



本报记者 吴云

外在提质焕新，内在更重深耕。

在孙坤看来，餐饮行业是良心行业，口碑从来不是一蹴而就，而是日复一日的坚守。“食材是味道的根基，新鲜与否、品质优劣，食客一口就能尝出来。”他坚持亲自筛选供货商，优先选择品质过硬、信誉优良的合作方，从不拖欠货款，部分货款甚至实行日结。

美食一靠食材，二靠味道，三靠常变常新，才能留住回头客。

“长红”之思：流量会退潮，本味是王道

作为门店特色的余汤，始终免费提供，三十年初心不改。曾有顾客质疑：“每个桌都用剩菜余汤，进厨房后怎么保证不会混淆？”门店便对每桌余汤食材逐一标号、单独制作。

美食一靠食材，二靠味道，三靠常变常新，才能留住回头客。孙坤投入大量精力研发新品。徐州把子肉这几年很火，他便尝试将把子肉、海带、素鸡等做成砂锅“全家福”，后来又琢磨出干煸把子肉。如今干煸菜的品种越来越多，干煸松花蛋、土豆松……发展到“万物皆可干煸”，寻常食材也能做出不寻常的味道。

对于儿子的经营理念与创新举措，孙祥海自然是全力支持：“既然交给孩子了，就要信任他，不随便插手。有时从门口经过我也不进去。创业难，守业更难。如今餐饮市场竞争激烈，不再是仅凭吃苦耐劳就能立足的时代了。”他坦言，老一辈经营模式粗放，而年轻人思维活跃、视野开阔，善于接纳新事物，精细化管理、人性化服务的思路，让团队更有活力、品牌更有底气。

2023年，徐州凭借特色美食与市井烟火火速出圈，成为全国瞩目的网红城市，各地游客、网红博主纷至沓来。美食博主相继到访祥海砂锅居，探访地道徐州干煸味。流量加持之下，门店整体营业额提升约四分之一，本土老味道借势走进全国视野。

流量涌入带来机遇，也催生了行业乱象。随着外地游客大量到访，部分本土餐饮为迎合

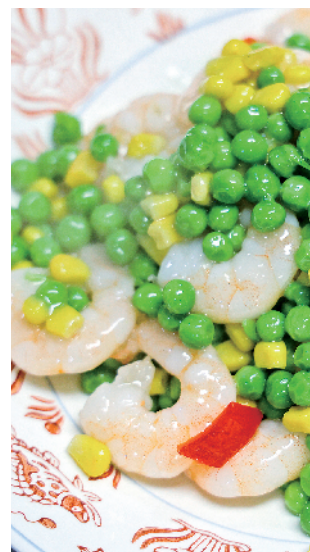
游客口味，盲目调整配方，弱化了本土特色，不少人吐槽：“徐州菜越来越甜，没有徐州味儿了。”孙坤敏锐地发现了这一问题。他每天走进厨房都会反复叮嘱厨师：严控甜度，坚守徐州本土香辣风味，绝不随波逐流。

好酒也怕巷子深。流量时代，坚守之外，更重传播。为了让徐州干煸菜这一本土非遗味道走得更远，孙坤每年投入30余万元，邀请专业团队开展内容创作、短视频拍摄与新媒体推广，依托各大社交平台讲述徐州美食故事，传播本土非遗技艺。

从“网红”转型“长红”，是徐州城市发展的必经之路，也是本土餐饮品牌的成长考题。当下，徐州餐饮赛道持续升温，大量创业者入局，行业内卷加剧。相较于烧烤、地锅鸡等顶流美食，干煸菜的市场热度有所回落，品牌发展迎来全新挑战。如何精准承接城市流量、高效盘活节假日客流、推进品牌规范化升级、实现“守味”与“出圈”的双向平衡，成为孙坤持续思考的课题。

褪去流量浮躁，坚守匠心本心。面对激烈的市场竞争与未知的行业变局，孙坤始终笃定初心：网红热度终会退去，唯有正宗本味和匠心品质，才是品牌长久立足的根本。

两代人，三十年，深耕不辍。以一技匠心守徐州老味，以持续创新焕美食新生。祥海砂锅居不仅守护了本土民间饮食技艺，更以微观的餐饮力量，为徐州从“网红城市”向“长红城市”稳步进阶，注入最质朴、也最持久的烟火动能。



本报记者 吴国乐 摄

