2023年10月19日 星期四
值班主任：岳嵬 主编：蔡佳倩 美编：许丽 检校：张媚 原中倩
海南日报

H 知味海南

本版图片除署名外均为资料图

海南鸡饭。

清补凉。

A

有『新晋网红』，也有『老大哥』 海南美食具有吸引力

漂洋过海 琼滋味

海南美食出岛『破圈』

■ 本报记者 刘晓惠

秋意渐浓，熙熙攘攘的上海街头，气温降幅明显，火锅迅速成为餐桌“主角”。不同于麻辣火热的四川火锅，也不似肉鲜汤浓的潮汕牛肉火锅，一种来自海南的小众火锅正在成为人们的用餐“新宠”——糟粕醋火锅。

糟粕醋汤底味道独特，没有冬阴功汤那样浓烈，也没有椰子鸡汤的清甜，除了意料中的酸辣，还有颇为清新但不寡淡的鲜。这样一道来自海南的美味，俘获了一众上海年轻潮人的心。

不只是糟粕醋火锅，不难发现，近几年，越来越多海南美食的身影出现在各大城市：在北京能吃到正宗的清补凉，到了广州可以嗦一碗海南腌粉，在郑州吃顿海南风味椰子鸡也不是难事……更不用提已经风靡了全世界的海南鸡饭。

美食作为连接文化记忆与生活状态的载体，越来越多的海南美食正在传递着海南人民对生活、对文化的感知与热爱，并且形成一种文化认同，在各地“破圈”前行。

海南腌粉。

陵水酸粉。

糟粕醋是文昌市铺前镇的传统小吃，采用酿酒过程中酒糟发酵产生的酸醋作为汤料，外加蔬菜、海菜、动物内脏、脆骨、贝类等配料，酸香开胃，触动味蕾，让人食欲大发。

糟粕醋并不是最近才成为火锅界的“黑马”。早在两三年前，北京、上海等城市的餐饮市场上，就多了很多主打糟粕醋火锅的门店。

比如在上海火锅热门榜top5里的辞琼·老海南糟粕醋火锅，门店人气旺盛，不少网友表示，“要提前订位，晚一点都要大排长龙了”“来自海南的味道很鲜美，值得再来！”

如今在大众点评上搜索“糟粕醋火锅”关键词，仅北京就显示有1000多个结果，而小红书上也有3万+篇笔记。大部分糟粕醋火锅门店都是新店开业，搜索页面上显示“新店”的占比颇高。此外，一些原本主打椰子鸡火锅的餐厅，也顺势推出了糟粕醋锅底，组成了颇有海南特色的“糟粕醋+椰子鸡”鸳鸯锅。

除了糟粕醋火锅线下店，2022年10月，盒马还特地为火锅季推出海南糟粕醋锅底，上线两周就跃居锅底销量第二名。

盒马火锅锅底负责人赵建建介绍，虽然海南的糟粕醋在全国市场上比较小众，但它口碑极高且与海鲜高度适配，具有和绝大多数食材都能百搭的特性。糟粕醋锅底一经上市，就收到了很好的市场反馈。

黄彩虹是定居于上海的海南姑娘，她发现近几年在上海街头“偶遇”海南美食的机会越来越多，糟粕醋、椰子鸡等后起之秀的海南美食，从当地人的尝鲜之选，逐渐成为聚餐首选。

“我和同事们也经常到有糟粕醋、椰子鸡的饭店聚餐，希望能有更多海南美食像海南鸡饭、沙县小吃、兰州拉面一样成为美食大品牌，让我们在外的游子，有更多机会吃到家乡味。”黄彩虹说。

正如黄彩虹所提到的，当人们一提起海南美食，很大概率上首先浮现于脑海的就是海南鸡饭。相比于糟粕醋这个“新晋网红”，海南鸡饭则是走出去的海南美食中的“老大哥”。

一碗鸡油饭，配上白卤水浸制的白切鸡。这不仅是海南人的日常，也是新加坡、马来西亚人的日常。

早在19世纪末20世纪初，海南人下南洋的浪潮把海南鸡饭带到南洋。历经一个多世纪，鸡饭由海南本地常见饮食，演变为东南亚华侨华人的特色饮食文化，最终成为新加坡、马来西亚的国菜。

在新加坡，海南鸡饭非常大众化，街边的咖啡店、购物商场的餐馆、菜市场的摊位都可以买到，大多数来新加坡旅游的外国游客，都会点上一份海南鸡饭。

新加坡三喜海南鸡饭店股东代表何瑞州说，新加坡每家店都有自己独特的配料烹饪鸡肉和米饭的风格。近年来，当地的很多星级酒店也将海南鸡饭列入菜谱，推出更高档的海南鸡饭。

从海南鸡饭到糟粕醋，从文昌鸡到清补凉，还有海南粉、陵水酸粉、白沙鱼茶……这些已经“走出去”的，或正在“走出去”的海南美食，让全国各地市民游客大饱口福的同时，也加深了对海南的认识。

B

产品改良、预制技术 海南美食出岛有助推器

“海南人民推荐的清补凉果然名不虚传！”10月15日，江西网友珂珂收到了在线上下单的罐装清补凉，品尝之后，她马上在网上留下了好评。她说：“我虽然从没去过海南，但是我很喜欢椰子味的东西，之前也在网上看到不少博主介绍清补凉，于是就下单试试，确实很好喝！”

清补凉是海南的经典美食之一，曾让苏轼称赞为“椰浆之上采琼浆，捧来一碗白玉香”。清补凉多以椰奶、椰子水或糖水为底，再加入红豆、绿豆、薏米、莲子、红枣、芋头等佐料搭配而成。

由于对食材的新鲜程度要求高，在很长一段时间里，清补凉很难“走出去”。即便是在北京、湖南、浙江一些商圈、高校周边，有海南人开设了清补凉店，但清补凉的受众范围仍然非常小，局限于海南和一些两广地区的群众。清补凉还曾被人戏称为“生于海南，困于海南”。

罐装清补凉早在2015年就开始上市，但彼时的销量、市场反响也并没有多大水花。

“我曾经有一段时间都想放弃这个产品了，到了2019年，我突然发现罐装清补凉的销量有所上涨。”印象南国电子商务有限公司董事长徐国华说，发现罐装清补凉的销量出现转机后，她开始观察消费者的市场选择行为，“大家的健康意识在提升，要吃健康的小吃，轻食的概念也逐渐明朗起来。”

抓住了消费者的这个想法，南国食品趁势打出清补凉的健康品牌，改良配方，选用薏米、红豆、西米等食材，用代糖替代蔗糖。符合消费者的需求，同时借助直播带货的风潮，罐装清补凉很快大卖，复购率也超过30%，销量连年翻倍。

“原来的消费者是基于好吃来买罐装清补凉，当我们把清补凉改成了代餐食品后，消费者的人群画像也扩大了。”徐国华表示，海南美食从不缺乏吸引力，在推动其“走出去”的过程中，企业可以通过制造话题、注入特色，从而扩大品牌影响力。

和罐装清补凉一样，海南易小满食品有限公司将海南传统米粉制成预包装食品售卖全国。2023年1月，在东方甄选海南专场活动上，易小满2万包速食海南粉一经上架就被抢购一空。

海南易小满食品有限公司总经理李炎介绍，目前该品牌的速食海南粉每个月的销量在3万到5万包，发往全国各地，受到许多消费者的好评。同时，李炎也谈到，速食海南粉的制作供应链比较长，造成了一定的成本流失，现在公司计划在文昌建设自己的生产线，一步步做出产业化、规模化，助推海南美食走得更远。

速食海南粉、罐装清补凉、椰子鸡预制菜、热带鲜果干……当前，随着技术的不断提升，海南美食有了更多样化的呈现方式，也有了走得越来越远的能力，借助预制菜技术，海南美食出岛也有了助推器。

C

标准化发展、产业引导 汇聚海南美食『走出去』的合力

客观来看，与沙县小吃、柳州螺蛳粉、兰州牛肉面这些美食品牌相比，大多数的海南美食依然是处在“深闺”。

椰语堂董事长赵玉明认为，如今餐饮市场发展变化快，如果不与时俱进，就会失去主动权。以清补凉为代表的海南风味小吃，历史悠久，口味独特，市场潜力巨大。但是长期以来，海南餐饮业“墙内开花墙内红”。

“近年来，我们很多致力于将海南美食推广出去的企业家们，以海南名小吃为绝活，打造海南特色饮食，逐步跨过琼州海峡。”赵玉明说，椰语堂近年已在海口、三亚、沈阳、广东、河南、河北等地，开设了多家连锁店，海南特色美食不仅深受消费者欢迎，还创造了过亿元的产值。

海南大学继续教育学院院长李仁君认为，标准化发展是海南美食“走出去”的重要方向，海南相关品牌可以大力度统一产品标准与服务标准，以“自身特点+标准化”的模式来进行推广，建立统一的产品体系与服务质量，在这方面可以向福建沙县小吃等成熟的地域美食品牌取经。

李炎则说：“我们不仅制作了海南粉，还推出了抱罗粉、陵水酸粉等海南当地特色美食。我们努力结合线上的销售与线下实体店，双向驱动海南传统米粉市场，打通国内市场，提升海南粉的知名度，将其打造成海南美食文化的标签。”

不久前，2023首届海南国际热带食材供应链博览会（以下简称海食会）在海口拉开帷幕，4大特色展馆18个展区，为海南特色美食“走出去”以及国内外特色食材“引进来”创造机遇。

在本届海食会上，海口、三亚、万宁、定安、临高、澄迈等市县携海南本土特色热带食材入驻，文昌鸡、和乐蟹、东山羊、海南鲷、金鲳鱼等众多优质美食汇聚一堂，各大产业链上下游企业相互合作与交流，共同打造海南美食产业链。

“我们可以在美食品牌成长初期的时候，政府介入进行产业引导，帮助企业形成产业链、产业配套体系。其次，政府还要做好文化氛围，包装地域品牌，形成相对有规模的企业，给海南美食‘走出去’汇聚更多合力。”海南省开放型经济研究院院长李世杰说。

糟粕醋菜肴。

H 环游记

山西古代彩塑历史源远流长

■ 本报记者 郭畅

历史很远，山西很近。有人说：地上文物看山西。它见证了华夏五千年的发展史，在三晋大地，留下了随处可见的历史遗址和文化印记，前不久，笔者来到位于山西省晋城市的玉皇庙，参观了明代彩色雕塑“二十八宿”。

玉皇庙目前珍藏古代彩塑近300尊，是一座中国彩塑艺术的殿堂，北宋的典雅隽永，元代的标新立异，明代的秀美和悦，几朝作品均有不同风貌，但又不缺乏传承，历代工匠再次熏陶、临习、不断获得灵感，继而又创造出新的经典之作，鼓舞并激发着后来者，至今不辍。

“二十八宿”是玉皇庙彩塑中最精彩的部分，也是中国古代彩塑中的孤品，相传为元代国手刘元所塑，吸取了西方的写实手法，又进行了夸张的艺术处理，将普通人的情态与仙风道骨的神韵巧妙融合。

来自全国各地的游客在“二十八宿”前驻足，听当地讲解员讲述彩塑背后的历史故事，这一刻仿佛时间静止，塑像以群体排列方式置于寺观大殿，无比震撼，动感十足，人们感受到了写意与浪漫的情调，梦回元代。

据了解，中国古代彩塑大约形成于南北朝时期，借鉴外来佛教造像和西方的雕刻艺术，并结合了民族传统文化，逐渐成为中国古代艺术的重要形式之一，传统的彩塑运用便利的泥土，沙子，稻草和棉花等材料，刚柔并济，抟泥成像，塑造出更加含蓄，细腻的造型风格，彩塑技艺是我国重要的非物质文化遗产，体现了中华民族特有的审美观。

如果说中国古代彩塑的前半部分体现于敦煌、麦积山石窟中北魏、隋、唐作品的话，那么，自唐代迄清的作品中，山西现存彩塑所占地位举足轻重，可谓“独冠中原”。

史料记载，山西省是彩塑类文物跨年代最多、保存最完整的省，省内彩塑类文物居全国榜首，被誉为“中国古代彩塑宝库”。

彩塑的艺术美学，是研究中国社会历史样态的珍贵史料，它们完整记录了中华民族的思想变迁与社会样貌的流变，吸收了岁月的遗存与世俗的样态，使得平面而抽象化的书面历史具有了纵深维度和触感。

岁月流淌，古代彩塑为世界艺术之林增添了多样之美，岁月漫漫，历经近千年的风雨沧桑，中华民族的文化遗产愈显珍贵。如果前来山西旅行，不妨来看看散落在山西各地的古代彩塑，遗存让人神往，“中国古代彩塑宝库”依然绽放着无限光芒。

山西晋城市玉皇庙里的古代彩塑。 张建军 摄

H 资讯

7件圆明园石柱文物回家

“圆明园石柱回归展暨2023北京公众考古季开幕式活动”日前在北京圆明园举行。

本次展览以7件石柱文物回归圆明园为主题，回顾圆明园石柱颠沛流离、远离故土的历史，讲述圆明园石柱艰难曲折、重回故里的历程。回归展为长期展览。

此次回归的石柱共7件，均为汉白玉材质，高约80—92厘米，立面有雕花造型，品相较好，推测均来自西洋楼遗址区。这些石柱正面纹饰以西式番花、贝壳纹等西洋雕花为主，侧面花瓶内花束则以具有吉祥寓意的牡丹、玉兰、荷花、菊花等中国传统花卉为主，圭角卷云纹、开窗的海棠线雕刻方式等亦与中国古建望柱、栏板相同，体现了中西合璧的文化内涵。

近年来，中国政府已经以多种途径、多种方式促进了多批次海外流失文物的回归。在此次7根石柱回归过程中，社会力量慷慨奉献、主动作为，高等院校热心支援、建言献策，国家多部门统筹引领、保驾护航，保护机构尽心履职、勇于担当，抓住海外收藏单位相向而行、释放善意的有利契机，密切合作，历经10年，最终促成石柱回到原属地。

这也是继马首铜像之后又一批回归圆明园的流失海外重要文物。7件石柱文物原系圆明园建筑构件，1860年遭英法联军劫掠后流失海外，后为挪威卑尔根科德博物馆及西挪威艺术博物馆收藏。

（据《中国旅游报》）

地址：海口市金盘路30号 邮编：570216 总值班：66810666 广告许可证：琼工商广字015号 广告部：66810888 发行部：66810999 海报集团新闻热线：966123 邮发代号：83—1 报费：每月45元 零售每份1.5元 昨天开印时间3时50分 印完：8时37分 海南日报印刷厂印刷