

童年故事、创业伴侣、加班必备、出行神器……没有哪一种食品能像方便面这样，承载如此多中国人的个人情感和集体记忆

没有哪一种食品能像方便面这样，生动地折射改革开放大潮中的我国在“食”上的快速繁荣发展

在计划经济年代，供销社靠统购统销包揽了中国几亿农民的买与卖，“金字招牌”无人不晓。直到市场经济逐渐登上历史的舞台，供销社才渐渐淡出了百姓视线，好像“消失了”

经过市场经济洗礼，在深化改革中解决遗留问题、加强基层社建设、推进现代流通服务网络建设，全面对接市场，供销社又开始焕发生机

方便面“桔荣线”

供销社“沉浮录”



一位母亲正在喂孩子吃方便面。
(新华社资料图)



2015年春运期间，一位旅客在郑州火车站广场吃方便面。
(新华社记者王頌摄)



天津市南开区供销社合作社站第三经理部供应各种百货。
(《大公报》记者摄于1956年4月、中国照片档案馆稿)



近日，河北某基层供销社在托管服务的土地上用无人机打药开展统防统治。
(河北省供销社供图)

本报记者刘雅鸣、宋晓东

拿起一袋方便面，先不打开，双手左右上下揉搓，然后撕开袋，打开调料倒入袋中，捏住袋口，一阵猛摇后，再一撮儿一撮儿地把面送入口中。

在80后的童年记忆中，方便面是最难忘的美食之一。几乎每个人都有关于方便面的故事，比如，考试得了好成绩，父母会奖励一袋方便面。

零乱的办公室一角堆着成箱的方便面，主人忙得根本顾不上出去吃饭。于是随手打开一桶方便面，开水一冲，几口就完事儿。这是几乎每一位创业者和奋斗者都曾有的过往。

“花生瓜子方便面。”一年一度的春运，方便面更是出行神器。在漫漫归乡途中，多少游子不是靠方便面来打发的？

童年故事、创业伴侣、加班必备、出行神器……没有哪一种食品能像方便面这样，承载如此多中国人的个人情感和集体记忆。

如果要在食品行业选出中国改革开放的“代表作”，可能不少人首先会想到方便面。某种程度上，伴随着改革开放而兴的方便面正是改革开放的产物。

一袋方便面与一个中部亿元村的崛起

“南街村的起家、发家都离不开方便面。”

在赫赫有名的河南南街村，当家人王宏斌回忆起20世纪80年代末，第一条方便面生产线在南街村投产时的盛况，村干部们围坐一起品尝方便面的情形，至今记忆犹新：“没有改革开放就没有方便面，没有方便面就没有今天的南街村。”

1988年，30出头的王宏斌第一次走出国门去了日本。在那里，他第一次吃到了方便面，“牛肉味的，香，真好吃，也好奇。”王宏斌回国后才发现，北京早有了这种食品，郑州也有了。

因为南街村最早的村办企业是一家面粉加工厂，这让王宏斌也萌生了自办方便面厂的念头。

1989年前后，平顶山一家企业试生产方便面，进了两条生产线，但没弄成。获知信息的南街人就把还是新的生产线接了过来，又从天津引进了油炸设备。

“咱南街也能生产方便面了！”以示不忘北京食品厂，他们的方便面就以颖松、北京牌命名。

咋打开市场？正值霜降，村里组织了十几辆架子车，车上拉着方便面还有热水瓶，呼啦啦就开到了县城最热闹处。

当地正在举行物资交流大会，人山人海，南街人帮大家泡好方便面，免费请大家品尝，很多人都是第一次见到这种食品，一下围得水泄不通。

定位大众食品，价格不高，主打县城、农村和校园，就这样让南街村方便面走进了千家万户。

方便面进入农村市场比城市差不多晚了10年。那个年代的中原农村，当地人走亲串友往往要掂几箱方便面，大方又实惠。办红喜事，家里甚至会置备上百箱方便面，有的还拿方便面当礼品。

而20世纪90年代初，参观方便面生产线，是上至到南街考察调研的高官、学者，下至普通游客都是必做之事。

围绕方便面这个主业，南街村不断延伸产业链条，调料厂、包装彩印等配套产业陆续兴起，最终成为一个产业集团。

“从两条线、4条线、8条线、16条线到最多时36条线，方便面成了南街村的支柱产业、一个招牌，去年南街方便面销售额有6个亿。现在，南街村商品在网上销售最好的还是方便面，一年网上销售额有8千万。”南街村集团销售部主任耿富杰介绍说。

除了中原主市场，南街方便面在西藏群众尤其是农牧民中一直享有很好的口碑。他们出行都会带着方便面。

这个�事便也广泛传播。2003年以来，一度急于调整配方，向高端品牌学习，“失去了自己本来的味道”。低迷的状态一直持续到2010年，达到最低谷。

此后，围绕确保自己的特色和质量，南街村又开始渐渐打出了南街方便面的威风，村里还成立了专门的科研所。“我们的制作过程，任何人都可以看。面粉没有添加，油是纯的棕榈油，我们提供的是货真价实的产品。”耿富杰说。

“不分青红皂白地说方便面是垃圾食品，这是不公平的。你可以说它营养不全面。”耿富杰反复替方便面打抱不平。

最近几年，方便面的品类口味多到数不过来，南街村方便面也形成了3大系列10多个品种，包括鲜食面、热干面等从日本引进的生产线。当年一条线生产3万袋，如今一条线能产12万袋。

现今已年过六旬的王宏斌语速缓慢、语气沉静地说：“首先是改革开放好政策，改掉了过去不好的做法，一切从实际出发，多样化发展，可以引进优秀人才、先进生产设备。如果不是改革开放，这些都不会来到南街村。”

从奢侈品到寻常物

20世纪90年代，在西部一些山区，妈妈们为了给孩子们换一袋方便面，要用掉3个鸡蛋。

这个故事曾被广泛传播，也曾让营养学家们诟病。但对当时山区的孩子而言，鸡蛋营养价值再高，也赶不上方便面的稀奇与美味。

世界上第一袋方便面于1958年8月出现在日本，由日

清食品公司的创始人安腾百福制作的袋装“鸡汤拉面”。当时，二战刚刚结束，安腾的初衷是缓解日本的粮食短缺问题，后来随着社会进步，方便面逐渐演变为即食快餐食品。

虽说早在20世纪70年代，上海就诞生了中国的第一袋方便面，但它真正在中国大规模生产应始于1980年左右，当时正值中国改革开放初期。

据资料显示，1985年全国城镇居民人均可支配收入每年不到800元，月均只有60来块钱。而方便面每袋0.35元或0.5元的售价，相对来说还是奢侈的。

今年45岁的山东人周枫，20多年前外出打工。“当时从家里出来找工作，我妈就给我带了两袋方便面，那会儿方便面可是奢侈品，我们普通老百姓家的孩子根本吃不到，因为是出远门，妈妈才特意给我买的。”周枫说。

曾几何时，随着中国市场经济的迅猛发展，方便面生产线大量上马，加之人们购买力的提高，方便面迅速从大中城市流向广大乡村，再也不是稀罕物了，人称“国民食品”。

后来做起销售工作的周枫，经常要四处跑，方便面成了他的出差标配，坐3天火车至少得带上6袋方便面，甚至10袋。昔日的稀罕物成了必需品后，再不觉其美味。

1987年出生的杨志超，在河南郑县的一个食品厂做业务员。他说，小时候把方便面当零食吃，读书时方便面是省钱度日的法宝，工作之后方便面意味着效率与业绩。

杨志超与方便面的故事在他的同龄人当中颇有代表性：大学时一个月的生活费只有700块钱，经常前20天就把钱花完了，剩下10天只能吃方便面。2011年大学毕业，他成为一名业务员，常常背着产品在全国各地奔波，带着满兜子的样品也不舍得吃，留给客户试吃，他都是买方便面，两块钱一袋，一顿吃两袋。

“那几年我一年能吃几百袋方便面。”杨志超说，现在收入高了，条件也好了，方便面是真的吃够了，宁愿饿着也不吃方便面。“但是我感谢方便面，它就像是我一起打拼的兄弟，我们一起过的苦日子也是我成长的日子，就是我最珍贵的青春。”

与杨志超不同，周枫现在偶尔还会吃方便面，但心境与之前大不相同：成了一种回忆，找一找过去的那种感觉。

时代潮流变化之快，让人猝不及防。进入21世纪以来，以油炸为主的方便面转眼就成了不健康食品的代表，甚而被称之为“垃圾食品”。越来越关注饮食健康、安全的人们，面对琳琅满目的方便面食品，眼光越来越挑剔。

2013年始，中国外卖行业进入高速发展期，方便面的便捷性被快速崛起的外卖O2O行业替代。再加上高铁、飞机的普及，消费者路上的时间大大缩短，方便面作为出行神器的功能也被大大减弱。

当方便面成了人们为重拾记忆而偶然食之的选择时，该何去何从？

应时代而生，也需顺时代发展而变

方便面被日本评为20世纪最伟大的发明之一。作为一种主食方便食品，其最大特点是方便快捷、美味而价格实惠。一进入中国，便与当时国人的胃口和内心需求一拍即合。

有心人作过这样的对比：方便面20世纪70年代开始引入中国，80年代初，在开放最前沿的深圳，即出现了日后响彻全国的口号“时间就是金钱，效率就是生命”。某种程度上，方便面的普及与改革开放后的中国奇迹紧密相连。

日益丰富的食品，愈加便捷的渠道，生活方式的多样性，带给人们选择的多样化。今天，方便面盛景不再实属正常。方便面业界也在进行反思。“过去盲目上了太多生产线。”耿富杰认为，长期的产能过剩和企业无序竞争，低质低价，广告过度推销，再加上这么多年没有“质”的变化等，这些都导致了方便面销量的下降。在他看来，未来的方便面更要着力品质提升。“只要适合中国人的口味，相信还会有市场。”

与消费者对营养健康的诉求相应，方便面也以“价值提升”为主题开启了行业的转型升级，依靠科技提高它的价值，以多元化的创新，致力于开发出更趋于营养健康、种类丰富、口感美味的产品。

一个让方便面界兴奋的信息是，在经历了5年销量连续下滑后，去年以来，开始出现复苏迹象。以创新驱动健康转型和价值提升，也许会迎来方便食品的“东山再起”。

据载，方便面的发明者曾说过，它是“被饥饿催生的灵感”。这种造福大众的发明，与老百姓对美好生活的向往息息相关。

其实，正如它初进中国是顺应了改革开放以来人们对时间和效率的重视，眼下，处于窘境中的方便面，关键点仍是需要把握住当下的时代精神。

在这个变幻莫测的时代，谁也别轻言，谁就能一定打败谁。

本报记者范世辉、曹晓丽

商场、超市、专卖店、集贸市场……今天，我们可以在成千上万的店铺购买衣食所需。然而，你是否能够想象，曾经有一个时代，中国几亿农民的买与卖由一个“商家”包揽，统购统销呢？

这个“商家”就是“供销合作社”，俗称“供销社”。在计划经济年代，供销社靠统购统销包揽了中国几亿农民的买与卖，“金字招牌”无人不晓。直到市场经济逐渐登上历史的舞台，供销社才渐渐淡出了百姓视线，好像“消失了”。

而其实，供销社并没有完全远去。近年来，供销社在深化改革中不断调整定位，正在成为服务农民生产生活的生力军和综合平台，“金字招牌”正在重新擦亮。

曾经红极一时

对经历过上世纪50年代到80年代农村生活的人来说，供销社是他们无论购买生产生活资料，还是售卖农副产品都离不开的地方。在很多地方，供销社是当地唯一的“购物天堂”。

三尺柜台内，摆着各类商品，可以说什么都卖；在大人眼里，这里有生产用的农具、种子、化肥，有生活必需的油、盐、酱、醋、茶；在孩子眼里，这里有诱人的新衣服、玩具、糖果、小人书……供销社像魔术师手里的百宝箱，要有什么有什么。

“买东西的人总排着长队，有时候为了吃顿午饭，不得不临时把前门关上，卖完一批人后让他们从后门出去开始吃饭，然后再开门接待下一批买东西的人。”一名供销社老职工说，那时候，谁家要办喜事，要早跟售货员打招呼，请他们帮助备货。

由于物资匮乏，许多东西都要凭票购买，限量供应。有一次，一个人在供销社排队买米，却发现自己只带了米票，忘了带盛米的口袋。如果回家去拿口袋，再回来后就没买到米了。这个人急得抓耳挠腮，死活占着柜台不肯走。后来，售货员急中生智，让他脱下裤子，绑住裤脚，用裤筒当“口袋”装米。

供销社不仅卖东西，也买东西。农民的农副产品，通过供销社销往全国各地甚至出口国外。

“一手买，一手卖”催生了换购，农民用自产的麦子、茶叶、鸡蛋等很多农副产品到供销社换购商品，在当时非常流行。

“那时候群众没有钱，就拿鸡蛋换，一个鸡蛋5分钱，2个鸡蛋可以换一本孩子爱看的小人书，40多个鸡蛋可以换一块布做衣服。”河北省沙河县禅房供销社第一代女售货员赵喜英说。

面对能生钱的“鸡屁股银行”，个别农村主妇们望眼欲穿，每天都要把自家母鸡的屁股摸一遍，看看有哪只当天会下蛋。

当时，为了方便农民买卖，一些供销社职工甚至赶着驴队、背着背篓，挑着扁担走乡串村上门服务。

1965年，一部叫作《红色背篓》的电影非常受欢迎。电影故事的主人公原型是王砚香，北京房山区周口店供销社黄山店分馆负责人。1958年，为了方便社员买东西，他和5位同事一改过去坐等客来的做法，轮流用背篓送货上山，一年四季，从不间断。“背篓商店”这一称呼也在群众中间流传开了。

如今的快速，无非也就是送到家门口，当时的供销社，却可以将货送到“炕头上”。一幅老照片显示，1958年，为了方便老年人，山西省寿阳县宗艾乡供销社职工肖富年就把货物送到了炕头上。炕上，老人孩子围坐在货盘边欣赏挑选小杂货，床边，肖富年用秤杆给农产品称重，原始的交易中透出浓浓的乡亲情。

偌大的中国农村，靠着供销社的“统购统销”运行了几十年。供销社“一手托两头”，在稳定物价、调控物资方面发挥了重要作用。

沉浮市场经济

改革开放后，市场经济的大门徐徐打开，各种小商小贩、商店门面如雨春笋般出现，供销社从“唯一”变成了“之一”，失去了垄断地位。农村的买卖逐渐活跃起来，人们购买商品再也不只认“供销社”一个门了。

由于“一个口”管着几亿农民的买与卖几十年，供销社运行效率低下、特权思想蔓延、收购时压级压价、卖货时态度冷漠、大量商品库存积压……僵化的体制越来越不适应时代的

发展。在市场经济大潮的冲击下，供销社的日子越来越不好过，他们不得不拼命给自己找出路。

就是在这样的一个时间节点，孙建贞到任河北元氏县赵同供销社。彼时，供销社已经连续亏损多年，连工资都发不出来。孙建贞和一名同事怀揣300元钱去广东中山采购家电，欲救供销社于水深火热之中。买不到车票，他们在火车上铺编织袋做床；为了省钱，他们每天只吃一顿饭，饿了就喝水。最终，谈成了一笔38万元的“大买卖”，赵同供销社开始扭亏为盈。

然而，孙建贞个人的苦苦挣扎，扭转不了供销社在市场经济大潮中没落的大势。1998年左右，赵同供销社和全国不少地方的基层供销社一样，不得不走上了承包、改制的道路，原来的业务消失殆尽，门市、加油站等承包给了下岗职工，只用来收租金。

1992年至1998年，全国供销社基层网点以每年10万个下降，从最初100万个以上，缩减至40多万个，一些地方供销社人去楼空，渐渐淡出了农民的视线。取而代之的是各种“小卖店”以及逐渐发展起来的集贸市场、便利店、超市等购物场所。

面对市场经济的冲击，供销社也一直不断深化改革，重新寻找自己的定位。1995年，中共中央、国务院出台《关于深化供销社改革的决定》，这在供销社的发展史上具有里程碑式的意义。《决定》要求，供销社要“真正办成农民的合作经济组织”。

一位国外记者在当时的报道中写道，中国终于认识到，农村走原来的路走不通，还得走合作经济。

《决定》出台后，经过市场经济洗礼的供销社，在深化改革中解决遗留问题、加强基层社建设、推进现代流通服务网络建设，全面对接市场，开始逐步恢复振兴。

重新焕发生机

党的十八大以来，供销社不断深化改革，加快构建扶持乡村发展的长效机制。2014年4月，国务院确定河北、浙江、山东、广东为供销社综合改革试点省，带动全国供销社系统涅槃重生。在改革大潮中，一些地方的供销社围绕社会力量不愿干、不能干、干不好的领域率先突破，在发展农村现代流通、提供农业社会化服务、带动农民专业合作等诸多方面体现出强大优势。

河北涉县大洼村位于太行深山区，过去，村民们单是买点东西都要跑到10里外的张家庄村。如今，村民们不但可以从供销社在村里建的惠农服务站就近买日常生活用品，还可通过服务站电商代购代销从网上购物，出售农副产品。

截至2017年底，全国基层供销社经营网点恢复到30多万个，覆盖全国的农村现代流通网络极大地方便了基层农民的生产生活。

提供农业社会化服务也是当前供销社的主要工作，服务涉及大田托管、种苗供应、庄稼医院、科技培训、信息提供等现代农业的全产业链。

河北省曲周县四城镇马驷村村民刘光丰流转经营了60多亩耕地，没有什么文化知识的他一直想“以地生财”，然而却总是“种啥啥赔”。2017年春天，发展心切的他将30亩地种了大白菜，收获了收获季节，白菜价格却只有6分钱一斤，刚能满足收白菜的人工费。刘光丰欲哭无泪，将大部分白菜都丢弃到地里没有收。

“以前就是今年价格不行来年就不种，今年价格好来年接着种，结果往往是种啥啥不行。”他说。

2017年底，看到刘光丰的生产窘境后，四城镇供销社依托县供销社的社属企业，动员他发展稳赚不赔的订单农业，并托管了他的60亩地。刘光丰只需缴纳土地托管费用，生产经营完全由供销社进行。60亩土地开始扭亏为盈，预计今年收入就能够达到7万元左右。

在同属曲周县的大河道乡，10万亩耕地中，有7万多亩被供销社“全托”或“半托”进行生产经营。靠着自身拥有的诸多大型农机具和先进的管理技术等优势，不少地方的供销社成为农村土地规模经营的主要力量。

各地供销社还在带动农民专业合作上大显身手。他们积极组织、领办各类农民合作经济组织，大大提高农民的组织化程度和生产经营的规模化程度。河北灵寿县农乐红薯种植专业合作社负责人郑小多介绍，自加入供销社的专业合作社联合社后，他们买农资、卖红薯都可以通过供销社的“农产品电子商务交易中心”进行，不仅农资用得放心，红薯也不愁卖了。“你给我多少钱我也不离开供销社。”他开玩笑地说。

不仅如此，供销社还强化多种经营，面向广大农民开展合作金融、文体娱乐、养老幼教、家电维修、劳动就业等多种服务。

传统的供销社，又在新时代焕发出勃勃生机。从小背篓到大卡车，从三尺柜台到电脑鼠标，从服务小农经济到引领现代农业发展……虽然供销社在市场经济大潮中一度沉沦，但最终还是秉承改革的春风涅槃重生，在新时代重新树立“金字招牌”。