

城市味道

“老友”情牵话南宁

童政

当邕江的雾气漫过青砖黛瓦，酸笋香把老巷轻轻唤醒，粉店师傅的铁勺敲得脆响，这是来自南宁的晨间问候——一碗老友粉的

温度里，藏着半城烟火，满城肝胆。
“邕”有老友，“邕”抱未来。从小吃老友粉长大的南宁人称男性朋友为“友仔”，女性朋友为“友女”。对南宁人而言，老友粉是生活日常，老友是对人的态度，这赋予了南宁热情包容的城市性格。

“友”字酿进食物，“友”字种满绿荫，“友”字联通世界——花开花落，“老友味”在岁月里升腾，香遍南宁。

酿进食物

蒜末爆香，辣椒呛出红云，酸笋豆豉已在铁锅里跳起舞。随着骨汤俯冲而下，米粉滑入不过3秒，水汽蒸腾间完成一场味觉的爆破。南宁人管这叫“镬气”，像老友重逢时的心跳——热烈，直接。

在中山路的一家人气老粉店，常有人端着碗蹲在墙边“咪溜”。目前，全国共有1500多家“老友味”的米粉店。当酸辣直冲天灵盖时，你会懂得南宁人为何把“友”字酿进食物——把大地山川的慷慨都化作对世间的热情相待。

关于老友粉的由来，流传着许多故事。其中之一是一位当地人偶感风寒，邻里知道后用蒜末、豆豉、辣椒、酸笋等食材，加上几片猪肉给他煮了一碗粉。他吃完这碗热气腾腾、饱含友情的米粉后顿感舒畅，连呼“老友来，老友来！”从此，这碗米粉便得名“老友粉”，让邕城有了一个酸辣滚烫的食韵符号。

在漫长的岁月中，南宁的老友粉逐渐产生了共一、复记、舒记等品牌老店，用各自特色留住了食客；共一配料炒过再煮的“镬气”很足很上头；舒记猛火翻炒的蒜很香，浓浓的汤让人欲罢不能；复记的猪杂老友粉最能征服味蕾……

在食客追捧下，老友粉成为中山路夜市、琅西夜市、农院路夜市的美味担当。从清晨一直延续到深夜，浓烈的“老友味”把南宁熏成了最晚入睡的城市。

时代在变，“老友味”也被赋予了新的呈现方式。老友鱼、老友牛杂、老友田螺……“老友圈”逐渐扩大，丰富了味蕾，浓郁了城市味道。

城市支持和老友热捧，让老友粉日益“出圈”，产业愈加壮大，发展成为“可以邮寄的乡愁”。

在位于广西—东盟经开区的广西复记食品科技有限公司生产车间，每天有10余吨原料从中央厨房

配送到全市各老友粉店。对工业化生产的老友粉来说，难的是“镬气”的留存。“我们引入智能生产线，按照30年以上炒粉师傅的技艺来设计，解决了老友酱‘镬气’不足的问题，有时间的沉淀，也有老友的味道。”工厂主管沈俊杰说。

目前，南宁市有老友粉生产企业110家，有10多家企业从事预包装加工生产。去年年底，行业有了“老友味道”产学研用综合平台——南宁老友粉产业学院，通过老友粉包装设计、周边产品设计、国内外营销推广等课程来完善老友粉上下游产业链。

当年轻学子的手滑过百年历史的老友粉，会有怎样的灵感，又会给“老友味”注入怎样活力奔放的味道？值得想象，也值得期待。

种满绿荫

“三月三”，春风暖。民歌湖装扮一新，青秀山的大草坪铺满新绿，大街小巷的老友粉等美食也已备好。在南宁，歌声将牵手春天，一道开启八桂嘉年华。

民歌擂台、音乐快闪、国潮巡游、非遗市集将如约而至；“活力夜南宁”嘉年华将举办主题购物节、狂欢夜、“24小时不打烊”等特色活动；“爱在南宁”脱单音乐会以乐为媒、以歌传情，让单身男女找到属于自己的爱情……整整一个月，大地飞歌，高朋满座。

天南海北，来的都是客。“三月三”里，不少社区摆上长桌宴，左邻右舍献出自己最拿手的菜，招待邻里和远方的客人。南宁把“友”字种进满城绿荫，让每阵风都带着温暖。

在“半城绿树半城楼”的南宁，人们眼里总装着春天。友仔友女们，让这座城市生长出意想不到的柔软。

2023年10月，浙江宁波年过七旬的李道一老人再次来到南宁，只为寻找55年前那位帮他付了2角钱车费的公交车售票员。

售票员的小小善举，让李道一铭记了半生，曾多次回到南宁寻找未果。李道一在感谢信中写道：“对于我曾生活过14年的第二故乡南宁，我有着太多的感动，也有太多的眷恋之情。千言万语只汇成了一句——谢谢你，南宁！”

李道一带着南宁人身上的善良离开了，而旅游博主“东北老铁天明”则被南宁人的热情友善吸引而来并安家。

去年冬天，南宁的12个“小砂糖橘”引发了一场南北的双向奔赴。“东北老铁天明”那时来到广西。在南宁，他探夜市、看民俗，参加宾阳炮龙节，感受着南宁独有的热烈与浪漫，还帮助南宁武鸣区把沃柑销售到东北，在来往中收获了一份友谊。今年春节刚过，他索性把家安到了南宁，成了南宁友仔。

点滴的温暖让越来越多的人爱上这座城市。目前，“邕江计划”人才项目已累计引进培养领军人才团队201个、青年人才科技项目97个，给予项目资助超3亿元。

接过南宁递来的橄榄枝，南京芯集集成电路有限公司更名为南宁芯集集成电路设计有限公司，并将总部落户南宁。作为公司技术研发骨干，万波加入了“邕江计划”创新领军人才团队。

“我们团队正在研发的项目，可以有效填补南宁在显示芯片设计领域的空白，为电子信息产业发展注入新的活力。”万波说，对老友的态度在南宁被转化为对人才和投资者的善意。

过去几年，半导体芯片、铝精深加工、卫星遥感、新能源等各个领域的人才和企业循着“老友味”而来，让南宁逐渐积聚了向上生长的新力量。

联通世界

民族大道边，民歌湖畔，南宁国际会展中心朱槿花造型的白色穹顶，在阳光的照射下如晶莹剔透的水晶。中国—东盟博览会永久落户南宁，整座城市成为一朵盛放的朱槿花。

来自澳大利亚、墨西哥、越南、马来西亚等国的特色商品在南宁国际友城进东博展区集体亮相；马来西亚怡保咖啡、越南中原传奇咖啡在东博会上找到了打开中国市场的“金钥匙”；总部位于泰国曼谷的天丝集团从中发现南宁的潜力，将新项目落地这里……正如邕江与澜沧江最终在南海相拥，“南宁渠道”正成为一条国际老友相聚的纽带。

今年1月16日，8个国家12个城市市长或市长代表欢聚一堂，参加“世界市长对话·南宁”活动。

“如果用一个字来形容南宁，那就是老友”的“友”。对话开场，南宁市市长侯刚用城市名片“老友”、美食名片“老友粉”中的“友”字作为关键词推介南宁。

正值沃柑上市的季节，对话间隙，一

杯杯浓香醇正的沃柑咖啡被端上来，邀请嘉宾品尝。沃柑咖啡的“柑”字和咖啡的“苦”味，寓意同甘共苦。为2025“柑杯”！开怀畅饮中，八方宾朋见证着开放合作的南宁，“老友圈”越扩越大，发展之路越走越宽。

乘着对外开放合作的东风，南宁的国际友城增至31个，在产业、经贸、文化、旅游、教育、医疗等领域形成一批看得见的合作成果。

“Welcome to 广西，你来了就是一生的知己……”去年5月，南宁市青秀区文艺代表团在越南海防市吴权郡演艺中心唱响《Welcome to 广西》，友谊种子悄然生根。

无论是越南的凤凰花节、马来西亚的友城文化节，还是中国的春节、“三月三”、中秋节，南宁和来自世界各地的朋友齐聚一堂，载歌载舞，以节庆为契机搭建中外文明交流互鉴的重要舞台。

民心相通促进了经贸合作。在南宁举行的2024南宁—河内经济走廊暨“一带一路”南宁友好城市交流大会上，签约投资合作项目22个，对内对外投资总额达200亿元。

在跨境电商进出口额连续3年破百亿元的南宁五象新区跨境电商基地，一名越南语主播正带货中国特产。而她的中国合伙人正在学唱越南歌曲，为下次直播引流做准备。多条通达东盟及南亚的国际货运航线、3条国际数据专用通道架起了空中桥梁，越来越多跨境电商上下游企业不断集聚南宁，“买全国、卖东盟，买东盟、卖全国”渠道更加畅通。

当你在南湖公园长廊，看到晨练的老人与非洲留学生打太极拳；在热闹夜市品尝越南春卷等异国美食；在街头听见英语、泰语、壮语与南宁白话奇妙交织，便会懂得：友城气象，既在宏大叙事里，也在每一碗热气腾腾的老友粉中，更在每双紧握的手掌间。



南宁老友粉。（视觉中国）



航拍南宁大桥。（视觉中国）

香

早上8点多，位于青海省西宁市城中区长江路上的老城干拌面馆开门营业。点火、烧水、煮肉、和面、切菜……45岁的老板韩沙力海和妻子马梅花忙个不停。

作为西宁众多小馆子之一，店面积60多平方米，摆着9张桌子，没有雇服务员，所有的工作都是夫妻俩亲力亲为。夫妻俩从海东市循化老家到西宁市开饭馆已有十几年了，因为饭菜味道好，店里干净卫生，在附近渐渐小有名气，赢得了不少顾客青睐。

不一会儿，案板上的面好了，开始醒面。另一张案板上，是切好的配菜和辣椒油、酱油、醋等调料。

上午10点左右，陆陆续续开始上客。“老板，来一碗炮仗面！”韩沙力海马上揪剂子、抻拽……仅几十秒，光滑的面团就变成了粗细均匀的拉面，下到沸腾的大锅里，韩沙力海拿起一把刀在锅里将长长的拉面切成一寸左右长的面条。稍煮片刻，捞面出锅，放入炒锅，与生牛肉粒、菜瓜、胡萝卜、青椒等配菜翻炒后装盘，一盘红油浓香的炮仗面便出锅了。

与其他面条不一样的是，炮仗面有特点也很有趣。一是外形独特，面长一寸左右，粗四五毫米，因外形酷似小炮仗而得名。二是面条不是在案板上切好下锅，而是在热锅里切面，这样面条更筋道。“炮仗面分量足，有菜、有肉、有面，而且颜色漂亮，让人有食欲，我经常吃。”顾客马少辉说。

在青海，有拉面的馆子基本都有炮仗面，并在西宁发扬光大，成为不少西宁人的心头好，“西宁炮仗面”已成为当地面食的一个招牌，有些馆子干脆直接以“炮仗”命名，如经典炮仗面、炮仗碗拌、精品生炒炮仗等。独特的命名方式，让人对这道美食充满了好奇和期待，吸引了许多外地游客打卡品尝，并通过网络走向全国，成为青海的代表性美食之一。

近年来，青海通过技术培训、资金支持、打造品牌等措施，大力培养“面匠”，鼓励农民出村进城开饭馆。海东市化隆县是青海的“拉面之乡”，众多农民实现了“一年打工仔、两年拉面匠、三年小老板”，在全国各地开设1.8万家拉面馆，每年创造产值上百亿元，依托“拉面经济”走出了一条致富路，韩沙力海正是其中的一员。

“平时每天营业额五六百元，夏天旅游旺季每天营业额1000多元。依靠这个店面，我们在西宁安了家，供3个孩子读书，日子过得充实！”韩沙力海满意地说。

拓兆兵



广西南宁国际会展中心风光。（视觉中国）

生活中的经济学

为啥有些餐厅不接受预订

赵梅

生活中常遇到这样的场景：想去某家餐厅吃饭，却被告知除包厢外不接受预订，抱着“碰运气”的心态到现场，却发现早早排起了长队。等位还是不等，成为一个问题。

随着生活服务类软件和社交媒体订餐小程序的广泛应用，网络预订用餐成为常态。但有些餐厅往往除包间外不接受预订，甚至还会对客流量进行限制。有消费者因此质疑商家“饥饿营销”，也有“黄牛”嗅到商机借机倒卖就餐号。

作为一种提升运营效率的方式，预约消费在当下十分普遍。提前预订餐座既能增加客人就餐的确定性，也有助于餐厅提前做好准备。为什么知名餐厅可以预

订，而一些普通和“网红”餐厅却不接受预订？为什么包厢往往需要预订，而大厅座位一般都是先到先得？

知名餐厅接受预订是由其菜品、摆盘、服务等方面的特殊性决定的，通过预订可以更好地准备食材、提供服务。另外，这些餐厅因特色明显具有稀缺性，消费者临时取消预订的概率较小。

普通餐厅不接受预订，一方面是由于翻台率的考虑，餐厅座位有限，若预订客人迟到或缺席就会导致“空位”，直接排队不仅不能保证上座率，还能加快顾客流动。一些网红餐厅、快餐店依赖高客流经营，直接排队可以减少顾客用餐时间过长导致空桌浪费，还能避免“占座不消费”，使座位使用

效率最大化；而位于商圈、景区等好地段的餐厅仅凭随机客流已足够支撑运行，也就没有动力开通预订了。

另一方面，预订系统需要人力和技术支撑，预订之外还要应对变更或取消等情况，对小餐厅或快餐连锁门店而言，不仅会增加成本还易出错，索性采取“即来即食”方式。

包厢与大厅对待预订的不同态度也是一样的道理：稀缺性使包厢遇到临时毁约的情况少，较高利润能覆盖预订服务产生的成本，所以包厢通常接受预订甚至必须提前预订。

有餐厅经营者坦言，不接受预订除了翻台率、成本等考虑外，还有一条：公平

性。与动动手指或打个电话相比，直接前往餐厅取号等位的客人付出的时间成本更高，取消等位会更谨慎。不过话说回来，假如等位过久，消费者的体验也会大打折扣。

一言以蔽之，消费者的诉求集中在就餐便捷性、菜品品质及服务质量；餐厅是否接受预订，考量的是“经营效率”“性价比”与“消费者体验”。

要让预订产生“双赢”效果，需要根据实际情况制定合理规则。比如对日常和高峰时段进行区分；适度增加取消预订的成本、附加预约的条件等。当然了，消费者也要理性预订，避免因自己的“一键操作”，给商家带来损失。假如预订能够同时增加供需双方的效益，何乐而不为呢？