

老网红 新网红

中山路作为一条百年商业街，向来都是网红店的聚集地。从春和楼、天真摄影、亨得利等百年老店，到现在的新型流量业态，新旧更替中，老城文化就像一块蓄电池，谁掌握了激活它能量的密码，谁就掌握了吸引流量的法宝。

海归回归

走在中山路上，一不小心就会错过这家小店，门头不足一米宽，点点霓虹灯围绕在面馆招牌周围，很有旧时上海滩的味道，吸引了很多年轻人来此打卡。

正午时分，院子的天井里站满了排队等待叫号的食客。

推开店门，里面是旧楼小弄堂，台阶先下后上，拐弯处露出一扇并不明朗的门，门内是一处略显开阔的用餐空间。用陶渊明的《桃花源记》来形容这种空间的神秘感最合适不过：“初极狭，才通人，复行数十步，豁然开朗。”

王珏是这家网红店的老板，一名云南路上长大的“70后”青岛小哥，也是青岛早期的海归青年，游历过40多个国家，闯过北京金融圈，如今他落在百年老街的情怀里，安静地生根发芽。

“小时候经常在中国电影院看电影，隔着马路，影院对面就是现在面馆的位置。三十年前在门口遥望的红房子，我终于进来了。”在王珏看来，老房子的魅力独一无二，这就是它的价值所在。

“这些老建筑本身就很有范儿，你要尊重它，一定要恢复到它原来的模样。”面馆开业不到一年，装修却花了一年多时间。青岛小哥与这座老房子在慢时光中消融，将它细细打磨。替换下来的老木板钉在墙上做装饰，原来的落雨管被换成白色的PVC管子，王珏又刷上灰黑色的油漆，还原它本来铸铁材质的颜色。

“天井旁边的酒吧原来是堆放杂物的地下室，我把地砖铺好后，觉得这个空间很漂亮，就临时决定用作酒吧，你现在看到的酒吧其实是半路杀出来的。”王珏笑着说。

面馆里生意火爆，开业当天小红书上有300多条顾客的推荐。卖得火的是芸豆蛤蜊面、打卤面、炸酱面。前有咖啡后有面馆，在这栋老建筑里竟没有一点违和感，融洽得像一杯鸡尾酒，前调是洋气，后调是烟火气。

高中就出国留学的王珏，游历过世界很多著名的老街区，他很得意自己面馆的选址：“老街、老房，这些历史的东西

是巨大的遗产，中山路复兴是肯定的，只是时间早晚，这在很多地方都是得到过验证的。”王珏认为，政府修旧如旧的保护是一方面，入驻老建筑的经营者也需要有善于挖掘和发现的眼光，老房子是自带流量的，很多老建筑的历史痕迹被掩盖，它的闪光点需要进一步挖掘。

复兴的种子

贺鑫知道王珏的面馆，还是从网上搜来的。疑惑于这样一家颇具情调的网红店为何选址中山路，贺鑫成了面馆的“顾客”。

有着多年招商工作经验的贺鑫，如今是市南区历史城区保护发展工委副书记，“我们也在考察，看中山路上哪些商家比较火，什么业态适合这里。”

“老网红和新网红是有本质区别的，以前的网红店，最鲜明的特点就是物美价廉，而现在的网红店，要的是品质、情调。”跟王珏的对话让贺鑫有了一番心得：原来老网红和新网红差别在这里。

王珏的面馆无疑符合了新网红的特征，贺鑫则把它看成了中山路复兴的一颗种子。“在老街的招商中，我们并不急于把位置填满，而是要留白，适合中山路定位的店铺，即使它很小，我们也可以接纳它，把它们像种子一样播种下来。”

为了让种子茁壮成长，市南区正在制定中山路“专属”产业升级引导办法，提升政策的吸引力，加快形成品牌引领、特色明显、人气活跃的商业环境。

“这个办法重点扶持品牌商业、网红门店、文创体验和特色餐饮四大类业态，相对于全区层面的政策奖励办法，中山路业态升级引导办法进一步降低了企业的奖励门槛，以吸引具有品牌号召力和网红效应的商家进驻中山路。”贺鑫解释说，“这个过程可能更像竹子拔节，前期比较慢，是一个布局和培育阶段，等这些新兴业态的种子们发芽后，就会形成节节高的态势。”

老地标“新世界”

每天晚上6点钟之后，王廷滨都会来到自己在中山路上的潮流艺术馆。他白天在画室创作，晚上来这里和顾客做一些面对面的交流。在简约风格的店面门口，立着一个造型独特的卡通造型：穿着游泳衣套着救生圈的青岛大姨，这是王廷滨根据青岛特色脸基尼创作的人物形象。

王廷滨的潮流艺术馆，位于劈柴院北侧，也是以前“老环球”的位置。青岛环球文化体育用品商店，曾是山东省经营文化体育用品规模最大的老字号专业商店、青岛市十大专业商店之一。

“我是这条街百年来的第一家艺术馆。”王廷滨开玩笑说。从小在即墨路大

的王廷滨，还记得小时候的歌谣：一二一，上街里，买书包，买铅笔……指的就是环球文化体育用品商店。于是，当看到环球体育用品商店重新招租时，他义无反顾地租下了这个记忆地标。

“如果在青岛找一条有文化的商业街，没有能取代中山路的街。”这位土生土长的青岛“70后”二次创业，把他的“新世界”根植于这片于己而言有着漫长且私密记忆的老城街区。

王廷滨的这家潮流艺术馆既办画展，也是一家潮流文创铺子，里面展览的原创大幅油画富有潮流气息，颜色大胆又不失融洽，最醒目的油画之一《来青岛办大事》，两边是传统的门神，有开门迎接纳客的意思。内容像书一样丰富的《溜达青岛》手账本，里面每张都有原创的插画和与青岛有关的文案，介绍了青岛的建筑、风景、民俗、饮食等特色，还可以扫码听青岛话讲解，个性十足。

在中山路上开店后，王廷滨的文创产品受到了前所未有的关注。刚开业那会儿，很多本地的、外地的艺术爱好者慕名而来，找他聊艺术，聊创作，每天晚上都要到12点人慢慢散去，艺术馆才能关门。曾经，有个关注文创产品的游客竟从北京专程坐飞机过来，在他店里聊了5个小时，然后又坐飞机离开。

“我的艺术馆也就80多个平方米，中山路有1000多米长呢，希望更多的艺术元素能走进中山路，进行统一的产业规划，营造艺术氛围，可以在中山路上抱团发展。”

文化蓄电池

“老城复兴，文化先行”，百年老街独具魅力，这是它的价值所在。市南区观海路街道人大工委主任孙熙宁，把文化比喻成一块蓄电池，“需要的时候就可以激活它”。

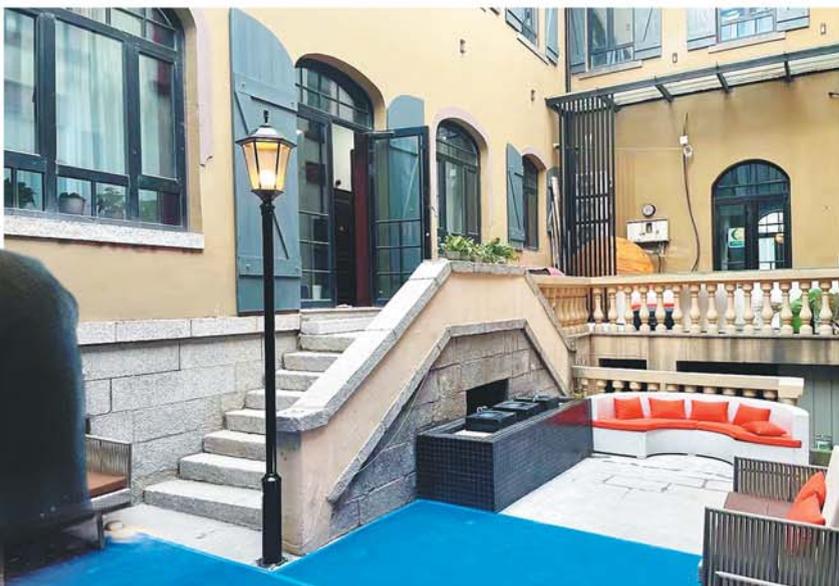
如何激活？孙熙宁有他自己的“潮玩法”。在他看来，老房子的历史和建筑风貌需要进一步挖掘，搭建融媒体平台，把老街的故事宣传出去。

“现在中山路外立面修缮，中山路两侧的建筑长图也出来了，在这个基础上我们计划做成攻略类型的文创产品，整个中山路1000多米，走一段路，看中山路的故事，答题打卡，然后一步步闯关，变成互动的类似手游的游戏。你就可以在中山路模拟开店，经营一个店。现在的店家也可以在这个游戏里发各种商业信息。”

中山路老建筑不仅仅是一种建筑形式，更是青岛发展的见证，是中西文化交融的结果，是青岛最特殊的文化符号。无疑，互联网时代有互联网时代的玩法，无论老品牌还是新秀，在这个时代，谁能唤醒老建筑的文化底蕴，谁就掌握了流量密码。



王珏和他改造的网红面馆。



潮流艺术馆创办人王廷滨。