

為了這碗麵，石家莊出手了

多年來，在國內美食界，流傳著一個經典的網絡熱梗——正宗安徽牛肉板面河北石家莊造。究其原因在于，在石家莊遍佈大街小巷的安徽牛肉板麵店，在安徽的大多數城市，反而不見蹤影。這一度讓來石家莊旅遊的安徽人備感疑惑，更讓潛移默化中認為牛肉板面來自安徽的石家莊人不解。

現在，事情發生了變化。

據多家媒體報道，石家莊日前召開了「石家莊牛肉板面公用品牌發佈會」，宣佈將推廣使用「石家莊牛肉板面」這一品牌。此外，「石家莊國資」微信公眾號早在今年4月就報道，樂事河北石家莊牛肉板面味薯片新品啟動會在北國超市新店舉行。

石家莊冠名牛肉板面，這意味著當地的牛肉板面要和安徽「解綁」？

本地化與改良

「不是安徽人，學板面的手藝也是跟本地師傅學的。」在石家莊裕華區，一家安徽牛肉板面小店的老闆這樣告訴中國新聞週刊。

他說，雖然這一面食最初起源于安徽，但經過多年發展，如今在石家莊，開安徽牛肉板麵店的老闆，很多早就不是安徽人而是本地人了。

在不少業內人士看來，這可能是石家莊決定發佈「石家莊牛肉板面」公用品牌的重要原因。

最近幾年，安徽牛肉板面似乎成為石家莊美食的「打卡」項目，比如去年知名歌手薛之謙到石家莊開演唱會，被熱情的當地粉絲推薦具有石家莊特色的安徽牛肉板面；而在河北拍戲的演員王迅，也發視頻表示，劇組的人都向他強烈推薦。

「到河北，你必須去吃一次安徽牛肉板面」。

眾所周知，石家莊是一座「火車拉來的城市」，而安徽牛肉板面的成長與石家莊城市的發展息息相關。

據瞭解，在20世紀90年代，安徽皖北作為勞動力輸出地，向全國不少區域輸送了勞動力。彼時，大量安徽省阜陽市太和縣人，順著火車線路，來到了石家莊工作。他們把板面帶到了石家莊，讓這道地方美食于異鄉落地。

此後，板面在石家莊「遍地開花」，甚至向全國擴散。



不過，正宗的太和板面，多是羊肉板面，而在石家莊流行的則是牛肉板面，是經過當地改良的品種。此外，由于安徽分為皖南和皖北，兩部分的飲食截然不同，流行于太和縣的羊肉板面，並沒有在全安徽大規模流行，這也造成不少安徽人對這一食物並不熟悉。

在美食作家、安徽省作協副主席胡竹峰看來，飲食是一個地方的文化名片。北京烤鴨、西湖醋魚、蘭州拉麵、黃山臭鱖魚等地方名吃，都很好將地方特色與飲食完美融合。

所以地方飲食品牌的確立，可以讓地方文化更立體、更形象。石家莊這些年城市的規模、格局、輻射力越來越大，所以其急切

需要一張本土的飲食文化名片，而板面這個「招牌」，群眾基礎廣大，扎根又深。

在艾媒諮詢CEO張毅看來，各種美食的發展並不是一蹴而就的，都是由于人口流動或在機緣巧合下形成。

雖然板面最初來源于安徽，但是經過改良，最終在石家莊「發揚光大」，這恰恰說明石家莊這座城市的包容性和發展能力較強。

在他看來，作為一座「火車拉來的城市」，石家莊實際上缺乏地方特色美食標識，打造「石家莊牛肉板面」這一公共品牌，實際上是在彌補這一短板，對於增強當地餐飲行業和美食的知名度和影響力，吸引更多的遊客，有一定好處。

品牌爭奪

值得注意的是，近期，安徽板面的發源地安徽太和縣，也在積極推廣當地板面品牌。

日前，有安徽網友通過人民網「領導留言板」留言，希望相關部門加大宣傳，推動規範化、品牌化發展，讓太和板面走向更加廣闊的市場。

該網友還建議，當地相關部門可以引領太和板面認定成為著名商標。

對此，安徽省阜陽市文旅局回復稱，2024年以來，太和縣工商聯、總工會、文旅局等多家部門多次開展推介推廣活動，包括非遺展演、板面技能大賽、「大衣哥」朱之文宣傳推介太和板面、第二屆「520」安徽文旅惠民消費季推介等。

近期還將推薦太和板面有關企業赴台灣等地進行推介推廣。

根據當地媒體報道，目前太和縣約有10萬從業人員，在全國經營大小板麵店約5萬家。

在部分城市，該縣人員經營的板麵店，已經發展成當地具備一定規模的連鎖店。比如，1993年來自安徽太和的單杰到哈爾濱創業，經過多年打拼，他從出攤開始，最終創立了連鎖經營的「秋毫單記」板麵店鋪。到2023年底，「秋毫單記」板面在哈爾濱已經發展到了128家門店。

那麼，經過改良的石家莊牛肉板面，能否與發源地太和的板面相競爭？

在張毅看來，任何一種美食，都不可能自誕生就一定在本地生根、發芽、成長，很多都是文化融合的產物，石家莊的牛肉板面雖然發源于安徽，但可以說成長、壯大于石家莊，並與當地的飲食習慣和民俗所結合，成為當地美食文化的一部分。

這本身是文化在融合中創新發展的一種體現。

「石家莊和安徽太和這兩個地方都在打造各自的板面品牌，品牌歸屬可能產生

爭議，通過設立石家莊牛肉板面的公用品牌，明確『石家莊的歸石家莊，太和的歸太和』，各自按照自己的路徑發展、發力，可以有效減少品牌歸屬爭議。」張毅說。

如何成就地方名吃？

事實上，在官方打造公共品牌之前，在石家莊民間，一直都有要將安徽牛肉板面招牌，全部改成石家莊牛肉板面的呼聲。

比如今年4月，曾有網友在人民網「領導留言板」提出，石家莊牛肉板面是石家莊為數不多的美食招牌之一，建議圍繞板面打造石家莊的金色招牌。

宣傳和飯館名稱名字統一為「石家莊牛肉板面」，不再用石家莊安徽牛肉板面，這樣能避免地域衝突，同時為石家莊打出名聲。

但在不少業內人士看來，要想打造地方知名美食或知名小吃，不可能一蹴而就。

在中國商業聯合會專家委員會委員、北京商業經濟學會常務副會長賴陽看來，讓一類店鋪集體更換招牌或按照某種統一的標準發展，都不可取，甚至可能拔苗助長。

他說：「原來安徽牛肉板面在石家莊發展得很好，自身有著成熟的體系，如果現在讓其全部更換招牌並按照部分設想『升級』，反而破壞了其原有的受眾和發展體系。」

賴陽認為，打造地方知名美食，最怕「好心辦壞事兒」，比如牛肉板面，很多都是小店經營，就算成立了公共品牌，也不宜讓其共同更換招牌，或者按照某種統一的石家莊板面的標準執行。

那麼，如果石家莊想要打造地標美食，該如何入手？

在賴陽看來，培育當地龍頭企業是其中最為關鍵的一環。

他說：「一直以來，鴨脖作為武漢名吃，雖然在當地老少皆知，但影響力始終有限。真正讓武漢鴨脖名聲大噪並火遍大江南北的是周黑鴨等企業的擴張，讓鴨脖不論從味道，還是生產銷售，都有了更高的標準。」

數據顯示，2023年，周黑鴨實現營業收入27.4億元。

同比增長17.1%，門店總數達3816間，覆蓋中國28個省、自治區及直轄市的331個城市。

此外，蘭州牛肉麵這一品類，最近幾年誕生了眾多規模化的連鎖品牌，比如西部馬華、馬記永、東方宮等，也大幅提升了這一品類的美譽度。

「打造地方名吃，培育出具有現代化管理和供應鏈的知名餐飲企業非常重要，這類企業本身就可以代表地方名吃的最高水平。」賴陽說。

下南洋的鴻漸人

——菲律賓許寰哥家族的故事

施雪琴 編譯

隨後，6家菲律賓離心機糖廠建立，5家在黑人島，1家在邦板牙省，創辦之初，都得到菲律賓國家商業銀行的支持。菲律賓的離心機糖廠雖然早在1909年就創建，但它花費了20年的時間才徹底完成了制糖工藝的現代化。

在這樣的背景下，許寰哥家族的四個年輕人開始創業，伊茜德拉的創業史給予他們極大的熱情與鼓勵。1927年，他們得到中興銀行1的貸款，中興銀行的一名股東李昭瓚（DeeChianHong）是何塞·許寰哥家族的朋友。工廠所有的機器都是從火魯奴奴的機器公司購買，在華人工程師高祖七（COCHOCIT）的幫助下，他們聯繫了火魯奴奴的馬丁哈因先生，負責監督帕尼基工廠的施工，工廠花了6個月才建立起來。這是當時中呂宋地區唯一的一家大型制糖廠，不僅是許寰哥家族四兄弟事業發展中的里程碑，而且也是帕尼基工業發展的重要標誌。由於早期菲律賓現代化的糖廠多是美國人管理與擁有，所

以許寰哥家族在發行糖廠紀念牌時特別提到了馬丁哈因先生的功勞。然而，糖廠的檔案記錄很清楚地顯示，這家糖廠完全是菲律賓人的家族企業。雖然帕尼基糖廠二戰前的記錄被戰火燒燬，但戰爭結束後，菲律賓證券交易所重新整理了糖廠的文件。這些檔案文件顯示，糖廠創辦於1928年9月17日，股東有伊

茜德拉、塔克拉、以及許寰哥家族的四兄弟。註冊資金是40萬比索，共分為4000股，每股100比索。據說登記時資金是8萬比索，其中2萬比索是實際投入資金。伊茜德拉對建立蒸餾車間很感興趣，這個車間是用來提煉糖漿的。他們也修建了精煉車間，但是那時候，菲律賓消費者對糖的顏色不是很在乎。

糖廠建成後的第一年，就遇到甘蔗大豐收，許寰哥家族的菲律賓中興銀行，菲律賓華僑設立的第一家銀行是中興銀行，建立於1920年，是由閩南籍富商李清泉（晉江籍）、薛敏佬（廈門籍）、黃奕住（印尼華僑，南安籍）、吳記釐（南安籍）以及邱允衡（南安籍）等人發起的。後來該行業務漸漸擴大，在中國和上海和香港以及歐美等國家和地區均設立了通匯機關。是菲律賓最有影響力的銀行之一。



譯者注。

四兄弟連續三個晚上都徹夜未眠，等待精煉糖的出品。他們很擔心第一次產品的質量，但實際上這種擔心是完全沒有必要的，因為事前他們已經對這項投資做了充分準備，他們購買了現代化的機器，況且家鄉有如此好的甘蔗。在接下來的65年裡，甚至在1993年4月15日前許寰哥家族糖廠關閉前，他們的糖廠一直是帕尼基市最大的糖廠。在1928年，這樣規模的糖廠在帕尼基市就是一枝獨秀。雖然後來經歷了戰火與挫折，但糖廠依然矗立在帕尼基的田野上，直到1993年被關閉。

由於是家族中的長孫，我的外祖父自然成為糖廠的第一任經理，從1928到1941年，他負責管理糖廠的事務，雖然他是主管，但很多事情要與伊茜德拉商量才能做出決定。

1928年，外祖父與外祖母養育了三個孩子。第一個孩子出生不久就夭折。外祖父他們經常去馬尼拉，因為兩個孩子佩特與約瑟芬在馬尼拉，負責照看蘇木隆家族在馬尼拉聖安東、三巴洛克、聖米格爾的生意。在制糖季節，外祖父就住在帕尼基監督制糖廠的生產。我媽媽記得在糖廠旁邊的兩層樓，是我外祖父的住處，在客廳裡面有個像風車一樣的符號（即卍（萬）字，譯者注），據說是佛教的象徵，能夠驅邪避禍。但後來外祖父在旗幟上與送貨的列車上不再使用這個符號，因為這個符號在二戰時期被罪惡的德國納粹用作他們的標誌。外祖父採用了四片葉子的符號，印在大樓與火車上，這象徵了許寰哥家族的四個兄弟。而我母親對這棟大樓的記憶則不是那麼令人愉快，她一歲半的妹妹卡爾梅在這棟房子里。

（〇四四）

