

# 高铁上流动着“中国味道”

草木声息

旅途

齐慧 李溢春



无论是绿皮车时代还是高铁时代,我们对火车的期望从来不只是速度和效率,还有列车上那一餐吃饱喝足的念想。

民以食为天。中国人不管是在家,还是出门在外,对吃的要求从未降低。即使是在旅途中,也尽量想吃好。作为长途出行的首选,火车上的餐食浓缩了人们对吃的追求和饮食的变化。新中国成立70年来,铁路经历了从绿皮车到高铁、从煤炉烧炭到电气时代的巨大变化,车上饮食也从吃饱就好到锁住营养,从饭盒回收智能点餐,从单一菜品到五花八门。那种火车上流动的食物味道,是旅客们幸福感、获得感、满足感不可或缺的重要组成部分。不论列车速度如何变化,这种味道,总能勾起我们满满的回忆。

说起以前的餐车条件,在铁路工作了40余年的石家庄客运段京渝车队党总支书记赵宏吉深有感触。上世纪七八十年代火车餐车卫生条件十分有限,使用炉灶烧煤,灶头旁边连着一个煤箱。炊事员不但要做饭做菜,还要给炉灶添煤。煤烟、烟油从煤箱里一股脑地进到炊事员的鼻孔,虽然戴着口罩,但时间久了,鼻孔里也全是煤灰。当年列车储存食材的方式也十分原始,铁皮箱包裹棉被和冰块成了那个年代的“土冰箱”。路途超过两天的列车,还需要在途中补充冰块,以保证餐料的食物质量安全。厨师黄焯经常听师傅们讲起之前的故事。那時候的餐车很苦,冬天四处透风,只有胸前一团火。夏天如同蒸桑拿,浑身湿漉漉,衣服从来没干过,身上长满了痱子。厨师最喜欢的时刻,就是将冰块铺满“土冰箱”的那一小段时间,自己也能获得短暂的凉爽。列车运行不平稳,刹车道岔晃动很大,切菜也会经常切到手指。

过去,餐食品种十分有限,基本上都是两三毛钱的盒饭。最初的盒饭是装在可回收的铝饭盒里。上世纪七八十年代列车的供餐方式仍有着计划经济的印记。饭点前的两三个小时,餐车便早早地到车厢售卖餐票,餐车根据客流和餐票售卖情况将饭菜准备好,把饭菜装在铝制的饭盒里,由餐车服务员推着小车推送到车厢里,旅客再凭着餐票换取盒饭。这种盒饭里大部分是米饭,上面放一点肉和菜,跟现在的盖浇饭很像,品种也就一两样,大多是木须肉和雪菜肉丝,偶尔有红烧肉的时候,特别受旅客欢迎。等旅客差不多吃完了,列车员又会推着小车来收拾空饭盒。

随着车辆装备升级,从上世纪90年代开始餐车陆续进入了电器时代,电磁炉、蒸饭箱、抽油烟机、大冰箱……把6平方米的后厨变得井井有条,厨师出菜的效率飞速提升,食材的保存期限变得可控,餐车工作人员不用再站在“烤箱”里干活了。改革开放以后,列车餐饮也全面迎来市场竞争和挑战。商贩们在站台上推着小车售卖不同风味盒饭和特色小吃,多元选择让不少旅客选择在途经的车站买饭上车。为此,列车不得不大力组织餐车职工进行培训,从炒菜、摆台到服务,一项项提质增效。餐车供应开始不断推陈出新,八宝粥、瓜子、花生等休闲零食供旅客闲时消遣,盖饭、炒饭、特色菜为旅客提供了正餐选择。电器时代的餐车环境有了质的提升,旅客对餐饮需求也多样了,饭菜品种不再单一,从只

要求饭菜分量足向力求“粗菜细做、细菜精做”转变。列车餐饮不仅有传统的盒饭、泡面,还增加了水果、小食品等。盒饭改用一次性格式的食用塑料餐盒,上面盖有透明的盒盖,可以装三个菜、一份米饭,有的还加了鸡腿或卤蛋。为了保证菜品口味和口感,餐车还推出了“单锅小炒”。

为了让旅客的满足从舌尖走向心尖,餐车服务推出餐车摆台、餐巾折花、插花等。每趟车始发的时候,都会为餐车设计艺术桌台,让旅客们既饱口福又饱眼福。餐车前台服务员王江浩用餐巾折叠的仙鹤栩栩如生,引得旅客就餐时频频拍照留念。

后台的厨师师傅们也不甘落后,精益求精地制作着美味佳肴。青年厨师黄焯在工作中不仅可以制作可口菜肴,还学会了简单的果蔬雕刻手艺,用萝卜雕上几朵小花,就能把简单的菜肴点缀得趣味盎然,为旅客旅途增添情趣。

如今火车跑入了高铁时代,借助移动互联网的餐饮服务更加便捷。除了预定列车能提供各式套餐外,还可以网上点外卖,让旅客舒适旅行的同时可以享受到沿途各地美食。石家庄站作为全国首批开通互联网送餐的车站,配置了互联网送餐中心。目前,已签约肯德基、吉野家等7户商家近40种餐饮商品,以及赵县梨干、藁城官面等10种土特产供旅客选购。日均配餐量200单,高峰日近800单。

旅客宋先生高兴地说:“上车后第一件事就是在网上点外卖。沿途外卖品种多达20多种,南北各站口味均有不同,有麻辣的,有酸甜的,也有面食。孩子喜欢吃快餐就给他们订肯德基和麦当劳,他们很开心。母亲年纪大了,高铁上的盒饭荤素搭配很营养,就给母亲订了车上的清蒸鱼盒饭。而妻子喜欢地方特色,沿途路过哪里就吃到哪里。用手机轻松下单,热乎乎的饭菜感觉比在饭店还方便。”

## 芦花放白染秋色

王晓

秋天,我们只要芦花就够了,清淡可调百味,洁白可染五彩,能诠释秋韵的,最好是芦花。

寒露到,芦花白,花絮如雪,连成花海。

现在,我们身边的秋色很绚丽,层林尽染,五彩斑斓,美得热烈而欢快。清淡之人,特别想念故园的秋天。

“芦花千顷水微茫,秋色满江乡。”宋代陈亮这首词恍如写的就是我家乡。只是没有江,有无数的河,无尽的荡。故乡多湿地,湿地生芦苇。南闸外,几千亩绵延开去,和其他村镇的芦苇荡接壤,一直远到天边,远到我们叫不出地名的远方。

先人们一定是一群有诗意的人,选择湿地栖居,和《诗经》里走来的芦苇做伴。“蒹葭苍苍,白露为霜,所谓伊人,在水一方。”蒹是荻,葭是苇。摇曳千年的芦苇,为秋守候,为爱代言,和我们世代血肉相连。

我们那里,芦苇叫芦柴,长芦苇的滩涂叫芦滩。父亲讲述,我的祖父守着村落里最大的一片芦滩。有多大?一天一夜走不完一圈。要吃肉,下汤割几个芦柴个子去换;要穿衣,也割几个芦柴个子去换。吃喝家用都指着这片滩,是芦苇荡延续了我们一族。后来分田到户,这滩芦滩割给各家各户。我们记事时,不论大人孩子,一个人头分三五亩芦田还是有的。没有谁比我们更熟悉芦苇了。

夏天,芦苇滩绿意盎然,飞鸟众多。滩涂上是丰富,有鱼有蟹有螺有蛇有龟有鳖有野鸡有野鸭,还有它们下的蛋……天然的动植物课堂,小学校老师一年一度组织的春游,到现在仿佛记忆犹新。

由夏而秋,芦苇渐黄,芦花渐放。当风吹芦苇发出干爽的沙声,柴篱子鸟“切割切割”叫得人坐不住时,秋色正好,芦花正扬。

芦花开了,柔如絮,轻如羽,绒绒的,柔柔的,随风荡漾,风情万种。不同时候看它,感觉不同。晨光里,透过花絮看朝霞,好似蒙了一层轻纱,暖人心扉,柔人肝肠。正午阳光下,芦花则皎皎如雪,银光闪闪,柔中带刚。傍晚,夕阳的余晖里,蓬蓬松松的芦花,和金色的夕阳糅合在一起,无数的金丝线掺杂在雪绒花里,白中有金,金中有白,灵动得很。芦苇对水的爱恋,自尊又自卑,千年不改。坐在水边,怀揣素心静观芦苇荡,我们从这里顿悟世界的辽阔,个体的渺小,不由得用力抱抱自己。

城市里,偶尔遇见人工种植的芦苇,放花时,一小撮一小撮的,也引得喜爱它的人们雀跃着奔过去合影。也有女伴,摘几枝芦花,插在高腰瓷瓶,复制想念中的风景。每每此刻,我就想到故乡那片无边无际的芦苇荡,芦花如雪的秋天。

芦花是最美的秋日诗词。王安石有“江清日暖芦花转,只似春风柳絮时”,他的芦花是温情的;陆游有“最是平生会心事,芦花千顷月明中”,他的芦花是有人性的;黄庚有“十分秋色无人管,半属芦花半蓼花”,他的芦花是霸气的。

我的芦花调皮得很。祖母用芦花絮过棉衣,母亲用芦花铺过鞋窝,这些穷困的记忆,丝毫不影响芦花带给我们的趣味。我们用染料,将芦花染成红的,似春日桃花烂漫;将它染成蓝的,像蓝印花布沉静优雅;将它染绿,成就凤凰的尾羽,奔跑、喧闹。秋天,我们只要芦花就够了,清淡可调百味,洁白可染五彩,能诠释秋韵的,最好是芦花。

风从外面跑到我们这里,从芦花梢子上奔到村庄里,告诉我们,这就是秋了。

随手拍

## 有趣的课堂

金红雷

今年,山东青岛河西小学启动了传统文化进校园活动。“碰鸡蛋”的习俗,激发了孩子们的兴趣。



海洋生物专家专程来到青岛河西小学,给同学们现场讲解海洋生物的奥秘。



青岛河西小学举办公交车逃生演练,学习交通安全应急知识。



## 收藏一年好时光

叶思婧

而箱”同样具有收纳和展示功能,当2020年过完,将12本小册子重新“装箱”,便是打包了一年好时光。

在内容方面,这套日历既展示了丰富多样的旅行灵感,也给视觉设计带来了变化。每一册都提炼了主题元素,兼顾阅读性和观赏性,比如1月份丝绸之路主题的民族图案、3月份咖啡主题的咖啡用具、5月份徒步主题的脚步、10月份火车之旅主题的轨道等。而整体低饱和的颜色带来了宁静柔美感,让内容丰富的日程本依旧拥有“本分”的样子。日期的数字设计采用很大的字和很浅的颜色,既保留了日历的样子,又可以作为背景色,同时并不妨碍书写。除了作为主体的日程本外,风琴页里还插入了6张全彩双月海报。海报上都是独家内容,比如富有逻辑层次的环球啤酒之旅信息图表,甚至有从未出版过的内容,如神秘又诡异的海岛逻辑树图。

我们始终认为,旅行并不一定要翻山越海,乘坐七八个小时的飞机,体验异域风情,它同样存在于日常生活中。我们策划出版这套日历,也是源于此。穿插在每页间的小贴士、冷知识和地图给了你“诗和远方”,告诉你新疆维吾尔族姑娘的眉毛为何又黑又浓、在黎巴嫩喝咖啡有什么讲究、哈利和罗恩是在哪里追的霍格沃茨蒸汽火车……为你在日复一日的工作生活中点亮“走出去”的渴望,而每一页的点点滴滴则要由你亲手书写。我们希望当你在2020年12月31日落下最后一笔后,这套日历并没有“寿终正寝”,而是成为一部真正由你自己完成的书。

近年来,旅游网站、旅游APP、电子地图的热度越来越高,人们获取信息的渠道也越来越多元。与其相比,纸质书在更新频率和携带的方便程度上确实处于劣势。但这些平台所依赖的UGC游记分享模式基本上只能做到“海量”,

而无法控制“质量”,尤其是地图的质量。作为专业出版社,我们的优势就在于实地调研获得的翔实旅行资讯和实用准确的地图。在策划图书产品时,我们考虑的另一方面是巩固现有的优势产品,定期更新蓝脊旅行指南,并扩大其覆盖面,除了日本、美国、欧洲各国这类热门目的地,还涵盖了古巴、塞浦路斯、智利和秘鲁等小众国家;另一方面则尝试增加产品线,出版一些读者定位更精准的图书,例如专为自驾游者准备的国内外自驾指南、专注于某一具体城市或地区的IN系列图书,以及每年为孤独星球粉丝和文创爱好者精心打造的日历。

就像旅行图书在线旅游信息的冲击下依然有其存在的价值一样,日历也是如此。如果只是看时间、记行程,那几乎可以包揽一切需求的手机APP已经足够,但纸质版日历的魅力就在于触动人心。亲手触碰,亲眼所见,亲手所写,亲身所感,这一切是屏幕和键盘很难取代的。有句话说得好,“身体和灵魂,总有一个要在路上”。现在,这套日历已经为你打包了整个世界,出发吧!



悦读

我们的远方不光在脚下,还在书页间,在一天天日子里——听图书编辑给我们讲讲,一本好看的旅行指南是怎么诞生的?

中国地图出版社自2012年以来与孤独星球(Lonely Planet)合作出版旅游书籍,至今已出版将近300种图书。从去年开始,我们尝试打开文创市场,出版的《Mapaholic地图迷日历2019》一经上市便取得不错的销量,这也促使我们再接再厉,于今年推出了《Travelholic 2020好想天天去旅行日历》。

在孤独星球系列图书中,品种最多、最广为人知的当属蓝脊旅行指南,以目的地为核心,提供全方位的“衣食住行游”信息。与此同时,我们也在不断开发引进新的品种,比如自驾系列、旅行读物系列、IN系列等,文创产品正是其中之一。与去年以地图为主的台历相比,今年的《Travelholic 2020好想天天去旅行日历》更偏重日程本的形式。市场上的日历在追求内容的分量,效率手册在追求简洁和功能,记事本在追求质感和留白。我们在组合这三者时,不要生硬的拼接,而是希望得到融合の様式。

在这套日历中,“旅行”是贯穿始终的概念。从形式上,我们将其打造成旅行箱样式,书壳仿复古旅行箱的设计,护角、铆钉、把手和锁扣一应俱全。护封作为行李箱的内衬,层叠效果恰如风琴包。而日历主体采用“笔记本”的设计概念,分为12册,每月一册。这个小小的“旅