

(上接 A05 版)

长沙传奇 她们昨天与今天

四姨：繁华过后

作为长沙市最繁华的烟火之地，1988 年就已经成型的南门口夜宵市场曾经在全国都有名气。只要是“老长沙”，几乎没有人不会哼唱几句“长沙有个南门口，一港（讲）大家都清楚……前面汽车压死哒狗，后背又喊抓扒手……”1963 年李子科创作的长沙快板《新旧南门口》，让人记住了闹哄哄、新旧社会对比鲜明的南门口，而在全国更著名、更有影响力的，是南门口以口味虾为代表的“草根美食”。

上世纪 90 年代初，南门口在全国第一个把小龙虾烹制成大盆香喷喷热辣辣红彤彤的口味虾，南门口口味虾更借助湖南电视娱乐的影响力，影响全中国夜宵市场。而四姨，正是长沙这些当年闻名全国夜宵美食市场叱咤风云的市井人物代表。

生意最为红火的时候，“（客人）店里楼上楼下几层都坐不下，桌子板凳都摆到马路上去。”在南门口住了二十多年的杨霖自认为是个资深“吃货”，他告诉记者，常常是到了深夜两三点，四姨口味虾店的客人还是爆棚。

在杨霖的记忆中，南门口的夏天永远是长夜未央、吆喝吵闹、磕瓶碰杯……常常听到有食客吃得过瘾，大叫一声“四姨，再来份虾嘞”。

从 1999 年开始，原名龚二毛的四姨在长沙城区办起多家分店，2002 年 3 月，四姨正



四姨的照片对长沙“吃货”来说非常熟悉。式成立了“四姨美食有限公司”。此时，六十多岁的四姨人老心不老，她还打算去北京开分店。老人说她最大的心愿，就是将“四姨”这一品牌推出长沙，推向全国和海外。

但理想与现实大多数时候并不一致，虽然四处扩张，但四姨的品牌并未如她所愿，成为长沙民间饮食文化的一张名片。

2011 年，长沙政法频道曝光南门口四姨夜宵店用吃剩田螺壳灌异味螺肉出售。2012 年，长沙市城管局公布了当年三季度门前市容环境卫生 10 家最差门店，四姨口味虾店的分店之一——八一路 627 号的“四姨虾城”位列其中。2013 年，长沙市食品药品监督管理局对位于坡子街的四姨美食城（四姨分店之一）厨房进行突击检查时，发现“该店的泔水桶直接敞开，紧挨着的就是熬煮口味虾的锅；卤臭豆腐的塑料桶上，明显有一圈圈乌黑色印记；室内没有防蝇防蚊措施，苍蝇贴着锅碗瓢盆飞过”……执法部门对该店下达了停业整顿通知，并建议市民暂时不要前往消费。

五姨：小巷深处的落寞

如果不是熟客，五姨臭豆腐的摊子并不好找。

在南门口琳琅满目的各式店铺招牌中，二尺见方的“五姨臭豆腐”招牌显得渺小而破旧。招牌下，一条巷子，两个炉子、三张小桌，外加一群排着长龙的食客，以及那时刻萦绕在鼻间的似臭还香的味道，这就是为众多“吃货”津津乐道的五姨臭豆腐。据介绍，每片五姨臭豆腐严格以传统方法漂卤制作，经两口油锅分别初炸、复炸，保证豆腐外皮酥脆，内里鲜嫩。出锅后，再淋上带辣椒的酱汁，焦脆而不糊、细嫩而不腻。初闻臭气扑鼻，细嗅浓香诱人。

在家住金盆岭的市民贺开诚看来，几片五姨臭豆腐就代表着少时生活的享受。“（五姨臭豆腐的）卤水、豆胚、调料、炸工和火候几个环节有独到之处。再就是水、油、豆腐质量过硬。”如今，而立之年的贺开诚依旧会不时坐车来到这里，买上几片臭豆腐慰藉自己。



五姨店门前，昔日的排队场景。

贺开诚告诉记者，曾经有人为了吃到五姨的臭豆腐，在炎炎夏日顶着剧毒的太阳排队近一个小时，“还有人上飞机前飞奔至此，一买就是 100 片”。最初五姨家的臭豆腐 3 分钱一片，现在是 5 元 6 片。在五姨家生意逐渐好起来，名气大起来之后还曾坚持每天限量 100 片，每人限购 5 片，后来产量增加，每天 1000 片，什么时候卖完就收摊。

但时至今日，五姨臭豆腐摊前的长龙已不复得见。9 月 11 日，记者寻访到摊前，只有两名情侣模样的男女在分

时隔三年，9 月 11 日中午，记者来到位于南门口的四姨总店。时值午饭时分，店内的顾客并不多，两三桌客人对墙上四姨与各路名人合影照片的兴趣，似乎大过于对桌上美食的喜好。有客人离开，服务员收拾桌面时，记者发现桌上剩下的菜肴分量并不少。

不少市民对记者表示，作为土生土长的长沙人，他们已经基本上不会去四姨的店里吃饭。“以前还经常去这里（南门口的四姨店）吃口味虾。她总坐在门口，有时候还拉着顾客们聊天……”家住劳动广场附近的肖鹏告诉记者，如今四姨花在店里的心思越来越少，“可能是她年纪大了的缘故吧，反正我感觉四姨已经错过了可以做大做强品牌的黄金时期了。”

杨霖认为，四姨的品牌在崛起之初，就是因为充分听取顾客们对口味的意见而赢得了广大拥趸，“那时她炒完菜后都会过来问我们口味怎么样。”一旦背弃顾客甚至有了食品卫生安全之虞，顾客肯定会“弃之如敝履”，“现在只能赚赚外地不知情的游客的钱，做‘一锤子’买卖。”

吃一盘臭豆腐。真名叫王元玲的五姨从 1978 年起，炸了三十多年的臭豆腐，如今早已退居幕后。她的两个儿子接过了母亲的手艺与摊子，五姨的小儿子黄斌——今天的摊主代替母亲风雨无阻地招呼着顾客们。

生意清淡，黄斌和一位与母亲熟识的老姨聊有一搭没一搭地聊着天。近年来，也有人不断来找“五姨”加盟，“想出钱借‘五姨’招牌的很多。”黄斌说，他们也想多赚些钱，但炸臭豆腐这行是有讲究的，“比如卤水的制作与调配，难以做到多、快、好。如果听任加盟商无节制地上规模，很容易降低臭豆腐的质量。这么多年的品牌和名声，我们怕因为钱的原因给毁了。所以我们一大家子都情愿赚钱慢点、少点，我们一定要对得起那些支持我们的顾客。”

专家说法

草根美食的现代化瓶颈

针对巢姨所遭遇的质疑和困境，四姨的繁华不再，以及五姨的落寞坚守，资深本土美食文化研究者任大猛说，“其背后所折射的，都是这些曾经在市井中拼出一片天地的姨们日益现代化、标准化、市场化、网络化的食品生产经营中所遭遇的必然困境”。

“曾经有学者以长沙南门口草根美食为题，试图从上世纪 80 年代南门口夜宵发展总结长沙夜宵发展的得与失。南门口有好吃的口味虾，但为什么不能与四川的‘麻小’竞争，抢得北京等大城市的市场？学者分析的结论是长沙口味虾只在南门口和长沙做大，画地为牢，没有走出去做大做强及加强餐馆管理、引进科技手段的意识。这一点我比较赞同。”任大猛告诉记者，在长沙口味虾最火红的年代，虽然不断有北京、上海、广州的名流大腕打“飞的”到长沙购买口味虾，“广州《新周刊》主笔何树青就曾经写过从长沙打包口味虾

她们需要各界扶持

在长沙市妇联事业部部长柳宝玲看来，这些姨们早年的打拼殊为不易。“她们几乎都是白手起家，拼下一片天地，创立了自己的品牌，可以说是我们女性创业的典范。”但在新时期，姨们遭遇到的困境，一方面是国家和民众对食品生产、经营中的安全和规范要求越来越高，“食品安全无小事，不能因为是草根美食就忽视这

■编后

当各种各样的“姨”出现在长沙的美食地图里时，她已经不再是一块月饼、一片臭豆腐，或者一盘口味虾的标志。她，已经变成了一个文化符号，一种城市记忆，一份乡愁与情怀。

美食界的姨，就如同她的名字，沉淀着时光的味道，散发着陈年香醇，因此，她的味道已经不仅仅是舌尖上的香辣酸甜，更应该是对家园的依恋，对文化的品咂。

从这个意义上来说，长沙，需要巢姨、四姨、五姨、邹姨……

诚然，手工作坊在现代化的飞速发展面前，彰显了它的尴尬，暴露了它的短板。比如，卫生条件的不足，生产工艺的严谨度不够、宣传上的不专业等等。对民众来说，没有什么

到广州的故事，但南门口人却没有主动出击，把长沙‘口味虾’主动送出去。”

“褪去鲜活的市井面孔，草根美食如何品牌化生存，首先面临产品升级换代的课题。”任大猛认为，草根美食操作工序简单，技艺上并无特别之处，要想站稳新市场，势必在产品系统化、多样化上下功夫，推出改进版。“这些‘姨’们会做的是美食，缺乏的是做文化和现代餐饮管理。”任大猛举了南门口另一家仍在固守的“草根美食”为例子，“你像易家姜记的鸭架子、鸭寸骨，药香入骨，在上海等‘海派文化’城市富有一定知名度，易家姜记在夜宵最繁华时代，做出来的鸭架子鸭脖子被称为‘湖南一绝’，但易家姜记始终守在南门口、守在沙河街口，没有及时进行真空包装，等到绝味鸭脖等真空包装上市后，城市白领们的美食生活也进入了送餐时代，工匠作坊制作的易家姜记显然未抢到先机。”

一块，也一定要严格按照相关部门的规定做好食品卫生安全工作。”柳宝玲也呼吁，政府相关部门及社会各界也应对这些姨们创立的草根美食品牌加以规范、帮助及扶持，使它们能更好地适应市场和互联网+大环境下的发展。“贵州的‘老干妈’就是一个很好的例子。”

比食品安全更重要的问题。有问题，绝对要及时指出、及时监管。也只有这样才能让这些草根的老字号真正生存下去。但与此同时，我们是不是也应该加以引导？对于有深厚的群众基础的她们来说，我们希望既从专业上保护，又从专业上指导。对她们给予政策上、资金上、科技设备上等各方面合理的支持，让更多的“姨”成为我们的创业榜样。

近些年，我们一直呼吁保护传统文化，对于长沙来说，类似这样的“姨文化”应该算一种不折不扣的美食传统文化吧？假以时日，她们甚至可能成为一张独属于长沙的美食名片。既如此，是不是值得我们每个人都出一份力，尽一份心去呵护她、保护她呢？