

山川有味

鲜香德阳

刘畅

“用新鲜鲤鱼，破开去肚内杂碎，腌二日，翻过再腌二日，即于卤内洗净，再以清水净，晾干水汽，入烧酒内洗过，装入坛内。每层鱼各放些花椒，用黄酒灌下，淹鱼寸许，再入烧酒半寸许，上面以花椒盖之，泥封口。鱼只得七分，黄酒淹得二分，加烧酒一分，可成十分满足。”

这是清代饮食专著《醒园录》记载的醉鱼制作方法，专著中记载了120余种菜肴的制作方法，开川菜菜系发展之先河，其编者李调元更是被誉为“川菜之父”。

四川德阳，传承了川菜根谱的文化基因，在创新发展中形成了纷繁多变、异彩纷呈的味道格局。说不完、道不尽的美食故事，点亮了德阳这座城的烟火，共同凝成了打动人心的德阳滋味。

传承

“2005年以后，德阳餐饮基本沿袭了以李调元川菜食谱为体系的美食文化。”卢仁成如今是德阳市餐饮烹饪行业协会秘书长。

从业46年，他依然会不时翻看《醒园录》，甚至可以随口背出其中的做菜技法，“制腊水就是在腊月极寒天气，收集井水或雪水，放到缸里存起来，到了夏天用来泡制盐蛋、泡菜，腊水泡出来的食材味道极鲜，不易腐坏，保存时间很久”。

中国烹饪大师张有华在本地经营一家“调元食府”。1998年，他到美国干了5年餐饮，回来以后开始创业开餐馆，甚至创办了一家调元菜品研究所。

“做餐饮一定不能抱着‘挣快钱’的想法，想长久就必须从文化元素中去拓展创新。”始于“李调元”又不局限于“李调元”，张有华20多年来在“调元菜系”上做文章，形成了独具一格的“调元宴”——调元大排、调元葫芦鸭、孝泉果汁牛肉……一桌宴席汇聚了德阳多地的特色美食。

“融汇”是川菜的特质之一。

“四方移民，八方名厨，南北佳肴，汇聚巴蜀。”明末清初，邻近各省的移民受战乱影响会聚四川，和当地人融合成为“新四川人”。人在交

流、菜系在融合，川菜在交融中发展。一地的餐饮文化还与城市的演变与发展息息相关。

德阳是古蜀文明的发源地之一，因三线建设立市兴市，是我国重大装备制造基地，有“中国重装之都”美誉，厚重的文化和敢拼敢干的创业精神在饮食文化中也得到了生动展现。品德阳滋味，品的是一方水土，是世代德阳百姓生活智慧的结晶。

德阳五星级农家乐丽湾度假区去年实现销售收入近600万元。从一间门面小的小餐厅到今天占地规模近500亩，负责人徐菊如笑着说“歪打正着”。

20世纪90年代，徐菊如与丈夫一起辞职开饭馆。“就算是摸着石头过河，步子也要走得稳，最初我们靠红烧鸡、红烧鸭两道招牌菜起家，现在已经可以为顾客提供四五十种菜品，还有棋牌、垂钓等各种娱乐活动。”徐菊如说，开店如做人，要敢于尝试也要会变通。“我在农家乐的门口设了个‘募捐箱’，每天我会把后院菜地里采摘的蔬菜放一些到箱子旁，路过的老百姓若看得上就往箱子里放点钱，把菜拿走，每隔一段时间，再把箱子里攒下的钱捐给有需要的人。”

40余年时间，德阳餐饮业从初具发展雏形到门类齐全，行业从业人员约30万人，占全市常住人口约十分之一，2024年当地餐饮收入203.9亿元，比上年增长11.5%。

鼎新

“20世纪80年代我‘出道’的时候，人们追求的是吃饱，到了90年代开始追求新奇，经过一段时间对‘档次’的追求以后，又逐渐回归到平价、营养均衡。”中国烹饪大师、德阳川西坝子干锅创始人代林说。

“沉浮”德阳餐饮行业20多年，代林的感受更贴合当地餐饮业的变迁。在德阳，川菜之味有着丰富的层次。比如，小吃是藏在巷子里的“童年记忆”，出圈的特色美食受到了年轻人的追捧，中式烹调技能大师们编制出的川菜行业标准已然成为业界的标杆。

初到一座城市，一定要到小吃街体验最地道的烟火生活，德阳文庙小吃街值得一逛。王凉粉、苕记片粉、缙云烧饼……这些店，土生土长的德阳人“从小吃到大”。

伤心春卷的小吃摊夹在文庙附近的一条巷子里，不足2平方米，每天出摊近10个小时，70岁的王诗云一刻停不下来。擀一小块辣酱在薄薄面皮上画出一横，放上油酥花生，再把切成丝状的豆腐干、榨菜、红白萝卜丝等卷

起来，用小汤勺灌上汤汁，两指宽春卷便做成了。“小吃，就是小小的吃上一口，握一两卷在手里尝尝就好，队伍这么长，卡在你这里就不好意思了。”德阳市民王诗云接过王诗云递来的春卷放进嘴里。第一口是清冽甘甜之感，再一口，裹着辣酱的醋汁在口腔中迸发的快感让人神清气爽。

几经改良的伤心春卷不再拘泥于“辣得伤心”的口感，但“辣”在德阳菜系中依然占有一席之地，比如“藏”在旌阳区黄许镇5组的好记啞巴兔。切成丁的兔肉刚放进嘴里，咂摸两口，舌头便像着了火一般滚烫，汗水吧嗒吧嗒地从头发尖往下渗，刺激的味觉让人舍不得放下筷子，一盘兔肉，将川菜辣、鲜、嫩的特点展现得淋漓尽致。

“如果把啞巴兔放到我学厨的20世纪80年代，端上桌就要被师父骂，在青红辣椒、花椒、葱蒜等调味料当中挑肉吃，显然不是一道合格的菜品。然而这道菜好不好吃，厨师说了不算，食客说了才算，就像啞巴兔广受年轻人追捧，也是因为它给人留下的麻辣鲜香。”代林说，追求特色已经成为德阳各家餐厅的共识，通过特色各异的菜品满足不同层次的消费需求。

温润的气候、优越的地理环境、发达的农耕经济带来琳琅满目的食材，造就了巴蜀民众休闲的生活形态，也为德阳厨师研发各色川菜品类提供了丰富的物质基础。

“菜品的研发，是味道与食材的交融，也是制作工艺的研发和革新。”中国烹饪大师、德阳川菜首席技师权志成创办了技能大师工作室。自2019年以来，工作室编制了40道传统川菜行业标准、40道新派特色川菜企业标准。“咱们老师傅手里的炒勺，既要炒出‘德阳味’，又要炒响川菜的名声，更要通过持续不断的钻研，把老师傅的手艺变成年轻厨师看得懂的菜谱，确保川菜发展不走形。”权志成说。

符合当代人口感的麻辣鲜香处处可见，多元温煦和刺激重口并存，烟火气十足又香飘万里。这就是川菜，特色鲜明又不惧创新。

博收

川菜和火锅是四川的代表性美食，二者在食材选用和烹饪技法方面有着不少交叉之处，互取所长、共求进步。这些年，德阳火锅产业发展蓬勃有力。

德阳下辖广汉市的三星堆很有名，广汉牛杂火锅同样名不虚传。不少店铺略显简陋却门庭若市。正所谓“装修不够，味道来凑”，看似低调，实则毫不谦让。

向阳镇江南村二组的江南牛市已有近百年历史，至今仍是西南最大的牛肉交易市场。牛肉运走以后，不便烹饪的牛杂便被留在当地。广汉人从来不被食材束缚，20世纪90年代，向阳镇有了第一家牛杂火锅。当牛杂被火锅汤汁压住腥气以后，变得鲜嫩酥脆、



筋道化渣，口感极佳。目前，广汉拥有业内最完整的火锅食材产业链，从牛油到香辛料，从食材到锅具……火锅店可以在广汉的162家生产企业实现一站式采购。

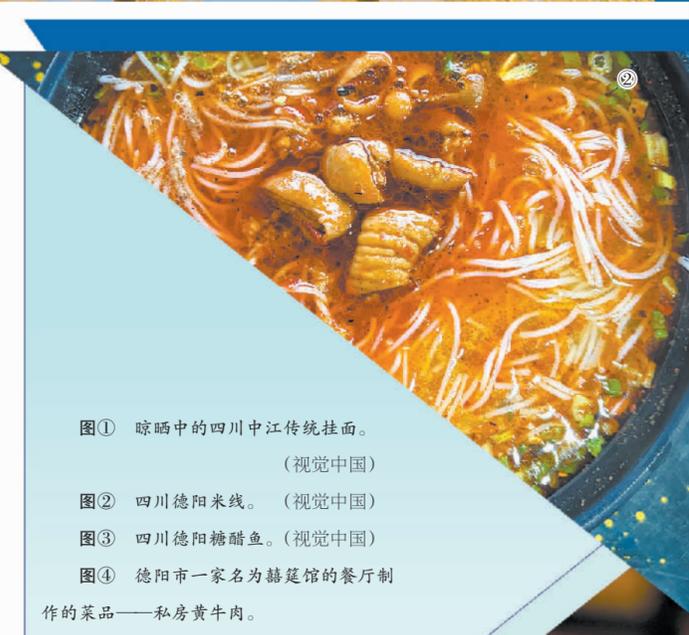
浮沉一方天地，汇通四海食材。德阳的火锅传承着这座城市的品质，烫得了杂碎边角，涮得了山珍海味，包容又大气。

“鼎食随时进，百和妙且殊”，发展产业、提升品位，德阳这座城市有自己的追求。广汉印象、什邡味道、绵竹烟火、罗江风味……40余年来，德阳的餐饮业在变化当中形成了独具地方特色的餐饮符号。变化与革新随处可见，百味争鲜的背后有一些坚守却多年未变。比如，从业者自律的品质和对菜品质量的把控。

“举个例子，我们的菜谱按照季节交替来更新，优选当季、产自德阳或四川本地的食材，就近采购的目的是确保食材质量可控。”德阳市旌湖宾馆行政总厨钟辉说，他要求餐厅服务员在顾客结账时要询问大家对菜品是否满意，客人离席后，服务员必须养成巡台的习惯，看看哪些菜真的“光盘”了，哪些菜客人并不感兴趣。

2000年左右，旌湖宾馆聘请香港厨师前来教学，当年就开出了3万元的月工资，教学近5年。权志成入行时是德阳大酒店的一名传菜员，如今已获评中国烹饪大师等多项荣誉，靠着学习和钻研的劲头，他把兴趣变成了事业。

入夜，文庙的彩灯又亮了，穿梭在巷子里小吃店的脚步一刻也停不下来。凛冽的穿堂风挡不住向阳镇牛杂火锅店食客们的热情，川西坝子的小小端着美味的干锅穿行在店里。旌湖宾馆的后厨灯火通明，钟辉戴着高高的白色厨师帽在各大厨房间往来。在德阳，我们读懂了川菜的内在逻辑，是味的多元融合，是材的广纳博收，是火的精妙拿捏，更是情的浓郁寄托。



图① 晾晒中的四川中江传统挂面。
图② 四川德阳米线。
图③ 四川德阳糖醋鱼。
图④ 德阳市一家名为赫筵馆的餐厅制作的菜品——私房黄牛肉。



凌晨5点，许多人尚在睡梦中，青海省西宁市城中区大同街的老东关包子铺就已开始忙碌。店铺不大，面积不过六七十平方米，老板冶洪英在专注地熬制牛肉大骨汤，老板娘与其他人则忙着包包子。

揉面、擀皮、拌馅料，擀好的面皮裹入不同馅料，手指迅速翻转，一个个包子便完成了。“上笼屉蒸！”不一会儿，一笼笼热腾腾的包子在白色蒸汽里若隐若现，用牛肉大骨熬成的粉汤汤底散发出诱人的香气，撩拨着每一位食客的味蕾。

早上6点，包子铺内热闹起来，点菜声此起彼伏，“老板，来5个洋芋包子，两碗粉汤”。早餐期间，外卖小哥也在陆续不停地取餐……“好嘞好嘞，马上来！”冶洪英热情地招呼着，动作利落娴熟。

西宁有很多包子铺，当地人更有句口头禅“包子粉汤，吃上稳当”，包子搭配粉汤，成了很多当地人早餐的不二之选，粉汤的爽滑与包子的鲜香相互交融，唤醒新一天的，暖胃又暖心。“已经习惯了每天上班前吃一碗粉汤。尤其是冬天，来一碗热乎乎的粉汤加几个包子，吃得饱饱的，精神头都足了。”市民马永平说。

来西宁吃包子

79岁的刘桂兰老人在西宁市居住了几十年。“我小时候吃个包子相当奢侈，现在生活好了，我每天早上到家门口的老东关包子铺吃当天现蒸的包子。”

西宁全年平均气温较低，热乎乎的包子粉汤经济又实惠。西宁包子在食材、馅料制作方法和口味上同其他包子有很大区别，多选用当地牛羊肉、土豆、韭菜等食材。

在西宁，包子是西宁饮食文化的重要组成部分，承载着丰富的文化内涵和地域特色。每逢节日或重要场合，家家户户都会做包子，随着时代发展和消费理念变化，西宁包子不断创新，种类也越来越丰富。

着力打造“雪豹之都”“丁香之城”“中国夏都”3张城市名片的西宁，近几年旅游业发展很快。很多外地游客到这里都想尝尝西宁的特色早餐，包子铺的生意越来越红火。旅游旺季时，一家小店的日营业额能超4000元。

“以城北街、城东下南关为代表的特色美食一条街，人群熙攘，烟火气浓。”西宁市文旅广电局副局长张海霞说，包子粉汤是西宁特色餐饮的代表之一，是当地特色美食中的微小个体，也是西宁文旅产业的鲜明符号。

生活中的经济学

“第二杯半价”为何令人心动

王琳

无论是奶茶店还是咖啡店，第二杯半价的促销招牌，总能吸引不少消费者的目光。第二杯半价，乍听上去，优惠不少。“哇，好划算！”走过路过，不能错过，有没有想买两杯的冲动？

第二杯半价通过提供半价优惠，吸引那些原本只打算购买一份商品的消费者。一直以来，颇受消费者欢迎。

仔细算一算，第二杯半价其实就是打个“7.5折”，但为什么大部分消费者却愿意为此买单？

一般情况下，消费者对价格的感知受到多种因素影响。如果一个商品的价格相较于其他同类商品较低，消费者就会认为它更具有性价比。比如，在第二杯半价的促销中，由于第二杯商品的价格是第一杯的一半，消费者就会觉得价格相较于第一杯

更加优惠，那种“似乎占了便宜的感觉”很让人上头，更容易产生购买冲动。

第二杯半价就是商家抓住消费者捡便宜的心理而实施的差别定价策略。所谓差别定价，是根据不同消费群体特点，商家采取的不同定价策略。其既可以是针对不同消费者收取不同价格，也可以是对同一个购买者的不同购买数量收取不同价格。

在第二杯半价促销中，差别定价的策略是为价格敏感型消费者准备的。有时候，我们可能并不需要第二杯饮料，只是有优惠就买了。如果用同样的价钱买两杯饮料，就会让人觉得第二杯是“可买可不买”的。

第二杯半价促销策略，有不少好处：一方面，提升单品销量，可获得利润最大化。商家既用折扣吸引

了对价格敏感的消费者，实现了促销，也让价格不敏感者有种捡了便宜的心理，比简单地打折更能增加利润。同时，通过半价优惠促销，商家还可借此推出新品打开市场。畅销单品也会拉动其他商品的销量，不仅提高营业额，还可以抵消半价商品的成本。

另一方面，降低运营成本。对商家来说，制作第二杯饮品的成本通常低于第一杯，因为原材料和人力成本已经被摊薄。虽然第二杯的价格较低，但由于边际成本递减，商家在增加销售的过程中仍然能够获得利润，甚至有可能通过薄利多销实现利润增长。

此外，随着第二杯半价促销活动的持续，商品销售量将达到一定规模。在这个过程中，商家还可以享受规模经济带来的好处。例如，在采购

原材料时，因采购量大，商家可以与上游供应商谈判，获得更优惠的价格，以降低经营成本。

在我们的日常生活中，类似第二杯半价的促销活动层出不穷。买一赠一、一元换购促使消费者在不知不觉中购买更多商品；限时促销活动则提升消费者消费的紧迫感等，促销方式花样多，眼花缭乱让人眼。应该说，商家通过各种促销方式可以吸引顾客、增加销售量，而消费者则能在一定程度上省钱并得到即时的满足感。

那么问题来了，我们如何在认清商家营销套路的基础上，做到理性消费？真正的省钱，不是为折扣多花钱，而是在消费过程中更加理性地作出决策。需要比价格更重要，为真正需要的东西付合理的价格，这何尝不是一种生活智慧。