喜糖街的忧与喜

中青报·中青网记者 杜佳冰文并摄

比天下父母和民政部门更操心男女婚事的，南昌市子固路喜糖街的老板们要算一类。

而王明秀同时符合以上两种身份。她经营喜糖店多年，过去就是靠一颗一颗糖果，付清了两套婚房的首付。只是两个儿子，一个32岁，一个34岁，眼下都没结婚。她撑直了胳膊，手掌竖立，摆出终结话题的姿势："一催婚，就是这样——'好了好了，别说了'。"

催婚无望，她便盼着店里的生意能好。若说这是门大生意，其实利润微薄，买卖双方揪着小数点砍价，从2.6元到2.5元，也要费尽口舌地谈。若说是小生意，却勾连着一个家庭最重要的人际网络，每单喜糖的成交额往往在1000元以上。家家谨小慎微，选了又选，不好因为一颗糖失了面子。

一份喜糖，如今越来越不好卖。

一

南昌市连日阴雨，街道灰暗，行人寥寥。一位喜糖店的老板坐在店里，靠在桌边嗑瓜子。桌下开着"小太阳"设备取暖，热气烘得人放松下来。她把嘴里的瓜子碎屑悉数拿掉，才费力地抬起眼皮，缓慢地说："不吃这个，要睡着的。"

店里糖果红灿灿的耀眼，但只有经年累月坐在里头的人才知道，这儿冷得出奇。

喜糖店是没有门的。拉开防盗的铁皮卷闸门，就剩一个空空的门框，敞开着做生意，冷风也敞开了吹进来。老板们不知道这规矩从何而来，却都不敢打破，只能生生地冻着。"要是能关起门来，不晓得几（多）暖和。"她抱怨道。

有人猜测，推开门的动作会降低顾客入店的意愿；也有人担心，门会让顾客看不清糖果的式样，尽管只是一面透明的玻璃，也不能扰了喜事临门。哪怕这条街资历最老的店主蒋以刚，也说不来上具体的缘由。他20世纪90年代初入行，而这条街的喜糖生意从20世纪80年代始，店面就没有门，最初做起生意的时候，连天花板也没有。

子固路紧邻滕王阁，历来民生活跃。据考证，改革开放后，这里先后成为贩卖港台歌曲录音带、私下倒卖国库券的集散地，后来又集中了话剧团、杂技团、省歌舞团等文艺单位。再经变迁，发展出了一个吃食地段。

20世纪90年代，子固路最多的时候聚集了二十几家喜糖店。南昌的家庭在这个时期饱尝甜头，风靡上海的大白兔奶糖软糯香甜，以至于喜糖店的招牌至今都写着"上海糖果"。南方喜铺文化盛行，《中国糖果》杂志提到，尤其是江苏、浙江、福建、安徽等南方地区，占据全国将近80%的喜糖市场份额。不论嫁娶、生子，还是乔迁、升学、参军、办寿，南昌人都要包喜糖。

这是一个新生蓬勃的市场，小老板们不愿束缚一点手脚。他们的店面狭小而糖果繁多，于是把糖摆到门口，甚至摆上马路去卖，人车穿行，挤得熙熙攘攘，夜幕降临才收摊。

16岁的蒋以刚从一个渔村来到南昌，卖力做油漆工，一天吃得下20多个包子。有人看他做事老实，手脚麻利，请他帮忙照看自家喜糖店的生意。蒋以刚只读到小学三年级，不懂什么是做生意，只懂卖力气。搬糖运货，他几分钟就能搞定二三十箱，就这样入行。直至8年后老店主退休，2001年，他盘下店面自己经营。

据他回忆，直到20世纪90年代末期，受市场监管，老板们才老老实实在店里做起生意，而"敞开"的习惯留了下来。

这门生意确实需要空间——没有人能独自做得了一粒喜糖的主。来店里的，大多都拖家带口，三番五次地看。公婆挑了，又喊孩子来看，看完又叫亲家母。到了旺季，3笔生意就能站满一个店。

后来，城市建设也需要更好的空间。2017年左右，子固路的部分建筑被列入拆迁规划中。喜糖街关的关，搬的搬，规模不再。"原来这条街人流量好大。"一位店主回忆。后来，子固路上的南昌市人力资源和社会保障局也搬迁至红谷滩新区，往来办事的市民少了，老街更显落寞。

幸而消费的记忆仍在。店主徐国胜瞅准时机，盘下了子固路中段的头一家店面，成了第一家"复活"过来的喜糖店。当年年末，店里日营业额最高8万元。他把妻子、女儿、女婿和两位外地的亲家都叫来帮忙。晚上收拾卫生，一扫地，垃圾堆里都藏着钱。

蒋以刚后来也在附近租了店面，重新把生意做起来。邻近有几家服装店、药店，陆陆续续，也跟着改了行卖喜糖，加起来不过10余家。

现在，店面从10平方米扩展到三四十平方米，老板们也还是觉得小，不开阔，总怕人看不全。"要是安了门，又得往里收一收。"一位店主说。

眼下，有没有门倒不是最要紧的事。归根结底，要有喜事，也要有人愿意来登门。

二

喜糖街要经得住等待。

蒋以刚盯着门外发愣，景观每天都差不多：几棵樟树，一段街道，闪过的车流和行人，以及对面那家已倒闭的店，里头黑漆漆的。他不怎么鼓捣手机，也不爱刷短视频，只是时不时坐到电脑前，点开股票走势看看。

喜糖店没有假期可言。蒋以刚夫妇十几年没踏出过江西省，办过护照，但也放过期了。今年年前，婚宴喜事一场赶着一场，店里忙到除夕才关门。按说正月里还会有陆续的喜事，他大年初二就开张，但眼见月底，也没做成几单生意。

喜事是急不得的。这门生意一向是做半年，休半年。春节一过，要等到4月才忙起来，迎接"五一"的结婚高峰期，之后又缓下来，直到8月的升学宴、"十一"的结婚高峰之后，再回落下来。

根据民政部的数据，我国结婚人数已经连续9年下降。"哪有那么好谈的婚事？自己家的小孩都不愿意谈这个话题。"店主王明秀抱怨。

愿意结婚的，会不会来店里买糖，又是另一回事。"什么东西网上都有。"蒋以刚说，"就卖我的进价，我怎么做？"

网购喜糖质量参差不齐，但价格低、产品更新快，店里卖什么糖，也得跟着网上的流行走。社交平台上，网友们分享的购买攻略细致入微，连喜糖盒的组装难易程度都能给出排序，精打细算的年轻人比价、比货，自然更青睐网购。即使来了店里的，也拿着手机一边查，一边和店主谈价格。

喜糖店只能"卷服务"：承诺"假一罚十"、免费包糖盒、免费送货上门，新冠疫情期间婚事延办的还包退货。有的店主把喜糖盒贴钱卖，进价3.4元的，卖2.6元；进价1元以下的，有时免费送。有一家店开始送糖盒了，其他的也不得不跟上，把亏掉的钱在糖上补一点回来。

生意来了，也需要等。一个人来看的，拿不定主意，不会买；太多人来看的，主意太多，也难买成。来店里的，和睦的也有，赌气的也有，吵了架哭哭啼啼跑出去的也有。老板们需要察言观色的本事，他们一贯热情迎客，却不会聊得过深，尤其避讳谈彩礼："万一人家本身谈得不合，你惹得不高兴，走了，还怎么做生意？"

如果谈得好，就算是积累了一个客源。婚宴之后，满月酒、升学宴、乔迁宴的喜糖，也会在同一家买。这给生意增添了一些人情，却也不至于到"见证人生"的分量——等待会让人遗忘。喜糖店和回头客之间的情谊是松散的，不像餐馆，客人今天吃了，后天还来吃；也不如服装店，春天买了，夏天又要买。从一场婚宴到满月酒，至少要隔上一年，再见面时，顾客认得老板，而老板多半只能假装热络了。

喜糖街享有的是一种无关个人的、广泛的喜悦。每单生意都是好事，而生意要做下去，就要相信，总有好事会发生。这使老板们有股乐观的力量，能让他们坐在甜蜜之中，日复一日，苦涩地等待甜蜜。

30年下来，蒋以刚好歹积累了一些客源。旅游业繁荣后，有喜糖店转行去卖水煮，但蒋以刚没有闭店的打算。"我们什么都不懂，只会做这个。"因为户口还在乡下，儿子很难上市内的公立中学，私立学校的学费昂贵。尽管妻子说，"这店是个夕阳货"，也得靠着它。

眼下，这条街还没有被南昌人遗忘，甚至还有人在入行。几年前，陈选峰在蒋以刚隔壁开了家店，里头囊括了三种身份：左边挂着女装，右边摆着喜糖，中间的电脑上挂着房产中介的工作系统。虽有些突兀，但意味直白：不知道哪条路走得通，只能都试试。

三

一些更微末的变化，藏在喜糖盒里。

如果一个南昌家庭的三代人在不同时期结婚，他们的喜糖盒大约如下：

最早，是一份红色塑料袋，内含28颗水果硬糖和两根喜烟。

接下来，简易纸盒登场，其中的20颗糖口味各异：大白兔奶糖、棉花糖、花生酥糖、软糖……另附一盒普通喜烟。

现在，一个精致的皮质手提盒里，只装8颗糖，包括进口巧克力、棒棒糖、气泡糖和独立包装的大枣等，喜烟是中华牌。

过去几十年间发生的变化，是糖的数量持续减少，烟的价格持续上提。如果这个家庭在未来收到一份喜事的伴手礼，甚至可能一颗糖也看不到。

"糖不是好东西。"喜糖街的一位老店主直言不讳，"医生说糖的危害比烟还大呢。"为了进货考虑，他不得不吃糖时，只剥开放嘴里尝尝味，就吐掉。

"好的食物，在'吃起来好'之前首先必须'想到它好'。"美国人类学家西敏司在《甜与权力——糖在近代历史上的地位》中认为："这是由社会性决定的，而非生物性。"他的论断是："食物可能只是一场更庞大、更根本之转变的一个表征。"

国家统计局的数据显示，近10年间，全国城镇居民人均食糖消费量逐年减少。蒋以刚记得，10年前，过年卖糖，几乎人人都买10来斤。现在，一家人买一两斤糖，都吃不完。

喜糖街的感受得到了宏观印证。中国食品工业协会的副会长王琪在2023年中国糖果论坛上表示，从2015年以来，我国糖果行业规模以上企业糖果总产量就呈现出震荡下行的发展态势。

"食品正在由生存型消费向健康、享受型消费转变。"王琪说，"但相较于发达国家，我国糖果产业缺乏创新、产品类型单一、品牌化不足、研发产业结构较为落后，导致我国糖果市场占有率偏低。"

越来越多人把进口糖果，尤其巧克力，看作一份喜糖的品质宣言——就像20世纪90年代的大白兔奶糖一样。当一对新人计划购买喜糖，他们进店的第一件事是挑选礼盒的款式，其次是选择巧克力，最后才是选糖。

糖的使命是满足中国人对一桩喜事的希冀。包装和意义，比糖果本身更重要。

婚嫁喜糖的寓意大多与生育有关：棉花糖代表"子孙绵延"；酥糖和牛轧糖含有花生成分，和大枣一样，寓意"早生贵子"；棒棒糖是"带把儿"的，寓意生男孩；包装上如果是一男一女，寓意"儿女双全"；乔迁的喜糖盒里则有糕饼，寓意"步步高"；也有人会放梅子，寓意"扬眉吐气"。

一粒糖能见民生百态。店主徐国胜包过最贵的喜糖，光盒子就15元；最便宜的一份，糖和盒总共1.8元。有人只放巧克力；有人糖都不要，只装名贵化妆品和数码产品。有人好面子，也有人更在意自己："又不是我吃，随便买点就行。"有人只要进口品牌；有人支持国货，包装上带外文的一律不要，尤其日本核废水排海期间，海盐口味的糖也不要。

有人要选白色的喜糖盒，徐国胜问："喜事用白色不好吧？"年轻人回答："白色好啊，纯洁。"徐国胜下次进货，就进一些回来摆着。

婚事的主导权变迁，两辈人有时争吵不休，徐国胜很少插嘴。如果对方要，就帮人家装起来；如果不要，他就坐下来烤火。

他66岁了，穿着一身潮牌守在店里，鸭舌帽底下的眉须已经很长了。"做这个生意，还是要有精神的，本身年纪大了就难看。人家到店里，肯定是高兴的事情，不要一看——"，他撇撇嘴，身体往后一闪，做出嫌弃的神情："老头子，没意思。"转而又笑了："我是个old man了。"

也常有老人来喜糖街。他们总念着一个品类，挨家挨户地问："有薄荷糖吗？""有牛轧糖吗？"还有一个从上海来的老知青，要找自己年轻时吃过的一种椰子糖，据说口味浓郁，那时风靡了她的家乡。

一代人有一代人的糖吃。做喜糖生意30年，徐国胜得到的经验很简单。

"要尊重所有人的选择。"他说。

（应受访者要求，王明秀、徐国胜为化名）

位于子固路的喜糖一条街，眼下行人寥寥。

一对情侣来到喜糖街，在店里挑选喜糖盒。

陈选峰店里的喜糖陈列，整面墙红灿灿的。

喜糖店里，陈列着满月宴、百日宴可用的喜糖盒。

□ 裴思童

影音书画

印度竞争最激烈的"公考"剧告诉我们：如何看待失败

2009年，一部讽刺传统教育体制的印度电影《三傻大闹宝莱坞》火遍全亚洲，成为许多中国人对宝莱坞电影最初的印象。15年后，该片编剧重归教育议题，制作出2023年印度电影市场的年度黑马——《12年级的失败》。

如果说《三傻大闹宝莱坞》讲述的是3名精英院校的高才生如何追求个人的自由与梦想，《12年级的失败》则将视角延伸至印度更广阔的基层土壤，指向了一个更为沉重与现实的主题——印度公考。

"考公"，这是一个我们并不陌生的议题。2024年度我国国考报名人数首次突破300万人次，参加考试人数与录用计划数之比约为57:1，而在印度，这一比例大概为一千多比一。

印度联邦公务员委员会（UPSC）组织的印度国家公务员考试（CSE）被认为是世界上竞争最激烈的考试之一。据印度新德里电视台（NDTV）报道，2022年，印度有近115.2万名考生参与国考，最终仅有933人成功通过考试。

通过考试的考生需要经历预试、主试、面试3轮考试，考期长达一年，考试内容涉及英语、文学、数学、政治、法律、经济等多个学科，总答题时间高达32小时。对于大多数考生而言，考试机会仅有4次，而据印度CSE在线辅导网站ClearIAS统计，大多数人都在第三或第四次考试中才能获得成功。也就是说，对于一名普通的印度考生而言，3年乃至更久是他们通过国考普遍所需的时间。

《12年级的失败》的主人公马诺吉也是在第四次尝试中才终于通过了考试。马诺吉是一名典型的"小镇做题家"，他出生于极端贫困而又土匪横行的昌巴尔（Chambal），曾因"作弊未遂"而折戟12年级的考试，但他立志通过国家公务员考试，成为一名印度警察局的官员。

《12年级的失败》海报。 图源网络

没有金钱和家庭的支持，马诺吉一边打工一边备考，他扫过厕所，做过图书管理员，在面粉厂狭窄的厂房里一天工作15个小时，在这样严苛的条件下，马诺吉用4年时间实现了他的梦想。

这并非编剧为了反映主题而艺术加工的虚构故事，它改编自孟买警察局附加专员马诺吉真实的经历。事实上，一名印度考公人需要付出的努力并不比马诺吉小。

曾有媒体报道过一名普通的印度女孩加米尼·辛格拉是如何通过这场"世界上最难的考试"。在近3年的时间里，辛格拉远离朋友、娱乐和社交媒体，每天黎明起床，严格规划自己的饮食和起居，每日学习时间长达10个小时，她的家人也全都参与其中帮助她备考，报道用"僧侣般的牺牲"和"几乎完全退出现实世界"来形容她的生活。

而这份"牺牲"甚至是印度少数中产阶级的"特权"。对于更广大的贫困考生来说，全职备考是一种"奢侈"，他们必须在高压备考的同时想办法解决自己的经济问题，就像电影里一天只休息3小时的马诺吉。纵使付出如此努力，"上岸"的机会依然渺茫，每年都有许多考生在耗费多年停滞的生活与事业之后，依然换来失败结果，有的最终选择自杀。

高居不下的"考公热"背后，是印度严重的失业率、极大的贫富差距和底层人民狭窄的上升通道。相较于许多发达国家对老龄化社会劳动力短缺的忧虑，在印度，人们更担心的是没有足够的就业机会来养活不断增加的工人。

据报道，印度独立智库印度经济监测中心（CMIE）的数据显示，虽然25岁以下人口占印度人口的40%以上，但截至2022年12月，有近一半的青年人（45.8%）处于失业状态。根据麦肯锡全球研究所2020年的一份报告，要想满足年轻人的就业需求，印度需要到2030年创造至少9000万个新的非农就业岗位，这要求GDP年增长率达到8%至8.5%。

国内严峻的就业形势推动一部分拥有良好教育和家庭背景的印度人转去海外市场寻求机遇，使印度裔成为全球最主要的移民群体之一。而对于条件有限的广大底层人民，"公考"成为了那根少有的能够真正改变命运的"稻草"。

成为国家公务员，不仅意味着获得一份几乎终身稳定的工作，同时也意味着良好的社会地位和优厚的薪酬待遇。以印度行政服务局（IAS）为例，初级公务员的起薪就有5.6万卢比（约4800元人民币），最高可以达到25万卢比（约2.15万元人民币），而一名普通印度百姓月收入的中位数只有27200卢比（约合2354元人民币）。除此之外，公务员还享有包括免费医疗、交通补贴、住房补贴、饮食补贴在内的多项福利。

也因此电影里马诺吉的祖母会愿意拿出此生的所有积蓄支持他考试，因为对于这样的底层家庭而言，成为国家公务员是真正意义上的"朝为田舍郎，暮登天子堂"，足以改变整个家族的命运。

但对于马诺吉而言，他坚持考公的理由又不止于此，这部电影所想要传达的有关"考公的理由"也不止于此。

《12年级的失败》最广为流传的片段是，马诺吉在第四次考试中终于走到了面试环节，面试官问他："这是你最后一次尝试，如果没被选中你要怎么办？"

马诺吉的回答是："我会接受这一点，但我不会接受失败……我的目标不是成为一名印度警察局官员，目标是改革我的国家。"

坚持考公的马诺吉想改变的不仅仅是个人的命运，而是一个国家的命运。电影里有一个片段是，马诺吉的好友高里在最后一次公考失败后选择继续为其他考生提供指导，并在最后替马诺吉解决了生计问题，支持马诺吉全力备考。他对马诺吉说："这不是你的战斗，这是我们的战斗，即使我们中有一个人获胜，全群皆赢。"

在种姓制度名亡实存的印度，"公考"所承载的不只是个人和家庭的命运，还有一个阶层的。宗教、种姓、社会系统是一张严密的巨网，看似残酷的公考竞争，反而成为突破这张巨网的某种光亮的可能。虽然更多的"马诺吉们"都只能在一次次失败中"重新归零"，但依然期待他们之中有人能够成功，在那个他们所无法抵达的世界中代表自己发声。

就像在最后的面试中，马诺吉被主考官质疑，为什么要在一众名校毕业的精英中选择连12年级考试都未能通过的他。马诺吉说："他们可能是顶级人物，但他们从未见过我所经历的事情。"

他们没见过会公然带领全校学生作弊的校长老师，没见过底层人民如何被掌权者欺压，没见过公然受贿的政府官员和警察。也因而，当家境良好的朋友潘迪在父亲的要求下以"受贿"为目标参加公务员考试时，马诺吉的目标是"成为一名诚实的官员"，他相信"如果一个诚实的人拥有权力，一切都会变得不同"。

这是这部电影理想化又动人的部分。毫无疑问，马诺吉的经历是一个幸存者偏差的故事，是一场"小镇做题家"的现实童话。在现实生活中，我们不能苛求每一位考公者都抱着如马诺吉般的目标，成为印度警察局官员的马诺吉也不见得就能"改革整个国家"。

但这部电影的出现依然充满时代价值。导演刻画了一个坚持不懈的考公者，也用他来叩问观众"选择考公的理由"，叩问"一个系统究竟应该选拔什么样的人才"，这是这部电影为当下印度社会所提出的某种时代之问。

在更底层，这部电影所表达的是一个更为朴素的母题，在"考公"的外衣之下，它想讲的实际上是一个人如何不断坚守自己心中的目标与正义，讲述的是勇敢与诚实如何带领我们前行。

马诺吉说："如果我没有被选中，我就会成为一名学校老师并教导村里的孩子不要作弊……如果我不能成为照耀地球的太阳，我仍然可以成为一盏灯照亮我的街道。"比起探讨"如何成功"，导演更像借此在告诉我们如何"看待失败"。

就像电影的最后，马诺吉的朋友潘迪在第四次考公后依然失败，但他因此成为了一名电视台主持人，这是此前他从未有勇气告诉父亲的，这是他真正的梦想。