

# 北京刮起老字号新消费风潮

本报讯 柯鹏 北京有礼是由北京市国资委号召组织,首旅集团与王府井集团承办和经营,是在老字号“守正创新”发展精神下,打造的代表北京城市人文精神的北京老字号品牌聚集平台。在与“MADE BY 京”新消费中秋市集同期举办的北京新消费品牌孵化创新大会上,德勤中国副主席施能自在《新消费助力后疫情时代消费复苏》的主题演讲中发布了基于市场数据和消费者喜好的调查结果。在后疫情经济和消费升级的双轮驱动下,中国消费市场正迎来全新的时代,“国际化、年轻力、中国文化、科技感、可持续”将成为后疫情时代新消费的5大关键词。新消费时代,随着消费人群年轻化、消费渠道更迭、营销创新等消费环境的改变,老字号如何做好传承与发展,既保持精品国货的“魂”又能拥抱时尚潮流是北京有礼持续发力的课题。自2021年诞生以来,北京有礼从“微创新”产品策略出发,以传统文化为纲,为产品注入新生力量,让“国潮”真正赋能老字号品牌和文化。联合便宜坊、京华、六必居、红螺、百花五大中华老字号品牌与互联网蛋糕品牌“BON CAKE”共同打造新国潮联名罐子蛋糕;带领老字号精品国货走上线上直

“一路走来,在琳琅满目的花俏商品中我一眼就被这个老式饼干桶吸引了,它和我记忆中的样子几乎一模一样,一下子就让我想起了小时候最期盼的零食时刻。”在“MADE BY 京”新消费中秋市集上,一站式京式伴手礼集合平台——北京有礼的展位前消费者对熟悉的北京味儿,新鲜的北京颜的商品爱不释手。

播间,面向Z世代讲述中国传统文化故事,讲述老字号品牌故事,在Z世代消费群体中打造出老字号的新潮范儿……北京有礼通过一系列的微创新举措,助力老字号守正创新,助力北京国际消费中心城市建设。

本次“MADE BY 京”新消费中秋市集,北京有礼为京城百姓带来了20余种惊喜好物,从文创伴手礼到经典北京小食,从古风生活用品到国潮搭配配件,解锁京城老字号的新形象,带来整盘的潮儿范新品。

被消费者点名表扬的京华茶叶新国潮风格的袋泡茶不仅尽显现代新颜,内在同样能打,以绿茶鲜叶茶坯,原叶真茶,玉兰鲜花打

底,茉莉鲜花窰制,窰花与炒花工艺结合,传承花茶拼配非遗技艺,采用独特工艺冷泡热泡均可。“长城砖”考古盲盒,以当下年轻人最喜爱的盲盒形式,将不同朝代的古代货币埋藏在长城砖中,每一块古货币都是根据原型选取材质,精确比对,还原古货币真实质感,至少8个不同朝代,18款以上的古代货币静待人们发现。红螺食品的红杏干、黄桃干、空心山楂,老字号的传统工艺,保留应季水果的清新香气,给人原汁原味的享受;义利麻酱威化饼干,黄金配比,用料扎实,入口酥化,层层脆爽,醇香回味。老北京的味儿,新北京的范儿……

以产品创新为核心竞争力,以打造北京老字号新产品、新形象、新创意、新营销、新模式为核心,以数字化、信息化为手段,北京有礼助力北京老字号深度挖掘品牌蕴含的传统文化精髓、创新研发符合现代审美又不失品牌灵魂的产品、打磨北京老字号品牌的厚度和年轻化发展方向,传递京式风味的本真价值,解锁中华老字号的全新形象。这个中秋,北京有礼不仅携手老字号为京城百姓带来浪漫美好的节日体验,更重要的是通过对产品升级、营销新逻辑和新模式的不断探索,助力老字号在守正的基础上,以创新适应变革。

## CBD咖啡青年节开幕

集中展示百余家品牌咖啡

本报讯 孙蕾 中秋小长假,阳光明媚的下午,喜爱咖啡的人们徜徉在浓郁的咖啡香之中,品尝咖啡、欣赏拉花、结识朋友……在“2022金台市集—北京CBD咖啡青年节”上,100多家自主品牌咖啡店拿出了各自的“看家本领”“镇店之宝”。

留学归国的“95后”小伙子王瑞兴和他的同学把创业的目光投向了云南咖啡。他说:“在国外留学时常常喝外国产的咖啡豆,但回国后接触到云南咖啡豆,我觉得不比国外的差,于是就产生创业的想法。”

随着近年来云南优质咖啡的出现,建立一个原创品牌、专门使用云南咖啡豆的创业构想跳进了王瑞兴的脑海。“我系统地学习了咖啡技艺,又到云南产区进行了生豆种植、品鉴方面的学习。”王瑞兴说,他和同学已经在北京奥运村附近找到了开店地点,现在他们的咖啡馆已进入最后装修阶段,今年11月将正式开张营业。

在本届咖啡青年节现场,每一位创业者都有自己的奇思妙想,在他们的手中,“咖啡+N”变成了可能,豆汁儿味、黑松露味、姜味……五花八门的味道让咖啡爱好者充满惊喜。

“这里的氛围比较好,在这能了解到很多咖啡知识和资讯,还能品尝平时喝不到的口味。”咖啡爱好者小伍边说边品尝着“咸摩卡”。

“咸摩卡”的制作者咖啡主理人费腾。费腾认为,现在人们已经不满足于商业咖啡的口味了,而是更追求品质,因此小型精品咖啡馆有了更大的创业空间。

据了解,“金台市集—北京CBD咖啡青年节”今年是第二年举办,相比第一年80多家商户参展,今年的商户数量增加了约20%。北京CBD管委会发展处处长周颖介绍,北京CBD在吸引优质国际咖啡品牌的同时,也在不断培育本土咖啡品牌,以打造区域独特的咖啡文化。

## 欢迎订阅《首都食品安全周刊》



内容方向不变  
信息含量不变  
发行渠道不变  
关注首都食安  
拥抱健康生活



扫码关注《首都食品安全周刊》微信公众号

全年订价: 144.00元  
季度订价: 36元