



焕新场景、上新业态、创新体验—— 海口老爸茶写出 爆款 新茶方

A “茶底”要更新 场景升级沏出圈粉风味

10月31日下午5时,位于海口骑楼老街水巷口的夏南洋·骑楼烟火市集,沉浸式情景剧《骑楼往事》拉开序幕,店内的食客们一边吃着菠萝包、斑斓椰子冻,啜饮着醇香的茶饮,一边举起手机记录精彩瞬间,并不时为剧中情节喝彩。

自今年国庆节试营业以来,该店以“老爸茶+沉浸式情景剧”的模式吸引了众多市民游客前来消费体验,日均接待量达4000人次。“早上如果来晚了就可能没座,周末节假日更是座无虚席。”该店运营负责人冯家伟告诉记者,“老爸茶”本身就是海南人生活里充满烟火气的社交载体,而《骑楼往事》讲述的正是老一辈海南人下南洋的奋斗史与思乡情,“把两者结合,就是为了打造‘边喝茶、边看戏、边品文化’的沉浸式场景,让文化不再只是‘博物馆里的展品’,而是能吃进嘴里、融入体验的日常。”

当天,来自浙江的游客张萱一边

展示手机里的照片,一边开心地说:“在南洋风情的建筑里,品着地道的海南小吃,还能看剧,这绝对是我这次海南之行最难忘的亮点。”

在如今的海口,“老爸茶”不仅能在岸上吃,还能在水上品。11月1日上午9时30分,海旅01游船从东坡老码头缓缓驶出。三层船舱恢宏大气,市民游客在船内大块朵颐,酱香凤爪、黑椒牛仔骨、酱香金钱肚等50多种特色“老爸茶”美食让人应接不暇。“头一次在海上吃‘老爸茶’,边欣赏海口湾美景边品茶点,感觉很新鲜。”市民卜艳带着儿子专门前来体验,奇妙的经历让她啧啧赞叹。

“今年国庆中秋假期期间推出的这趟海上老爸茶游船迅速走红。我们采取的是去船票化策略,‘老爸茶’价格属于大众化消费水平,消费者认可度很高。”海南海洋旅游投资开发有限公司运营管理部部长姚海艳认为,海上吃“老爸茶”的模式既增强了“老爸茶”的吸引力,又能让



▲在夏南洋·骑楼烟火市集,市民游客在挑选茶点。 本报记者 杨鹤 摄



▲11月1日,市民游客在海上老爸茶游船内享用茶点。 本报记者 康登淋 摄



▲10月31日,在海边宽宽骑楼店内,小朋友在挑选“老爸茶”茶点礼盒。 本报记者 杨鹤 摄

①②位于海口骑楼老街的夏南洋·骑楼烟火市集,通过将南洋沉浸式情景剧《骑楼往事》与“老爸茶”元素进行场景融合,为市民游客打造了风情独特的“老爸茶”消费场景。 本报记者 杨鹤 摄

C “续杯”靠回甘 创意融合打造文旅名片

作为海南非遗的“老古董”,“老爸茶”随着其展现形式的不断创新,吸引了越来越多的年轻人体验和感受。

可以“带回家”的“老爸茶”,对游客有着不小的吸引力——这是记者11月2日走访海边宽宽骑楼店的体会。在该店内,“老爸茶”伴手礼区常有消费者驻足选购商品。

“茶点系列、茶系列、咖啡系列的商品销售额在我们店‘名列前茅’。”海边宽宽品牌负责人说,“相信基于海南‘老爸茶’文化制作的特色伴手礼,可以让游客回家后也能想起在海南游玩的美好时光。”

“为了传承创新‘老爸茶’文化,我们瞄准文创赛道,将市井烟火气转化为可体验、可消费的旅游产品,同时也让这一传统非遗能以更时尚、年轻的形式被看见和传承。”从事特色旅游商品开发行业的海南云游文化传播有限公司市场高级经理、海口老爸茶美食推广联盟秘书长宋洪岩认为,“老爸茶”是海南人随性豁达生活态度的体现,特色文创产品可以向更多人传递这种理念,展现其背后的历史积淀与文化内涵。而年轻人回味起在海口体验到的“老爸茶”及其衍生产品后,能够认可其背后的生活态度、共鸣其中的人文深意,“老爸茶”文化便更能历久弥新,这一文旅名片也将长亮长红、充满活力。

目前,海口老爸茶美食推广联盟通过市集、跨界合作等创新尝试,让“老爸茶”文创产品成功吸引了大量年轻人,激发出文旅消费新动能。宋洪岩介绍,下一步,该联盟计划将“老爸茶”文创产品投入全市的老爸茶实体店,扩大知名度,让“老爸茶”既好吃又好玩。

对于“老爸茶”的未来,经营者们已有了更清晰的规划。夏南洋·骑楼烟火市集计划在现有“老爸茶+演艺”模式基础上进一步深耕,后续将引入琼剧、儋州调声等海南本土非遗表演,让演出内容更丰富;还将推出“故事限定套餐”,让食物成为文化记忆的载体。海旅游船计划将“老爸茶”的供应拓展到更多班次,让更多旅客有机会体验到这一特色。老爸茶巴士则计划开发更多特色线路和体验活动,持续丰富“公交+旅游”新模式的内涵。

“近年来,海口‘老爸茶’传承和发扬的形式日趋多元。”海口市非物质文化遗产保护与传承协会副会长刘雯说,通过创意融合,当前我市“老爸茶”文化与旅游消费场景深度融合,衍生出老爸茶巴士、文创产品等新形态。在政府与市场的共同推动下,“老爸茶”正从一种日常生活场景向靓丽文旅名片转变。她认为,要持续发展好“老爸茶”文化,进一步促进相关产业协同发展,关键在于构建一个由政府、经营主体与行业协会共同发力的健康生态。例如,可以通过申请“海南老爸茶”公共品牌,加强对这一文化的保护、传承与创新等。

B “出汤”需深煮 文化体验引来新客上座

记者在采访中发现,海口通过“老爸茶+”模式打造出的独特文旅IP,如今正在频频出圈。

“‘老爸茶+演艺’的新场景能够受到欢迎,核心是抓住了大家对文化体验的消费新需求。”冯家伟表示,在环境打造上,骑楼烟火市集特意融合南洋骑楼美学与海南传统茶楼风格:复古花砖铺就的地面、藤编灯笼透出的暖光、贴满侨乡老照片的墙面,让人一走进来就仿佛穿越回了老南洋;在美食搭配上,既保留了菠萝包、红米虾肠、鸡屎藤粿等经典茶点,还特意加入了斑斓糕、咖喱吐司等情景剧中出现的南洋特色小吃。“顾客在戏里看到的美食,转身就能在桌上尝到,可以进一步从视觉到味觉强化其文化沉浸感。”冯家伟说。

“老爸茶巴士成功将地方文化元素转化为特色旅游产品,创造了集出行、观光、美食、文化、演艺于一体的沉浸式消费新场景,吸引了众多游客前来体验。”陈益鹏介绍,“老爸茶”文化通过“移动茶馆”这种新颖的形式,突破了传统茶店的固定空间,既能以更潮流、有趣的方式吸引更多年轻人,也有利于其自身的传承和发扬。

姚海艳的想法与陈益鹏不谋而合。她认为,在海上吃“老爸茶”,既满足了本地人的“老爸茶”日常消费习惯,又拓展了消费新场景,丰富市民游客的深度文化体验,以更多样的文化体验形式与更深入的文化内涵探索,传承和展现“老爸茶”文化,使其成为独具特色又富有活力的文旅名片。

市旅文局有关工作人员表示,近年来海口积极宣传推广“老爸茶”文化,注重对其历史底蕴的深度挖掘,并通过举办“老爸茶生活周”、成立海口老爸茶美食推广联盟、开通老爸茶巴士等形式,不断焕新“老爸茶”文化展现场景,提升“老爸茶”文化知名度,让“老爸茶”成为海口引客留客的新兴锚点。



市民游客乘坐老爸茶·海口巴士来到天空之山驿站,感受海口优美风光。 本报记者 杨鹤 摄

以更新场景助推“茶香”出圈

□本报记者 高潮

如今,在椰城街头,“老爸茶”已从市井茶馆走向时尚商圈,完成了从传统生活习惯到现代时兴体验的华丽转身。越来越多新潮的“老爸茶”吃法给人们带来独特的消费体验,“老爸茶”已成为城市文旅融合发展的热门IP。未来,“老爸茶”更应该把握年轻消费群体的消费趋势,提升知名度和吸引力,激发“老爸茶”消费新活力。

打造“老爸茶+”新场景大有可为。“老爸茶”+酒店,在酒店推出“老爸茶”套餐,展示“老爸茶”文化墙,让市民游客更深入地了解“老爸茶”的历史文化底蕴;“老爸茶”+景区,通过跨界联名推出限定纪念款门票,或推出玩景点吃“老爸茶”等优惠活动;“老爸茶”+演唱会,可以推出“看演唱会,吃老爸茶”等主题活动,吸引年轻人在社交平台“打卡”分享;“老爸茶”+文创产业,通过潮玩、盲盒、玩偶等新颖形式,推动文化符号现代化转型;“老爸茶”+博物馆,助推“老爸茶”文化深入人心……

让“老爸茶”从“舌尖上的记忆”变为“可触摸、可互动、可传播”的实体体验,是政府和市场共同努力的方向。当年轻人手握“老爸茶”毛绒玩偶,或在社交平台分享“老爸茶”体验感时,他们事实上已成为了非遗的主动传播者和保护者。