

和鲁迅一起玩跨界

送出 100 份绍兴味道,等你的精彩分享



孔乙己雕像 林斌 摄

【老字号·新消费】
深耕绍兴,品味鲁迅。

林雨尘 文

处于绍兴古城C位的咸亨酒店,近10年的年均营收稳定在1.8亿元-2亿元区间,算得上是全国单体酒店的标杆性企业。

须知,1894年这个老字号由鲁迅几位本家众筹初创时,只是绍兴城内都昌坊口一处单间门面“当街曲尺大柜台”的小酒家,首任掌柜周仲翔虽是秀才却不懂经商,两三年后就关门去做了教书先生。

咸亨缘何能在100多年后重出江湖成为年营收过亿的中华老字号?日前,记者深入探访。

雕刻『孔乙己』已 打开年轻消费市场

咸亨酒店能东山再起,得感谢鲁迅。

1894年鲁迅13岁,咸亨的开张和倒灶给他留下深刻印象,20多年后还把它写进小说《孔乙己》,于1919年4月在《新青年》(第六卷第四号)上发表。小说里的孔乙己满口“之乎者也”,被人嘲笑“怎的连半个秀才也捞不到呢?”他时常到咸亨酒店温两碗酒,再要一碟茴香豆,是唯一站着吃饭喝酒的“长衫客”。

许多人来绍兴,目的是“寻味”鲁迅。于是,“复刻”孔乙己这个灵魂人物,成了咸亨酒店的拿手好戏。在今年中国旅游日,几位“孔乙己”身着长衫,走进酒店,站在柜台边喝酒、吃茴香豆,还用一口“绍普话”讲着小说里的语句和小朋友互动:“窃书不能算偷……窃书!……读书人的事,能算偷么?”“我便考你一考。茴香豆的茴字,怎样写的?”这份惟妙惟肖的迂腐让在场游客忍俊不禁。

除了沉浸式欣赏“孔乙己街头模仿秀”,在这里买一杯太雕奶茶,杯身上便印着一个正在喝奶茶的长辫长衫男人,这是1.0版本的时尚孔乙己文创形象。

咸亨酒店有限公司董事、总经理林琼说,五六年前请设计公司设计了一个童年的“小孔先生”形象,并开发出一系列文创产品。茶具、冰箱贴、笔、小立牌、亲子装……在“咸集文创”馆内,因为“小孔先生”是Q版的年轻态形象,很受孩子欢迎,文创产品销量一直不错。

右上为茴香豆,左为鲞冻肉
受访者供图

跟着鲁迅吃绍兴『触电』+旅拍『点石成金』

臭豆腐在《阿Q正传》和《狂人日记》中是鲁迅心心念念的家乡美食。今年4月,咸亨酒店门口摆起“便民外卖点”,主打10元钱一份(8颗)的炸臭豆腐、5元钱两颗的祝福麻团等小食,每天售卖时间为9时30分至13时30分、16时30分至20时,不少人冲着“迅哥儿臭豆腐”而来,周末营业额可达上万元。

鲁迅笔下的臭豆腐、孔乙己手中的温黄酒,在咸亨也有了新搭子。“我们每年都会举办小龙虾节,除了常规的十三香、蒜香等口味,还特别推出太雕版‘醉小龙虾’和臭豆腐小龙虾。”林琼表示,美味不仅要接地气,也要融入“精神天线”,“宴与文化”同样是咸亨的特色。

2020年,咸亨推出“放翁宴”:陆游手持书卷,旁边题写着他那首著名的《游山西村》,小山旁立,莲花出水,一盘盘菜肴盛在碧绿的青瓷里,美哉雅哉,获得省赛金奖。

2021年,酒店推出“故乡宴”,纪念鲁迅先生诞辰140周年,《故乡》发表100周年,鱼圆、菌菇素包子等菜品均出自鲁迅笔下,成为“鲁迷”打卡必点菜品。

为了寻找新赛道,咸亨“触电”已久。数据显示,2024年国庆黄金周期间,酒店单日营收突破128万元,客流量较上一年同期增长215%,其中超6成游客都是为短剧《咸亨印象》而来,多平台上线后播放量迅速突破2亿次,带起一股“打卡咸亨”热潮。酒店还邀请旅拍馆入驻,住店客人拍摄旅拍照可获得3张免费精修照,之后每增加一张精修照由酒店和旅拍馆分成。“中老年客人下单过半,我们酒店的置景很适合拍照,他们也很喜欢这种记录形式。”林琼笑着说,未来咸亨要在全龄客群持续发力。如此不走寻常路的咸亨酒店,你是不是也很想感受一下?关注本报微信号、视频号,分享你关于绍兴、关于咸亨的精彩回忆,获得本报编辑部回复的,将获得一份“咸亨味道”,限额100份。

