



江花

专栏

11

大腕云集

文/图 黄政一

【一点海上】

有点记忆。海带的味道，带几许的月道。

上海肺科医院延庆路门诊部对面破墙开店“湘巴佬”专营湘菜，一时候位勿少，阿拉也轧过闹猛，下单后再三关照“微辣”。现在墙又堵上了。不远处一开间门面只好放4张小台子的“随意饮食店”，37年来坚持下好一碗面，浇头从几只发展到十几只，四鲜浇头似小生，里厢金针菜鲜脆。辣酱是用肉糜熬成。广告语“有空过来，吃一碗面”朴实无华，暖了多少新老客户的胃。

华亭路倒退40年前那是赫赫有名，因了沿马路设摊的服装市场。从早到夜摩肩接踵，人声鼎沸，二手衣炙手，50元一条石磨蓝崭新牛仔裤抢手。“随意”现在的女当家起先也在这里打拼。富民路上“保罗酒家”从一开间门面另搭出一只“二层角”直至整条弄堂“吃下”，据说最后那位“钉子户”老妇的收益勿少，金石可镂，掌门人执着的，伊决不开分号。保罗咸鸡、瑞士牛排、海鲜油条卷欲罢不能，保罗生煎最后压阵，加深印象。这里一度成了阿拉屋里厢的“食堂”。30多年坚守，勿料掌门人故去叠加疫情肆虐，“保罗”歇业。

上月驱车经过，关注良久，人去楼空，想当家人忙里忙外，待自己是粗衣淡饭，经常是一碗面对付过去，且周边置业勿少但老夫妻还是租房生活，不免惆怅不免唏嘘。“堆积如山”的瑞士牛排、“别有洞天”的海鲜油条卷、脆皮嫩肉的保罗咸鸡成了永久的记忆。

富民路的南北两头住着治印大家陈巨来伯伯和“日记大

王”陈左高伯伯，据说巨来伯伯十年来就在一只老式的鸡翅木饭桌上分朱布白，留下了一流的印章。与左高伯熟稔因为编书，只可惜“三部曲”奏响了一部。再想跟进，天不遂人愿，左高伯去追寻心爱的夫人，伊拉在天堂相会了。

四条马路交界处有一只三角花园，绿树成荫花开四季，田汉的雕像安卧在此，好多人对伊并不熟悉，但《义勇军进行曲》那是无人不晓，词作者就是伊。1934年，田汉为电通公司编写抗日救亡题材电影《风云儿女》并作主题歌词，聂耳为主题歌谱曲，但歌曲总谱上只标了“进行曲”。最后，是该片投资人朱庆澜将军在“进行曲”前加了“义勇军”三字，才将歌曲定名为《义勇军进行曲》。

1935年5月24日，由王人美、袁牧之主演的《风云儿女》在金城大戏院首映。首映广告的广告语“如此佳片一年能得看见一次已属眼福不浅”“电通公司全部歌唱对白悲壮巨片”“集合第一流人才与新型的技术为国产片开辟一条新途径”。为此盛大上映“金城”特开楼下三角座位。当时票价分四档：三角、五角、七角、一元。金城大戏院由柳中亮、柳中浩兄弟于1933年投资兴建，由华盖建筑事务所设计。1934年2月1日正式开业，专映国产片。柳氏兄弟等于1938年8月又创办国华影业公司。

1937年8月9日，南京中华大戏院首演田汉刚写成的话剧《卢沟桥》，该剧没有中心情节，没有主要人物，有的只是群情激

奋、热情高涨的群众场面，一首首救亡歌曲与政治抒情歌曲《送勇士出征歌》《卢沟月》等接连歌唱。胡萍、王莹与南京的新闻记者联袂演出，台上台下互动热烈，抗日救亡如火如荼。田汉的夫人安娥也勿熟，但《卖报歌》《打回老家去》余音绕梁，传唱至今，歌词就是伊创作的。越剧《山河恋》《追鱼》《情探》的剧本又倾注了伊满腔热忱。

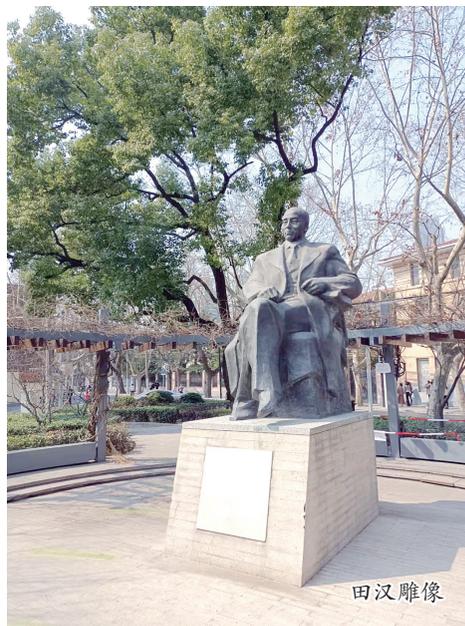
长乐路788号周信芳故居。有一段辰光还挂了一块“周信芳故居”的牌子，灰蒙蒙的黑铁门紧闭。阿拉曾经好多次趁铁门打开时向里厢瞄上几眼，小洋楼一座，但那座伊给儿子练功学戏用的小舞台既看到。伊20岁就“空降”海上，带着戏班子自编自导自演。周信芳与田汉、于伶交往甚密。高尚的人品加上精湛的演技使其成为海派艺术大师，与梅兰芳大师比学赶帮。

637弄门口高挂一块醒目的蓝色白字招牌“中国蓝印花布馆”，弄堂深处有人家，深藏在小楼里的那些价格不菲的蓝印花布都是手工制作。该馆的主人是位日本老太太，名叫久保麻纱。伊特别喜欢中国的蓝印花布，收藏了20多年。如今斯人已去，只能睹物思人。

想到了南通的吴元新大师，冯骥才说吴元新每一分钟都要提到“蓝印花

布”。15年前由江苏电视台资深记者沈文冲先生引荐相识，果不其然，两眼放光，滔滔不绝。后又陪张跃进社长参观濠河边的“南通蓝印花布艺术馆”，见识了吴兄打造的蓝印花布新天地，因为蓝印花布摇身一变，时装、门帘、台布、鞋帽、包包、玩具都应运而生，刮目相看。

目睹吴兄令堂在织布机上慢条斯理地编织，那真是一种时空与艺术的享受。现在吴兄的千金吴灵妹又接上了班，“冰裂纹”是蓝印花布的DNA，每一块蓝印花布都是独一无二的创新，伊要使图案内容设计出符合现代生活审美又有中国传统内涵的纹样，真的令人期待。妇唱夫随，吴小姐的先生也放弃银行工作一头扑进“非遗”传承工作。



田汉雕像

割禾先弯腰

文/高小琪

【琪谈】

近日常，和家人一道去了趟西安旅行。

兵马俑、城墙、华山与陕西历史博物馆自然是去了，回民街、永兴坊与大唐不夜城也体验了一番，一座在五千年文明之下有一千多年都城“经验”的城市，其内涵底蕴自是不必多言，是意料之中的上佳。但我最感惊讶与特别的，实际上是“长安大牌档”餐厅的一顿平平无奇的午餐。

最初我们只是在某饮食点评网站上搜了一下热门餐厅，发现这间饭店装修颇富特色，还有席间演出，人均消费也不高，于是决定前往。

我曾在同样火爆的“南京大牌档”餐厅用过餐，知道这类店铺的主要卖点就是复古装修和餐间演艺，有人弹弦子、有人唱白局，服务员穿着店小二的衣服，如是而已，还能有什么新鲜感呢？

坐上桌点好餐，恰是午间十二点，店小二敲着锣以古法报时，接着戏台就亮起了灯。首先登场的是渭南华县皮影戏，演的是传统的西游记段子，节目短小精悍，孙悟空、猪八戒惟妙惟肖，

埋头吃饭的小孩子立刻围了过去，台前看看、台后望望，时不时还叫两声好。

跟着是合阳提线木偶戏，武大郎挑着炊饼摊走了上来，左一个抱揖右一个踢腿，又滑稽又可爱，五分钟的演出结束，武大郎还从担子里取出两副对联，祝各位食客好吃好喝，笑口常开。

接着，两位汉唐装束的女演员开始弹奏琵琶、跳胡旋舞，琵琶声时而淅淅沥沥时而嘈嘈切切，胡旋舞奔腾欢快气象万千，合着餐厅里满座的碗盏花边、墙上的马勺脸谱，让人顿有穿越大唐之感。我百度了一下，这些几乎都是陕西省非遗项目，表演者也是非遗传承人，深感惊讶。

从传统模式来看，各地文旅局对非遗的保护、推广主要还是搞主题活动、办演出、做展览、拍视频，好是好，但都是没收益的买卖。而当下非物质文化遗产面临的重大问题，恰恰就是缺乏商业价值，活不下去。对非遗传承人而言，只有吃饱饭、活下去，才能谈传承和壮大。

在娱乐途径匮乏的过去，皮影戏、木偶戏都是很有市场的，但当下的观众已经习惯了3D动

漫的视觉冲击，不会再愿意买票观看一个小时的皮影戏。无论如何推广、扶持、补贴，这些项目都很难和高科技娱乐项目抢夺市场。

唯有躬身入局。

观众是不愿意为传统非遗项目掏腰包的，但食客是愿意为午餐付费的。只要将这个三角连接成一个闭环，餐厅邀请演艺团队登台，以此吸引更多顾客用餐，只要有足够高的客流量和翻台率，这笔账就不亏。

但这里有几个难处：一是非遗传承人在高大上的舞台演惯了，是否能接受傍餐演出，接受观众时而围观时而散去的不被尊重之感；二是为了演出精彩、项目丰富，每个节目都控制在三五分钟，在演出者看来颇有“草台班子”之嫌；三是餐厅整体客单价不高，演艺部分的溢价并不多，以量取胜，所以即便是请来非遗传承人，报酬也不会太丰厚。

倘若以结果论成败，从“长安大牌档”门前熙熙攘攘排队的人群，以及在西安连开十家连锁店的速度来看，这一模式显然是成功了。传统文化躬身入局、拥

抱改变、适应形势，犹如在枯木上嫁接了一枝新芽，焕发出勃勃生机。非遗如此、戏曲如此，一切要良性发展、要从市场中求回报的行当皆应如此。

想起数年前在福州三坊七巷，遇上三五块钱的文创产品，深感南方人的务实与接地气。彼时“文化创意产品”这个概念方兴未艾，我们对它的定位总是高级、精美、奢侈，景区礼品店里动辄是三百的丝巾、五百的瓷盘、一千的木雕，图的是“一锤子买卖”，没有人愿意自降身价，弯下腰来做文创。

福建人把文化创意的溢价压到最低，选择大众支付得起的产品种类，甚至将设计费用忽略不计，已经走在了全国文创行业的最前面。

俗语总说“割禾先弯腰”，即便是老祖宗留给我们的文化遗产，不更新、不提升、不弯腰，也很容易被当下的市场遗弃。相声能走下天桥，名角能演上社戏，非遗能进入餐厅，又何尝不是一种“来自人民、服务人民”呢。

编辑 竺捷

版式 胡骏

校对 安然

鲜衣赤马，
嬉笑怒骂。