

高邮早餐文化如何“出圈”

□ 孙禹文

高邮文化源远流长、昌明鼎盛,美食文化积淀深厚、异彩纷呈;早餐更是刻入生命基因的生活日常。高邮人对生活的热爱、对吃的执念,成就了高邮早餐的多样与绝味,在岁月中凝结成独一无二的高邮味道。如何通过早餐高邮的诱惑,提高市民的生活品质,同时放大早餐效应,促进文旅融合,是个有意义的话题。

早餐何以成文化

一日之计在于晨,一晨之重在于餐。早餐不仅仅是一顿饭,也是一种情感寄托、一种生活态度,更蕴含着市井生活美学,隐藏着一座城市的人文气质。一是早餐的历史源远流长。早在周朝,就有了关于早餐的详细记载。“行灶朝香炊早饭,小园春暖掇新蔬”“心游魏阙鱼千里,梦觉邯郸黍一炊”“十三楼寺早餐饭,六一泉寺晚咏歌”,历史上有关早餐的吟咏和描述俯拾皆是。随着时间的推移,早餐的种类不断丰富,从最初的粥、馒头,发展到后来的油条、豆浆、包子、饺子、馄饨等,每一种早餐背后都蕴藏着深厚的历史文化。二是早餐是一种情感寄托。早餐,是幸福感的初始时刻,有着家的温情。晨光微露,家人围坐,共享那份热气腾腾,这份简单而平凡的幸福相比于晚餐的丰盛被更长久地刻在了记忆中,无形中也成了乡愁的一个符号。无论走到哪里,记忆中的早餐味道,总是能勾起游子内心深处 的思乡之情。三是早餐沉淀着市井生活美学。早餐也是活色生香的人间烟火,是市井文化的底色呈现。很多时候,一座城市的动人之处,可能不仅是历史名胜或者商业中心,而是曲折小巷弄堂胡同口那一缕缕蒸腾的热气,那一处处人头攒动的热闹,那里藏着生活最深奥也最朴素的美学肌理。正如《舌尖上的中国》总导演陈晓卿曾在一个节目中说过:“能够保存餐饮精华,最原始外貌的,只有当地的早餐和末尾的宵夜。”四是早餐洋溢着城市人文气息。早餐体现了不同人群之间多元的地域文化和风土人情,南北东西各不相同。比如麻酱烧饼、豆腐脑之于北京,热干面、面窝之于武汉,牛肉米粉之于长沙,羊肉泡馍之于西安,城市早餐里包裹着别具一格的地域特色,担当着展示城市风情的一个扇窗口、一种符号。高邮早餐所蕴含的文化不同于广东早餐的品位和精细,不同于重庆小面的热辣与爽快,更多的是一种平凡的热闹和温馨的烟火气,是对幸福的朴素追求,对美好的满足向往。正如汪曾祺的《人间草木》里所说,“四方食事,不过一碗人间烟火”。

高邮早餐文化的优势与不足

依托深厚的历史积淀、绵长的文化底蕴、独特的河湖资源,高邮早餐天赋异禀、源远流长:

有文化底蕴。龙虬庄“箸”的考古发现,证明高邮早在新石器时代就有了饮食文明。乾隆皇帝下江南,因被高邮美食的味道吸引,特意驻足停留。秦少游曾将高邮糟鱼、螃蟹等送给苏东坡,且赋诗《以莼姜法鱼糟蟹寄子瞻》。陆游的老师曾几盛赞高邮美食:“香莼紫蟹供杯酌,彩笔银钩入唱酬”,留下千古佳话。受汪曾祺美食文化影响很大的《舌尖上的中国》纪录片导演陈晓卿曾来到高邮采风,对双黄蛋、蒲包肉、大煮茶干丝、茨菇烧肉、汪豆腐、清蒸白鱼、全鸭汤、阳春面等富有水乡特色的菜肴赞不绝口。

有资源禀赋。高邮背倚全国第六大淡水湖——高邮湖。高邮湖的水质良好,渔业资源丰富、水生植物众多,东面是典型的里下河地貌,河网密布,荡滩遍布,土地肥沃、物产丰饶,盛产螃蟹鱼虾、茭实茨菇、莲藕菱角、鸡鸭时蔬等绿色产品。这些丰富多样的食材,经过简单的烹饪,地道纯正的鲜味就被提炼出来,最终诠释在食客口舌

中。

有群众基础。高邮是座慢生活的古城,高邮人优雅文明,素有吃早餐的习俗,更有着精致讲究的仪式感。简单的“一壶三点”(一壶茶三只点心),隆重的先品尝七盘八碟。吃过冷菜才上点心,蒸饺、五丁包、蟹黄包、烧麦等先后上席;最后再加一碗阳春面收场,一杯绿茶作结,滋身养胃,热气腾腾。汪曾祺在《吃食与文化》一文中描述“我的家乡有喝早茶的习惯,或者叫作上茶馆……”

有品质口碑。高邮早餐品种丰富、品质上乘,主打“一点一面一干丝”:面点有包子、烧麦、蒸饺、千层油糕;面条、馄饨,花色也多;小菜:烫干丝、煮干丝、冷盘等。包子经过壮肥大酵,精肥漫涨,紧捏细化,兜汤成圆,传承和保留了用老面发酵的传统制法,面皮柔软有韧性,越嚼越香,食不黏牙。红灯笼、张记酒楼、春来茶馆等老店也不少。

但与“当红花旦”广东、浙江早餐相比,名气不及;与“新晋小生”泰州、南通早餐等相比,影响不够,尚未“破圈”。主要不足有:

品种规格单一。高邮早点有包子、蒸饺、粢饭团、麻团、油端子、糍粑、插酥烧饼、金刚脐、阳春面、黑胡椒馄饨、咸鸭蛋、茶干等品种,但是大都早餐企业安于现状,没有将这些早点种类进行系统梳理。品种上,相对单一,新品开发力度不足。而反观周边泰州地区,在传承的基础上不断创新,开发出了蔬菜汤包、秧草包、马兰头烧卖、河豚鱼汤面、三色馄饨、刀鱼馄饨等新品。规格上,高邮早点用料足、个头大,外地食客一个就饱、两个就撑,无法多尝。

康养意识不足。随着生活条件的改善,绿色、健康食物成为饮食的发展方向。人们开始追求更加科学合理的饮食结构,更加注重食材的选择和健康的烹饪方式,但是部分早点高油、高盐、高糖,传统的烹饪方式也会导致食物吸附更多的油脂和热量,这使得早点过于油腻和高能量,与现代健康饮食的要求不合。比如阳春面,点开大众点评,在一众好评中也夹杂着不同的声音,“味腻”、“油大”、“口味重”等评价也较为集中,因而把部分消费者挡在了门外。

店面环境欠佳。早餐门店大都装修简单、卫生欠佳,有的早餐店垃圾随地丢,碗筷随意洗,堂食环境不尽如人意。高邮人可以说吃的是味道,但对外地客人而言,容易影响第一印象。而周边城市较火的早餐馆,比如扬州的趣园、泰州的留房茶社都是亭台楼阁、曲径通幽,氛围感拉满。部分早餐店的服务水平也有待提高。

文化挖掘不够。早餐上升到文化的层面,就是“有说头”“有故事”“有记忆”“有情感”。但是一些经营者的理念大都还停留在追求“舌尖上的美味”,还没有深层次挖掘美食的文化、历史、社会等方面内涵,专程为早餐而来的游客不多,热情不高。如泰州海陵和南通如皋,在每道早点上来时,同样附有早点的专门介绍,名片正面是早点名称,背面是介绍制作方法和历史文化内涵,令人印象深刻。有关部门和行业经营者对传统早餐历史文化、社会内涵缺乏系统性挖掘、收集和整理,特色饮食的文化内涵未能彰显,没有震撼消费者心灵的精神副餐,对外影响力还远远不够。

品牌有待提高。高邮茶馆存在规模小、分布散、档次低的问题,“苍蝇馆子”春来茶馆,老字号张记酒楼、红灯笼、张七酒楼、泰康饭店等均是中低档早餐门店。林林总总的早餐店分布在大街小巷,也多为家庭个体经营,满足于自给自足,餐饮品牌较少,精品、名品不多,百年老字号稀缺。早餐的特色还没有发挥最大效能,知名度难以形成,缺乏形成连锁、走出高邮的雄心壮志。各方宣传也未形成抱团之势,缺少面向大众不同层次消费群体的品牌矩阵。

如何打造高邮早餐文化品牌

“清水一瓢白面汤,盐花小撮味如常,世间平淡是真意,苦辣酸甜全做香。”早餐文化品牌的形成,既有政府的努力推动、持续推广,又有经营业主的自觉行动、苦练内功,还有上上下下早餐文化氛围的营造。更重要的是,早餐不仅是高邮市民一日三餐的起点、市井生活的必需,也是美食文化的重要内容、地域文化的鲜明特质,更是现代社会扩大城市影响、吸引游客的流量密码。为此,我们要抓住传承、创新、打造、推介和融合这5个关键词,积极谋划高邮早餐品牌建设,打造文化产业现象级产品。

传承。高邮早点中有很多古法工艺和非遗技艺,如包子蒸饺的制作工艺,和面、醒面、压面、搓条、摘胚、揉胚、擀皮、包馅、笼蒸等容不得一点马虎,从和面到压面,从手工定型再到二次醒发与蒸制,每一步都凝聚着对传统技艺的尊重与传承。又如高邮面馆独特的煮面方式,搪瓷盆先在大锅里漂着,把盛有佐料的碗放到锅里去烫,在热力的催化下,碗里的酱油汤底料才会被激发出鲜香。高邮阳春面的酱油也与众不同,酱油中加入了高邮湖的虾籽,虾籽用来提鲜,猪油香润,加上胡椒粉的辛香,让面的层次更加丰富。高邮早餐文化想要在众多美食文化中崭露头角,需要提升自身竞争优势,传承和表达好本地文化特质,不断守正创新、推陈出新,整理、挖掘早餐文化背后的内涵。传承古法工艺。加大对传统美食工艺的记录与整理力度,通过影像、文字等形式,详细记录每一步制作流程,确保技艺不失传。同时,鼓励和支持传统美食技艺的师徒传承,为年轻厨师提供学习机会,让他们在实践中掌握技艺精髓。传承传统文化。将美食文化与地方历史、民俗相结合,通过故事讲述、文化展览等形式,让食客在品尝美食的同时,了解背后的文化意义。传承非遗技艺。鼓励餐饮业者进行跨界合作,比如与非遗传承人、文化学者、食品科学家等携手,共同探索非遗技艺与现代烹饪技术的结合点,使传统美食焕发新活力。积极向更高层次申报“非遗”项目,扩大高邮特色早茶品牌的知名度,努力追求“出圈”效应。

创新。创新在早餐品牌塑造中起着至关重要的作用。积极对接现代健康理念和年轻人眼光,走轻量化、健康化、年轻化路线。创新素食化早点。素食风潮在近些年可谓席卷全国,素食也被贴上了健康、潮流等标签。调研中也发现,近年来青菜包、豆腐皮包等素食早点备受食客青睐,而传统肉类早点销量下降,说明大鱼大肉已经不符合现代健康消费潮流。因此,在食材选择上,减少油腻和重口味的食物,增加绿色蔬菜、有机水果等富含纤维和维生素的食物。探索轻量化包装。力求在保持食物原有风味的基础上,实现包装的便捷性与食物的适量化,将包子做得更加小巧精致、面条的分量进行适当调整,让食客们有更多“大、中、小”选择,实现“减量增质”的目标。如皋早茶店就将擦酥烧饼一分为四,既满足了食客们对美味的追求,又方便个人食用。丰富多样化品种。加大双黄蛋、高邮麻鸭、高邮虾蟹、烧饼油条等本地特色食材的融合,包装打造新的早餐品种。如皋早餐单一个烧饼,就有葱油、鲜肉、榴莲、虾籽、萝卜丝、梅干菜等。积极开发年轻人喜爱的早餐品类、外卖型早茶套餐,适当增加咖啡、奶茶等时尚元素,赢得年轻人味蕾追求,逐步建立起高邮早餐多元化、多层次产品体系。

打造。红灯笼、张记酒楼、汪味馆、泰康饭店作为本地早餐馆的中坚力量,更是承载着将这份独特风味推向更广阔市场的使命。为此,要积极鼓励经营业主既坚守“精益求精”的工匠精神和“代代相传”的传统技艺,确保每一口食物都能传承经典,又勇于革新,不断适应快速变化的市场需求。在品牌塑造与维护方面,不仅要在品种上追求全面,在环境上营造舒适,更要秉

持匠心精神,在美誉度上持续提升,努力打造成为能够吸引并留住外地游客的百年老店。通过深入挖掘经典产品组合,以某一爆款单品作为突破口,带动整个品牌形象的提升。如扬州茶楼各有千秋,四时春的汤圆、如意园的饺面、月明轩的烧卖等都是爆款单品。又比如长沙茶颜悦色、潮汕牛肉火锅、柳州螺蛳粉等,都是通过美食单品,打造城市文旅“引爆点”。在定位上,既要坚持走百姓路线,满足大众消费者的日常需求,又要适时推出高端精品,满足特定消费群体的品质追求。采取差异化定制策略,针对不同人群,可以设计不同的早餐产品推荐。比如针对“亲子家庭”打造儿童主题早餐套装;针对“女性游客”注重健身塑形、控糖少油,主打追求原汁原味和原生态的养生需求,重点营销小份菜、半份菜等适量餐食以及素食早茶套餐等。在用餐场景上,坚持以文化为基础、创意为核心,整合高邮早餐相关的名人轶事、非遗技艺、地方民俗,提炼有代表性的元素形成美食IP,并将其运用于餐厅氛围、装饰布置、餐具的烧制、服务人员服装的制作、早餐产品包装设计上,打造沉浸式美食消费新场景。如海陵区(春兰国宾馆)早茶,深度挖掘梅兰芳文化,在环境布置、餐具选择、菜名传报上古色古香,以环境之美、服务之优提升早餐之味。与此同时,要解放思想,虚心学习借鉴外地早餐企业的成功经验,大力引进、嫁接知名品牌企业落户高邮。

推介。酒香也怕巷子深、酒香也要常吆喝。推广是让高邮早餐品牌线上出圈、线下破圈的关键一环。借助线上新势力。与美团、高德合作,开发有高邮早餐文化介绍、特色菜品展示、茶馆导航、用户评价等功能的网站页面。在抖音直播间推出限时折扣、早餐套餐秒杀等活动,让游客吃得优,值得留。邀请央视《早餐中国》等栏目进行宣传推介。与美食博主、旅游达人等合作,帮助高邮早餐“路转粉”,扩大知名度。打造线下新载体。制作系列关于高邮早餐的短视频,一菜一节,讲述其背后的文化故事,展现其独特的制作工艺和品尝方式。在各种推介会、洽谈会以及招商引资活动中,通过早餐会,拉近与高邮的关系,扩大高邮早餐影响力。讲究就餐仪式感。细化商务接待服务流程。可借鉴如皋青阁的做法,上每一道点心,都有特定的标示标牌,一面是点心名称的介绍和图片展示,一面是点心的原料及简要制作过程。讲究先冷后热、先荤后素、先淡后浓、先咸后甜的上桌顺序。服务人员全过程微笑式服务,每道点心上桌后,即报菜名并介绍其背后的趣闻轶事和文化内涵。

“融合”。跳出早餐看早餐,深入实施“高邮早餐+”城市文化品牌建设行动,做好“四个链接”。做好“早餐+景区”的旅游链接。提炼高邮精华旅游景点和美食攻略,设计包含早餐馆和特色景区在内的旅游行程,通过向外地旅游团发放早餐体验券、将品尝早餐加入旅游线路等措施,拉动游客消费。做好“早餐+晨经济”的产业链条。晨经济是近年来随着城市生活节奏加快和消费习惯变化而兴起的一种经济形态。开展“晨启高邮”活动,推“晨”出新一高邮晨间旅游十大新玩法、晨间旅游City Walk等新形式,为游客提供更加多元、丰富的旅游体验,架起消费新场景,延展旅游新外延。做好“早餐+非遗”的伴手礼链接。挖掘高邮的非遗资源,如传统手工艺、民间艺术、历史故事等,寻找与早餐文化相契合的元素进行产品设计,开发更多真空包装、自熟自热的早餐产品伴手礼。做好“早餐+研学”的文化链接。以高邮早餐为起点,开发研学旅游路线。深度体验早餐文化,品尝特色早点,邀请老师讲解早餐的历史渊源、制作工艺及品茗礼仪。融合历史文化探索,组织学生参观王氏父子纪念馆,讲述高邮王氏父子严谨的治学之道和清正廉洁的高贵品格,感悟王氏家族“修身、勤政、求实”的良好家风。