

渣江米粉系列报道之二

渣江米粉为何难以走出衡阳?

■文/本报记者 易成章 见习记者 吕镁妍 图/张志伟

细心的衡阳人不难发现,即使是在衡阳范围内,渣江米粉的市场份额与其名声并不匹配,更遑论走出衡阳到全国“开疆拓土”。

个中原因复杂,但其中关键是“成也萧何败也萧何”。渣江米粉独有制作工艺为其赢得了“江湖地位”,却又反过来成为产业发展壮大的桎梏。

胡氏水粉店退守渣江一隅,孤独地撑起渣江米粉发源地的门面。

事实上,如今的胡氏水粉店真正主人已不再姓胡,而是胡世利的妻弟。

“我年纪大了,已经干不动了。”胡世利并没有太多的失落,“我小舅子从13岁起就跟着我在店里干活,让他接手也蛮好。”

做渣江水粉既是一门技术活,也是繁杂的体力活。除了每天需要凌晨三四点就起来做好准备工作,18道工艺流程中有一半是在现制现卖过程中完成的。即使部分流程已经用上了现代设备,在超过3个小时里,制粉者还是会忙得几乎没有闲暇时间。69岁的胡世利干不动做米粉的活,是再自然不过的规律。

胡世利有兄弟姐妹8人,其中兄弟5人都学会了渣江水粉制作技艺。但成家后真正独立开店的只有他和其中一个弟弟,算是接过了父亲衣钵。

胡世利的儿子也获得了渣江水粉制作技艺传授,如今在衡阳县当一名公职人员,并没有任何开店的想法。其他10多个子侄辈,都是空有技术,没有任何一人付诸实践,哪怕其中有人只是在外地打工。

渣江胡氏子弟在上百年的繁衍生息后,已经遍布全国各地,但与胡氏有关的水粉店却越开越少。“他们都不想开店,我也不支持,太辛苦了!”胡世利承认开一个渣江水粉店利润还算可观,但他道出了不支持后辈开店的关键原因,也表明了自己的态度。

但胡世利还算幸运,毕竟胡氏招牌还在,水粉制作技术也没有失传。

在渣江米粉上百年的传承过程中,胡氏只是其中一条分支。曾经,仅仅渣江一个小镇就有16家水粉店。如今,放眼衡阳,正宗的渣江水粉店屈指



渣江米粉的成型要经过多道工序

可数,而且都是胡氏“血统”。

根据胡世利的说法,前些年衡阳还有另外几家水粉店,但“现在都没开了”。“跟我一样,做不动了,也没后人接手。”

衡阳仕杰农业发展有限公司老板邓仕运有意整合渣江米粉产业。根据他所掌握的情况,哪怕是在衡阳,打着渣江米粉牌子的店,很少用的是渣江米粉,甚至与渣江毫无关联,更不用说衡阳以外其他地方。

和很多古老的家族传承技艺一样,渣江水粉制作方法传承,很长时间内是有门第之见,男女之别的。

“我们胡氏传下来的规矩,就是不传外姓,传男不传女。”胡世利说,“在过去,这是可以养家养老的手艺。”两条家规,直到胡世利手里才部分被打破。

胡世利的子侄辈众多,也学到了水粉制作方法,但没有人亲自开店。某种程度上,这意味着技艺在家族内已经算是半失传状态。

外人对渣江水粉制作有兴趣的其实不少。在敝帚自珍一段时间后,胡世利想开了。“只要是诚心来学,我愿意放开收徒。当然,要收一定的学费。”

到目前为止,胡世利陆陆续续收

过10多个徒弟,真正开店的仅仅一个。“其他人学了后都嫌辛苦,不做了。”胡世利叹了一口气,表示很失望。

还有台湾、加拿大等地的人慕名而来,谋求学习或与胡世利合作。胡世利觉得背井离乡太麻烦,“我这个年纪了,这辈子也不图能挣多少钱了,没必要”。

渣江水粉制作技艺和传承限制了行业发展。普通米粉可以通过大量提供成品来打开市场,渣江水粉却不行。

在正常条件下,渣江水粉的成品只能保存两三个小时,时间久了就易炸、易碎,失去鲜味。

当然,渣江米粉除了水粉,其实还有干粉。

据邓仕运调查,渣江干粉在市场上颇受欢迎,甚至很多外销市外、境外,有固定的忠实消费群体。

但渣江干粉产业最大的问题是,都是单打独斗、不成规模的小作坊。“光渣江镇就有不下30家作坊,但最大规模的也就雇六七个人,规模小的就是家庭作坊。”

显然,缺乏龙头企业引领、包装、推广,渣江米粉很难在衡阳米粉市场分到“大蛋糕”,更不用说走出衡阳开拓渣江米粉版图。



发酵好的米团经过搅拌工序



现场压榨的渣江米粉



5+2 体彩乐园 体彩陪您天天乐

广告

体彩拍了拍你 邀你一起翻阅这份《责任报告》

嗨,又与大家见面了!这是一份中国体育彩票写给全社会的温馨答卷,也是公益体彩赤诚相见的年度检阅。9月1日,《中国体育彩票2019年社会责任报告》正式发布。

翻开《报告》,一组组有力量的数字、一帧帧温暖的画面……不断将一个“负责任、可信赖、健康持续发展”的中国体育彩票形象呈现出来,向公众清晰地阐述了“责任彩票”“慈善计划”等概念。

成长记录册:25年坚守与奋斗

2019年是新中国成立70周年,也是中国体育彩票全国统一发行25周年。从1994到2019,体彩累计筹集公益金

超5000亿元。

在《报告》目录最前端,《你未必光芒万丈,但始终温暖有光》《爱国情,奋斗者——体彩追梦人》两大品牌活动位居前列,格外显眼。回顾2019年,体彩以青春为名,携光而行,发起一场场有爱有情怀的品牌活动,不断为群众送去“温暖”。

从穿越25年的“时光隧道”到“公益+科技”的创新活动,从助力全民健身到融合中国传统文化元素,中国体育彩票始终走在责任探索的道路上。

公益新思路:点滴之爱暖人心

“幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶

……”2019年,中国体育彩票创新公益思路,在助残帮扶、扶贫济困、医疗救助、教育助学等社会公益事业上发出新光芒。

聚沙成塔、积水成渊,《报告》中详尽地展示了中国体育彩票每一次公益善举,点滴公益金正在汇聚成爱的海洋。

体育强国梦:方寸之间铸希望

公益体彩是实现体育强国梦的重要推动者。2019年,国家体育总局本级使用彩票公益金38.69亿元,用于开展群众体育工作和资助竞技体育工作。

特别是在竞技体育方面,2019年,在体彩公益金的支持下,中国女排以“十一连胜”卫冕世界冠军,成为全国人民的

骄傲和精神榜样;“体彩杯”全国武术套路冠军赛、世界体育舞蹈盛会、世界柔道大奖赛、马术场地障碍青少年锦标赛等赛事的举办,不断为我国竞技体育添彩。

自1995年以来,“奥运争光计划”一直是中国体育彩票关注的重要领域,目前,“更高、更快、更强”的奥林匹克理想与建设体育强国的梦想正在腾飞。

开奖全透明:安全屏障铸公平

为确保开奖安全,为购彩者筑起安全屏障,一直以来,中国体育彩票致力于打造“公开、公平、公正”的健康形象,主动接受社会监督、不断推进开奖工作精细化管理。

在风险应对防范上,《报告》也从技术应用、理性购彩、体彩大乐透游戏规则变更等方面,详细说明了2019年中国体育彩票在公信力建设方面所做的努力。

2020年,中国体育彩票将继续秉承“公益体彩 乐善人生”的品牌理念,在坚守中坚定信念,在拼搏中传递温暖,一起用小爱铸就大爱,用微光汇聚星河。(石涛)