

在美國體驗濃濃的中國年味兒

農曆新年在美國早已是廣為人知的重要節日，除了華人華僑與全球中華兒女共襄盛舉外,美國的政要、商家和民衆也樂此不疲地“湊熱鬧”。

華人一年中最重要的日子

華人在美國分布廣泛。全美各地從東岸到西岸都有豐富多彩的春節活動。從華盛頓到紐約,從芝加哥到洛杉磯,各地的中國城在春節期間都會舉辦大遊行或者慶祝活動。在遊行隊伍中,中國傳統舞蹈、舞龍舞獅、武術等傳統文化的展示吸引着成千上萬本地居民和遊客駐足觀看。除了觀看表演,活動現場還提供餃子、湯圓等中國美食,價格公道,味道純正。

在華人群體中,各式各樣的聯誼會、老鄉會通常會在春節期間舉辦文藝表演和聯歡會,在觥籌交錯和歡聲笑語中度過一年中最重要的節日。在美留學生群體衆多。除夕這一天,中國留學生或三三兩兩聚會包餃子、吃年夜飯,或獨自完成學業後到中餐館買上餃子守在電腦前觀看春節聯歡晚會,用各種方式表達對親人的思念和對祖國的祝福。

春節文化與美國文化的融合

春節文化作為世界文化的重要部分已經在美國深入人心。史密森學會是美國著名的文化機構,其旗下的博物館經常舉辦各種主題的家庭日活動。近年來,史密森學會每逢春節都會邀請中國的藝術團體來到華盛頓參加展演。據史密森學會的負責人介紹,每年春節的“中國新年家庭日”是該學會下屬博物館所舉辦的最受歡迎的家庭日活動。

今年廣東省藝術團分別在史密森學會美國藝術博物館、史密森學會弗雷爾塞克勒博物館和肯尼迪表演藝術中心進行展演,在農曆新年慶祝活動中奉獻了廣彩繪製、廣東舞獅、木偶和雜技等。藝術團還與觀眾進行了大量的互動,比如舞獅提線木偶互動、粵劇戲服試穿拍照、傳統文化元素圖樣填色等,深受美國民衆特別是小朋友的歡迎。來自廣東省的中國非物質文化遺產廣東醒獅省級傳承人趙偉斌向記者介紹,美國小朋友對提線木偶獅愛不釋手,通過親手擺動小木偶獅逐漸產生了對中華文化的興趣。



友對提線木偶獅愛不釋手,通過親手擺動小木偶獅逐漸產生了對中華文化的興趣。

2月6日晚,慶祝中美建交40周年暨新春招待會在中國駐美國大使館舉辦,廣東省藝術團爲來賓表演了舞蹈、魔術、民樂等節目,深受來賓的喜愛和歡迎。2月3日晚,紐約的地標性建築世貿中心大樓亮燈,首次用“中國紅”的燈光效果慶祝中國春節。美國職業籃球協會(NBA)爲慶祝春節,推出了衆多明星參與的春節主題宣傳片,15支球隊將在各自的主場舉辦春節慶祝活動,在球迷禮

物和現場表演等環節融入中國元素。

美國政要和商家“蹭熱度”

隨着中國民衆購買力的增強,近年來,赴美旅遊過春節的中國遊客數量可觀,吸引了美國商家的目光。此外在美國,包括華人在內的亞裔人口規模不容小覷。美國的商家越來越重視華人在春節期間的消費需求,借着春節推出具有中國元素的商品。記者注意到,在馬里蘭州克拉克斯堡的一家奧特萊斯商城內,不少商家都友好地用中文標註新年快樂字樣,吸引中國遊客。美國其他地方的一些主流商場、超市爲了吸引華人顧客,都挂上了紅燈籠,擺上了具有中國特色的商品和食品。據美國中文網報道,春節期間美國加利福尼亞州的迪士尼冒險樂園推出各種特製的亞洲美食,比如特製的米奇形狀的豆腐,或者紫薯做的馬卡龍。專賣高端廚房用品的威廉姆斯·索諾瑪商店推出了新春特別版商品,如一套9個裝的“豬年紙杯蛋糕”。

春節期間,美國政要也忙着送出豬年祝福。2月5日,美國總統特朗普在白宮網站發表春節賀詞,慶祝農曆新年。特朗普說:“當家人、朋友與愛人歡聚迎接豬年之時,我們共同分享對健康、繁榮與幸福的美好祝願。”特朗普總統的女兒、白宮高級顧問伊萬卡在社交媒體推特上分別用中英文發送了新年快樂的祝福。2月4日除夕當天,美國國務院網站刊登了國務卿蓬佩奧發表的農曆新年賀詞。美國衆議院議長佩洛西也發表了新年賀詞。(記者 湯先營)

爲了迎接春節,中國酒店都願意狠下一番功夫。即便在中國之外,世界各地的酒店和餐館也都在用華麗的裝飾品和豐富的食物來慶祝這個節日。在美國一些餐館,標價750美元(1美元約合6.7元人民幣)的阿拉斯加帝王蟹和268美元的冬蟲夏草烏雞湯已準備就位。

酒店和餐館的忙碌都帶有象徵意義,隱喻健康和財富。而這其中確實蘊含着巨大財富:中國消費者在春節期間一向開銷不菲。

而美國的酒店業也越來越意識到在中國春節期間大干一場的好處。在汽車行業,一家房地產公司在華盛頓、邁阿密和波士頓推出了勞斯萊斯的第一輛SUV“卡利南”轎車,車身爲喜慶的紅色,以供顧客們慶祝這個節日。而在餐館里,春節則意味着在春節特製菜單以及擺不完的流水宴上一擲千金。

報道稱,春節期間,美國拉斯韋加斯的一家餐館每天都要賣出大約300個餃子——餃子形如金元寶,象徵着財富。此外,這家餐廳還提供268美元一碗的冬蟲夏草烏雞湯。

在美國貝弗利山的一家餐廳中,春節特製菜單上一份價值198美元的套餐包括“烤制8小時的乳豬”,再配以“幸運”紅糯米、洋葱和松露。

在紐約上西區的紅色農場餐廳,餃子的均價爲4美元一個。而春節特製菜單上的水餃售價20美元,此外還有售價750美元的阿拉斯加帝王蟹。在這家餐廳附近的阿特拉斯餐廳是一家剛開業的現代中餐館,該餐廳的春節特色菜肴包括一份售價48美元的套餐,其中包括烏冬面、油條和鵝肝。從數字上看,48象徵着終生發財的寓意,而長長的麵條則象徵着長命百歲。

報道稱,在春節之前,預定量就已經在不停增加。Hakkasan 全球餐飲企業的執行副總裁格特·科佩拉說:“在紐約,春節期間的每周繁忙程度上升9%。在拉斯維加斯,漲幅在10%到12%之間。而在舊金山,這一比例將達到37%。”

這樣的節日狂歡會給餐廳帶來高收入嗎?科佩拉說:“答案是不會。人們的確花費更多,因爲他們喝得更多。但我們的開支要多得多。我們在制服和飾品上所花費的成本更多。我們是爲聚會狂歡而做這件事的。”

事實上,從餐廳聲譽的角度來看,像Hakkasan這樣的高端餐館可以利用這個機會加倍打造自己的品牌。在該餐廳,特製的春節晚餐以精緻的法式甜點結尾。該餐廳還在全球範圍內邀請一些知名人物,爲這些甜點寫下財富預言。

客的確影響了商家的工作。儘管如此,老築地市場的臟亂差和喧囂也正是老市場獨有的味道。

豐洲就不同了,高大上完全取代了臟亂差。場內整潔,交通便利,讓人吃着放心。參觀區和市場區分隔開來,旅遊、工作兩不誤。遊客可以隔着窗子看拍賣,老市場的不少老字號或搬遷這裡,或開分店,築地的味道依然不變。唯一遺憾的是豐洲市場不再零售海鮮,遊客看不到鮮活的蝦蟹魚貝,熱鬧火爆的市場氣氛也大不如前了。

築地市場的吉野家總店和遷到豐洲市場的吉野家說到築地,就不得不說吉野家。築地人成天和海鮮打交道,實在需要換換口味。1899年,專營牛肉飯的吉野家在魚市里開業,深受歡迎,1926年關東大地震後隨魚市一同遷往築地。原來中國人最熟悉的日本快餐吉野家的總店是誕生在海鮮市場里的。現在,總店隨之遷往豐洲,成爲中國遊客聖地巡禮的又一去處。

爲品嚐新鮮海鮮的遊客排队長隊日本媒體對“中國人到日本過春節”也做了大量報道。一些文章提到:中國人赴日遊已過“爆買”高峰,而今年春節呈現出對體驗型旅行的需求,如品嚐新鮮壽司,體驗女僕咖啡,溫泉、滑雪、尋找動漫里的聖地巡禮等。

日本媒體報道日本各地中國春節活動和遊客動態

同時,一些報道把赴日旅遊熱與中國經濟不景氣聯繫起來,稱因中國人囊中羞澀而放棄歐美游,選擇日本,且購買力已不如從前。但是人中君從和幾組遊客的攀談中發現似乎並非如此。孫大彬說,選擇日本是因爲飛行時間短,父母高齡,不宜長時間旅行。而且春節期間機票高昂,已經和飛趟美國無異了。可見,選擇日本的決定性因素源于兩國地理相近的優勢。至於消費,花錢體驗一點不比購物省錢。據統計,2018年中國遊客在日本消費956億人民幣,居外國人在日消費之首。日本當地對於今年春節帶來的經濟效益仍舊充滿期待。

旅行結束,孫家老母親特別高興,她說,像她這樣的普通家庭如今也能在外國過年,這是以前想也不敢想的事情。孫大彬十分欣慰地告訴人中君,老母親身體不好,一輩子沒坐過飛機也沒出國,這下心事成了。

就在東京都知事宣佈築地市場搬遷之後,人中君來到老市場採訪留念。當整個城市還在沉睡,魚市里已經燈火通明,車水馬龍。身著膠皮圍裙,頭系毛巾的大叔們駕駛電瓶車,在狹窄的店鋪間穿梭,疾走急停,鳴笛不止。市場的地面永遠是濕乎乎,充斥着魚腥味。商家對遊客格外不友好,不過情有可原,因爲鮮度第一,爭分奪秒,遊

個孩子拿到合影后立刻發了朋友圈,並表示非常自豪。

紀泰山銘。展覽中唯一允許拍照的展品

顏真卿最著名、也最爲後世稱頌的作品便是那篇充滿塗改的草稿《祭侄文稿》,全篇行書、草書畢見,在天下第一行書——王羲之的《蘭亭序》已不存于世的情況下,這幅作品可稱天下行書之最。

外行看熱鬧,專家看門道。中國書法家協會主席蘇士澍也參觀了顏真卿展。他歸納出此展有三個特點:第一是全面展示了顏真卿書法,從中年的「多寶塔」(43歲)「祭侄文稿」(49歲)到晚年的「嚴氏家廟碑」(71歲),「自書告身帖」(71歲)。此展177件展品中就展出了27件顏真卿的墨寶及拓片拓本,是有史以來最全面展示顏體書風的展覽;第二以顏真卿爲軸線,全面系統介紹中國書法的發展歷史,特別是唐宋以來受顏真卿影響的歷代書法大家,他們是如何繼承發展顏體書風的,並呈現了許多日本官民所藏的有代表性的藏品;第三是將相傳失蹤多年的《五馬圖》公佈于衆,十分難得可貴。

展覽圖冊和相關紀念品深受歡迎

此外,去上野動物園看熊貓也是中國遊客的一大熱點。因爲北京人可以到北京動物園看熊貓,而許多其他城市的人們並沒有親眼見過熊貓。這樣上野之行就變得一舉兩得了。購物退而求其次,體驗消費成主角

豐洲市場

老孫一家個個是烹飪高手,這便萌生了要去豐洲市場參觀的想法。此前,被稱爲“日本廚房”的築地市場一直很受歐美遊客青睞。隨着中國遊客在朋友圈里大曬魚生美食,看金槍魚競拍,吃新鮮壽司,築地市場搬遷新址的豐洲市場便成了中國食客前赴後繼的新景點。

舊築地市場

已有160年歷史。1859年橫濱開港,門戶開放,隨之不少中國的買辦和手藝人來到這裡,在元町、石川町一帶聚居,逐漸發展成爲現在的規模。雖然中華街華裔原住民的第三代、第四代已與普通日本人無異,但中國傳統的風俗習慣在

中國人在日本過年：一波未平一波又起

這裡仍然得以完整保留。春節期間,中華街張燈結綵,鞭炮鑼鼓喧天,和國內廟會唯一不同的是,街上沒有糖葫蘆和羊肉串,取而代之的是熱騰騰的包子和個頭特別大的炒栗子。

華僑子弟學校的舞獅隊穿街走巷,在每家店鋪門前舞一段,店主便會給個紅包。據說這是中華街在每年大年初一必有的項目,而在中國,這樣的傳統似乎已經不多見了。孫老爺子喜歡熱鬧,人群熙攘中看着舞獅,聽着鞭炮,笑得合不攏嘴。孫夫人感嘆:“我覺得比地壇廟會還熱鬧!”

在中華街玩耍的小朋友

中華街的中國遊客多,日本遊客也不少。9歲的龍星小朋友是附近居民,看到中華街春節活動的廣告,便和爸爸一起來看舞獅。別看他年紀不大,也知道這天是中國的大年初一。還有一對情侶到中華街來約會,他們拿着珍珠奶茶,吃着生煎包,非常愜意。當問起是否知道今天是什么日子,倆人面面相覷。沒錯,許多日本人並不知道中華街因爲春節而格外熱鬧,但他們已經享受在喜慶歡樂的氣氛中了。

“打飛的”只爲看真迹

東京國立博物館門前,挂出“顏真卿展等待時間60分鐘”的牌子

因爲《藤野先生》和櫻花,上野總會被收錄在自由行的計劃手冊里。但是沒有櫻花的時節,上野又總是被忍痛割愛,更多時間留給購物或參觀更有人氣的景點。但是這個春節不同了,衆多中國遊客爲參觀上野的東京國立博物館而來。1月16日至2月24日,“顏真卿—超越王羲之的名筆”展在此舉辦,有“天下第二行草”之譽的顏真卿《祭侄文稿》真迹是展覽的最大亮點。最令主辦方沒有想到的是,參觀者一半以上是中國人。

展廳里人來人往

用了一個下午看過了博物館的展覽,排了一個多小時隊,卻只能匆匆瀏覽真迹。即使如此,孫夫人仍然十分滿足:“其實我們並不懂書法,可是顏真卿太有名了,孩子小時候練書法,不是顏體就是柳體,看了真迹,不明覺厲。”

像老孫家這樣慕名而來的中國遊客非常多,而且他們參觀完後無一例外地要在“顏真卿

大年初一的橫濱中華街

路上擠着,吃喝癱着,春節長假結束了。許多朋友重回辦公桌前,但在日本,中國遊客的身影絲毫未減。攜程網數據表明,春節長假前後赴泰國旅遊的人數最多,日本第二。一部分遊客選擇春節前出發,假期滿回國。另一部分重視團圓飯,拜大年。遊客則多在初三、初四出發,正月十五左右返回。在日本,中國遊客一波接一波,一波未平一波又起。

人中君跟隨中國遊客在日本過年,還真有不少新發現。到日本還是買買買嗎?out了。請看人中君前方發來的報道。

春節長假結束,羽田機場等地迎來中國遊客回國高峰

廟會逛到了日本老孫一家從機場出來,第一句話:辦理入國手續排了一個小時的隊,全是中國人。的確,春節期間的羽田、成田、大阪國際機場,仿佛也成了中國春運的樞紐。中國遊客來來往往,不過今年的旅行團似乎少了一些,而更多的是自由行的小團隊,孫大彬一家就是其中之一。“孩子已經上大學了,不用再操心了。帶上妻子和父母,今年在外國過個年。”老孫一家對此次日本行充滿期待。

日本藥妝店、百貨店挂出春節海報,推出春節促銷,吸引中國遊客

其實日本並不過春節。幾年前的大年初一,人中君走在東京街頭,上班族腳步匆匆,郵局、銀行按部就班,就是一個平常的工作日,毫無年味。可今年不同,上班族的腳步依然匆匆,但許多商店都張貼了春節氣氛濃鬱的海報,像東京、新宿一些大的車站,廣播員努力地說着中文介紹車次,開頭還不忘說一句“新年好”。



日本首相安倍晋三通過視頻向中國人拜年

2月4日除夕夜,東京塔爲春節點亮中國紅。日本首相安倍晋三在此時通過視頻給中國人拜年,這是日本首相歷史上的第一次。視頻里安倍首相開口第一句話是中文,五個字:大家過年好!之後談到了兩國關係重回正軌,中國訪日遊客又刷新記錄,今年將着力推動青少年交流等。今年春節,日本的中國氣氛格外濃。

國內的日本旅游攻略鋪天蓋地,加上微博和朋友圈里各種曬圖,去哪里玩老孫自然有數。晴空樹、淺草寺自然要去,不過第一站選擇了橫濱中華街。因爲老孫一家是老北京,講究,出國也得逛廟會。

中華街大年初一的固定項目——舞獅

橫濱中華街被譽爲亞洲最大的“唐人街”,

