

芝麻核桃八寶飯 傳統小吃內地大熱 尋味兒時吃過 年貨新不如舊



菲律賓 路透社

香港文匯報訊(記者 孔雯瓊 上海報道)昨日「小年」開啓了春節模式,所謂「過小年趕大集」,人們採購年貨也漸漸進入高峰。記者了解到,今年懷舊風格的年貨受到青年大熱,不少地方都在年貨禮包中,突出「兒時吃過的味道」,「回憶總是美好的」,就連高檔上的高星級酒店也不例外。大家普遍反映,老年貨才能增加「年味」。不過,令人尷尬的是,一些超市內的傳統年貨卻未被主推,品牌自推的年貨目前仍佔據實體店的主流地位。

據悉,今年芝麻核桃、牛軋糖、八寶飯、乾果等傳統食品逆襲上位,成為最流行的年貨採購品,很多老字號店內還將各色老上海糕點用粗紙包裹,上頭還覆蓋着一張紅色方紙,再用細繩捆紮得四四方方的。

青年必買增「年味」

很多年輕人表示,年貨一定要懷舊才格外有過年的氛圍,以往感覺過年沒意思,就是因為太缺乏傳統的東西,加之單位、送禮的年貨很多都是西式食品,更加沖淡了中國春節氛圍,所以今年一定要買些傳統年貨增加「年味」。

街頭巷尾很多家庭作坊自製臘味亦成為過年時候的一道風景線,掛在店門外既可增加「年味」,又可以端上餐桌作為一道特色菜。很多人表示更願意去小店購買手工製作的年貨臘味,而非超市裡生產線上的產品,這樣的手工作品都透出濃濃的老底子風味。

「老六樣」日賣逾百份

另外,今年網店上的傳統小吃也成為熱銷商品,比如一款「上海老六樣」的年貨禮包,其中包括桃酥餅、牛皮糖、蟹黃餅、十二景酥、冰涼糕、雲片糕六樣最地道的傳統小吃,有些網店近期每天可以熱銷逾百份。不少70後、80後的年輕父母表示,過年特意會選購具有中華特色的年貨小吃,因為自己的孩子平日生活就被洋快餐和西點所包圍,要在過年時給

他們上一課「傳統小吃」課。

五星酒店推魚形年糕

雖然傳統年貨小吃的價格並不昂貴,但因其鮮明的特色,今年亦被一些高星級酒店採納到年貨禮盒中,據上海的五星酒店浦東香格里拉酒店、和平飯店等表示,他們的年貨中均會包含一些諸如魚形年糕等產品,且會吸引不少外籍顧客購買。

超市輕視傳統小吃

不過,雖然今年傳統年貨小吃有抬頭趨勢,但總體而言,在眾多的超市等實體店內,卻已經鮮見其身影。記者走訪發現,目前實體店內,特別是大型超市內,都是各商家自推的商品年貨佔據主導地位,而傳統年貨並無擺放在推薦位,需要仔細尋找,才偶爾會在角落位置發現一二,且品種也不多。

記者昨日走訪永輝、家樂福、易買得等大型超市發現,年貨推薦產品都是以品牌為多,很多還是洋貨,比如巧克力、曲奇餅乾等。記者詢問有無中國手工製作的傳統小吃年貨時,店員表示此類商品沒有商家進場,不成規模不會上架,只有八寶飯和年糕可以在熱食櫃台買到,但也沒有成為年貨的主推產品。

記者詢問幾名採購年貨的顧客得知,他們也感覺超市內沒有傳統年貨比較遺憾,但如果從送禮角度而言,有品牌的東西比較拿得出手,且它們的包裝也比較喜慶好看;而傳統年貨,則更適合自用。



喜迎新年



中國北京

美聯社



中國北京

新華社



中國西藏

中新社



葡萄牙

美聯社



美國華盛頓

新華社

剪紙展翅 跨界創魅力

香港文匯報訊 綜合新華社報道,年關將至,各種年貨火熱起來。傳統的年貨裏,少不了剪紙。回溯千年前,過年時,中國人都在窗上貼剪紙。一張張豔麗靈秀的剪紙,美化了百姓人家空白的窗紙,為人們的生活帶來了幸福的期盼。

走入枱曆賀卡燈具

時移世易,如今人們早就將白紙窗換成了玻璃窗,但充滿「年味」的剪紙卻從未退出歷史,而是登台換場,走上了更廣闊的舞台。

在剪紙藝人們的跨界創新下,剪紙飛下窗戶,枱曆、賀卡、畫軸、鏡匾、幕牆、燈具等物件上,都出現了它的身影。甚至,在各種展覽館內,人們也能欣賞到剪紙之美。

在國家非物質遺產傳承人周廣的家裡,遊客可以自己動手體驗剪紙的魅力。往年春節時,他家前庭後院人流不息,人們摩肩接踵,在工作室桌邊排隊,等着捉起剪刀小試一把。

「體驗剪紙 藝術更接地氣」

周廣所在的「中國剪紙之鄉」河北張家口蔚縣,流傳着中國唯一一種以陰刻為主、陽刻為輔的點彩剪紙工藝,迄今已有二百多年的歷史。

在這裡,人們可以看到藝人完成剪紙作品的全過程——用薄薄的白紙,拿小巧銳利的雕刻刀刻下來,再點染上鮮豔的顏色,形成美妙的藝術品。「讓人們知道剪紙、了解剪紙語言,剪紙才能傳承。創新這種體驗式剪紙,就是讓剪紙藝術更接地氣,更接近人們的生活。」周廣說。

周廣生於剪紙世家,他的父親周永明師從剪紙大師王老賞,一生研究剪紙。他的其他六位弟妹妹都懂得剪

紙,有人精通刀工,有人擅長色彩。他的子女們從藝術層面研究剪紙,正在學習美術和設計。

在這個剪紙世家裡,剪紙從一方小小的窗花,變成了長卷式的藝術作品,也變成了符號化的美。周廣曾為北大等多所高設計校慶禮品,讓剪紙民俗在象牙塔裡煥發光彩。

在蔚縣,家家戶戶藝人都想着創新剪紙藝術,讓祖輩流傳下來的民俗有更大的發展空間。

高佃亮《八子圖》祝福全球

從上世紀90年代至今,在河北省非物質文化遺產傳承人高佃亮手中,剪紙完成了從民俗到禮品、藝術品、紀念品、家居飾品的多次跨界。

1991年,高佃亮以年畫形式創作的剪紙《八子圖》被人民美術印刷廠製作成賀年卡,伴隨新年祝福被送往世界各地。由此,他開始製作剪紙掛曆、枱曆、禮品冊頁、鏡匾、畫軸、家居飾品,贏得了眾多大客戶的穩固訂單。

後來,他開始研究剪紙的收藏價值。在上海世博會期間,他選取東方明珠、中國館,以及孔子等文化元素,創作的剪紙作品《祝福世博》被上海世博會收藏。

在中國人熱盼冬奧之際,他的《世紀之約——紙載中國魂·剪亮冬奧夢》系列剪紙,成為京張聯合申奧的重要宣傳品之一,在瑞士、馬來西亞等地展出。

「傳承剪紙藝術,必須要緊跟時代變化和市場需求,將其進行不斷創新發展,讓剪紙藝術跨界,才能使其保有發展活力,實現剪紙的實用性、藝術性、欣賞性、收藏性的有機融合。」高佃亮說,跨界發展給剪紙插上了翅膀。

四川新春購物節首設「港館」

香港文匯報訊(記者 黃冬 成都報道)記者近日獲悉,香港食品業總會首次在「四川新春(年貨)購物節」內設立「香港食品館」,並於1月29日早上在「香港食品館」表演台舉行開幕式,由會長陳建年聯同香港特區政府駐成都經濟貿易辦事處主任劉錦泉、四川省商務廳副廳長李維民、四川新春(年貨)購物節組委會主任楊曉林及一眾嘉賓主持剪綵儀式,為活動揭開序幕。



「香港食品館」舉行剪綵儀式。本報四川傳真

「香港食品館」由7家香港本地食品企業組成,集賣多種食品包括食油、海味、中成藥、餅乾、零食、健康飲品及香港地道小吃,其中不乏香港名牌如獅球嘜、嘉頓及鴻福堂等,讓入場人士大飽口福。

據悉,「香港食品館」將延至2月4日,並於周末期間在表演台安排了一系列精彩節目,包括由香港烹飪大師曾偉示範炮製賀年菜式、港式奶茶沖泡示範及有獎問答遊戲,讓入場人士盡享購物樂趣之餘,更可欣賞精彩表演及贏取獎品。



上海傳統手工製臘味年貨受熱捧。孔雯瓊攝



八寶飯。網上圖片

爭奪「年貨節」 電商「不打烊」

香港文匯報訊 綜合廣州日報報道,春節向來是各大電商的必爭時節,從1月起,淘寶、京東、蘇寧易購、亞馬遜、1號店等各大電商平台就陸續開啟「年貨節」促銷活動,使出渾身解數吸引消費者,刺激年貨消費大漲。對於消費者擔心的快遞放假問題,以自營為主的電商均堅持春節「不打烊」政策。

購美食置新衣 漸轉線上

來自全球五大洲25個國家最具代表性的美食,通過網絡走上了年夜飯餐桌。人們在新年購置新衣的習慣,也從線下逐漸轉移到線上。

一個有意思的現象是,不同於以往包括雙11的消費特徵,年貨節期間魯豫豫異軍突起,傳統上認為發達的江浙首次被擠出前三甲。農村淘寶市場研究專家認為,這或許與江浙一帶交通發達、底層商業配套完備有關,村民可以通過線下購物,而在魯豫一帶過年氛圍較濃郁,村民更願意趁年貨節囤貨。

儘管以蘇寧、阿里、京東三大巨頭為代表的電商企業動作頻頻,年貨促銷花樣各不相同,但發力的重點幾乎都在農村電商。不過,農村市場的潛力早已被發現,激發出來並不容易。

按照往年慣例,本周迎來快遞員返鄉高峰,各大快遞公司將普遍面臨「用工荒」。儘管內地快遞公司都號稱「全年無休」,但從往年的情況看,因快遞員大多在春節期間回家過年,

再加上收寄業務確實會減少,因此絕大多數公司春節期間都會實行「春節運營模式」,運轉維持在較低的水平,一般要正月十五以後才會陸續正常。

京東「當日達」 阿里:沒問題

以自營為主的電商均堅持春節「不打烊」政策。比如京東商城公佈了「2016年春節運營公告」,在猴年春節期間(2月7日至2月13日)「不打烊」。公告顯示,對於年貨等普通訂單,在廣州等88個核心城市的消費者可正常下單網購(其中15個城市核心區域提供「當日達」服務)。

阿里巴巴有關人士說,年貨節期間產生的包裹送達應該沒問題,給商家留足了發貨期,菜鳥網絡有些合作物流還是在堅持運作。而眾籌商品本身需要一個製作期,這些需要年後才發貨。

