

打造新京味旅游名片

## 老舍茶馆： 将京味文化融入现代生活

在北京前门箭楼西南侧，有一座名扬海外的茶馆——老舍茶馆。作为国家3A级景区，老舍茶馆33年来的经营中始终贯穿着中华传统文化。它在创新中求发展，在传统中寻求适应现代人的生活方式和消费模式，老舍茶馆，这个京味文化浓厚的地方，吸引着游客。

### 顺应时代 老商业焕发新活力

如今的前门大街依旧延续着过往的繁华，老舍茶馆也平静地书写着他的发展历程。1979年改革开放之初，一位名叫尹盛喜的北京人在前门外支起了摊儿，开卖两分钱的大碗茶。时至今日，老舍茶馆是为数不多的依然坚守市场的老商业品牌。

进入老舍茶馆，纯正的老北京吆喝声让人顿时倍感亲切。店内古典装饰及各种老物件向人展示着这里厚重的历史。不过在老舍茶馆董事长尹智君看来，老商业品牌应当顺应时代发展。如今几分钱的大碗茶依旧存在，但其纪念意义明显大于经营。

老北京有六种茶馆形式，分别是大茶馆、清茶馆、餐茶馆（二荤铺）、清音桌茶馆、书茶馆和野茶馆。老舍茶馆在融入老茶馆的精髓元素后，再以适应现代消费者需求的形式呈现出来。除茶馆外，这里还有精品京味儿餐厅，还会承接婚宴，进一步扩大市场。

### 敢于创新 奥运五环茶吸引老外

老舍茶馆的演出闻名京城，既有传统的曲艺形式，也有“80后”相声演出，平民化的价格为其赢得了大批稳固的茶客，他们每周下午来这里听曲艺、



听京剧，很多人成了传统艺术的忠实票友。

除了演出方面的出新，老舍茶馆的中高端商品也颇具特色。尹智君告诉记者，经营茶馆不能只依靠传统，敢于创新十分重要。由于老舍茶馆经常接待国外元首及重要访客，所以会准备传统工艺礼品及茶礼品作为礼物赠送。在这些贵宾将礼物带走时，老舍茶馆独具内涵的茶文化和京味儿文化也飘向四方。

老舍茶馆独有的茶商品名为“老尹”，记者在店内看到了部分“老尹”茶礼盒包装颇具北京特色，特别是各种造型花茶，茶品质量和制作工艺均属上乘。尹智君表示，我国传统茶文化全球闻名，也是外宾最为感兴趣的。2008年奥运会前推出的“奥运五环茶”，其创意于茶色。中国六大茶类的颜色与奥运五环旗的五环加白底的颜色基本吻合，只有蓝环的颜色与青茶不同，但自古“青出于蓝”的说法为两者找到了契合点。于是，老舍



茶馆首创性地推出了六大茶类精品系列“奥运五环茶”。尹智君告诉记者，未来“老尹”品牌的茶商品也将“走出”茶馆。

### 结合当地特色 将老舍品牌推向全国

据了解，老舍茶馆去年共接待游客约20万人，外宾占比为10%，其中50%的游客都是为观看京剧演出而来。为了让外宾能够欣赏京剧，老舍茶馆推出的京剧表演多为布景唯美且故事性强的剧目。为了增强观众的参与性，每场演出前都会有剧情介绍和有关京剧知识的讲授。

在采访中，记者了解到，自尹智君接过老舍茶馆后，一直为塑造茶馆的精致风格而努力。在四合院式的茶舍中品茗，宾客感受的是浓缩的老北京风

情。尹智君告诉记者，投入千万改造装修的高端会所将于近期问世，以展演非物质文化遗产为主。由于面积所限，老舍茶馆将打造一批文化性强的面向小众市场的高端休闲项目。

尹智君表示，未来老舍茶馆中还将出现京味儿文化博物馆，主要展示代表老北京商业发展的物件。今年老舍茶馆的精英管理团队还将开发30多种京味儿旅游产品，以丰富市场。尹智君还有一个大胆的想法，将“老舍茶馆”品牌推向全国，在北京以外开设分店。未来分店还将采用老北京传统文化，突出总店餐饮、茶馆的商业模式。并且适当结合当地特色及消费习惯，塑造高品质的休闲品牌。

本报记者 师兴/文  
老舍茶馆/供图

### 探秘星级酒店厨房

## 紫禁城旁触摸创意宫廷

位于紫禁城旁的北京皇家驿栈酒店主打皇家文化，酒店里的玻璃坊餐厅更推出了创意宫廷菜。不仅菜式精致，而且每道菜都有一个历史典故。

由于其拥有优越的地理位置，酒店天台上便可看到紫禁城全貌及景山的美景，能够于日落西山时在此用餐确是一种享受。酒店奉献的则是创意宫廷菜。记者了解到，创意宫廷菜行政总厨郝文杰将宫廷御膳进行创意和再造，保留了宫廷做



法，也吸收了西餐理念。餐具以黑白为主，体现道家的阴阳概念。除了推崇中华传统养生理念，这里的菜品也考虑到外宾的用餐习惯，采用西式摆盘及上菜程序。

不过更为有特点的是这里的菜名。皇家驿栈董事长刘少军告诉记者，这

里的每一道菜都蕴含着一个与皇家有关的历史故事。例如其招牌菜“毒药”，其实是高汤配以鹿茸、人参等十多种高等中草药精心熬制而成。至于为何称为“毒药”，其源于“庄妃招降洪承畴”的典故。又如“顺治出家汤”，其实就是野菌佛跳墙，源自顺治皇帝一心向佛的故事。由于继承历史又敢于创新，这里的创意宫廷菜会让人眼前一亮。

本报记者 师兴  
皇家驿栈/供图

### · 商旅短波 ·

## 凯撒精选深度行程助推瑞士旅游

凯撒旅游联合瑞士国家旅游局、瑞士航空公司、雪绒花航空公司共同推出的“万人游瑞士”暑期特别活动于昨日正式启动。这一活动是精品瑞士旅游路线的一次集中展示。

在此次“万人游瑞士”暑期特别活动中，凯撒旅游精选了“瑞士8日印象之旅”、“德国奥地利瑞士8日之旅”、“德国法国瑞士8日风情之旅”等旅游产品，充分展现了瑞士绝美的湖光山色。

据悉，凯撒旅游将引领游客到访瑞士周边的茵斯布鲁克、萨尔茨堡等欧洲经典城市，在精美建筑和纯净风光里感受不一样的文艺气息。 商报记者 程铭劼

## 星程获评“最佳连锁品牌酒店”

近日，星程酒店在第四届酒店职业经理人国际精英论坛上荣获“最佳连锁品牌酒店”奖项，作为国内最大的中档连锁酒店集团，星程的被关注和被认可反映了中档连锁酒店品牌的崛起，相当于三四星级档次的中档酒店市场日益成为投资商追捧的热门利润空间。

商报记者 师兴

## 神舟国旅推出“红色旅游”系列线路

神舟国旅集团为迎接党的生日，特推出了以“红色记忆”为主题的产品线路，让游客感受历史文化的气息，体会现代生活的美好。包括“黄山观日出、徽州、杭州、上海双卧七日”、“黄山、宋代老街、泾县红色双卧五日”、“广州、中山、珠海、深圳、开平、肇庆双飞六日”等精品线路。

商报记者 师兴

## 北京中奥马哥孛罗推下午茶

即日起，北京中奥马哥孛罗大酒店推出“下午茶聚”活动。每天的14时至18时，厨师长将在大堂酒廊为宾客精心烹制时尚健康下午茶点，其中包括手指三明治、传统松饼配果酱及奶油、各式诱人独特的小蛋糕等，再搭配一壶好茶或一杯香浓咖啡。下午茶套餐每份人民币188元，另加15%服务费。

商报记者 师兴

## 戈尔特斯™品牌休旅鞋 靠“服务”引导潮流

据悉，郊游、散步等城市休闲生活方式，已经成为众多城市人舒缓压力、放松身心的首选。但是初夏时节，如何选择一双好鞋，以便出行时保护脚步的舒适感呢？这时一双既可以提供双脚的持久舒适和保护，又要能达到防水透气效果的戈尔特斯™面料的休旅鞋显得格外重要。

采用戈尔特斯™面料的休旅鞋源于其独特的戈尔特斯™薄膜技术，这层膜每平方厘米上有超过14亿个微孔，这些微孔使得戈尔特斯™薄膜能够完全防止外部的水进入，同时又能使汗气从内部排出。时值春夏时节，戈尔特斯™面料的休旅鞋，设计简单，创意独具新意，绝对是一大潮流风向。

目前，戈尔特斯™品牌已经与CLARKS品牌、SKAP品牌等100多家著名国内外品牌开展合作，任何人都可以在它们的专柜及店铺中轻松找到使用戈尔特斯™面料的产品。

戈尔公司拥有严格的品质管理系统，如果您购买的戈尔特斯™产品面料发生问题，戈尔公司将为您提供鞋类产品的漏水检测服务。购买戈尔公司产品后，请填写“戈尔产品登记卡”或至www.gore-tex.com.cn 积分奖励栏目进行登记，以便获得合法权益的保障以及享受更多由戈尔公司提供的贴心服务。

本报记者 刘亚力

