

# 父子店

□ 黄 晔 (湖北, 教师)

市里老城区的一条街上有一家开了近三十年的砂锅米线馆。

不过一二十平方米的小店面, 隔出厅堂和操作间, 老板和老板娘一个在门口开票下单, 一个在操作间煮米线, 几个帮工端米线、收碗筷。他家营业时间超长, 你可以用米线过早, 也可以当中饭和晚饭。米线极有韧劲, 煮出来透明Q弹, 也就是海带、虾皮、酸菜和米线一起在砂锅里炖着, 就能炖出令人牵肠挂肚的味道来, 成为许多游子心心念念的那一口家乡味道。

我和女友几乎每次去都要一碗素米线, 我不要香菜不要葱, 她不放酸菜。即便是很长时间不去, 再去时在窗口喊一声老板娘, 她忙碌的间隙抬头看我们一眼, 就会说: 一份不要香菜和葱, 一份不要酸菜。

奇怪的是这些年来前后也装修过几次, 但他们一直就是这间小小的铺面, 连门上

的招牌都很没有创意, 简单的“米线馆”三个字, 仔细看才能看到左上角还有“盛云”二字。不过招牌写什么似乎并不重要, 因为大家都习惯说“某某路米线”。这么多年他们也不开分店, 曾经有人说自己的米线店是隆康路的分店, 味道完全不是那么回事不说, 老板从来都没有承认过。

前些时日, 在我家附近的商业街上看到新开一家名为“米煲记”的米线店, 居然明目张胆标明自己是我常去那家的分店, 经打听才知道是他家儿子子承父业, 自己开店创业。

“米煲记”这个店名自然是比“米线馆”少了随意、直白, 更有店名的味道, 似乎不经意间还透出了儿子内心的品牌理想。也有“盛云”标识, 用在厅堂通往操作间的半门帘上, 斗大的两个字, 显示着自己的历史传承。米线品种也和父亲的店里差不多, 菜单却比

父亲店里讲究多了, 米线、小吃、饮料分门别类, 整齐排列在窗口上的电子招牌里。

和父亲店铺差不多大的店面, 收银开票都在操作间内进行, 不同的是老店服务员以中年妇女为主力, 新店则是一色的小伙子。小小的厅堂摆了6张餐桌, 桌面上贴着有点餐二维码的彩印纸, 上面还写着: 加老板微信好友, 转发朋友圈, 立减2元哦。想起进门时看到店门两边的玻璃窗上关于营业时间的说明文字: “正常结束20:00, 有美女21:00, 美女多22:00。”我差点笑出声来, 这就是年轻人的风格了。

我还是点一份素米线, 不要葱不要香菜。砂锅底下有隔热盘, 放在一个塑料托盘里由一个帅哥端上来。迫切地尝一口, 我暗想, 以后不用穿过半个城区才能吃上这一口了。只是不知道多来几次后, 他们能不能记住我的口味要求呢?



# 一杯茶

□ 尹 画 (上海, 白领)

上月底去大连旅游, 乘坐了东航航班。

从上海飞往大连, 飞行时间约两个小时。飞行半个多小时后, 空姐开始派发小食。从前, 我一般会要一杯果汁。疫情之后, 取而代之的是矿泉水。这几天, 由于喉咙不舒服, 我要了杯热茶。没想到, 东航给了我一个惊喜——茶水升级了。

从前, 茶水使用的是一次性杯子; 如今, 杯子戴上了“小红帽”盖子, 可与任何一家品牌咖啡店的咖啡杯相媲美。

杯体正面用黄色的中英文标注品牌, 转个方向, 后面写着“多喝茶”。我还注意到, 这杯是罗汉果菊花茶 (Monk Fruit Chrysanthemum Tea), 有别于从前航班上那种用普通红茶包泡的茶, 一般在茶室里才能喝到。

我打开了“小红帽”盖子, 探个究竟。果然, 清澈的茶水底部铺满了菊花和罗汉果。有创意的是, 菊花和罗汉果是用薄膜固定在杯底的, 薄膜充当了茶漏的功能, 又不影响视觉的观感和味道的渗出, 创意

令人惊喜。

杯体上手握的部位, 印上了中国风的风景画, 让这杯茶更具中国古典文化气息。

一杯茶水, 设计得如此精心而诚意满满, 我被感动了, 情不自禁拍了个“九宫格”图片。虽然, 空中飞行只是区区几小时的短暂时光, 但借由一杯茶, 我感受到了航空公司对旅客的用心。做生意如同做人, 都需要走心, 靠爱和真诚来打动顾客, 好的口碑有时就缘于某一些小小的细节。

