

# 老字号成了俏皮话的素材 俏皮话给老字号做了广告

## 俏皮话俏说天津老字号

文/谷正义 摄/高莹辉



老字号是指历史悠久,拥有世代传承的产品、技艺或服务,具有鲜明的中华民族传统文化背景和深厚的文化底蕴,取得社会广泛认同,形成良好信誉的品牌。天津拥有丰富的老字号资源,现有72家中外老字号、183家津门老字号。这些老字号闻名遐迩,多数留在人们心中,这从民间的俏皮话里就能得到印证。

### 十八街麻花 ——干干脆脆

桂发祥的“十八街麻花”是天津小吃“三绝”之一,不仅在津门家喻户晓,而且是隔着门缝吹喇叭——名声在外了,是商务部首批认定的中华老字号。来天津的外地游客,都要带几盒麻花回去,让家人品尝到这一风味小吃。

据说,十八街麻花创始人范贵才、范贵林兄弟是河北大城人,家境贫寒,早年丧父,十几岁跟随母亲逃荒来到天津。为谋求生计,哥儿俩在一家名为刘老八麻花铺里当小伙计。他们聪明好学,又吃苦耐劳,没过几年,就熟练掌握了炸麻花的制作工艺。后来,哥儿俩各自开了门脸店铺,哥哥的叫桂发成,弟弟的叫桂发祥。当时所在地址为天津六区十八街公所管辖,人们习惯统称为十八街麻花。公私合营后,桂发成、桂发祥合并,改名桂发祥麻花店。他们不断对麻花的和面、配料、炸制技术以及口感、外观等进行钻研、试验,逐步摸索出一套独门绝招,确保麻花一年四季的稳定质量,“条酥而不懈,馅溢而不散”。

名气大的麻花,自然会频繁出现在天津俏皮话之中。“十八街的麻花——干干脆脆”,比喻说话办事爽快、果断,不拖泥带水。“刚出锅的麻花——全身都酥了”,形容人在极度兴奋、愉悦或焦虑、紧张的状态下的心理感受及身体反应。“猴儿吃麻花——满拧”,指完全相反,根本不一致,或完全颠倒,都搞错

了。“买麻花不吃——为的是看这股劲儿”,表示并非真心实意要干一件事,只是想看一下这件事的影响或别人的反应,有点儿“打哈哈”“逗乐”的意思。

### 果仁张的果仁 ——各有各味

果仁张,经历风风雨雨的时代变迁和五代传人,至今已有150多年的历史了。

果仁张的创始人张明传,原是满族镶黄旗人,其祖先随皇族进关后在清宫大内当厨师。张明传生性聪明,爱动脑筋,潜心钻研,做出来的小吃花样翻新,除炸果仁外,最拿手的是蜜供。这是一种春节的领衔供品,也是传统的应节小吃,皇室贵族都很喜爱。皇帝经常作为食中珍品赏给王公大臣,赢得一片赞扬,没有说不好吃的。这也使张明传因精制各种果仁炸食名声大振,皇上为他赐名“蜜供张”。天津民间有一句俏皮话:“果仁张的老祖——御赐蜜供张”,借以表示一个人受到重视和抬爱,声名显赫。

辛亥革命后,果仁张第二代传人张惠山走出宫门,来到民间,在北京正式创办了果仁张。1924年,他举家迁到天津,在黄家花园山西路口开了一家店铺,专卖自制带宫廷口味的各种炸果仁和风味小吃,广受大众欢迎。

新中国成立后,在政府的关怀和支持下,果仁张蓬勃发展。在国内外多次食品博览会上屡获嘉奖,被称为“食苑一绝”。1958年和1960年,毛泽东主席来天津视察,张惠山夫妇两次到宾馆为毛主

席制作炸食。周总理也对果仁张给予很高评价,并多次在外事宴会上,请外宾品尝他们的炸果仁精品。

果仁张有自己研制的配料秘方,风味独特。系列产品有香、甜、酥、脆、酸、凉、麻辣、清香等多种口感,仅果仁就有虎皮、琥珀、净香、奶香、五香、桔香、柠檬、薄荷、番茄、山楂、海菜、咖啡、可可、姜汁、麻辣等香型,满足了不同地区不同人群的口味。这正应了一条天津俏皮话:“果仁张的果仁——各有各味”,用来形容事物形形色色,各具千秋。

### 一品香的招牌 ——四远驰名

清光绪三十年(1904),由经营盐务的郑荣禄创办了一品香糕点店,坐落在天津老城东门外大街东马路。前店后厂、自产自销的津式糕点,很受欢迎。他家生产的槽子糕,用鲜鸡蛋加适量的白糖、面粉、香料入模,放在炉子里烘烤而成,呈小圆饼状,顶部橙红,底部微黄,入口软松清香,风味独特,久吃不腻,曾被誉“津门第一糕”。

一品香糕点店越做越大,又在大胡同开设了分销店,相继有总店、一分店、二分店、三分店多个销售点。民国初年,有不少的糕点店冒充其字号,甚至在丰润、唐山等地开设假的一品香糕点店,这也从侧面反映了它当时的知名度。当年,一品香糕点店总店门前两侧挂着两块匾额,一写“自制糕点”,另书“四远驰名”。因此,俏皮话“一品香的招牌——四远驰名”就自然形成了,并在民间广为流

布。谭汝为先生主编的《天津方言词典》给予收录。此语用以比喻好的名声传播得很远,四面八方都知道。

### 瑞蚨祥的货 ——没假的

天津瑞蚨祥创办于清光绪二十一年(1895),地址在北门外的竹竿巷,由山东章丘孟雒川开设。瑞蚨祥开办之初,主要以经营绸缎为主,同时也销售济南、章丘一带产的土布。由于资金雄厚,经营有方,很快在天津扎下根来。1900年,八国联军侵入天津,瑞蚨祥发展受挫,损失惨重。1905年,瑞蚨祥新店鸿记号在估衣街开张,适应新的市场,除主营绸缎、土布外,兼营棉布、棉纱。在不长的时间内,瑞蚨祥生意又兴旺起来。

瑞蚨祥这个老字号之所以经久不衰,关键在于他们始终坚守“至诚至上,货真价实,言不二价,童叟不欺”的经营之道。为了确保商品质量,防止假冒伪劣或以次充好、质次价高,他们严把进货关,直接从英国、荷兰、日本等洋行以及外地厂家源头进货,宁可成本高一些,利润少一些,也不转嫁给老百姓。因而瑞蚨祥的声望与日俱增,俏皮话“瑞蚨祥的货——没假的”随之在津沽大地流传开来。此语用来形容人或物实实在在,诚信可靠,毫不掺假,无可挑剔。

### 杨柳青年画 ——莲年有鱼

杨柳青年古称柳口镇,以遍植杨柳而得名。位于天津城西20公里,地处南运河畔,子

牙河南,颇具江南水乡风貌。杨柳青年画约产生于明万历年间,与苏州桃花坞年画并称“南桃北柳”。著名美术史家王树村在专著《年画史》中写道:“我国年画历史最为悠久,产量、质量较高,而艺术性又具有典型意义的,当推天津的杨柳青年画。”您可知,杨柳青不仅特产木版年画,许多俏皮话都与年画息息相关。

杨柳青年画中,最具代表性的题材和作品就是《莲年有鱼》,它有各种不同的表现形式和版本,但多为一个胖娃娃,双手抱着一条大红鲤鱼,欢愉地坐在莲叶或莲花上。笔法细腻,人物秀丽,色彩喜庆,寓意吉祥,深受人民群众的喜爱。“莲”与“连”、“鱼”与“余”谐音,“莲”和“鱼”合起来,就叫“莲年有鱼”,即是“连年有余”,象征着连续不断,长久有余财,是老百姓对美好生活的向往。俏皮话“杨柳青年画——莲年有鱼”用来形容丰衣足食,生活美满,一年比一年富足。

“杨柳青年画——一张一个样儿”,说的是杨柳青年画内容题材丰富,包括历史故事、神话传说、戏曲人物、娃娃仕女、世俗生活、花鸟鱼虫、风景名胜、时事新闻、讽喻劝诫等。缤纷多彩,不计其数,说它是“一张一个样儿”,一点儿也不夸张。

“杨柳青年画——一年鼓一张”讲的是杨柳青年画技艺精湛,有每年都会出现一次画面上的人物或动物鼓起来,变得跟真的一样的传说,民间有“一年鼓一张,不知落何方”之说。传说,有个穷小子愁眉苦脸,正路过春节前的集市,一位卖年画的老人慈眉善目地和他打招呼:“小伙子,明天就要过年了,你把这张年画拿走吧!”小伙子摇摇头说:“谢谢您大爷,我连吃饭的钱都没有,哪来的钱买年画呀!”老人说:“这是送你的,不要钱。你看看画里的姑娘多漂亮,多善良,谁要是能娶回家,保准享一辈子的福!”年轻人听后,高兴地拿着年画,回家立刻挂在了墙中央。第二天,美丽的姑娘真的活了,从画中走了下来,和小伙子过上了男耕女织的幸福生活。后来,人们常用此语喻指机会难得,不容错过。

上面这几条实例说明,俏皮话与老字号结合,老字号为俏皮话提供了丰富的创作素材,而俏皮话的形式对老字号品牌也是一种绝佳的宣传手段,成了老字号的广告载体。