

看香港老字号 如何传承与创新

走过许多城市后再回到香港,很多人不得不感叹这是一座有着自己独特“味道”的城市。茶餐厅、凉茶铺、糖水店……这些深藏在香港小巷深处的老字号店铺不仅让很多老食客吃到记忆里的味道,也让新食客感叹名不虚传。这背后离不开香港老字号店铺经营者一代代的传承。

最近,一则“百年老店莲香楼或清拆重建”的消息勾起不少香港食客的不舍之情。时光荏苒如大浪淘沙,不少特色香港店铺慢慢消解,也有不少品牌从小小商铺发展至遍布全城。

老字号店铺的变化发展,折射着香港人在时代变迁中,对于自身品牌的坚守与传承、创新与转型。

1 遇生存危机,关闭还是继续经营?

在熙熙攘攘的铜锣湾,绿底红字的“金记冰室”招牌引人注目。走进店中,格子地砖、老旧电器、木质卡位,似乎将人带进香港电影的场景中。打开菜单,奶茶、生牛肉捞面、菠萝油……这些从二十世纪六七十年代就深受香港市民喜爱的食物,今天仍有着不可撼动的地位。

目前已有50多年历史的金记冰室在香港有十多家连锁店。而这家现已小有名气的冰室品牌,2000年年初也曾因为没有传人面临倒闭的风险。

金记冰室是在香港筲箕湾起

家的。二十世纪六七十年代香港大兴土木,冰室以其食物的快速、平价与美味招揽来不少建筑工人。随着食客增多,口口相传,金记冰室也成为地区内不少学生和居民吃饭的地方,并逐渐成为当地居民的集体记忆。

不知不觉几十年过去,金记冰室最初的经营已年过九旬,无心无力再经营这家茶餐厅,而他的后代也未能接手这家冰室。关闭还是继续经营?金记冰室走到了存亡的十字路口。

香港还有不少老字号店铺面临着类似的境况。香港大埔振兴

牛肉丸就是其中一例。该店创办人陈南奎先生原籍潮汕,20世纪50年代初到香港,在九龙城寨以铁棒捶打牛肉的传统手法打造肉丸。凭借着真材实料和上乘质量,振兴牛肉丸深受人们喜爱。然而,30多年后,振兴牛肉丸也因无人经营而濒临倒闭。

香港历史文化研究会副会长叶德平表示,看到不少香港老字号店铺面临困境,他感到十分遗憾。作为土生土长的香港人,这些老字号店铺对他来讲不仅仅是一家店铺这么简单,更承载着香港人童年的回忆和香港独有的饮食文化。

3 走向商业化, 传承与创新并进

在发展过程中,不少老字号都走向商业化,但与此同时,这些老店牢记着自己的文化使命,力图兼顾传承与创新。

在叶德平看来,老字号店铺有两个特点难能可贵,一是人情味,二是手工制作。很多老店不仅卖东西,多年扎根,还与当地居民生活紧密联系在一起,成为人们“亲情的纽带”。

此外,许多老店因为手工制作,用料天然,所以制作十分考究。“老店不仅是老店,还是有生命力的。”

在传承的过程中有所创新,才能让店铺逐步转型。现在香港的“网红”饼店奇华饼家正是一例。有着近80年历史的奇华饼家秉承“创新求变,传承饼艺”的理念,由一家小型糖果杂货铺“华丽转身”,变为拥有近百家分店的品牌。

据介绍,奇华饼家在保持原有传统味道的同时不断开发多元化的中西饼食,引入先进的生产技术,在坚持本地制作的基础上提高生产效率,并着力改革品牌形象和产品包装。

“可以商业化,但不仅仅是商业化。”叶德平说,“我希望更多老字号店铺在慢慢扩张的同时,记得开店铺时最初的样子,通过自己的产品还原当时的香港记忆。”

(据新华社)

2 接力老字号, 另辟销路谋发展

“如果从小吃到的肉丸就这样消失,我会觉得很可惜,所以我回来接手生意。”大埔振兴牛肉丸总经理陈岳成表示。为此,他辞去了自己在原来公司中层管理者的职位,以初学者的身份进入餐饮业,学习牛肉丸的制作、销售和品牌经营。

回忆起刚开始经营牛肉丸时,陈岳成觉得举步维艰。他说,牛肉丸曾经经历一段“辉煌时期”。每到冬天,家家户户“打边炉”(即吃火锅)

都离不开牛肉丸。但因为20世纪90年代香港“疯牛症”事件,香港市民对牛肉制品都敬而远之,振兴牛肉丸的品牌名声也受到较大影响。

面对困境,学商业的陈岳成没有向上代人那样去找自己的老主顾,而是另辟新路,带着自家牛肉丸参加香港美食展。他推出“1元100粒牛肉丸”的促销方式,被传媒广泛报道。振兴牛肉丸的销路再次打开。

在金记冰室面临倒闭时,“80

后”谢海发找到金记冰室的老板,买下了这个品牌,并开始经营这家老字号。“我从小在冰室附近长大,成为冰室老板可以说是我的一个梦想。”

由于对“老香港”感情深厚,谢海发还费了一番功夫让店铺呈现香港过往的模样。他与当年经营茶餐厅的伙计切磋交流,走访香港还未消失的地标建筑,搜集过往的老照片,从菜单的设计、饭店的装修到菜品的味道都尽量还原“老味道”。

电竞“走”近奥运 几家欢喜几家愁

近年来,电竞产业爆发式发展,FIFA、NBA相继为其开了“绿灯”,连国际奥委会也向电竞伸出了“橄榄枝”,电竞是否会获得更多认可甚至成为奥运项目,也成为热点话题。

争论一直伴随着电竞的发展。在许多公众尤其是家长眼中,电竞引发的“网瘾”等担忧始终难以消除,应审慎对待。也有一些体育界人士认为,电竞有可能被纳入奥运,电竞的高“圈粉”性有助于提高民众尤其是年轻人对奥运的关注和参与。

电竞运动已成投资“风口”

1月11日至14日,世界电子竞技运动会(WESG)亚太区总决赛在胶州方圆体育中心举行。在气膜馆中央舞台上,双方现场对阵,大屏幕实时播放。

中国音数协游戏工委2017年版的《中国游戏产业报告》显示,2017年,中国电子竞技游戏市场实际销售收入达到730.5亿元,同比增长44.8%;其中,客户端电子竞技游戏市场实际销售收入达到384.0亿元,同比增长15.2%;移动电子竞技游戏市场实际销售收入达到346.5亿元,同比增长102.2%。

记者采访发现,电子竞技游

戏产业链逐渐完善,从专门玩游戏的职业俱乐部、选手,到俱乐部经理、主播、直播平台、游戏配件生产商,以及赞助商的广告植入等,方兴未艾。

电竞运动已然成资本青睐的投资“风口”。据了解,近年来各种电竞赛事的参赛选手越来越多、覆盖地区越来越广。阿里体育CEO张大钟介绍,此次WESG是第二届,共分欧洲、美洲、亚太三大赛区以及中国区比赛,最后进行全球总决赛,赛事辐射约2亿社区群体,覆盖125个国家和地区,参赛选手约6万人次,奖金高达550万美元。

日渐受到大型运动会青睐

在电竞玩家看来,电竞也讲究手脚协调、反应速度、策略制定,拥有大量观众,能引发情感共鸣。

尽管人们还对电竞的体育属性和运动属性有争议,但如今它已悄然成为大型运动会青睐的项目。2017年4月,亚奥理事会宣布:电子竞技成为亚洲室内武道运动会的展示项目,以及2018年雅加达亚运会的展示项目,2022年成为杭州亚运会的正式项目。记者注意到,当时,国际奥委会对电竞还持保留态度,认为其含有暴力内容,缺乏类似国际足联的管理机构,但也承认关注到“电竞对年轻群体的吸引力”。

仅几个月后,在2017年10月28日,考虑到电竞对年轻受众的巨大吸

引力,国际奥委会宣布同意将电子竞技视为一项“运动”,认为“电竞可以成为参与奥林匹克运动的平台”。

有趣的是,在国际奥委会承认电竞的前几天,欧洲法院判决称桥牌不是运动,“因为涉及的体能活动简直可以忽略不计”。

在传统体育项目赛事包括奥运会的收视率下降的背景下,FIFA与NBA推出电竞项目。两大科技公司阿里巴巴和英特尔先后成为国际奥委会合作伙伴,似乎也表明电竞和奥运正在靠近。据悉,冬奥会前,英特尔将在平昌举办电子竞技大赛,给奥运会选手和观众呈现《星际争霸2》和《极限巅峰:奥运之路》两款游戏,后者是平昌冬奥会的官方特许经营游戏。

如何树立正确价值导向

电竞产业如日中天,但与奥运牵手仍需打消公众疑虑。比如,电竞运动的体育属性之争。土耳其斯坦电竞协会代表艾贝迪耶夫、伊朗电竞协会的巴巴埃等认为,尽管更多是智力层面,但电竞也在追求更快、更高、更强,强调合作,这与传统体育项目无异。但许多家长认为,电竞参与者主流是年轻群体,大多数选手是在校学生,电竞不利于孩子身体健康,不符合传统的体育内涵。

有体育界人士认为,奥运需要电竞这样能够吸引未来主流观众即年轻群体的项目,但当前仍急需成立国际电子竞技组织,确保其规则等符合奥林匹克精神。

此外,一些电竞项目含有暴力、杀戮等内容,与倡导和平的奥林匹克价值观相悖,因此受到诟病。但也有电竞界人士提出,既然拳击、射击等是奥运项目,虚拟环境下的电竞更应早日被奥运纳入麾下。

记者注意到,部分电竞行业先锋已意识到公众对电竞的关切点并开始做出完善尝试,主动表态、积极向奥运靠拢。比如这次WESG比赛增设女子组别,意在向奥运会倡导的男女平等。

在11日上午的开幕式上,主办方还提出如下倡议:树立正确价值导向,宣传和引导健康电竞理念,游戏伦理和文化内涵,培养公平竞争意识、团队协作精神和创新思维能力,争做奥林匹克精神的传承者、实践者、引领者,为提升广大青少年荣誉感和责任感,为电竞产业健康快速发展注入新动能。(据新华社)

文化速览

洛阳小伙儿王向阳获评《星光大道》年度优秀选手

本报讯(记者 朱艳艳 通讯员 石智卫)13日晚,洛阳小伙儿王向阳再登央视《星光大道》舞台,被评为该节目2017年度全国优秀选手。

《一二三四歌》《战狼出击》《祖国不会忘记》……在《星光大道》2017年度总决赛第二场分赛舞台上,王向阳放声高歌,还与战友们完成多个特种兵训练动作,赢得现场观众的阵阵掌声。可惜,最终因几票之差,他无缘进入年度总决赛。

家住老城区的王向阳今年31岁,从部队退役后到北京打拼。身着迷彩服,怀抱吉他,高唱着一首首饱含深情的军歌……在央视《星光大道》节目中,王向阳的军旅歌手形象深入人心。去年5月19日晚,王向阳首次登上央视《星光大道》舞台,便斩获周赛冠军,一个月后又斩获月赛冠军。王向阳告诉记者,目前,他已回到洛阳悉心排练,为参加2018年春节期间央视多档节目做准备。



致敬曲剧 薪火相传

由洛阳曲剧院主办、市戏剧家协会协办的《致敬曲剧 薪火相传》晚会在河洛剧院上演。著名曲剧表演艺术家郑庆恩、孔素红、刘爱云等纷纷登台,表演了《寇准背靴》《洛阳令》《窦娥冤》等经典作品,艺术家们精湛的表演赢得观众阵阵掌声。晚会现场还举行了简单而又隆重的拜师仪式,20多名青年曲剧演员拜郑庆恩为师,表示将传承传统艺术,弘扬曲剧文化。

记者 朱艳艳 摄



《冰雪奇缘》在洛上演

近日,大型舞台剧《冰雪奇缘》全国巡演洛阳站演出精彩上演。该舞台剧由洛阳旅发集团联合中外团队打造,邀请了来自中国、西班牙、俄罗斯的知名儿童剧导演、演员加盟剧组,融入了舞蹈、美声等艺术表演形式。该剧已先后在重庆、乌鲁木齐、北京等城市成功巡演,在洛阳共演出3场,场场座无虚席。

记者 戚帅华 通讯员 秦阳 摄

文化时评

扶持演出市场 事关文化复兴

回顾盘点,不能落下文化演出这顿大餐。2017年北京演出市场继续保持平稳增长态势,演出场次达24557场,较2016年稳中有升;观众人数、票房收入创历史新高,分别为1075.8万人次和17.17亿元。

数字向好,演出回暖。在文化演出的熏陶之下,城市更懂得修炼心性,市民更懂得贴近艺术。这种春风化雨的改变,很难用具象的指数来衡量。纵观世界文化发展史,“戏剧之都”伦敦、“芭蕾之都”圣彼得堡、“音乐之都”维也纳……这些文化名城皆因繁盛的演出市场而风情万种,令人流连忘返。

“文化艺术是一座城市的灵魂,有了殿堂,灵魂就不必到处流浪。”这句话大概有两层意思:第一,戏剧等演出形式是文化最灵动的“布道者”。相较于单纯的文字、图像等作品,它使人与人、人与人的沟通,更像是“一朵云推动另一朵云,一个灵魂唤醒另一个灵魂”。第二,文化演出需要固定的场所、固化的习惯。这些或大或小,或公益或市场的“殿堂”,品类不一、门派有别,却都在用灵魂的力量去沉潜于文明的素养。有了这些“习以为常”的演出,匆忙的人们得以稍事休息,懵懂的面容得以舒展欢颜。

市场化的动漫等产业与戏剧演出等票房,走的未必是一条路线,两者之于城市文化或公共价值的益处又不在于一个层级之上。“王者荣耀”提供的消遣文化和“青年戏剧节”带来的演出文化,在社会价值上还是有明显区分的。正因如此,扶持并壮大中国演出市场,可谓事关文化复兴的大事。

城市演出市场不仅要“吃饱喝足”,而且要赚得“盆满钵满”,这离不开三个基本要素:城市发展定位的前瞻性、艺术工作者的使命感、公共文化服务的责任感。2017年被称为“中国嘻哈元年”,这说明中国文化够包容,也够开放。遗憾的是,戏剧类综艺节目未曾在2017年带动成“中国演出元年”。总而言之,该掏钱的要掏钱,该引导的要引导,演出这个行业更要争口气,以海纳百川的气度、日新月异的作为,真正让市场火起来。(据《光明日报》作者:邓海建)