

海河美食榜  
邀您聊津味

张桐

饮食文化是民俗文化的一部分。天津位于九河下梢,独特的地理位置造就了天津卫五方杂处的个性,也形成了兼顾南北、烹饪精绝的天津味道。如今,天津作为国际消费中心城市,地方特色美食已经成为国内外游客前来消费打卡的主选项。所以,很多人来到津城会问,天津都有嘛好吃的呢?

《今晚报》即将推出“海河美食榜”评选活动,寻根天津美食文化、探营地方特色名吃。您心目中哪些是最能代表天津特色的地方美食?欢迎您投稿,推荐并讲述你和这些特色美食的故事。投稿邮箱:tjjwbzt@126.com

## 津风物语·歇后语

伏天蝈蝈  
——叫得欢

谷正义

三伏天酷热难耐,但太阳越毒,气温越高,蝈蝈叫得越起劲。于是,民间留下了歇后语:“大伏天的蝈蝈——叫得欢”。形容孩子们喊叫嬉戏,也嘲讽那些吵闹不休或自吹自擂者。

上世纪80年代,市场上开始兴起人工养殖蝈蝈儿。据说,在北京、上海等地,由天津高手“分”出的“铁皮蝈蝈”标出万元高价。冬天养鸣虫,要用葫芦器。养蝈蝈所用葫芦,又称“匏器”。待葫芦花落、果实开始发育时,将特定的模具套在嫩葫芦上,成熟之后稍加整理便成。



## 爆三样

外地游客来到天津品尝地方风味美食,爆三样是打卡的网红菜之一。爆三样也叫老爆三。老指的是传统做法与选材。旧时天津菜馆制作此菜选用猪里脊、猪腰、猪肝,改刀之后过油,加酱油、醋等简单的作料烹制而成。为了突出蒜香味儿,烹调时用泡好的蒜水增香提味,被视为天津菜一大特色。

(朱振远)



(扫二维码观看操作视频)

## “天津味道”的俗名文化

文/李海燕 摄影/高莹辉

如今,津城很多餐馆、特色小吃店成了网红。天南海北的游客慕名来天津五大道、意风区等景点游玩时,更不忘寻找天津味道。游客们有个惊人发现:搜索网络排名靠前的天津特色美食,竟是“大姨捞面”“二姐拿手菜”“王三姑牛肉饼”“二嫂子煎饼果子”“二姑包子”等这些以女性称谓起的店名。于是,有网友戏称,天津美食是个“名媛场”。

## 美食字号很亲民

“大姨捞面”营业至今近30年,已是网络上知名度很高的天津面馆。每天中午营业仨小时,在这50平方米的小面馆里,能卖出面条近200斤。

为什么起店名叫“大姨捞面”?大姨汪金雯告诉笔者:“我在家排行老大,天津人习惯指着孩子叫,街坊四邻都说上大姨那儿吃去!就这么叫着,一来二去大姨成了我这小买卖的代名词。再者,大姨做的捞面有妈妈的味道,起这个名字显得亲切,所以,大姨捞面就诞生了。”

被列入天津市级非物质文化遗产代表性项目的二嫂子煎饼果子,在天津已有三家店面了,正筹划在滨江道开第四家店。谈到取名“二嫂子”,今年68岁的岳永芳说:“我丈夫在家排行老二,人们都叫我二嫂子,我跟婆婆学做煎饼果子干早点生意时,起初没有名字,就是一个摊位。后来我们那儿拆迁,迁到别处干,为了让老主顾方便找到我的摊儿,就取大家喊熟了的名字:二嫂子煎饼果子。这名字叫着也亲切。”

不止“大姨捞面”“二嫂子煎饼果子”,像“王三姑牛肉饼”“二姑包子”“二姐家三个拿手菜”等以女性称谓取名的餐饮字号,在天津能找到很多。那这些商号如何在竞争激烈的餐饮市场上成为翘楚,如何抓住了消费者的心理,而且这种文化现象的产生与天津饮食文化有怎样的联系呢?

## 大众吃食接地气

不难发现,无论是大姨做

的捞面,二嫂子摊的煎饼果子、三姑卖的牛肉饼,产品都是以满足老百姓果腹为目的的日常餐食。

上世纪90年代,大姨汪金雯下岗后,打过几年零工,但收入不高。于是,她鼓起勇气推着小车开始卖早点。起初,她总感觉做小买卖不务正业,抬不起头。可干的时间长了,得到了越来越多人的认可,干劲儿也就来了。1995年,大姨决定开饭馆,就做自己最爱吃的、也是最拿手的天津打卤面。大姨没上过烹饪学校,也没跟专业厨师学过,凭着跟妈妈学的打卤面家常手艺,自己开了家小面馆,很快就得到了顾客的认可,回头客越来越多。如今的小店,不论年节还是平日,天南地北来的食客络绎不绝,哪里的口音都有。

二嫂子岳永芳在天津铅笔厂上班时,工作之余雷打不动地帮婆婆磨浆、熬酱,做准备作,也学会了这门手艺。上世纪90年代下岗后,二嫂子全力以赴干起了煎饼果子生意。起初,买她煎饼果子的人都是街坊四邻,因为是老工艺、味道好,四面八方的食客多了,很快她就成了名人。

同样是经营百姓餐食,位于天津老城厢西北角的“王三姑牛肉饼”店,因肉饼皮儿脆馅儿厚,量大实惠,来的都是回头客。如今,全国各地的游客奔赴这里,为的就是品尝“实惠”的味道。

## 喜欢妈妈的味道

笔者在走访中发现,不仅外地游客认可这些以老百姓日常称谓命名的店铺,认为他们代表着天津地域的传统饮食文化,在本市,他们也迎合了百姓的消费心理。接受采访的食客普遍认为:这样的名号,代表着天津老味儿、家常便饭,是物美价廉、亲民、好吃不贵的代名词,更容易让游客、市民接受,给人一种没有负担、轻松回家的感觉。

南开大学社会心理学系教授、博导陈浩分析认为,以女性长辈称谓起的店名,会比男性长辈的名号给人以亲切感、安全感。因为男性的名号代表着严肃、管教、束缚,给人进攻性的心理暗示,不如大姨、嫂子、姐姐、姑姑等这些慈爱如母亲的称呼,让消费者的直觉更温暖,有家的归属感。当今,人们的饮食消费朝着越来越



越接地气、实惠、满足基本需求的方向变化。不再追求高、大、上的名号和富丽堂皇的店面,褪去了炫耀性的消费诉求。以女性长辈命名的餐馆、小吃,能使追求温暖、安全、妈妈的味道的普通消费者获得极大的心理满足感。

## 饮食文化是民俗

天津市饮食文化研究学者赵永强认为,饮食文化就是民俗文化。

天津是一座因河而生、因海而兴的城市。河与海,丰富了天津的历史与生命,使天津既传统又时尚,既守正又包容,既质朴又浪漫。多元文化在这里相遇,造就了天津的饮食文化海纳百川、兼容并包的特性,融合、洋气、实在、讲究是最大的特点。酒文化、妈祖文化融入了天津饮食文化,盐商、粮商等商贾群体,助推了天津饮食文化的兴旺,是天津商肆饮食文化的源头。在漕运大军中,回族漕军和回族工匠聚居天津,带来了回族独有的饮食技艺。各种文化相融共生,造就了天津味道的独特性。

但在天津传统饮食文化中,追求高雅字号的商家仍是主流。像天津历史上知名的鸿

宾楼、登瀛楼、桂顺斋、桂发祥等传统老字号,起名也是很高雅、有品位的。现在网红餐饮店的俗名现象和网络的助推不无关系。

从历史传统上看,天津餐馆、小吃的字号很接地气,似乎和高档酒楼大异其趣。有的用坐落的里巷地名,有的用老板绰号起名,像全国闻名的十八街麻花、耳朵眼炸糕、狗不理包子等,概莫如此,流传至今,很有天津地理文化特征。但在历史上,这些小商铺都有大号:“十八街”叫桂发祥,“耳朵眼”叫增盛成,“狗不理”叫德聚号。只是俗名易记易诵,流传更广罢了。

天津语言文化学者谭汝为认为:“一语天然万古新,豪华落尽见真淳。”与增盛成、德聚号等正襟危坐的典雅字号相比,耳朵眼、狗不理等俗名更有特色、更有个性、更能深入人心。大姨捞面、二嫂子煎饼果子、王三姑牛肉饼等字号,是天津女性艰苦创业获得成功的典型案例。她们凭一技之长,勇敢地面对社会变革,从羞于见人逐渐磨砺成为女强人,手一份嘴一份,闯出一片新天地,干出一番大事业,赢得了人们的尊重。

