

央视频道首播,《东大街1998——城市街道与市民记忆》文化丛书出版发行。

随着《千年陕菜》第二季拍摄杀青,以及承办和参与的“千年陕菜·美食之源”陕西美食节暨“陕菜进京”、第二届中华节气菜大会暨2021餐饮业高质量发展峰会、第六届丝博会“丝路美食·知味陕西”等活动成功举办,陕菜一时在餐饮界引起了不小的反响,西安饮食的老字号品牌知名度得到显著提升。其中,老孙家饭庄羊肉泡馍成功上榜国家非遗名录,同盛祥入选中国民族餐饮特色企业百强,西安饮食“产品创新外卖”入选中国连锁餐饮优秀创新案例,老孙家饭庄、德发长酒店、春发生饭店被中国饭店协会授予“地标食材代表性企业”,“西安饮食股份有限公司”“常宁宫休闲山庄”“德发长”3个品牌商标被陕西省知识产权局评为“陕西好商标”,西安饭庄等9家餐饮品牌被认定为“陕西老字号”,西安饭庄、德发长酒店、同盛祥饭庄、西安烤鸭店、大香港酒楼5个品牌上榜“2022凤凰网美食盛典·西部人气餐厅”。

西安饮食还十分重视电商零售等新的营销模式对老字号门店经营的帮助和贡献。据西安饮食品牌文化营销中心执行总监韩漫漫向记者介绍,面对电商新零售和后疫情市场新发展需要,西安饮食成立了电商公司,不断优化团购、外卖、新零售、会员社群、线上商城等营销渠道,以及拓展老字号私域流量、推进抖音本地生活团购业务,同时积极打造自有平台“IN食西安”小程序,科学精准开展线上新营销。

目前,西安饮食开展的“双微+抖音+直播”网络矩阵营销和线上门店的运营引流初见成效,其主打账号“饮食西安”“IN食西安”,围绕一食一城、食辰美食、老字号美食秘境、深夜食堂等栏目,定期开展老字号探店打卡活动,抖音上的主播探店和直播带货,月均曝光量突破200万。

2022年,西安饮食开通线上官方商城,充分发挥“官方商城+社群营销”方式,补充第三方外卖平台业务,并且商城上线产品均设置分佣制,

社群用户可分享商城链接进行裂变销售,从而获得相应的佣金。这一举措吸引了大量的美食大V及自媒体达人进行分销,扩大了活动传播范围。进入商城的用户还带动了商城其他产品的交易,商城的交易额较平时增长十倍以上。西安饮食还积极采取“社区团购+社区便民服务站”模式,拓宽服务矩阵。

随着社群销售持续增长,后台数据发现有越来越多的用户参与到分销的行列中,由消费者转变成了推销者。基于这种情况,公司积极开展招募团长活动,并给团长提供平台技术支持、产品培训及试吃、协助团长处理售后等服务。同时与各大社区合作,实行老字号进社区“便民服务站”食品保障服务,组织各品牌在社区进行现场销售,得到了不少市民的选购与认可。相关资料显示,2020年至2022年,西安饮食电商板块实现经营收入近2亿元,加速了线上线下融合发展。

## 陕菜的百年老字号

“从1898年至今,这个技艺已经传承了第七代。”2022年12月2日,西安饮食老孙家饭庄常务副总经理马超接受记者采访时说。他所说的技艺就是老孙家饭庄羊肉泡馍的制作技艺。

作为国家级非物质文化遗产代表性项目,老孙家羊肉泡馍制作技艺已经拥有一百多年的历史。老孙家饭庄始建于清光绪二十四年(1898),最初由回族孙姓叔侄二人创办,主要经营牛羊肉泡馍,店址在西安城内端履门十字东南角。新中国成立后,老孙家牛羊肉泡馍馆于1956年经公私合营,成为国有企业,经营面积由原来的两间平房扩展到五间的两层小木楼,职工三四十名。后来由于营业房年久失修,白蚁蛀蚀,从1974年6月起被迫停业长达十四年之久。

改革开放后,在政府的关怀和支持下,老孙家饭庄在西安市东大街端履门老店旧址新建三层楼房重新开业,由于民族特色突出、风味独特,成为西安的涉外清真接待饭店。1999年,老孙家在西安市东门外建了新店,内设餐饮、客房、小