载，上海历史上曾出现过

多家名为“四如春”的餐饮店，而如今石泉路店这家冷面名店，其源头正是昔日“大自鸣钟四如春”。因创始人名字中有“文”字，因此早年店号便叫“文记四如春”。

后来随着迁址和经营变化，“四如春食府”逐渐成为市民更熟悉的叫法，但此次品牌重新扩张后，新开的分店统一恢复使用“文记四如春”这一名称，也被视作一种“老字号回归”。

据了解，四如春自2024年启动老字号激活工作后，陆续在普陀区内开出桂巷路店、真如店等门店，并完成技艺传承人签约授牌。随着今年愚园路店、鲁迅公园店相继亮相，这个长期扎根普陀的老字号，也开始正式迈出跨区拓店的步伐。

鲁迅公园店店长王伟光介绍：“分店整体品种基本还是和总店一致，但也会根据不同地段的客群，做一些适合当地口味的调整。”冷面、锅贴、小笼等依然是目前最受欢迎的品种。

王伟光告诉记者，今年四如春计划继续拓店，打浦桥店预计将于5月30日开业，年底前计划再开出很多家门店。

“走出普陀，一方面是老字号的焕新，一方面也是想让更多年轻人看到，老品牌其实还是有生命力的。”

记者手记

从普陀“走出去”，才能让更多新客变常客

半个多世纪以来，四如春一直带着很强的“普陀记忆”。对石泉路附近居民来说，四如春一直像“家门口食堂”一样自然：夏天打一碗冷面，冬天吃一客锅贴，路过了就进去坐一坐。但在过去很多年里，不少别的区市民听说过它，却未必专门去吃过；还有更多年轻人，甚至直到这两年，才第一次知道这个名字。

而这也是很多上海老字号共同面对的问题。名气或许早就有了，但如果始终停留在一小块生活半径里，它就很难真正进入更多人的日常。

所以这几年，不少老字号其实都在做同一件事：慢慢走出原来的那一小块地方。

因为只有距离近了，它才可能从“听说很好吃”，变成“今天下班顺路买一份”；从“专程去打卡”，变成“平时就会去吃”。也就是说，老字号只有进入更多人的生活半径，才可能真正变成年轻人和新顾客的日常。

当然，门店一多，新的问题也会跟着出现。原来只需要把一家店做好，现在则变成要把每一家店都做好。冷面拌得香不香，浇头滋味足不足，锅贴火候到不到位，不同门店有没有明显落差，都会被老食客拿来比较。老字号一旦开始扩张，考验的已经不只是味道本身，还有管理、培训和供应链能力等。

对于很多上海人家来说，以后想吃这口冷面，不用再横跨半个上海去排队了；对于四如春自己来说，从“一家店”到“一张网”，挑战才刚刚开始。

文/晨报记者 徐妍斐 图/上海普陀 上海普陀档案



频繁更替的铺面终于迎来老字号，附近居民一样一样“刷菜单”

鲁迅公园南门外，四川北路2388号，这个铺面在“文记四如春”到来之前，已经换了三四家店。

经常来鲁迅公园锻炼的魏阿姨说，这次看到老字号开过来，附近不少人都有种“总算稳了”的感觉，“我们附近的人，一看是它，心里就有底了，希望它能一直开下去。”

这家新店面积约275平方米，分上下两层。工作日中午11点刚过，一楼点单区已经开始排队。

有人打包冷面回办公室，有人一家三口在二楼靠窗位置吃午饭，还有不少爷叔阿姨刚从公园出来，熟门熟路地点上一份锅贴、小馄饨，再配一碗冷面。

魏阿姨最近已经开始“一样一样刷菜单”。

“冷面肯定要吃，锅贴也蛮好，底壳脆，里面还有汤汁。三黄鸡我也吃了，蛮鲜的。”她说，接下来还打算吃小笼和汤圆，“反正离得近，不着急，菜单上的东西慢慢试。”

不少第一次上楼的顾客，也会对二楼的环境感到意外。

整层空间比传统老字号亮堂许多，一扇扇大玻璃窗正对绿树成荫的鲁迅公园，坐在窗边吃冷面，吹着凉快的空调，俯视外头开阔的园景，嘴里吃着香喷喷的锅贴，度过悠闲的用餐时光。

有年轻顾客形容，“画风有点像现在一些环境很好的网红店”。但价格还是熟悉的老字号路线。冷面一两4.5元，不少人点个二三四，配个浇头或锅贴，再来杯绿豆汤，就是一顿实惠的午饭。