



TOKYO 2020

东京奥运会特刊

TOKYO 2020

东京奥运会特刊

2021年8月2日 星期一

本版编辑 李家杉

A11



【夜话】 7月23日-8月8日

梓
本
论



舌尖上的奥林匹克

正所谓“民以食为天”，美食无疑是历届奥运会最重要的组成部分，赛事承办国也总是会透过奥运餐桌，宣传当地的饮食文化。韩国借助1988年汉城奥运会，将泡菜推广到全世界，就是最为典型的例子。到了2008年北京奥运会，中国开门迎客，奥运村提供24小时不间断的餐饮服务，各个国家和地区美食一应俱全，将奥运餐桌的品质提到新的高度，也惹来了伦敦和里约奥运会的争相效仿。

相比之下，本届2020东京奥运会主推来自核废水事故影响地区福岛县的食材，多少显得有些奇葩。2020年初，东京奥组委确定奥运圣火传递路线，将起点定在福岛县，希望借此推动灾区的复兴计划。但受疫情影响，奥运圣火传递最终闭门进行。日本之所以将福岛地区食材直接搬上奥运餐桌，也是想加大对该地区的宣传力度。

早在57年前，东京上一次承办奥运会，日本为消除人们对冰鲜食材的偏见，就曾将新鲜食材和冰鲜食材混在一起搬上餐桌，经烹调，两者口感差距不大，在当时受到了人们的认可。眼下日本人如法炮制，但灾区食材毕竟是实打实的危险品，惹来多国抵制，尤以韩国最为强烈。

对于福岛地区的食材，特别是海鲜，就连日本国内也有着抵抗情绪。笔者在留学时期的一位日本同学曾对此

直言，日本人也并不相信他们政府给出的检测数据，只是平时“下馆子”不会特别留意食材产地。但这一次为了宣传福岛县食材的安全性，政府做了大量宣传，将灾区食材摆在明面，遭遇其他国家的联合抵制也在情理之中。

面对质疑的声浪，日本暂时放弃宣传福岛地区的食材，未来将选在奥运会结束后，公布奥运村食堂究竟有哪些菜肴使用了福岛县的食材。运动员每天都在吃这样的菜品，会引发怎样的思想波动？这目前还无法评估。但在前方的媒体人已经表示“躺平了”：“病毒都不怕，也不怕食物是否有问题了，总不能饿肚子吧！”

还有开幕式大肆浪费粮食、志愿者餐不管饱的抱怨，以及外国记者对媒体餐又贵又难吃的吐槽声，都令东京奥运会显得如此另类。原本以日本多元的饮食文化，完全可以呈现一场美食盛宴，但最终迎来的却是一幕幕闹剧，着实令人遗憾。



“肥宅水”这次不快乐



浦
通
话

前几天莫名就制造了一个话题——举重81公斤级决赛，这名选手的挺举第二举一开始被判成功，但当他回到后台，捧起可乐畅饮时，却得知通过回放，仲裁委员会判定他失败的噩耗，手中的“快乐肥宅水”立刻就不快乐了，有网友戏称，这相当于过年吃着火锅唱着歌，学校突然打电话来说你挂了科。

上个月结束的欧洲杯，可乐已经被包括他在内的不少球员给玩坏了。先是C罗在发布会上移走可乐，倡导健康生活喝矿泉水，可口可乐公司因此市值蒸发40亿美元，随后博格巴、洛卡特利等人纷纷效仿。好在作为赞助商，可口可乐公司还是很大气，无意追究C罗等人的责任，但欧足联官方发出通知：各队和球员不许移走赞助商饮料！

可口可乐是欧洲杯12家赞助商之一，早在1992年就与欧足联开始合作。至于奥运会，可口可乐赞助的历史更是长达90多年，该公司是国际奥委会最高级别赞助商奥林匹克全球合作伙伴(TOP)计划的创始成员，按照之前的合约，双方将至少牵手到2032年。资料显示，

东京奥运会共有四个等级81家赞助商，除14家奥林匹克全球合作伙伴外，还有67家日本本土企业，这些本土的赞助合同为东京奥组委带来的收入高达33亿美元，差不多是整体收入的一半。

东京奥运会因疫情推迟一年，面对赞助合同延长导致的预算超标和被迫取消的营销计划和地推活动，这些赞助商并没有找理由走人，选择了坚守。由于日本大阪府停止奥运火炬传递的同时禁止线下营销，作为广告商，可口可乐准备好的花车成了无用功，随后又宣布取消所有线下活动。可口可乐公司表示，他们依然会在奥运会上提供包括运动员饮料在内的种种支持，赛事转播也是公司的营销重点之一。喝着可乐的穆勒，就这么通过卫星信号出现在了公众的视野中，虽然这名“杯具”的运动员最终只名列第七，无缘奖牌，但不管怎样，他手中的可乐瓶总算还是出镜了。

奥运赛场上，运动员有可乐作为饮料，但在奥运会主新闻中心采访的媒体人如果想要来一瓶，就得心痛地向自动贩卖机里投币280日元（约合人民币16.5元），一模一样的可乐，在东京街头自动贩卖机的价格是160日元（约合人民币9.4元）。其实，运动员们到底能不能喝碳酸饮料一直存在争论，给媒体人打个折，不用“痛并快乐着”，这样不好吗？

毅
言
堂



抹茶控和文化输出

2001年7月13日，当萨马兰奇宣布北京获得2008年夏季奥运会主办权，我和所有中国人一样欢呼雀跃，开始早早憧憬中国主办奥运会的场面。2013年9月7日，当罗格东京获得2020年夏季奥运会主办权，我脑海里唯一出现的是两个字：抹茶。

对于无感的人来说，抹茶就是一种普通的食物，但对于“抹茶控”来说，可以一整天只吃抹茶度日。以前去日本的时候，我每天的餐饮就以抹茶为主，抹茶甜品专卖店当然不放过，就连酒店楼下几个24小时超市的抹茶产品，都被我全部吃了一个遍。所以当东京获得奥运会主办权的时候，我脑子里条件反射地就出现了抹茶……不得不说，日本的抹茶是真好喝。著名的宇治抹茶，我觉得就像是抹茶中的巴萨、皇马、曼城和切尔西，简直就是舌尖上的日本。

当日本的抹茶似乎已经成为全球抹茶的代言时，或许很多人都不知道抹茶是中国发明的。抹茶起源于中国的唐朝，当时有人发明了蒸青碾茶的工艺，就是将春茶嫩叶利用蒸汽杀青后，再做成团茶保存着。等到什么时候想喝了，就拿出茶团放在火上烘焙干燥，再将其磨成粉末状，抹茶粉就是这样诞生的。抹茶就是在唐朝从中国传到了日本，并且被日本人发扬光大，引为国宾之礼。

中国自明代以来，开始流行冲泡散茶，中国抹茶茶道就此逐渐失传。

到了后来，日本人把抹茶玩得炉火纯青，抹茶被用到了甜品、糕点、咖啡等食物上，花样百出，创意无限。抹茶的这一抹清新绿，也成为了现代人的“治愈系”。其实不仅抹茶是中国人发明的，日本的十大国粹居然也都来自于中国，其中就包括在日本拥有很多观众的相扑。日本人的强项空手道今年第一次进入奥运会，这是日本人的夺金项目，但其实空手道一开始不是叫作空手道，而是叫作“唐手”，顾名思义就是来自唐土(中国)的格斗术，这是明朝时福建人把当地的拳术带到了琉球，最后才发展成空手道。

从抹茶到相扑到空手道，随着时间的推移，这些文化从中国流传到了日本，被日本传承和发展到忘了是中国人发明的。当我们在奥运会上看到日本运动员脖子上挂上空手道金牌的时候，心里肯定不像吃抹茶蛋糕那么甜——有点酸酸的，有点苦苦的。该想想如何更好地保护我们中国自己的传统文化了。

平凡，孕育着伟大



李
中
客

巩立姣赢了，在她练铅球的第21年。张爱玲说，出名要趁早，所以从这个角度来讲，巩立姣肯定算不上天才，否则她就应该像牙买加人博尔特那样，在2008年北京奥运会上一战成名，并且一直赢下去，成为“YYDS(永远的神)”。此后的十几年，巩立姣作为中国田径队的一员，平凡着，坚持着。

金庸小说的男主角当中，郭靖应该是资质最愚钝的，甚至没有之一，即便是跟杨康这种天赋平平之人相比，他也要差上一大截，以至于不远万里跑到大漠才找到他的柯镇恶在带了他几天之后，甚至动了直接跟丘处机认输的念头。打劫柯镇恶的，是郭靖与生俱来的坚持：别人练一遍就会的，那我就练十遍百遍甚至千遍，而且日日练夜夜练，直到完全学会了为止。不管是跟马钰学全真心法，还是跟洪七公学降龙十八掌，郭靖都抱定了勤能补拙的想法，最终用勤奋填补了天赋上的短板，成为名震江湖的一代大侠。

平凡者的成功，注定要付出比别人更多的汗水和努力，因为别人的起点，很有可能便是你用尽一生也

无法企及的顶点。作为郭家的长女，郭芙算是含着金钥匙来到这个世界的，单从练武的角度来讲，有郭靖和黄蓉这样的绝顶高手爹娘兜底，再加上外公黄药师和北丐洪七公，就像是从小生活在北大清华一般，教你“床前明月光”的，可能是一位国学大师，告诉你“1+1等于2”的，可能就是一位工程院院士，这样的条件，对于从小就跟着娘亲颠沛流离的郭靖来讲，绝对是想都不敢想的。然而即便如此，作为天之骄女的郭芙，不但武功平平，甚至还养成了骄纵蛮横的性格，而这一切的起点，正是黄蓉“你有爹娘照顾，为何要这般吃苦受累”的宠溺之下、从文到武的浅尝辄止和轻易放弃。

巩立姣的成功，诠释了坚持的力量，更诠释了平凡者的胜利。从开始接受训练到获得奥运会金牌，21年的时间里，巩立姣每天重复着同样的动作，十遍、百遍、千遍、万遍……因为她知道，坚持了，并不一定成功，但是要想取得成功，她唯一能做的，就是坚持。

金庸曾为自己写过这么一段墓志铭：“这里躺着一个人，在二十世纪、二十一世纪，他写过十几部武侠小说，这些小说为几亿人喜欢。”用14部小说把自己变成了一代宗师的他，也跟巩立姣一样，用努力和坚持，赢得了属于自己的奥林匹克冠军。

东京
夜话

肆