

懷舊高調回歸 爆款設計大賣

經典國產汽水

俘虜年輕人的心

那些年還沒有可樂雪碧，也沒有網紅奶茶，廣州人沉迷於那帶着清涼油味道的「亞洲沙士」；陝西人說檢驗一個西安人的「純度」就要看看他一年喝掉多少瓶「冰峰」；北京人則鍾情於繪有那隻大熊的「北冰洋」……伴隨着近年的「懷舊國潮」之風，當年的老味道紛紛換上充滿設計感的新包裝，同時還不斷開發新口味，不僅俘獲越來越多年輕群體，且民族品牌的回歸也成為了城市的新名片，成為遊客了解一座城市，感知城市味道的重要媒介。

大公報記者 黃寶儀

東山再起

以可樂為代表的碳酸飲料是舶來品，早在晚清就傳入中國，和時下年輕人一樣，慈禧太后也曾是洋汽水忠實擁護者，而70後、80後的童年美好回憶，則大多與北京北冰洋、天津山海關、上海正廣和、廣州亞洲等國營汽水公司相關。

「那時候買一瓶沙士汽水，要麼以瓶換瓶，要麼留下瓶子的押金。」70後的廣州市民梁先生對童年這股「清涼油」味道記憶猶新。沙士的原料是一種叫Sarsaparilla的墨西哥植物，1946年正式開業的廣州亞洲汽水廠，則改換了味道相似功效更強的梅葉冬青，一句「有我咁好氣，沒我咁長氣。有我咁長氣，沒我咁好味」的廣告語流傳至今。

上世紀80年代，交通運輸還不發達，玻璃瓶包裝的汽水禁不起一路顛簸，亞洲沙士在廣州走紅的時候，各地也有自己的汽水品牌，以「八大廠」聲名最盛，後來可樂、雪碧等「洋汽水」湧現，屬於國產飲料的時代逐漸遠去，2002年市場上已難覓亞洲沙士的身影，直到2009年被香雪製藥股份有限公司收購，改組之後，亞洲沙士重歸貨架。

超市裏，亞洲沙士與可樂、雪碧等「毗鄰而居」，透明玻璃瓶，透明LOGO及「咁長氣，咁夠味」的廣告語在褐色飲料映襯下格外醒目。香雪亞洲飲料有限公司總經理何文鋒接受媒體採訪時曾表示，「通過改變傳統的經營方式，重新定位產品，並積極利用「風油精味」這一產品特性，亞洲沙士正在競爭日益激烈的飲料行業中重新贏得市場。」據介紹，2020年亞洲沙士的銷售量突破一億瓶，帶有「唔係紅花油」字樣的沙士飲品更成為爆款，在社交媒體上引起不少討論。

菠蘿啤開快閃店攬客

國潮風的興起，是亞洲沙士翻紅的一個契機。在廣州，除了亞洲沙士重新走紅，有87年歷史的廣氏1934品牌也在北京路開了一家快閃店，一輛裝滿了廣氏菠蘿啤而「超載」的購物車、

高度超過一米五的大型廣氏菠蘿啤易拉罐、歷史牆、飲料箱……這裏每個角落都是打卡點，吸引不少年輕人進來拍照、消費。

國產汽水正掀起一波飲料界的國潮風，試圖借助資本的力量重回市場並佔有一席之地，「老北京汽水」北冰洋剛借殼上市，具有73年發展歷史的西安汽水品牌冰峰也於近日與華創證券簽署上市輔導協議，擬深交所中小板掛牌上市。「民族品牌的回歸不僅幫更多人喚醒曾經的記憶，也在不斷推陳出新中贏得當代年輕人的青睞，更重要的是，它也正成為外地人了解一座城市，感知城市味道的重要媒介。」何文鋒說。



▲漢口飲料二廠的時尚設計深受年輕人喜愛。網絡圖片

國產汽水「八大金剛」



天府可樂曾遠銷海外

1981年，重慶飲料廠開始生產天府可樂，頂峰時擁有108個工廠，除西藏與港澳海外，其工廠幾乎覆蓋全國。1990年，天府可樂遠銷海外，在莫斯科建立灌裝廠，被日本風間株式會社代理，在美國世貿大廈設立銷售公司，進入美國市場。1994年，伴隨着招商引資大潮，天府可樂與國際飲料品牌合資後被雪藏。幾經輾轉，天府可樂在2016年重出江湖。2021年，天府可樂從包裝設計、品牌定位、營銷策略上全面升級。

天府可樂（重慶）飲品有限公司的總經理肖亮東表示，當下品牌定位為年輕化、健康化、潮流化，目前產品正全面升級，將會推出新包裝、新口味。經典的天府可樂將從品牌理

念和包裝設計兩個維度凸顯年輕化，作為國貨品牌，會以新國潮包裝形式出現，色彩和構圖都會有年輕化的表達。同時，結合重慶城市屬性，例如即將推出全新的設計「LET'S WUDU」系列，構圖包含重慶出租車、棒棒、索道、解放碑、防空洞等山城特色，旨在符合年輕人的審美。

「00後」鄭小姐表示，「作為土生土長的重慶人，對於天府可樂很關注。為支持國貨品牌，前幾天在網上購了天府可樂，可樂口感清爽，喝完有回甘，挺好喝的。很喜歡天府可樂瓶子的時尚設計。」肖亮東說，草本植物飲料市場廣闊，短期目標是天府可樂能從川渝走向全國，讓健康且具有中國特色的可樂能深入人心；希望未來在中國任意一個小區，任意一間便利店，都能看到天府可樂。

記者 韓毅

做「融入」引路人

教師：給北京港青一個家

港青逐夢神州系列 5



「我想繼續推動北上港青融入內地。」說這句話，王柏榮只用了不到6秒鐘；可做這件事，他已經用了6年。他是北京大學第一位來自香港的行政老師，也是第一位獲得「北京市五四青年獎章」的香港青年……在他的履歷裏，有很多這樣的「第一位」，他是港青「融入」的開拓者，更是帶領更多港青「融入」的引路人。

大公報記者 張寶峰、實習記者張笑語

▲王柏榮與香港專業人士（北京）協會青年事務委員會的委員們在一起。受訪者供圖



2014年，24歲的王柏榮從香港大學畢業。「我不想過一眼就可以看到頭的生活」，萌生這個想法後，這位土生土長的香港青年來到了北京。李克強總理剛提出「大眾創業、萬眾創新」不久，王柏榮就和幾位新結識的北京朋友一拍即合，參與了一家音頻自媒體，他們第一期節目上線時，播放量達到300萬。「香港的常住人口才700多萬，而我在北京做一檔節目，就可以有300萬的播放量。」一個更大的舞台，在王柏榮的面前徐徐展開……

「北京很大，有機會認識很多不同的人。」王柏榮加入香港專業人士（北京）協會，卻發現其中沒有一個專門為港青服務的組織。於是，在港大做了三年學生會主席的王柏榮站出來，和幾位有經驗的前輩一起，為了「給在北京的港青一個家」籌劃、奔

走……2015年5月，香港專業人士（北京）協會青年事務委員會成立，王柏榮至今仍然是青委會的主委。

5年多來，青委會真的變成了一個「家」，除了固定的迎新和相聚外，王柏榮還策劃、籌辦了超百次大型活動，讓成百上千的港青在遠離家鄉的北京找到了歸屬感，不僅如此，王柏榮和港青們也深刻地體會到了對國家的歸屬感。

主動請纓鄉村扶貧

2017年7月1日凌晨三點，王柏榮帶着京港青年訓練營的營員們來到了天安門廣場準備觀看升旗儀式。儀式結束後，在迎風飄揚的五星紅旗下，他們唱起了《歌唱祖國》，「歌唱我們親愛的祖國，從今走向繁榮富強」……在香港回歸二十周年的重要歷

史時刻，在承載了共和國無數重要記憶的天安門廣場上，京港兩地的青年們同心相連、同聲歌唱。

王柏榮喜歡用「接地氣」來形容自己，聊到開心時，還會用北方口音說「我賊接地氣」！他是有資格說這句話的。2018年，王柏榮做出了一個令許多朋友費解的決定：休學一年，去「大西南」的「最西南」——廣西壯族自治區的防城港市掛職。在切身體驗基層治理工作後，他主動請纓去貧困村參與扶貧工作。

那是完全陌生的生活，建檔立卡、兜底保障、走訪貧困戶……如今，王柏榮「駐守」過的貧困村已經順利脫貧摘帽。聊起這些，王柏榮頗有感觸，「這就是國家的力量，我在農村真切地體會到什麼叫『家國情懷』。」

助港澳台生融入祖國

2019年7月，剛剛碩士畢業的王柏榮留校成為北京大學港澳台學生與交流事務室的項目主管。6年前初入北京時的陌生感已經蕩然無存，今天的他對香港和北京都極為了解，正用自己的經歷和心血助力新一代的港澳台青年融入祖國大家庭。

他是北京大學本科一年級港澳台生的班主任，為學生答疑解惑，用親身經歷來引導他們融入集體。不僅如此，他還想到了即將來到北京的港澳台高中生們，如果能讓他們提前感受北京大學的生活，就能幫助他們更好地規劃未來的人生道路。

為此，王柏榮參與籌辦了「未名湖畔好讀書：港澳台暑期學校」「中國方略：當代中國與世界研習營」等青年交流活動。策劃具體活動時，他堅決反對走馬觀花式的參觀與繁瑣的講話，而是為青年們講北大的歷史，深度體驗北大的人文風情，讓學生們能在兩小時的遊戲裏體驗完整的北京大學學生生活……

「要講好我們的故事，孩子們才能體會到這裏的好。」講起這些工作，王柏榮如數家珍，彷彿未來已經展現在他的眼前，「希望5年後，港澳最優秀的學生都能來參加我們的項目為榮。」

6年來，王柏榮甘之如飴地為港青們搭建了一座又一座「橋樑」，他是站在「橋」上看風景的人，在他身後，是越來越多港青追隨的足跡……



▲二〇一八年，在防城港市那農村參與扶貧工作的王柏榮。受訪者供圖



更多內容歡迎掃描二維碼瀏覽