贺兰山下古冢稠 俱属昔时王与侯

□张　喜

岳飞在《满江红·写怀》中写道:“驾长车,踏破贺兰山缺”。由于贺兰山的特殊地理位置,它成为了中国版图上少有的,几乎一直处于承领战争状态中的区域,义渠戎、匈奴、突厥、吐蕃、党项、契丹、蒙古等民族相继占据这里。而在历史上,唯一把现在的银川作为都城的,就是在此建国的西夏王朝。

西夏是1038年由李元昊创立的,如果从881年李国恭被唐僖宗封为夏州节度使和夏国公算起,则党项人在此已实际统治了346年。西夏时期,也正是中原王朝在历史上最为软弱的时代。北宋多次伐辽、伐夏失败,中国出现了辽、夏、北宋三国鼎立时代,后来宋、金联合灭辽,又出现了南宋、夏、金三国时代。此时,以成吉思汗为首领的草原民族开始崛起,为了西征和灭金,成吉思汗开始了6次征夏。1227年,西夏终于在蒙古大军的多次征讨下灭亡,西夏王族被屠戮殆尽,宫殿、陵寝被尽数销毁,连王陵都被洗劫一空后掘地三尺,建国300多年的西夏突然间消失了,似乎没留下任何东西。

直到上世纪初,俄国人科兹洛夫在黑水城中发现了大量西夏文物,西夏文字开始呈现在世人面前,西夏这个神秘国度才重新进入人们视野,甚至还因此产生了一门新的学科——西夏学。到了上世纪七八十年代,我国考古学家欣喜地发现,那些坐落于贺兰山东麓的“东方金字塔”,竟然就是当年西夏王朝的王陵。现在,随着人们对大量文献的研究与解读,西夏这个神秘国度的大门终于一步步向世人敞开。

在银川正西30公里的贺兰山脚下,便是揭开西夏王朝神秘面纱的西夏王陵,现存规模最大的一处西夏文化遗址,也是国内惟一的由单一的帝王陵墓构成的景区。王陵分布有9座帝王陵墓和200余座王侯勋戚的陪葬墓。它融合了汉族儒家文化、佛教文化和党项文化,形成了中国陵园建筑中别具一格的风格,故有“东方金字塔”之称。

现如今,王陵的地上建筑物被大自然和人为破坏殆尽,只有那高大的封土堆在苍劲的西北风中向游客们诉说着那曾经的辉煌。朱元璋的孙子朱秩炅曾在《古冢谣》中这样描写王陵:“贺兰山下古冢稠,高下有如浮水沤。道逢古老向我告,云是昔时王与侯”。“怪鸱薄暮喧孤树,四顾茫然使人惧”。写到这里,我突然联想到白居易看到李白墓前那荒凉景象时所写的“采石江边李白坟,绕田无限草连云。可怜荒垄穷泉骨,曾有惊天动地文”,不免让人唏嘘不已。

西夏也确有辉煌之处。1038年,李元昊建国称帝,开始了改姓、立官制、建书院、创立文字,在与北宋前来兴师问罪的战争中,边续3年取得“三川”(三川口、好水川、定川砦之战)大胜,打得北宋没了脾气,迫使宋夏签订“庆历合约”,李元昊向宋称臣,宋则每年“赐”银、绢、茶,北宋争了面子,西夏则得了里子。尔后,辽国也大军压境,前来讨伐,又被李元昊打得辽国皇帝都差点被捉,只能和谈。李元昊在称帝之前,已从西方的吐蕃、回鹘手中夺得河西地区,这样,西夏“东尽黄河,西至玉门,南接萧关,北控大漠”,成为了三足鼎立的一方。

1227年,西夏王朝在蒙古铁骑席卷下灭亡,如同1279年蒙古亡宋一样,西夏的文化被摧残得一干二净,包括党项民族都消失得干干净净,传说中只有四川康定还有一支党项人余脉。铁木真建立的蒙古王朝东征西讨,建立了强大的政权,开拓了辽阔国土,但对于东、西方文明的破坏与摧残,却是不可否定的。

我到达西夏王陵之时,几近黄昏,在浑浊的日光下,我从那几个大土堆中仿佛看到了党项民族的不屈与奋发。他们虽然国小民寡,列强环伺,但他们通过自己的智慧与勇敢,赢得了一席之地。虽然元王朝出于傲慢与偏见,未将西夏编入史籍,但李元昊的祖先及其后代们所创立的王朝,如同这几个金字塔一样,神秘而不可忽视。

在西夏王陵北边20公里处,是一个西部有名的影视基地——镇北堡。这里是在那个特殊时期在此劳动改造的张贤亮发现并挖掘创办的西部影视基地。它依托明、清两座坐西朝东的兵堡而建,不同与浙江东阳与江苏无锡的影视基地,镇北堡西部影城以古朴原始、粗犷荒凉和民间化为特色。在拍摄张贤亮小说《灵与肉》改编的《牧马人》获得成功后,这里又连续拍摄了《大话西游》《红高粱》《新龙门客栈》等在国内外有影响力的大片,其中月亮门这个景点给我的印象最深,透过那苍劲的月亮门,仿佛能看到很多发生在大漠中的故事。景区内还建有宁夏一条街,是按照解放前银川最繁华的“柳树巷”老样子打造的,适合拍照。

在镇北堡的门口,对张贤亮先生所题的对联“旅游长知识,行走即读书”我感触最深。可以说自打去了镇北堡后,我一直将读书、旅游、写游记相结合,做到先读书了解,再实地旅行,回头整理写游记,学着在充满喧嚣与浮躁的小城市生活缝隙中,做一个独立的阅读者。

从镇北堡出来,根据当地朋友的建议,我去了北边的沙湖。顾名思义,这里有沙有湖,还是个五A景区。有湖有水的沙漠,我只在这里和敦煌的鸣沙山见到过。不过相较鸣沙山月牙泉,这里湖面积可大得多。游船穿梭在芦苇丛中,一阵阵海鸥呀呀地从船边飞过,芦苇在船只荡起的湖水冲击下,沙沙作响,仿佛已置身江南。这里既有一望无际的沙丘,又有莲莲荷叶;既有江南水乡的灵秀,又有着塞北大漠之雄浑。沙漠中还有着众多的游玩项目,不过,比起在沙漠中玩水,我倒觉得中卫的沙坡头更刺激。

台州风味的乌浓汤

□李　琦

当冬日的第一波寒流悄悄入侵台州这个海滨城市,西北风开始在街头巷尾肆意呼啸游走时,就到了喝乌浓汤的好时节。虽然其他时候也可以喝上一碗,但总比不上在寒冷的冬日喝上一碗热乎浓郁的乌浓汤来得称意。至于原因,好像也说不出具体的原由,只是觉得口感醇厚味道独特的乌浓汤与冬日更配。

号称台州第一臭的“乌浓菜蒂头”,也叫“乌浓汤”。乌浓的味道与鼎鼎有名的涪陵榨菜推崇的清爽鲜辣口味,形成极为鲜明的对比,但是丝毫不影响它成为台州人的心头好,甚至赋予它“千里飘香”的芳名,透着毫不掩饰的喜爱和台州式的耿直。用大头榨菜切成块腌制成的“乌浓菜蒂头”,汤汁是发酵过程中的终极产品,乌浓则是指汤的味道。可是乌浓到底是一种怎样的味觉体验,却很难表述。有独特的气味?介于香和臭之间?五味中的哪一种?语言文字在表述台州人嘴里的“乌浓”一词时,显得有些匮乏。

乌浓汤的原材料榨菜貌不惊人。入秋后的清冷天气,很适宜榨菜根部的致密组织结构形成,茎块逐渐膨大呈圆球形,有凸出的粗钝的角,表皮青绿,稚萌可爱。肉质白而肥厚,入口嫩脆。台州人亲切地称它为“大头菜”。“大头菜”比一般的蔬菜来得皮实,采收的时候,只需抓牢大头,很轻易地就能从地里拔出。用刀削去顶上的叶子,把大头略微修整,滚刀斩成小块,泡在水里待用。这是炮制乌浓菜蒂头的第一步。

大锅水烧开,把榨菜块放进水里煮沸后捞出,装进干净无油的瓦缸中,一层一层均匀地撒上盐。最后一锅的汤水连同榨菜一起倒进瓦缸,选一块沉甸甸的鹅卵石压住,免得榨菜浮起。这石块是非常重要的存在,因为石块,榨菜被压在水面以下,与空气隔绝,不会腐烂。如果没有压住,浮在面上,那部分必定变得软烂,毁了一缸的榨菜。然后徐徐浇上事先觅来的隔年陈卤,用薄膜封好口,挪到阴暗角落藏个数天,一甏臭气冲天的乌浓菜蒂头就炮制成功。

乌浓汤就取自那坛卤汁。你很难想像这么一碗味道奇异的汤汁竟出自那土头土脑的榨菜。此时的榨菜块已经被消蚀得失去了所有棱角,一切都消融在那碗青绿浑浊的汤里。五花肉和老豆腐是一份台州风味乌浓汤的标配。把五花肉煸炒出油,老豆腐切块煎成微黄,放入配料,郑重倒入卤汁,大火催开。经过时间和火力的双重打磨,豆腐块上现出无数细碎的小孔,汤水在孔洞中肆意进出,浓重而独特的味道逐渐弥漫。此刻,某些沉睡的感觉会慢慢苏醒,期待中的一锅异味冲鼻酣畅淋漓的乌浓汤即将登场。

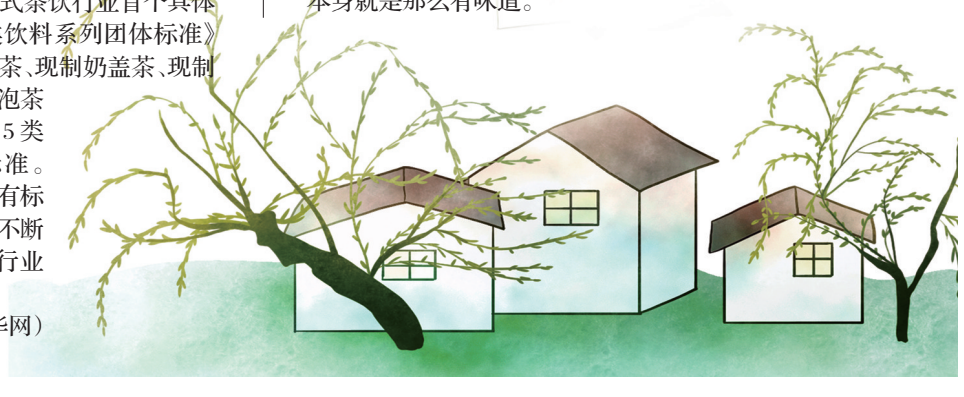
数年前的一个冬日,我和好友路过临海的一个小镇。那天适逢乡村集市,耳旁叫卖声不断,穿梭在人流中,我们快活而自在。忽然,空气中有一丝若隐若现的气味被我们同时捕捉到。经眼神确认,周边存在着某样东西,某样我们打心底热爱的东西。站在乡村集市热闹的街头,我们闭眼深嗅,确定方位。循着那缕气味,一路搜寻,终于找到了那所在,原来是一对农家老夫妇正在出售他们家手作的乌浓菜蒂头,那个大桶快要见底了。

回程路上,我们各自小心翼翼地托着袋装的乌浓汤。真是意外的收获,那种农家手作的乌浓汤,材料实在,味道尤其醇厚。一路心里盘算着该选段肥肠,才配得上这份偶遇。那晚精心做了道肥肠乌浓汤,肥肠软糯有韧劲,汤水馥郁绵长,微麻鲜香,一家三口直吃得满头大汗。

本地卖乌浓汤的餐馆中,有一家不得不提,坐落在工人路附近。他家的菜式也与众不同,只有固定的几样,一道肉菜一道蒸鱼,几样时令蔬菜,唯一的汤品就是乌浓汤。生意却是极好,简单的桌椅板凳,寥寥几句就把菜点了。上菜也迅速,坐下就可以开吃,那股利索劲让人欢喜。来的多是回头客,眷恋的是他家乌浓汤中蕴藏着的家常味道。

我家附近有个城中村,各种苍蝇小店云集。有一家主打乌浓汤,他家的汤颜色青绿偏暗,稀软的榨菜块夹杂其中,汤头比一般的更为绵稠。一碗浓汤呈上,一言不发,兀自低头品尝。一勺送到嘴边,香味直扑脑门而来,很快半大海碗下去了,直吃得五脏六腑舒泰无比,心满意足。在小院里溜达消食,发现屋檐下的角落里摆放着一口大瓮,足有一米高。我很好奇,凑近细瞧,发现里面装的都是乌浓菜蒂头。老板抽着烟,踱过来说,都是自家腌的,跟市场上卖的不一样。我很赞同。有些东西自家做的就是更好,如梅菜干、豆瓣酱、香肠、酱油肉等,选材精细是一方面,还因为这是给家人准备的食物,更加用心的缘故吧!

朋友旅居国外多年,每次回到台州,最要紧的事就是让人陪着去喝一顿“乌浓汤”。大口喝过之后,都要郑重宣告自己活过来了。我理解她要表达的意思,有些食物、有些味道,镌刻在记忆里,无论多久,身处何地,都无法遗忘,更遑论台州的乌浓汤,本身就是那么有味道。



新式茶饮快速崛起:
单日卖出30万杯,市场规模超千亿

兔年春节,亲人团聚点一些茶饮外卖、和久违的朋友约一杯下午茶饮,成为人们新春的又一新选择。单日卖出30万杯、排队购买的长龙蔚为壮观、成为一些年轻人社交标配……近年来,新式茶饮成为中国消费市场的一个亮点。

火爆背后,是打上时尚、社交标签迎合了年轻消费者,不断推陈出新和数字化变革适应了快速变化的市场需求。

鲜茶+鲜奶+鲜果“卖爆了”

今年春节假期期间,深圳单个新式茶饮门店日均接待人次过万;春节小程序爆单,部分门店销量出现5至6倍的增长;与热播剧联名,饮品上新首日卖出近30万杯。

中国连锁经营协会新茶饮委员会总干事孙工贺介绍,新式茶饮有广义和狭义两种定义。广义是指在专门制售饮品店中现场加工制售的各类饮品的统称;狭义是指以原叶茶和水果、现榨果蔬汁、原榨果汁、果汁、蔬菜汁、蔬菜、乳制品中一种或多种为原料,经现场加工制成的液体或固体混合物。

大红袍、凤凰单丛、高山云雾等优质茗茶,芒果、水蜜桃、葡萄、番石榴、香水柠檬、油柑等新鲜水果,鲜奶、芝士等乳产品……应时应季、不断创新、真材实料的新式茶饮,迎合了年轻一代消费者追求品质与个性的需求。

中国连锁经营协会新茶饮委员会日前发布的《2022新茶饮研究报告》显示,我国新茶饮市场规模从2017年的422亿增长至2021年的1003亿元。2022年新茶饮规模预计达1040亿元,新茶饮门店总数约为48.6万家。2023年,市场规模有望达1450亿元。

根据美团美食联合咖门此前发布的《2022茶饮品类发展报告》,从茶饮门店和订单数量看,广州、深圳、上海、成都、重庆、佛山、南宁等城市名列前茅。

继2021年新式茶饮代表性企业奈雪的茶赴港上市后,2022年9月,中国证监会官方网站信息显示,蜜雪冰城股份有限公司的A股上市申请已获受理并正式预披露招股书。

消费升级与茶饮文化年轻化共同作用

中国连锁经营协会的报告显示,消费者更高的购买力和对品牌、品质的消费需求,是新式茶饮发展的一个重要因素。

“曾经流行的奶茶,很多是茶粉、奶精、糖浆冲泡调制出来的。随着生活水平的提高,消费者对食品安全和质量的需求不断提升,这成为茶饮发展的重要拐点。”主打新式柠檬茶的LINLEE品牌创始人王敬源说。

“此前,专门针对消费能力强、追求新奇多元的年轻人群体的茶饮市场,几乎是空白。”奈雪的茶媒体公关总监张宇峰说。

艾媒咨询分析师表示,相比传统的奶茶等饮品,近年来火热的新式茶饮在原料选择、生产流程、展现形式、品牌运营上均做出了升级和创新,更符合当下年轻人的消费诉求和审美趣味。

例如,为适应当下消费者追求食品天然、健康的趋势,许多新式茶饮品牌推出了天然甜味剂等配料;为了吸引年轻人,新式茶饮在饮料杯外观、包装袋、广告文案设计等方面,都强调幽默、诗意的年轻态风格。

“作为一种轻量化消费,新式茶饮满足了年轻人在日常生活中追求放松愉悦、社交分享等诉求,演变为一种现代生活方式的载体。”喜茶相关负责人说。

网络数字技术也助力新式茶饮企业快速成长。业内人士分析,线上支付、大数据管理,让线上点单方便快捷,令销售精准聚焦且黏性更强。

新式茶饮也激发了年轻一代消费者对传统茶文化的认同。在孙工贺看来,热衷消费新式茶饮的年轻人,在不经意间以现代方式传承了中华茶文化。

近些年流行的“国潮”文化,正在与新式茶饮碰撞出新的火花。与热门IP的联名、线下快闪、打造产品周边等年轻化玩法,在强化品牌风格的同时,也让茶饮品牌不断破圈,增强了消费者的新鲜感和体验感。

加快标准建设　规范行业发展

新式茶饮公司的市场不断拓展。喜茶在香港、澳门地区以及新加坡等地开设门店,奈雪的茶在香港地区和新加坡、日本等地开设了门店。

作为新兴行业,新式茶饮快速发展的背后也出现了食品安全管理漏洞、同质化严重、山寨品牌层出不穷、行业标准不完善等问题。

专家认为,食品安全是新式茶饮市场最重要的环节。日常经营管理之外,行业规范和标准有待进一步完善。

为了更好地促进行业良性发展,业内正在加快标准建设。中国烹饪协会已发布了《现制饮料操作规范》,对现制饮料的经营场所及设施、设备、原料等方面作出相关规定。2020年11月,中国连锁经营协会组建新茶饮委员会。

2021年,新式茶饮行业首个具体产品标准《茶类饮料系列团体标准》发布,对现制奶茶、现制奶盖茶、现制水果茶、现制气泡茶和现制冷泡茶5类产品制定了标准。业内人士表示,有标准、有约束才会不断推动新式茶饮行业的健康发展。

(来源:新华网)