

山川有味

万州烤鱼出三峡

“3号桌，上鱼啦！”夜幕降临，依山而建的重庆市万州区天生城文旅街区人声鼎沸。灯光次第点亮，上千桌烤鱼弥漫着鲜香醇郁的味道。“边吃边喂”的咕嘟声中，食客们纵情欢乐，一派热闹景象。

“火锅中的烧烤，烧烤中的火锅”，焦香软烂的万州烤鱼借鉴了渝菜与火锅的用料特点，从21世纪初心连心广场的夜市烤鱼街，到超3000家经营烤鱼菜品的门店，万州烤鱼的规模不断扩大，年产值超过百亿元，万州也因此有了“中国烤鱼之乡”的美誉。

时光流逝，烟火气升腾中，一条鱼就这样“烤”进千家万户，“烤”出万州餐饮的金字招牌。

值得等待

刘莉

万州区餐饮协会副秘书长刘莉记得，20世纪八九十年代起，吃烤鱼的人和经营烤鱼的店铺就越来越多，烤鱼烹饪技艺五花八门，但基本工序大致相同。

兰桂芳在天生城文旅街区经营着一家名叫“小舅子烤鱼”的店铺，她说要想吃到美味的烤鱼，最重要的秘诀是“等”。

“一条美味的鱼，必须是现杀，才能保证肉质新鲜，然后放入铁夹在炉上烤至两面焦黄；再盛入铁盘，加入食用油、花椒、辣椒等调味品炒制的调料；端上桌后在特制的烤盘里炖十几分钟入味，温度始终保持在70摄氏度至80摄氏度之间，这样才能吃到最有滋味的烤鱼。”兰桂芳说，整套流程下来至少要半个小时，但当皮酥肉嫩的鱼肉入口时，便会感叹一切等待都是值得的。

丰富的配菜也让万州烤鱼更加多彩，翻胎厂烤鱼店创始人程萍说，店里的金针菇、土豆、藕片都是顾客的心头好，“吃一次万州烤鱼，能品尝到集腌、烤、炖3种烹饪方法于一体的全方位美食”。

除了烹饪，烤鱼酱料制作也讲究“慢工出细活”。重庆市万州区伴神酿造有限公司总经理冉光荣说，酱料制作既有现代技术的融入，也必须有传统技艺的坚持。调制好的酱料需要在日光下自然晾晒6个月左右时间，根据天气情况

每隔几天翻拌一次，通过日晒夜露的温差刺激出酱料的香味。“自然发酵的烤鱼酱料跟快速发酵的不同，酱香味很浓。时间才能酿出好酱嘛！”冉光荣说，发酵要慢，选取辅料时也有很多讲究：不同产地的花椒特点各有不同，如四川汉源花椒香浓郁、醇麻爽口，万州本地的花椒油脂较重、适合炒制；辣椒需要全红，偏黄偏白偏花都不合适，内里也不能潮湿；要选取香味和嫩度都合适的豆豉发酵，才能散发出沁人心脾的香味。

从原料选取到酱料制作，再到烤鱼烹饪，万州烤鱼的一道道工序都有严格的标准，也都需要耐心等待。如今，万州烤鱼一共有70余种味型，除了泡椒、香辣等传统受欢迎口味外，还发展出豆豉、蒜香、青花椒等多种口味，香味浓郁，辣而不燥，鲜嫩焦香，令人回味无穷。

万州烤鱼，是时间的馈赠，一道道工序、一段段历史，沉淀出这道美食独特又醇厚的底蕴。

创业创新

产值超百亿元的万州烤鱼，离不开诸多从业者的托举，时光在他们身上留下印记，也让人们对万州烤鱼的回忆更有温度。

2002年，还在万州公交公司当机务员的兰桂芳听闻当地心连心广场招标烤鱼商家，瞄准了商机的她借钱开了一家名为“小舅子烤鱼”的店铺。

那时的烤鱼街是夜市街，只在晚上营业，她白天上班，晚上开店至凌晨四五点，很是不易。街上十几家烤鱼店的条件都十分简陋，家家户户都是小门面，店内只能摆下四五张桌子，店铺之间可以互相穿行，房顶用塑料大棚撑着。条件虽差，但大家创业热情饱满高涨。

“有一次同事来店吃烤鱼看到我，评价说，白天在办公室看着文文静静，晚上在店里风风火火，完全变成了另一个人。”兰桂芳笑言，那时迈出这一步需要极大的勇气，回首看来，一切经历都值得。从零开始摸索烤鱼行业，与诸多烤鱼创业者一道，在千禧年初点亮了心连心广场的夜晚。干事创业的热情、细心周到的服务、不断精进的品质，推动万州烤鱼迈上了新的台阶。

2018年，同样是在心连心广场，中国烹饪协会向万州区颁发了“中国烤鱼之乡”美食地标荣誉，当时万州烤鱼已经在全国有了一定的知名度和影响力。万州区商务委员会副主任路敏介绍，心连心广场夜市街规模逐渐扩大，是万州重点夜间消费示范街区，也是万州烤鱼餐饮的发源地，成了万州餐饮消费、文旅消费的一张亮眼名片。

2023年初，烤鱼街整体搬迁至天生城文旅街区，路边摊、大排档转型升级

级，店铺重新装修，烤鱼主题餐饮文化特色街区传承升级了烤鱼文化，做大做优烤鱼产业，擦亮了万州“中国烤鱼之乡”城市名片。

每天下午4点左右，翻胎厂烤鱼店前的马路上开始热闹起来，夜幕降临后，店门口便坐满了排队的顾客。程萍介绍，从2001年开业以来，店里一直火爆。

20世纪80年代开始从事餐饮业的她，在2000年前后加入了烤鱼的行列。“刚开始，我的店铺和大多数店铺一样，只将烤鱼作为众多菜品之一进行售卖，后来逐渐发现烤鱼很受欢迎，就开始专营烤鱼。”与开在广场不同，她的店铺周围是居民区，店里熟客居多，大家口口相传形成了口碑效应。谈及受欢迎的原因，程萍说：“主要还是踏踏实实做事，店里再忙我们都是拿鱼一个小锅炒料，这样更细致也更入味。”

这两年，包括程萍在内的烤鱼从业者明显感觉到店里的外地游客多了起来，部分店铺也打造了“烤鱼+江湖菜”“烤鱼+汤锅”等多种“烤鱼+”餐饮模式，同时开发毛血旺烤鱼、杂酱烤鱼、水豆豉烤鱼等创新融合菜品，并综合不同地区消费者饮食习惯调整汤汁比例等。

空间何来

山地、丘陵、坡地居多的万州，有许多“巴掌地”“鸡窝田”，渔业发展地理条件受限，做烤鱼的先天条件并不优越。

此外，适宜鱼类的生长水温通常为20摄氏度至30摄氏度之间，而万州水温在32摄氏度以上的时间长达两个月，鱼类往往要第二年才能达到上市规格，生产养殖成本较高。受用鱼鱼种和规格限制，全区每年可用作万州烤鱼烹制和食品加工的鱼量仅5000吨左右，离万州餐饮门店约1.2万吨的年年鱼量还有一定距离。

鱼类原材料从哪里来？除了从湖北、河南、天津等地调配，万州本地也积极扩展养殖空间，通过开发新品种抵消养殖劣势。

万州区水产研究所相关负责人介绍，从2021年开始，万州就引进山东济宁品质优良的微山湖四鼻鲤鱼，肉质细腻鲜嫩。成熟的烤鱼技艺邂逅新的食材，便有了不同的风味，深受食客喜爱。

此外，在现有池塘、水库等养殖空间的基础上，万州当地积极发展设施渔业，对集约化养殖设施投入充氧、水质处理等智慧渔业技术，增加养殖密度，产量相比池塘高出数倍，试养初期年产量已超30吨。

怎么做烤鱼才更规范？万州区发布《渝菜·万州烤鱼烹饪技术规范》等，倡导万州烤鱼经营门店从原辅食材的选择、鱼的加工方式、辅料的添加、菜品上桌的标准等遵循相关规范和技术标准，确保消费者餐桌上的每一条烤鱼“名副其实”。

崔炳华在北京市西城区大后仓胡同里经营着一家万州烤鱼店，2009年刚开业时，北京的万州烤鱼店还不多，他常常需要向顾客介绍如何点鱼、鱼上桌后需要等待的时间、从

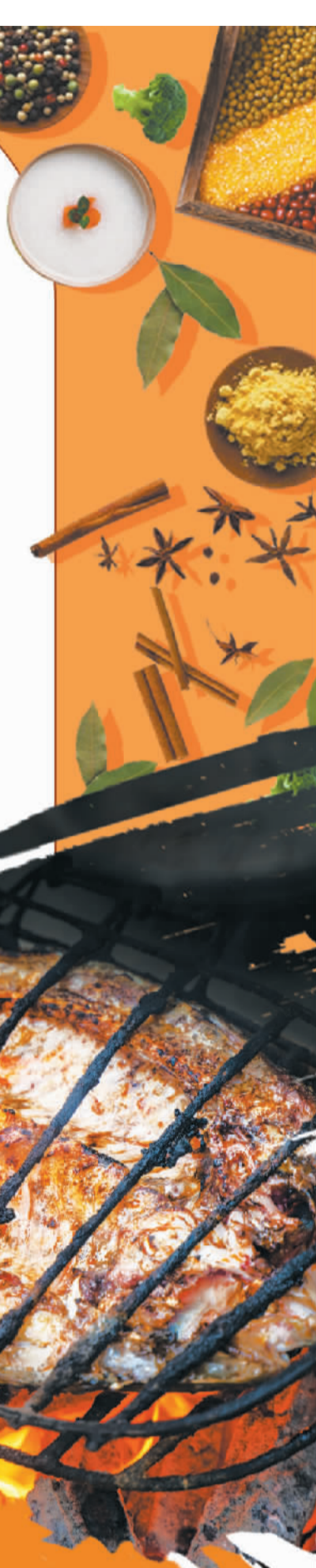
什么部位开始吃比较合适等。“最近这几年基本不需要介绍了，大家都越来越熟悉万州烤鱼了！”崔炳华说。

不同于万州当地的烤鱼店，崔炳华店里的豆豉、香辣口味比较受欢迎，为了适应北京食客的喜好，还开发了宫保、酱香等味型，辣度也调整得更温和。不过依然采取腌、烤、炖的传统做法，同时使用炭火炉烤制方法，制作技艺不变，辅料也基本都从川渝购买。崔炳华自豪地回忆道，2013年，一位来自内蒙古的游客到店里吃完烤鱼后，立马要求打包几条烤好的鱼带回内蒙古，“一年后这位顾客又来到北京店里打包带走，他说在当地很少吃到这种独特的口味，口感很棒”。

滋滋作响的烤鱼开在了古朴的北京胡同里，迸发出别样的烟火气。如今，万州烤鱼门店遍布20多个国家和地区，一条条烤鱼在被赋予万千滋味的同时，跃出三峡库区，游向五湖四海。

万州烤鱼市场的快速拓展，也带动了全区相关产业链式发展，产业规模持续壮大。2024年，全产业链产值超130亿元，量增质优的原辅食材、引新扩能的调味品加工，更新迭代的消费场景……一二三产业实现了深度融合发展。

时光的河流里，万州烤鱼始终保持着火辣与温热，江畔渔火的旧时滋味，成了万州餐饮独特的符号。带着三峡库区独特印记的烤鱼，是悠久历史、独特技艺的代际传承，更是美食打动人心的生动注脚。那些沉淀在时间深处的舌尖记忆，始终是这片土地上最珍贵的味道。



生活中的经济学

辨别身边的劣币与良币

勾明扬

自电影《哪吒之魔童闹海》票房破百亿元以来，电影周边产品热度持续攀升，正版周边供不应求的现状为盗版提供了可乘之机。在某电商平台上，大量未经授权的黑手办、挂件、盲盒等以低价迅速占领市场。从哪吒的公仔到结界兽的冰箱贴、石矶娘娘的小摆件、敖丙的钥匙扣等，电商平台上充斥着大量低价劣质的盗版周边，严重影响正版商品的销售。

如今，“劣币驱逐良币”原理已经延伸到日常生活的方方面面，用来泛指一般的逆淘汰（即劣胜优汰）现象。在文创产品市场，盗版的文创产品、手办盲盒等屡见不鲜，它们往往粗制滥造，从材质到工艺都与正版相去甚远，但却凭借低廉的价格抢占市场。有些消费者可能因为一时的价格诱惑或者仅仅是想尝鲜的心态购买了这些劣质的盗版产品。也有不明就里的消费者误以为买到的劣质盗版商品出自原创团队，使得后者的口碑与收益双双受损。

力进行设计研发，却因为盗版冲击导致市场份额被挤压挫伤原创热情。长此以往，优质产品反而难以生存和发展，从而影响整个文创市场的创意与品质。再看如今的短视频领域，“三分钟带你看电影”等电影解说盛行，这些“快餐”“代餐”解说往往只是简单地拼凑梳理电影主要情节和关键画面，甚至有些还歪曲了电影原意。观众通过这些解说，看似快速了解了电影内容，但实际上却难以真正领略到电影的完整叙述和深刻内涵，电影的艺术价值被大大削弱。同时，这些电影解说在版权问题上也存在诸多纠纷，当这些未经授权的二次创作内容获得流量时，真正创作者的辛勤付出被掩盖，市场回报

受损，创作积极性难免受到打击。劣币之所以能够驱逐良币，大多是由于信息不对称、机制不完善、监管不到位等原因。盗版横行时，消费者难辨真伪；快餐内容泛滥时，算法推波助澜。但好在，市场有自我纠偏机制，“快餐电影”吃多了也会空虚乏味，多次购买劣质产品后会逐渐提高辨别能力。在消费者更加注重品质和价值的同时，监管力度也在不断加强，为优质产品提供更好的生存与发展环境。劣币或许能赢得一时，但能在市场上脱颖而出、站稳脚跟、赢得消费者青睐和认可的终将是良币，真正有价值的产品永远经得起考验。

列车上的“火眼金睛”

伴随着“哐当哐当”的声音，Z166次列车缓缓驶出拉萨火车站。和缓慢的启动车速不同，“90后”列车长周金凤一双亮晶晶的大眼睛飞快地开始扫视车厢。“旅客比较多，各岗位都疏忽不得。”“5车厢6车厢过道处清扫一下。”手握对讲机，她边走边看边说，车厢里留下了又美又飒的身影。

“是哪不舒服吗？”看到一名旅客眉头紧锁、面色惨白，周金凤关切地询问。当得知旅客因为腰部手术坐着不舒服，但又没买到卧铺票时，周金凤打开了随身携带的手持终端机，仔细核对了列车卧铺余量，在与旅客商量补差价后为其更换到了卧铺。

在列车上，类似的事情数不胜数。Z166次列车从拉萨出发，沿途海拔最高将攀升到5000米以上，保障旅客身体健康是首要责任。

怎么去发现重点旅客？“靠眼睛，靠用心。”周金凤说，“敏感、用心、用情”是她的工作理念，列车长需要练就“火眼金睛”。旅客的行李超出行李架了、窗帘没挂好、地上有垃圾……都逃不过她的眼睛。

看到游客张峻和同伴站在车门处，周金凤不忘提醒他们不要倚靠车门。张峻是一名大学生，坐火车到西藏旅游，计划了大半年，趁着假期终于成行。“坐火车游西藏体验怎么样？”“坐火车不仅能够饱览沿线美景，还能遇到志趣相投的同伴，为旅行增添了不少乐趣。这是有故事的列车。”张峻说。

Z166次列车是知名的“网红列车”。“青春没有售价，硬座直达拉萨”，吸引着年轻游客们乘坐火车前往拉萨，火车成了游客感知西藏的一扇窗口。

“我们的服务好不好，直接影响了游客对西藏的印象。”周金凤说，她时刻紧绷优质服务的弦，每天要戴着诸如视频仪、对讲机等6台工作设备在15节车厢里往返。一天走下来，少说也有四五万步。

时值“冬游西藏”旅游优惠活动，列车满员，周金凤巡视车厢的频率更高了，边走边看还边叮嘱班组成员注意服务细节。

“上车检查证件时就标记重点旅客，你做得非常好。”看到刚工作一年半的“00后”姑娘金雅洁，周金凤快言快语，常常鼓励她。“你要多操一点心、细心一点，把铺位留给重点旅客。”周金凤对补票班长张嘉瑞说。

“要加强巡视。”她对副车长孙飞说。

看到谁，周金凤就逮着谁再嘱咐一遍。列车飞驰，窗外是一望无际的草原和连绵起伏的雪山。

“窗外的风景真美啊！但我们窗内的人要用自己的优质服务，让这风景更美。”说起这话，周金凤闪烁着大眼睛里闪烁着耀眼的光芒。