

老饕论道

本帮菜？海派菜！

文 / 邵建华

这也标志着海派菜得到了社会和市场的认可，形成了自己的体系。

之后很长一段时间，由于我国实行计划经济，餐饮的市场配置并不合理，加上物资短缺，海派菜没能得到发展。直到改革开放，才逐渐由市场自行调节。由于餐饮属于竞争性行业，国退民进，这给民营企业 and 外地、外国来沪创业者留出了很大的发展空间。于是餐饮业重新洗牌：各地风味应有尽有，市场调节令餐企优胜劣汰，市场布局也日趋合理。随着国际化大都市的建设，上海迎来了第二波移民潮。第二波移民大多有文化，有一定消费能力。目前上海最红火的餐厅几乎都是原汁原味的“外来菜”，仿佛重现了第一波移民潮时的热闹。这红火既得益于老乡的带动还有现代化网络的鼓吹。辣菜为啥流行？逆长江而上，一出上海几乎全部吃辣。

从历史的发展来看，目前红火流行的餐厅、菜肴也必须经过本土化的洗礼才可能在上海扎下根，真正融入海派菜系统。这也是市场的行为，不可抗拒。《舌尖II》在说到上海菜的时候有一句蛮有意思的话：上海菜精彩纷呈，各种风味都有，但是能沉淀下来的还是本帮菜。这沉淀下来的本帮菜实际上是最早经受了海派文化的熏染和洗礼。“浓油赤酱”特色原本来自于农家餐桌，匹配下饭。原料家常、工艺简单。到今天，下饭功能弱化，“浓油赤酱”也被赋予了全新的内容，变得洋气十足。偶然冒出的“土”气，被人津津乐道，成为人们追溯上海菜源头的线索。今天的本帮菜同样是海派菜的一个部分。相信在第二波移民本土化后，各地风味也会慢慢沉淀下来，盖上“上海派”的印章。

城市不论大小，都是由农业型小村镇进化而来。一个城市的餐饮特色，一定是辐射范围里的集合。这些特色的形成可以找到清晰的历史脉络。而当这座城市变成开放性的大都市时，它的菜肴就要求能体现更大范围的包容性。菜肴的特色就要求覆盖全国甚至于全世界。当各种不同风味、不同业态的餐馆聚集在一起，相互影响又激烈竞争，最终走的都是改良、创新、萃取、集大成的融合之路。现在融合菜在全国各大城市流行，创新菜被提到很高的地位，杭州推出“迷踪菜”，实际上都可以看做是一种对传统、“正宗”的突围。理由很简单，在市场经济环境下，饭店要盈利，菜肴是商品，客人喜欢是硬道理。

海派菜有时也遭人诟病，说是不正宗的代名词；把传统的好东西把玩于股掌之间，随心所欲。谬也。菜肴烹调是一种带有艺术性的手工劳动，它的“正宗”靠师徒相传。由于缺少先进的记录设备，在世的最有名望的大师就是正宗的化身。而大师对正宗的理解和改良，又发展了“正宗”。从这个意义上说，正宗本身就不正宗，或者说正宗也是在发展的。现今的都市餐饮，完全处于市场经济激烈竞争的风口浪尖，要得到消费者的认可才能生存下去，进而发展壮大。传统菜肴都面临着扬弃的过程，不断又有新菜在诞生，维持着“生态平衡”。菜点好还是不好，市场自然会大浪淘沙。被消费者认可的菜肴，我们没必要用所谓专业的眼光去挑剔。经历过市场洗礼的烹饪产品，才是最有价值的。

那么，海派菜的特点是什么呢？归纳起来就是“融合、精细、功利”。融合，体现适应性；精细，体现附加值；功利，体现市场属性。



《舌尖II》播出后，上海本帮菜大大风光了一把，上海人都觉得脸上有光。本帮菜泰斗李伯荣的儿子、孙子开在三林塘的本帮馆子，预订排到了半年以后。

可是不少上海人开始犯嘀咕：本帮菜当然是上海菜，那么现在上海市场上最红火的湘菜、川菜、港式茶餐厅，还有那些在上海已经开了近百年却不卖上海本帮菜的饭店算不算上海的呢？

这个问题，在餐饮业讨论了几十年。

自从有了大家耳熟能详的“四大菜系”，上海人就有点纠结：上海餐饮那么发达，就应该搞个上海菜系！其实，“四大菜系”一说缘起于上世纪八十年代，彼时改革开放刚开始，有着国际好口碑的中国烹饪被作为文化牌打向世界。中国东南西北的美味，被“文化”地概括为“四大菜系”，并笼统地选取广东、江苏、四川、山东为代表，用来对外宣传。所以，“菜系”一词，连词典、辞海都没有收录。

“四大菜系”说法一出，在系者亢奋，写了许多文章，推演出中国菜以这四个地方为龙头，其他皆出其左右的理论。但这种说法明显不接地气，“江苏菜系包含了浙江菜”，别说浙江人不服，即便在江苏，要归纳“江苏菜系”的特色时也犯难：南京、扬州、无锡、苏州各有特色，无锡菜明显偏甜，那你说江苏菜的特色是甜还是不甜？现实的“分配不公”，比附出后来的“八大菜系”，乃至“十六大菜系”。所以，上海是没必要去轧“闹猛”的。“四大菜系”还原本义并无问题，要是细究起来，还得回到“地方风味”——只要该地区的菜点特色确是与众不同。

上海菜实际上早就有了自己的名字：海派菜。海派就是上海派，不用注册，不怕仿冒。“海派”一词充满了文化气息。它肇始于上海的绘画和京戏，是在传统文化的基础上熔铸别派艺术的精华而趋于独树一帜。清末画家任伯年，在传统的中国画基础上借鉴西洋绘画的技法，形成了自己独特的风格，成为海派的宗师。清末民初，潘月樵、王晓农首先改良传统京剧，大胆吸收了话剧艺术的某些特点，编演移植了许多新剧目。20世纪二三十年代，周信芳进一步对传统京戏做改良，设置了舞台机关布景，加强剧情的故事性，被称为海派京戏集大成者。上海是西方文化输入的窗口和全国各地文化交流、荟萃之地，加上上海人对新事物的高度敏感，这些都为海派艺术的生长发育提供了条件。可以说，“海派”成了改良创新的代名词。而改良创新的根本动力，是文化艺术的市场属性。烹饪艺术当然归属文化范畴，而且纵观上海菜的发展历史，与海派艺术的发展走的是同一条路。

上海真的很特别。春秋战国时期，春申君黄歇带人开凿黄歇浦（即今之黄浦江），算是比较早的记载，历经唐朝和宋朝的发展，上海已经是比较繁荣的农业性的村镇。上海本地（帮）菜也经历了萌芽、发展、成熟期。假如就此发展下去，上海就是江苏省的一个地方。可是，偏偏来了个鸦片战争和五口通商的不平等条约，农业性的村镇变成了工业化的都市。所以，我们一直说上海这座城市的历史只是

170多年。

上海开埠之后，需要大量的劳动力，于是，各地的人涌入上海，形成了第一波移民潮。菜是跟着人走的。第一代专门供应家乡饭菜的食堂、饭店大量出现。以至于原本一统天下的上海本地菜在市场上受到了强力的冲击，“势力范围”被平均得越来越小。本帮菜馆大多从小摊小贩发展而来，规模不大，当时气派豪华的餐馆几乎都是外来帮口。可是不久，外帮菜的老板们就发现，在上海这个码头，光靠为老乡服务是发不了财的。要把生意做大，只有兼容并蓄，加强菜肴的适应性，为广义上的上海人服务。随着时间的推移，客入也逐渐上海化了，正宗两字不再被作为广告，各帮派饭店走上了相互融合、取长补短、改良创新的道路。到了上世纪二三十年代，出现了一大批具有代表性的菜馆和菜肴。比如做川菜的蜀

腴、梅龙镇、锦江饭店，做广东菜的新雅饭店、新亚大酒店，做江苏菜的大加利等等，他们供应的菜肴都已不是当地风味的照搬，而是添加了上海元素，所谓本土化了。川菜没那么麻辣，广东菜的品种大大增加，在做工、装盘等方面更精细。上海人由于经历了强制通商、划地租界的特殊时期，对市场经济轻车熟路，对外来文化并不排斥，对各种改良创新充满热情。

到了上世纪50年代，海派菜进入总结提高阶段，1956年上海举办了规模盛大的16帮别名菜名点大会展（饭店风味被冠以“帮派”，缘起移民的帮派。人群来到一个新地方会结伴结派以求帮衬）。数以千计的菜点基本反映出海派菜演变过程和鲜明特色。在此基础上还编辑出版了《上海名菜》一书，对这些菜的选料、制法、特点作了较系统的记录和介绍。

美食故事

啤酒往事

文 / 郑自华

现在，大热天吃上一瓶冰啤酒是很惬意的事体，也是很平常的事情。但是计划经济年代，啤酒是紧俏货，消费者不是想喝就能喝到，商店也不是想要进多少货就能进多少的。商店进货啤酒有一个标准，就是看天冷的销量，天冷销得越多，天热的供应量就越多。事实上，天冷喝啤酒，是一件受罪的事情。商店为了做生意，就对消费者许诺，或者发牌子，证明天冷买了多少啤酒，保证天热可以优先供应，天冷买1瓶，天热可以优先供应3瓶。

到了天热，啤酒厂由于受运输能力的限制，让商店直接到厂里去车（进货）。那时，一般店家只有黄色车、拖车，没有机动车，只好四处托人借卡车。上海市区有两家啤酒厂，即上海啤酒厂和华光啤酒厂，我们进货一般在

华光啤酒厂。华光厂在杨浦区定海路的一条小路上。大清早，卡车在华光厂门口就排了长长的队伍，无法预测什么时候轮到自己。车子是借来的，驾驶员要服侍好，那时车里没有空调，只好用扇子不停给驾驶员扇，安抚驾驶员情绪。等到好不容易轮到自己了，正准备去开票，谁知道支票忘记带了（啤酒是紧俏货，所以要用支票进货），这个时候黄汗直流，开票的如果发慈悲心，于是赶快派人去取支票。实在折磨人啊！

为了吃啤酒，一般人家要囤积不少啤酒瓶，因为买啤酒要以瓶换瓶。当时光明啤酒

每瓶0.12元，副啤是0.08元，相比瓶装啤酒，散装啤酒更受欢迎，一是价格低廉，二是不需要用空瓶换，三是新鲜程度更高。但是一般一个区只有1-2家商店供应“散啤”。因为卖“散啤”要有一定空间，要在店堂间摆一只巨大的啤酒储存罐（俗称“坦克”），更重要的是卫生状况要符合条件，每天晚上要将“坦克”洗干净，否则第二天会发臭。啤酒厂的“槽罐车”到了商店门口，通过一根长长的管子直接放到商店“坦克”里。这里一边往“坦克”里灌装啤酒，那店门口早就浩浩荡荡地排成了长队，男女老少顶着大太阳，每个

人手里拿着各种容器，有热水瓶、铜吊、啤酒瓶，也有钢精锅的。“散啤”8分钱一杯，这个“杯”是统一的、专用的量具，上面标有刻度。卖“散啤”经常会“寻相骂”（吵架），因为商店师傅将龙头放得急点，显然泡沫就多，顾客到家往往只有一半了。顾客一般都要陪着笑脸，希望师傅手下留情，龙头开得小点，让“泡沫经济”少点。如果是下午买到“散啤”，放到晚上，这啤酒早就没气，味道也没了。啤酒没有气，人的肚子里往往吃出一包气。没有办法，那时没有选择。

后来啤酒不再是紧俏货，“散啤”也渐渐淡出了人们的视线。再看到“散啤”是在啤酒屋，那已经是鲜榨的了，不仅可以尝到最新鲜的啤酒，而且可以亲眼目睹鲜啤的出产过程，这种滋味和当年不可同日而语了。