

“台湾味道”西进大陆市场，火了

本报记者 任成琦

下午3点多，安徽合肥一商业街上的台湾贡丸餐厅里，客人仍络绎不绝。老板刘威克是台湾高雄人，“我们店的回头客很多，很大一部分去过台湾，他们过来就是要寻找原汁原味的‘台湾味道’”。

从珍珠奶茶店、台湾小吃店到很火的85° C，从康师傅私房牛肉面等快餐连锁到鹿港小镇、西堤牛排等城市商圈里的餐厅，再到鼎泰丰小笼包和成为网红餐厅的台湾百年老店度小月，台湾风味的餐饮在大陆早已不是稀罕事物。从北上广深到二三线城市，一直都不乏台湾餐馆的身影。

大陆的台式餐饮为何这么火？

独特风味俘获食客心

2017年6月，林素珍与儿子在贵阳开办了一家名叫“宝岛阿嬷”的台湾私房菜餐厅，主营台湾海鲜料理和台湾特色热炒。会制作400多道台湾美食的林素珍，每天站在齐腰高的灶台前，手握大圆勺不停忙活着。

因为味道地道，经常有人排着队来吃林阿嬷做的菜。逢年过节，林素珍还会邀请不回家的同乡来店里，做上一桌台湾家常菜，用古早味慰藉他们的思乡之情。

事实证明，还是台湾风味最受大陆食客的欢迎。翻开鹿港小镇菜单，三杯鸡、菠萝油条虾、台山猪手煲等台湾美食一一呈现。菠萝油条虾更是餐厅桌面“出镜率”最高的菜品。

为了把食物做得更地道，林素珍店内的许多食材和佐料都从台湾空运而来。在北京的度小月餐厅，肉燥、虾卷、乌鱼子、醋、豆豉等食材也都从台湾进口。度小月负责人表示，餐厅坚守的一点，就是正宗的“台南味”。因为主打的担仔面是一道台南地区的小吃，口味鲜美，老少皆宜。口味带来口碑，在2012年进军北京后，度小月很快就成了刷爆吃货圈的网红餐厅。

除了食材本身的味道，台湾餐厅往往

还注重“功夫在诗外”，提升品牌和创意上的台式“风味”。

2001年，鹿港小镇在上海成立了公司。那时大陆还鲜少有“休闲餐厅”，装修和氛围讲究点儿的餐厅几乎都是正餐。于是，鹿港小镇便主打“台式休闲餐厅”概念，风是“海派风”，菜是“台湾味”，以此俘获了用户的心。

度小月成为网红店也并非偶然。进入北京的店面，食客会发现里面巧妙融合了很多民俗元素：美轮美奂的“天灯”灵感，来源于岛内平溪小镇，那里的人们每年都会在新年齐放天灯为家人朋友祈福。还有新品阿美人激情石锅，来源于岛内阿美人的传统烹饪手法：将烧热的石头放入锅中直接烧沸水，瞬间煮熟海鲜，这种古老的烹饪手法带给顾客巨大的新鲜感。

入乡随俗拥抱大陆市场

坚持台味是主流，但并非一成不变。来鹿港小镇吃饭，常有人讶异，“噢，三杯鸡是我们江西的菜”“藤椒鱼是我们四川的菜呀”。鹿港小镇负责人韩定国解释说，他们的定位就是“融合”的台湾菜，这与台湾美食的发展特色有关。

正是很久前赴台生活的大陆人民，将地方菜带去了台湾。在这个基础上又融会了闽菜、粤菜及客家菜的烹调手法，先后

经过荷兰、日本的文化影响，再结合台湾的物产及当地食俗发展起来的。可以说，融合和变通本身就是台湾菜的理念，而台式料理跟大陆菜系有不可分割的历史渊源。

“贵阳人都喜欢吃辣和重口味，但台湾菜却比较清淡。”林素珍说，为了迎合当地人的口味，一些台湾菜会把辣度提升并特制了辣椒蘸水。

在合肥一家台湾烘焙店做技术总监的林高立说：“合肥人接受的甜品甜度没台湾那么高，所以我们会降低甜度，同时也会根据安徽人的风俗习惯，在台湾风味甜品中加入安徽元素。”

入乡随俗背后，是对大陆市场的重视。“两岸的餐饮文化是不同的，在台湾通常经典的几样小吃，就能让一家店开几十年；但是在大陆，人们更追求新鲜感，要不断推出新品，否则客人就会选择其它店。”刘威克表示。

与刘威克贡丸店紧邻的，是合肥市商协会监事长罗志富经营的“老树牛肉面”台湾特色餐饮店。谈及店名的来历，罗志富说：“我想精心做好这个店，让它像大树一样深扎大陆。”1993年，罗志富从美国来到中国大陆。2012年，他与其他来皖创业的台湾友人相聚在合肥开店，并将台湾味道带过来。7年来，他的“老树牛肉面”逐渐被当地人认可。

据罗志富介绍，目前在合肥经营的各

类台湾餐饮门店达20余家，“大陆广阔的市场让我看到了商机。”

2008年，度小月获得台湾地区外贸协会颁发的“优良品牌奖”，得到当局有关部门支持走向岛外市场。在大陆考察期间，同为台湾名店的鼎泰丰让度小月当家人洪秀宏大开眼界，让他见识了台湾餐饮在中国大陆的发展空间。2013年1月，经过一整年的筹备，度小月在北京侨福芳草草地方开了大陆的第一家店。

磁吸效应带来落地生根

鼎泰丰历史并不长，1972年开始营业到今天，也不过40多年的历史。两岸对峙的时候，大概没有几个人知道这个品牌。后来两岸藩篱打破了，人员往来多了，一些台湾的餐饮品牌开始在大陆出现，鼎泰丰就是由此慢慢知名的。可见台湾餐厅能在大陆遍地开花，正是两岸关系和平发展大气候所决定的。

两岸融合发展已经成为主流。林素珍大儿子邱智良则在大陆创业多年并定居贵阳，2015年她从台湾来到贵阳照顾孙女。一身好厨艺不能荒废，于是开餐厅成了顺理成章的选择。不少台湾餐厅就是类似的因缘际会才在大陆扎下了根。刘威克早在2003年，就举家来到合肥，2012年创办了贡丸餐厅。

看准了庞大的商机，有些在台湾本身经营就不错的餐饮品牌，找到了拓展商业版图的机会，而一些在台湾活得不算舒心的餐饮品牌，重新寻到了事业的第二春。

因为台湾现在的餐厅、小吃店虽多，说好听点叫“蓬勃发展”，背后的一个现实是经济疲软乏力，低薪成为常态，不少人现金流只能涌向餐饮业取暖。但受限于人口和地域，市场规模就那么小，几近饱和。要想有所作为，必须思变突围。

大陆市场的磁吸效应越来越大，近年来消费结构的变化也提供了良机。台湾餐饮业对西进抱着极高的期望。许多台湾餐厅和台式料理在大陆红红火火，看似偶然，实有必然。

台湾东东餐饮集团负责人李日东直言，“未来我们的重心将会放在大陆”。他对集团下一步有着十分清晰的发展策略。“台湾餐饮品牌要想进入大陆市场，必须走‘平民化’路线，摒弃单一的模式，朝多元化发展。把平民的餐饮做到量化、精致，才是王道。”

大陆市场的蛋糕庞大而诱人。据统计，2017年，大陆地区港澳台餐饮业企业营业额达到2113.11亿元人民币，占了当年总体餐饮业营业额的39.77%，也就是说，大陆有近四成的餐饮市场被港澳台企业给吃下。其中，台企就占了很大一块。

未来，我们将看到更多台式特色的餐饮品牌，在大陆“落地生根”。



台湾牛肉面受大陆食客喜爱。资料图片

香港长洲“抢包山”比赛 诞生首位“包山王中王”

据新华社香港电（记者丁梓懿）香港长洲太平清醮的压轴活动“抢包山”比赛5月13日凌晨圆满落幕，“包山王”和“包山后”分别由郭嘉明和龚子珊获得，连续3年夺得男子组冠军的郭嘉明成为首位“包山王中王”得主。

太平清醮是香港长洲居民于每年农历四月初八佛诞日举行的一项传统祭祀活动，其中的重头戏“抢包山”比赛中，参赛者爬上由钢枝和竹枝搭建而成的巨型“包山”，在3分钟时限内抢夺尽可能多的“平安包”。

当晚的比赛吸引了约1800名市民和游客来到长洲北帝庙游乐场足球场，感受紧张刺激的气氛，见证12名晋身决赛的健儿争夺奖项。

经过激烈角逐，郭嘉明共夺得112个包子，荣膺“包山王”。活动自2016年起设立“王中王”及“后中后”奖项，如有人累积获得3次冠军即可获得殊荣。连续夺得3届男子组冠军的郭嘉明顺利成为首位“包山王中王”得主。

郭嘉明在赛后表示，每年对手都很强，没想到今年能取得这样的好成绩。他认为自己赢在经验和运气，而天气凉爽也有助于发挥，今后如有能力他会继续参赛。

“包山后”龚子珊是第七年参与“抢包山”比赛，她认为这次赢在经验，日后会继续参赛，希望每次成绩都会有进步。

今年的比赛除了精彩的个人赛，大会还特别邀请3队来自深圳、珠海及澳门的攀爬能手与7个长洲地区团体，在接力邀请赛中一较高下，深圳市登山户外运动协会以2分42秒的好成绩夺得冠军。



香港街头的涂鸦作品。资料图片

近年来，在春夏之交的“香港艺术月”，越来越多街头涂鸦作品在香港的建筑外墙、店铺大门、公共交通工具上亮丽绽放。

这些走在街上转角就可能遇见的画作，出自不同文化背景的艺术家的手，让钢筋水泥间的街道越来越像风格多元的“户外画廊”，拉近艺术与人们的距离，也为这座城市保留一些值得留下的记忆。

香港街头涂鸦“混搭”的城市风景

邵婕

由贾森·登布斯基创办的组织HKWalks（意为“香港的墙”），是这场“扮靓”香港行动的参与者之一。

登布斯基生长于街头涂鸦的发源地美国，2009年大学毕业后来到香港，从事建筑设计之余常游走街头，用相机记录各式涂鸦。

2014年，登布斯基与朋友合作成立HKWalks，在他所住的上环发起“香港街头艺术节”。他们一家家走访店铺，说服店主“捐出”店面外墙，让艺术家在墙上作画。

如今，这一活动已连续举办6年，每年汇聚来自本地及世界各地的数十位艺术家，作画地点拓展到香港岛和九龙多处。今年的“香港街头艺术节”作品主要集中在湾仔。

有了合法创作涂鸦的机会，艺术家们作画的时间更充裕，作品细节更丰富，更具观赏性，逐渐形成了登布斯基口中的“城市风景”。近两年，这些作品成为不少年轻人打卡、凹造型的“圣地”。

今年的“香港街头艺术节”邀请来自10多个国家和地区的近50名艺术家，在湾仔多座建筑的外墙和一些

电车、巴士的车身上，创作了超过40幅涂鸦作品。其中一辆以本地街头涂鸦者“渠王”作品装饰的电车，勾起了不少港人的回忆。

人称“渠王”的严照棠15岁到香港谋生，靠当通下水道的“通渠佬”养活一家人。为了拉活，他从近半个世纪前就开始街头涂鸦，内容主要是关于通下水道的简单广告语、作为署名的“渠王”二字和一串电话号码。他的作品和经历，对比从各地来港参与“香港街头艺术节”的艺术家，呈现一种过去与现在、香港与世界的有趣“混搭”。

这些融汇不同风格的街头涂鸦，也被香港旅游推广机构当作“城市名片”，用于对外推广香港的多元文化和创意旅游。香港近来出现不少把街头涂鸦与文化旅游等元素相结合的活动，借以推动创意旅游，保育历史文化。已经开展3年的“城市闲志”就是一项。

“城市闲志”每年选定一两个社区的约20家特色店铺，由艺术家在其卷闸门上作画。画作完成后，主办方组织赏阅团，还在手机应用程序中借助增强现实（AR）、全景摄影等技术，提升观赏体验。

主办方香港青年艺术协会总监曾慧敏强调，“城市闲志”着重作品“贴地”，拉近艺术与大众的距离，不仅为店铺“画一幅装饰画”，更要“以画讲述店铺故事，反映社区的历史和发展”。

为了更好“讲故事”，每年活动的前期准备需要9个月左右。计划经理要做历史文化调研，也要行走社区以确定店铺和导赏路线，更要与店主、街坊深入交流以挖掘故事。找到合适的店铺并挖出故事并不容易。曾慧敏说，去年在油麻地，为了与一家上海理发铺合作，计划经理梁梓豪“每天路过5次”、坚持了一段时间才与店主混熟。他因此培养出“街坊情”，现在定期去那家店理发。

曾慧敏说，“城市闲志”开展几年来，他们找到很多体现“香港精神”的故事，比如在昔日制衣业中心深水埗，随着制衣厂迁走，产业链的各环节都要应变，逐渐演变成现在以创意设计为主。

“时移易、经济转型之下，不少店主坚守岗位、变通求生。我觉得这种精神值得记录下来，让下一代明白并传承。”她说。

行摄台湾



月亮公交车，是台北市信义区的一座大型户外装置艺术品。这一艺术品最大的特色，是内部装饰全部仿照几米的绘本《月亮忘记了》。月亮公交车耗资1600万元新台币制作，于2014年11月1日正式对外开放，很快成为游客在台北打卡的热门选择之一。

图为公交车内部装饰造景

本报记者 任成琦摄