

借樱花出圈，老字号抢占“春天”

最近，无锡市中心刮起“粉色旋风”：粉色小笼包强势登陆王兴记户外大屏；樱花形状的气球悬挂在三凤桥外立面，夜晚灯光亮起格外吸睛；大东方百货“墙柱穿棉毛裤”的热情刚刚结束，和三凤桥联名出品的樱花排排酱又迅速登上“锡城头条”，巨型粉嫩玩偶放在路边，在社交媒体上讨论度颇高。从舌尖到指尖，老字号们都在围绕最近的顶流——樱花做文章。

樱花限定款竞相推出

3月初，当鼋头渚的早樱初绽，一水之隔的君来太湖饭店就已亮出樱花季新品，“樱汛·太湖鲜境”主题自助餐带来樱花气泡水、鲥鱼脆笃鲜等多款春季新品，餐厅内用樱花和风铃装饰点缀，带来别样的粉色浪漫。

君来太湖饭店相关负责人介绍，酒店位于景区附近，每年的3月和4月都是客流爆满的状态，相较于往年的常规樱花甜品，今年增加了丰富的场景设计，以“樱汛”融合时令文化，实现从视觉审美到在地文化的深度链接。“今年，长三角客群对‘自然疗愈+文化沉浸’体验需求激增，樱花季作为春季流量高峰，我们需通过差异化主题抢占市场。另一方面，也积极响应无锡市‘樱花经济带’建设规划，通过联动鼋头渚等景区打造‘赏樱+

文创产品“未售先火”

除了口味和造型上的变化，老字号们有了创新性突破。去年王兴记凭借樱花小笼包火爆出圈，今年除了限时上架樱花小笼，更将品牌形象宣传延伸到了文化产品上，与“锡马”联名出品的手机链“樱笼江南”尚未发售就已掀起火热讨论度。

品牌总监包琳洁介绍，手机链的灵感来自无锡樱花季的浪漫和品牌樱花小笼的匠心，每条链子上共有10粒“微缩版”小笼包，不仅是对“锡马”过去十年的致敬，也是对下一个十年的期待。据介绍，手机链刚发布产品图，企业就已经收到大批求购信息，首批开卖即售罄，上演“一链难求”，小红书上甚至还出现了代购。

同样火爆的还有三凤桥与大东方百货联名出品的毛绒玩具“樱花排排

美食’闭环体验，提升区域消费黏性。”

位于中山路上的三凤桥，从装修到产品，都给人耳目一新之感，门口步道换上“粉装”，经典酱排骨和樱花味酱汁融合碰撞，再撒上一些花瓣，“百年酱香”里有了柔美气息。无锡人爱吃的糯叽叽的团子也有了樱花色的“粉团团”。三凤桥品牌营销主管蒋柳青介绍，今年以“春日樱花”为主题，将老字号进行年轻化尝试，樱花季新品市场销量反馈亮眼，樱花味酱排骨点单率持续上升，“粉团团”也处于供不应求的状态。

擅长做糕点的穆桂英美食更是瞄准人潮奔涌处“一步到位”，通过美食小铺，将两款新品樱花绿豆糕和樱花双酿团带到了鼋头渚，把美食融入美景，和游客共赴春约。

酱”。“到一批卖一批，Q萌的形象吸引了很多年轻人，他们拿着排排酱到樱花树下合影。”蒋柳青说，老字号创新除了好看、好吃，也要“好玩”，排排酱造型来自经典酱排骨，不仅体现地方特色，软糯的触感也很解压，契合当代人的情绪需求。她介绍，文创产品可以提升品牌的传播度，今后还打算推出冰箱贴、团扇，继续丰富文创产品矩阵。

无锡市老字号协会副秘书长宣洁表示，今年樱花节，品牌通过结合时令元素和现代文创，不仅拓展了收入来源，还提升了品牌的文化附加值，增强了与消费者的情感连接。“接下来期待老字号之间能加强合作，形成合力，共同推动无锡老字号品牌的整体发展，提升在全国乃至全球的影响力。”

（晚报记者 陈婧怡/文 受访者供图）



日售超千份 为啥黄油年糕能席卷烘焙市场？

近期，一款名为“黄油年糕”的烘焙品以燎原之势席卷全国烘焙市场，在无锡掀起了购买热潮，连超市和餐厅也纷纷上架，高峰时，部分门店一天可售2000份。



“当红炸子鸡”

“部门下午茶刚吃过，晚上连食堂都在卖，最近它这么火。”看着接连闯入视野的黄油年糕，市民徐先生发出感慨。

这款听起来有些“中西合璧”的糕点，以糯米粉、黄油、牛奶为主要原料，外皮焦脆、内里软糯，融合了黄油的浓郁与传统年糕的嚼劲，散发着淡淡的奶香，被网友称为“口感双重暴击”。市面上一按盒售卖，每盒4只至6只，价格9.9元至20元。有的商家会在里面加蔓越莓、芋泥，做成“流心款”，价格略微贵一点。

在锡城各大商场走一圈，可以发现它几乎已经成为各大烘焙店的“C位担当”，无论是门口的商品海报还是电视大屏，黄油年糕都占据着视觉中心，吸引大量注意力。在小红书上，相关的笔记超过了6万篇。

格瑞思万象城店相关负责人介绍，黄油年糕成为新店开业后的销量冠军，活动促销期间，平时工作日的销量为1000份至1500份，到了周末超过2000份。海岸城糕大师店员说，即便按照正价售卖，在门店和外卖平台也都是卖得最好的品类。“基本上各家门店最近的促销重点都是它，很多顾客已经在网上刷到相关的视频，无需多加介绍。”

除了泸溪河、鲍师傅、格瑞思等连锁品牌，私人烘焙房、生鲜超市也能看到它的身影。从线下到线上，没有复杂装饰、外形略显朴素的黄油年糕，成为2025年开年烘焙圈的“当红炸子鸡”。

还能火多久？

为何黄油年糕能够“杀出重围”？格瑞思相关负责人认为，一款糕点能够火出圈需要具备三个要素：好吃、便宜、有特色。

常见的糕点多是面粉制成，而黄油年糕的主要原料之一就是年糕，特色鲜明。同时，年糕作为传统美食，本身就有数量庞大的爱好者，往里面加入黄油和白糖，提色增香，口感更胜一筹，连阿公阿婆也愿意尝鲜；零售价格多在20元以下，高性价比使其成为大众消费的热点。“此外，这款单品多为门店现烤现卖，2024年12月前后上市，初冬时节天气寒冷，热炉糕点给人温暖感，加上头部品牌加大营销力度，热度持续发酵。”

风头正劲的黄油年糕，受季节性等因素约束，当下的火爆人气或许难以长久维持。相关人士介绍，烘焙行业变化很快，新品不断，今后会把黄油年糕作为长线产品售卖。烘焙业有强烈的季节属性，等到天气转热，像冰淇淋面包之类的冷藏糕点需求量会上升，将有新的爆品出来瓜分流量。（陈婧怡/文、摄）