

跟隨春晚打卡長安千年美食 西安老字號受熱捧 尋味大唐不夜城 品嚐宮廷珍饈

香港文匯報訊（記者 李陽波 西安報道）「人生得意須盡歡，莫使金樽空對月……」今年除夕央視春節聯歡晚會上，西安分會場《山河詩長安》引發全國熱議。當城門開啟，AR技術呈現的「李白」穿越千年來到大唐不夜城唐禮坊，舞龍、社火、秦腔、美酒、美食一一登場，盡顯大唐韻味的坊市繁華。從大年初一開始，隨着充滿「大唐煙火氣」的「長安坊市」的再度爆火，位於西安大唐不夜城的眾多百年老字號飯店，也迎來一批又一批前來打卡的遊客。

「其實對於我而言，過去一直很排斥老字號，覺得它就是一塊招牌而已，而這次在西安，卻徹底改變了我。」對於來自湖南長沙的遊客李菽冉而言，從除夕夜看着「李白」踏入長安城那一刻開始，她就有了一種「夢回唐朝」的衝動。大年初三，當李菽冉終於站在大唐不夜城之時，讓她驚喜的除了滿目的流光溢彩，還有驚艷的美食。

穿唐裝品佳餚成風尚

據介紹，西安作為十三朝古都，在漫長的歷史變遷與歲月更迭中孕育了獨特的舌尖味道。特別是隨着去年首屆中國—中亞峰會「本地酒、家鄉菜」的火爆出圈，也讓全國更多的人認識了西安飯莊、同盛祥、德發長這些百年老字號。

大年初三，李菽冉中午就來到了大唐不夜城，站在「長安街市」上，看着來來往往的唐裝少男少女，她恍惚間有了一種夢境的錯覺。「傍晚時分，本來想去附近的商場吃飯，但突然間就被一個大老碗的飯莊幌子所吸引。」出於好奇，李菽冉走進了這間號稱創建於1929年的老字號——西安飯莊，一進門她便挪不動步了。

「裝修和大唐不夜城的唐韻氛圍有一種很深的契合感。」除了氛圍，讓李菽冉更感興趣的是這裏的菜品。「雖然是百年老字號，但是它卻精準地抓住了年輕人的心，菜品除了名稱、製作、排盤，還有營養搭配，都很有特色。」李菽冉告訴香港文匯報記者，比如那道「長安葫蘆雞」，除了葫蘆諧音「福祿」，代表着健康長壽，富貴吉祥，興旺發達；相傳還是當初由宰相韋陟進獻給唐玄宗，從此成為宮宴珍品，幾經周轉後才流傳於民間。

「每個城市都有屬於自己的味道，而西安的味道無疑就是『唐』。」西安飯莊工作人員李先生表示，這兩天生意特別火，很多遊客來，都會說起《山河詩長安》的那些場景，而他們在這些百年老字號似乎找到了這種感覺。這個

春節，在大唐不夜城穿一回唐裝、對一次唐詩、看一場唐舞、品一次「本地菜、家鄉酒」，成為一種新的時尚。

老字號推年夜飯到家

而和李菽冉一樣，因為這個春節而喜歡上百年老字號的年輕人，還有西安市民王珉。作為一名「00後」，王珉特別喜歡西方的快餐，而對於百年老字號，總有一種「費錢費時費力」的誤解。

春節前，由於時隔三年，家裏的很多親戚要在初二一起聚餐，思來想去，王珉也沒找到一處合適的餐飲地，而一個偶然的機會，他看到了西安飲食集團推出的「老字號年夜飯到家」的信息，抱着試一試的心態，王珉撥通了電話，沒想到，幾個小時後，他們一家人便在家享受了一頓豐盛的「國宴」。

「價格很親民，菜品卻很豐富，也很高大上。」王珉告訴香港文匯報記者，這些套餐都是正宗陝菜，風味小吃，也都是由非遺大師主理，傳承百年匠心。國宴葫蘆雞、陝西粉蒸肉、水晶八寶飯、四喜丸子、紅燒魚、酥點雙拼、時令果盤等等，一道一道滿是家的味道。

足不出戶吃國宴菜品

西安飲食集團相關人士告訴香港文匯報記者，在很多人看來，百年老字號似乎總是高高在上，都是普通百姓平常難以消費的。「去年中亞峰會讓陝菜國宴走紅，我們就想在這個春節，讓國宴走進尋常百姓家，足不出戶也能吃到國宴菜品。」這位人士同時表示，選擇在春節這個傳統節日，也是想讓百年老字號更進一步走近百姓，消除一些人的誤解，讓更多的人知道，幾經周轉後才流傳於民間。

據悉，西安飲食集團多家百年老字號推出年夜飯到家服務之後，很快便被訂購一空，而且備受好評，未來他們還會推出更多的到家服務。



◆西安大唐不夜城唐食坊百年老字號飯店吸引眾多遊客。

香港文匯報西安傳真



◆西安大唐不夜城百年老字號菜品備受年輕人喜愛。

香港文匯報西安傳真



◆西安百年老字號飯莊推出的非遺體驗吸引眾多小朋友。

香港文匯報西安傳真

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）能帶來好運的「魚化龍」金手鐲，充滿Ins風（社交媒體上的潮流風格）的金項鍊，還有直接命名為「有錢花」的金手鐲，春節期間走入老字號老廟黃金位於豫園的景容樓店，映入眼簾的都是國潮範兒十足的年輕化產品。櫃檯上擠滿了正在挑選黃金飾品的消費者，其中很大一部分都是「90後」。近年來，大量年輕人開始迷戀上黃金飾品，款式時尚、國潮系列及帶有好運寓意的金飾品，成為年輕人爭相購買的爆款。在抖音、微博、小紅書等社交媒體上，往往都是年輕人在「晒金」，從「金首飾疊戴搭配」到「本命年好運系列」，這些年輕的消費者晒出的金飾，很多都是老字號創新後的產品。

老廟黃金景容樓終端負責人陳夢逸在店內向香港文匯報記者介紹，今年店內的「富貴有餘」系列頗受年輕人的歡迎，這些產品採用了簡練靈動的設計語言，將「魚化龍」的傳說表達在金飾上，不僅寓意了好運文化，更是符合當下最流行的國潮風格。香港文匯報記者看到，這些金飾上的「魚化龍」大多採用簡約的線條進行表達，既能看出是魚的圖案，又非常時尚。特別是一組名為「有錢花」的產品，好多年輕人一聽名字就願意買單，「有錢花」的金飾結合中國傳統文化中象徵好運的「錦鯉」與西方文化中預示幸運的「四葉草」，中西合璧，有又連年有餘、財運不斷的祝願。

設計新穎打破傳統 展獨特個性風格

香港文匯報記者隨後又採訪了邊上正在挑選手鐲的兩名年輕的女生，她們直誇老廟黃金的產品都很「Ins風」。其中一名消費者表示：「我媽媽一輩買的金飾，多為祥雲、龍鳳等傳統圖案，但現在的老字號的金飾品都很新穎，滿滿的時尚感和高級感，帶出去很有面子，過年一定要添置幾件。」

另外，老廟黃金的婚嫁產品裏，也出現了更現代的設計，特別是一款婚嫁項鍊採用了AB鏈，即由兩種不同設計的項鍊結合而成，不對稱的設計打破了傳統單一的風格，展現出獨特的個性和風格。陳夢逸還表示，年輕人喜歡購買的金飾中，還有很多5G黃金工藝，因為這些黃金首飾具有高硬度和高韌性，設計師們可以更加放心大膽地設計出更多款式，也一改黃金土俗、厚重等一些問題。



◆消費者在金店內選購產品。

香港文匯報記者孔雯瓊 攝

國潮風接好運 年輕人奔赴購買「晒金」

津門百年老字號 跨界開闢新賽道

香港文匯報訊（記者 張聰 天津報道）「現在天津古文化街上到處都能找到新鮮感。」市民莊女士說，老字號耳熟能詳，除了傳統的豆沙餡，還推出了香芋、黑芝麻等口味，客人們排着長長的隊伍，為的就是嘗一口鮮。百年洋味起士林，除了傳統的糕點，還推出了各種新式花樣巧克力、牛乳糖，讓「老字號」重新走進年輕人的生活。

隨着2024龍年新年的到來，位於天津市南開



◆年輕人採購桂發祥產品。 香港文匯報天津傳真

區的古文化街遊人如織，喜氣洋洋，充滿了濃濃的民俗年味兒。這條百年老街上，老字號、非物質文化遺產項目目不暇接，為了吸引更多的年輕消費者，十八街麻花、楊柳青畫社等天津傳統老字號紛紛推出新品。在桂發祥古文化街店，香港文匯報記者看到不僅麻花種類繁多，「小八件」、鮮花餅、方便裝鍋巴菜等點心小吃和元宵等傳統節令食品，擺滿了貨架。

保留傳統韻味 增添現代感

「我們不滿足於做強麻花這個明星產品，更借助品牌延伸開發中西糕點、休閒食品、節令食品等100多個品種。」桂發祥品牌總監徐燕青說，為了滿足年輕消費者的口味和消費習慣，我們在保持傳統工藝的基礎上，推出了多種新口味和新包裝設計。這些新口味結合了現代人對健康和營養的追求，如低糖、無添加等概念，同時在包裝設計上融入了更多時尚元素，使其既保留了傳統韻味，又增添了現代感。

據了解，天津有豐富的老字號資源，現有72

家中華老字號、183家津門老字號正在通過組團、跨界、聯名開闢新賽道。走進位於天津古文化街的楊柳青畫店內，不少年輕人諮詢着「數字藏品」如何購買，年輕的情侶在試背印有「年畫娃娃」的帆布包。「提起存續400多年的天津楊柳青木版年畫，懷抱紅鯉魚的胖娃娃形象就會浮現眼前。但長期以來，因產品單一、實用性不足，楊柳青年畫難以激活新的消費群體。」天津楊柳青畫社社長劉岳說。

新技術應用激活新消費群體

「憑借新技術應用與文創產品火爆，我們的銷售額明顯提升。」劉岳告訴香港文匯報記者，依託經數十年搶救性保護收集到的6,000多塊古版、2萬多張年畫，開發出了一批能夠「全年走進百姓家」的文創產品，將記憶中的「胖娃娃」等經典元素印製在杯子、絲巾、掛件、瓷瓶上，用吉祥的寓意引領新國潮。「我們將繼續加快創新發展，拓展更大市場，打造新時代的『新形象』，在煥發非遺活力上繼續發力。」

中外遊客海口騎樓老街尋古訪今品「僑味」

「牌匾上寫着南北涼果、海味乾菜，百年前可能是家副食店或者餐館。」11日，海口市中山路歷史建築「全豐泰」前，陝西遊客安彥亭猜想這家老字號的過往。

龍年春節，中山路所在的海口騎樓老街熱鬧非凡，中外遊客遊覽街區，感受老海口的韻味。記者看到，如織的人潮緩緩前進，很多遊客的手機一直舉起，拍攝經過的每一棟建築。

海口騎樓老街的歷史最早可以追溯到南宋時期。近代隨着海上貿易與航運的發展，活躍於東南亞的華僑在海口建起混合巴洛克、文藝復興、

南洋三種風格的獨特建築。

歷經時代變遷，騎樓老街從輝煌到衰落。近年來，海口市政府系統保護與修復老街，舊時繁華重现。騎樓老街曾匯集大批老字號商舖，絕大多數牌匾直接鑄刻在建築上。經過挖掘，一家家老字號重見天日。「『五色會館』是顏體風格，結構勻稱大方。『源豐隆』是隸書風格，舒展沉穩，『陳記』二字很是飄逸。」安彥亭是書法愛好者，他仔細端詳着每幅牌匾，「雖無書家落款，但字體各具風采，可見當時文化之興、商賈之盛。」

海口自古以來就是海上絲綢之路的重要驛站，

水巷口過去曾是下南洋碼頭，店舖鱗次櫛比。今人在老建築內做起海南清補涼、椰汁咖啡等時尚甜品生意，地道風味引遊客排隊購買。

來自新加坡的遊客陳先生注意到，有兩幢騎樓「南興舖翅」和「柯筆記」與眾不同，中文牌匾下分別有醒目的泰文和英文。

「通過三種語言的招牌，可以想像到『南興舖翅』店主曾經遠赴泰國開蕩，事業成功後回鄉投資的往事，想像到『柯筆記』的店主專心修理進口鐘錶的情形。」陳先生說，騎樓的老牌區和新生意，是古與今的時空連接與轉換，普通人的奮鬥故事綿延不斷。

◆中新社

特稿