

# 让外国民众爱上中华饮食文化

——对话四位海外中餐从业者

本报记者 林子涵

海外华侨华人畅谈

如何画出最大同心圆

在海外，一道香气四溢的中国菜，就是吸引外国民众了解中华文化的一扇窗户。近年来，在海外中餐从业者的共同努力下，中餐厅开遍世界，各菜系亮相全球，越来越多外国人品尝地道的中国美食，在舌尖上体会美妙的中国故事。在此过程中，如何跨越中外饮食文化差异、向海外民众介绍中国菜品以及其中蕴含的中华文化？如何在竞争激烈的餐饮市场持续保持中餐厅的吸引力？围绕这些问题，四位海外中餐从业者和本报记者分享经验、畅谈体会。



图①：陈建斌在俄罗斯举行的第二届世界中餐烹饪大赛上担任评委。  
图②：胡晓军(中)在芝加哥“老四川”餐厅与美国友人合影。  
图③：何建锋(中)在“味道浙江”罗马美食交流座谈会上担任厨艺交流赛评委。  
图④：方刚在英国“米齐临”长沙米粉店制作米粉。  
本文配图均由受访者提供

英国伦敦“米齐临”创始人兼董事长方刚：

美国芝加哥 美中餐业联合会主席胡晓军：

意大利罗马 意大利罗马餐饮协会顾问何建锋：

法国巴黎 巴黎国际大酒店董事总经理陈建斌：

## “让英国食客领略中国地方美食”

一碗长沙米粉，浓缩了中国湖湘文化。来到英国近20年，我们长沙人始终忘不了家乡味，也希望有一天能让湖南味道飘香英伦。2017年，我和湖南老乡下定决心，在伦敦唐人街开了第一个米粉档口，承载湖南人的乡愁和梦想。几年间，我们从当初的小柜台发展成如今的4家店，“米齐临”米粉也成为让大家交口相传的好味道。回望这些年的经营经历，一家中国地方风味的简餐店能长期吸引英国食客与当地华侨华人，我认为有三点经验值得分享。

首先，地道的关键在于原汁原味。在英国，要想制作出一碗鲜香的长沙米粉，三个环节必不可少。第一是粉。英国的大米和水质与长沙不同，为了制作出地道的米粉口感，我专程赶回长沙，与当地师傅用英国大米反复试验，终于以两种不同英国米的配比，复刻出长沙米粉口感。第二是汤。我们精选大骨，加入湖南豆豉和草果、草荳等原料，再用8小时熬制成大骨浓汤。第三是浇头。我们按照长沙米粉各类经典浇头的做法，炒制剁椒肉丝、酸豆角肉泥等十几种浇头，大受华侨华人顾客欢迎，酸辣鸡丁粉和清汤牛腩粉等组合十分受英国顾客偏爱。

其次，善于借力平台，让湖南美味吸引更多食客。2017年至2020年期间，我参与过3场伦敦举办的中华美食节，每一次我们的摊位前都排满了长队，越来越多外国食客认识了长沙臭豆腐、糖油米粑粑、米酒酿小丸子等招牌湖南小吃。这些小吃虽然是正宗的中国风味，但与不少英国人的口味契合，受到外国顾客的热捧。美食节上，许多在英湖南侨胞也从外地专程赶来“嗦粉”，品味这一碗思乡情。今年，我们的店将进军伦敦的亚洲超市，在客流量大的超市里开设店面，使更多顾客方便快捷地品尝美味。

第三，打造中央厨房模式，实现小吃标准化。随着几家米粉店的生意越来越红火，2020年7月，我们投资了一家小型食品加工厂，把中国的中央厨房模式带到英国，标准化食材、配方，以便将来开设更多分店。去年12月，我们还在工厂研发腊肉，做出了第一批就赶在过年前送给老乡们品尝。大家都说，能在英国吃到地道湖南口味的腊肉，太不容易了！

经过十几年的发展，英国的中餐业如今百花齐放。除了最早进军英国市场的粤菜、川菜、淮扬菜乃至新疆菜都来到了英国，越来越多的外国食客爱上了湖南的米粉、西安的馍、四川的水煮鱼和火锅，懂得除了改良中餐，还有更多地道的中国地方美食可以快意品尝。

美食是一座桥梁，是传递中华文化的绝佳载体。未来，还会有更多英国食客爱上中国风味，品味中华文化。

## “中餐厅是中美民间交流的桥梁”

1998年，我在芝加哥唐人街创立了“老四川”餐厅。那时，美中地区还没有一家正宗的川菜馆。我带着在成都当大厨学到的一身本领，下定决心要让美味的川菜在美国发扬光大。经过20多年的打拼，如今，“老四川”餐馆在全美已经开了17家，连续7次上榜米其林“必比登推介”榜，多次收获美国餐饮业大奖。

做好中餐厅，不只是一门生意，也是一门学问。从起步时，我就抱着“授人以鱼不如授人以渔”的想法，不仅想把川菜做好，而且要把川菜文化、中餐文化播撒在美国。为此，我在餐厅刚创立时就开始系统培训员工，把每一道菜的主料、辅料、调料、制作工艺都条理清晰记录下来，方便教学。同时，我还上美国电视台，把经典川菜的制作方法毫无保留地教给观众，为的就是让观众了解川菜，明白每一颗辣椒背后的中国滋味。

一家餐馆的菜单就是这家餐馆的灵魂。长期以来，我们的餐厅都备受美国食客和侨华人群体的欢迎，其中外国顾客的比例可达80%，这得益于我们在菜单上下了功夫。我们的菜单分为四个部分：第一是传统中餐，例如麻婆豆腐、水煮牛肉、回锅肉等，满足华侨华人的家乡记忆；第二是流行小吃，例如麻辣香锅和青花菜系列，这些是近年来消费实力增强的留学生群体最喜爱的菜品；第三是美式中餐，我们保留了美式中餐的精华，虽然是同样的菜名，但我们有自己独特的调味方式，红油、辣椒酱都由大厨调制，带有浓郁的四川特色；第四是餐厅自创菜，融合了传统川菜与新式中餐的特点，成为菜单中亮眼的创新色彩。现在，我们的樟茶鸭、香辣仔鸡已经成为芝加哥中餐的标志性菜品，柠檬脆皮虾、宫爆鸡丁等也成为口碑相传的招牌菜，吸引了众多美国食客。

中餐馆的存在，为美国的社区增添了烟火气与人情味。疫情期间，我们的餐厅受到极大冲击，原本想要暂停营业，但是社区居民都希望我们继续为社区服务，同时也为员工保留工作。我们顶住压力开张后，为警察、消防员、媒体记者和医护人员等疫情一线工作者免费提供午餐晚餐，至今，捐赠了上万份、价值10多万美元的爱心餐。我们这些中餐馆为抗击疫情做出的贡献，为华人群体赢得了点赞。

中餐馆的宗旨，就是弘扬中华饮食文化、繁荣美国各地社区，增进中美民间交流和友谊。当前，中餐在美国乃至全世界都深受喜爱，中餐业的前景十分广阔。下一步，我计划继续打响目前的品牌，同时也帮助更多中国餐饮品牌进驻美国，为中华饮食文化走向海外贡献我们的一份力量。

## “稳扎稳打，守好中餐本色”

在罗马，我有一个梦想，那就是让中餐成为品质与品位的代名词。2016年，我从做贸易转到中餐业，重拾自己在国内开餐馆、做大厨的老本行，准备在意大利的餐饮业闯出属于中餐的一片天地。

曾经，意大利的中餐市场主要是改良后的中式快餐品牌。在多年形成的刻板印象下，许多意大利人不认可中餐可以做成高端餐饮。面对这样的情形，我决心要用地道中餐扭转意大利人的印象。从开始时的小餐厅，到如今的“中华楼”，我的中餐事业一路上升，精致、正宗的中国菜品逐渐赢得了意大利食客的喜爱和尊重。

把正宗中餐做好做精，是稳扎稳打的第一步。帮助我们在意大利打响名头的菜品，是一道“好喝到连汤都不剩”的酸菜鱼。我自己上阵掌勺，从食材选用、料理过程到装盘上桌，每一个环节都严格把控，确保最佳的口感和出品形态。渐渐地，这道酸菜鱼成为中餐排行榜里的热门菜品，吸引了意大利各地侨胞前来打卡，不少外国食客也慕名前来品尝。此后，我们又相继推出“三吃红烧鱼”“无骨口水鸡”等众多既符合华人口味又满足外国人期待的菜品，以地道的口味和考究的摆盘，为精致中餐赢得了声誉。

营造雅致的餐厅环境，也是中餐在海外塑造品牌形象的重要手段。我始终重视用餐环境，优质的中餐菜品，需要有高雅的餐厅与之相衬。我先盘下一家有悠久历史的米其林餐厅，充分发挥这家餐厅原本典雅精致的装修优势，同时也充分利用餐厅原本积累的优质客户基础，把有品质的正宗中餐向意大利人推广。此后，生意逐渐扩大，我们又搬到了面积三四百平方米、可容纳一两百人的“中华楼”。这是一家拥有50多年历史的老牌中餐厅，我把内部的装潢再次翻新，依然延续明黄敞亮的传统中式风格，让食客步入餐厅，就能感受扑面而来的中国气息。

中华饮食文化的传播，是与外国食客双向交流的过程。为此，我们举办了四期“饺子节”，从揉面到饺子收口，餐厅的面点师傅会详细介绍一枚中国饺子的诞生过程，激起许多意大利食客的兴致，第一次活动报名就达150人之多。

我把餐厅起名“中华楼”，就是希望能发扬传统中餐的优势，让意大利了解正宗的中国味。曾经有许多中餐业的朋友劝我改做更热门的中日餐混合自助餐，我都婉拒了。中餐文化悠久的历史，一定会在古老的罗马得到认可，一定会在这座城市大放异彩。

## “文化融入菜品，是最好的中国故事”

2003年，我接受法国酒店的邀请来到巴黎工作。此前，我在浙江温州的多家大酒店担任过厨师长。如今我经营的法国巴黎国际大酒店，是旅法华人经营的最大中餐厅，也是巴黎华人婚庆、社团活动等的首选场所。丰富的中餐业工作经验告诉我，中国博大精深的餐饮文化就是最大的瑰宝，把文化融入菜品中，就是最好的中国故事，在海外一定能赢得市场。

中餐馆要在海外打响口碑，做出好菜是第一要义。在我的中餐厅，菜品融合了中国八大菜系的精髓，很多去过中国的法国人评价，我们的菜品和在中国品尝到的味道是一模一样的。特别是我们店精心烤制的北京片皮鸭，获得海外侨胞和法国食客的一致赞誉。同时，由于中外用餐习惯不同，许多好菜可以用法国人乐于接受的形式呈现，更方便融入当地。例如，中国人吃鱼，讲究一条完整的鱼装盘上桌。法国人吃鱼，则偏好去头、去尾、剔骨，切成片状食用，而且也往往以煎、烤为主。当时，我们的餐厅有一道招牌好菜——清蒸石斑鱼。为了和当地的饮食习惯相结合，我把清蒸石斑鱼切片成菜端上桌，这样既保留了菜品的口感，鱼片的清香鲜美也让许多法国顾客在入口的一瞬间领悟到中餐魅力。

讲好菜品里蕴含的中国故事，也是一名中厨师傅应当承担的责任。我们的餐厅有传统菜东坡肉，上桌时除了介绍这是一道红烧肉，还介绍东坡的典故和菜品的由来，常常会让法国人产生对中国的兴趣和向往。除了传统佳肴，我还在巴黎创新研制其他新式中餐，注重融入中国的传统意象与法国本地食材，“兰花干贝”就是这样一道菜品。盘中央是煎制干贝肉和蒸制的兰花花瓣，盘四周则用冬瓜片挖空，融入干贝泥，再以黄瓜丝和蟹黄做成中国的兰花模样，点缀其间。整道菜清新宜人，既是从兰花鱼蓉这道温州传统菜化来，也加入了法国当地的干贝味道，即使不用言语介绍，法国人也能体会到其中的中国意境。

既要做好菜，也要推广中国美食。我们举办过“中国美食走进联合国教科文组织总部”和“巴黎国际杯中国美食节”等多场推广活动，吸引法国客人到场品尝。如今，许多没有去过中国的法国人也热爱中餐、喜欢中餐厅。不少客人告诉我，将来一定要去美丽的中国旅游。

美食没有国界，一位中厨师傅就是一面流动的五星红旗。弘扬中华饮食文化，讲述中国好故事，这是我们海外中厨师傅义不容辞的职责。我相信，海外中餐业的道路一定会越走越宽广。

## 雪中送炭，拉美侨界温暖当地人

曾彦彰

### 送出温暖

当前，南半球正值凛冬。新冠肺炎疫情让拉丁美洲的经济社会发展雪上加霜。近来，旅居拉美的华侨华人正通过各种形式，向当地民众献爱心、送温暖。

7月19日，在阿根廷南部的查科省，阿根廷华人工队带着旅阿侨界爱心人士捐赠出的食品、旧衣物，分发给有需要的当地居民。队长何雄明介绍，近义工团队已经组织16次大型公益活动，除了多次向当地警察局和防疫机构捐助防疫物资外，还为医院和贫民窟组织了捐助活动。

自疫情席卷全球以来，智利侨胞积极在当地开展公益援助活动。智利中国工商文化联合总会会长徐一评介绍，去年5月是智利最缺乏防疫物资的时候，他们与圣地亚哥市政府合作，向处于抗疫一线的警察和老人捐赠了共计10万只口罩。去年9月，他们又向1万名老年人发送了爱心包，包括纳米银口罩与免洗酒精。

“疫情开始在玻利维亚蔓延时，在玻侨团就在中国驻玻利维亚总领馆的组织下，迅速筹集并赠送了价值约10万元人民币的防疫物资。此后，侨

团不定期地为侨胞和当地民众提供帮助。”玻利维亚华商总会执行会长陈文说，“旅玻侨胞都充满爱心。大家都觉得，如果我们能为需要帮助的人们出一点力，这是非常荣耀的一件事。”

### 收获感动

近日，一封由阿根廷受助民众寄来的感谢信，让何雄明倍受感动。信中有写道：“是你们，在寒冷的冬天给我们送来了温暖，不仅有给予我们衣物，抗疫物品等物质上的支持，更多的是精神上的鼓励，是你们把中华民族的美德传递给我们。”

当被问及为什么要坚持在在国开展公益活动时，侨胞们不约而同地提到“感动”。

“在当地做了10年慈善公益，我深刻地体会到公益是没有国界的，也不需要语言表达。这是彰显中华民族大爱无疆传统美德的务实举措。每一场公益活动，我们都被真诚和感恩的掌声感动。”徐一评说。

陈文认为，公益行动不仅获得了当地政府和居民的感激，更让中国人在海外的形象进一步得到提高。当地民众也在我们需要帮助的时候伸出了援手。这种互帮互助的友谊，十分可贵。

### 注入信心

疫情之下，海外侨胞的善举义举不仅为当地民众“雪中送炭”，更为住在国战胜疫情注入信心和希望。未来，旅居拉美的侨胞将如何助力住在国抗疫和经济复苏？

“阿根廷义工团队会继续聚焦抗疫。”何雄明说，“我们会持续发布防疫公告，为当地民众提供口罩及消毒用品等防疫物资，请医疗专家为他们提供线上问诊答疑，并为疑似或确诊侨胞安排检查和就诊。”

“玻利维亚现在的经济处于非常困难的时期。不管是当地民众的生活还是侨胞的生意，都受到了疫情重创。”陈文更想将公益活动重点放在经济复苏上，“希望以后在贸易交流、信息互通等方面，给当地民众提供更多支持，合作互利，共同发展。”

徐一评表示，侨团要增加服务侨胞的实际功能，侨团自身要有奉献精神，在当地遵纪守法，遵守习俗，根据不同的国情与形势，在当地社会多做有利于中国和住在国共同利益、国际形象的活动。



侨乡新貌

## 学戏曲 传国粹

日前，浙江省湖州市德清县乾元镇妇联组织开展“学戏曲，传国粹”暑期春泥计划活动，孩子们在戏曲老师的指导下学习戏曲基础知识和戏曲表演技巧，感受中国传统戏曲文化的魅力。

图为8月4日，在乾元镇新时代文明实践站，戏曲老师指导学生做动作。

谢尚国摄（人民视觉）