餐 饮 人 的 精 神 家 园

July 2023

019

餐飲家

The Restaurateur

餐饮要闻

亚裔餐饮人
连夺大奖

征服美国
走上 C 位

新餐饮

独自一人深夜熬汤

老味道

古老文明一道罗纱

COVER STORY 封面故事

“神奇”华人

ISSN：2771-2680
定价：$8 Price：$8

MenuSifu

系统升级 POS 超级优惠

免费赠送扫码点餐

北美餐饮业SaaS服务商**MenuSifu**点菜大师（米聚）已积累8年资深服务亚裔业主经验，专业提供定制点餐系统及在线点餐方案，致力于提升餐饮效率、助力北美万家餐厅平均降低20%管理成本，实现高效卓越数字转型。

WWW.MENUSIFU.COM

212-966-5888

老板们，有一笔来自政府的钱是你们本来就该得的，赶快来申请！

可能你们找错了不靠谱的会计导致被拒，但真的并不是你们的问题！而且你们还有机会拿到，赶快找专业的人补救！

专业 ERC 会计团队，能帮你争取到合法的最大利益！平均一个员工补贴 1 万左右，公司员工越多退钱越多！

别以为与您无关，距离拿到这笔钱其实只有一个扫码的距离（咨询免费）：

这是有史以来联邦政府最大补贴，雇主见者有份，但有很多华人老板因为语言不通、找错帮手等问题，白白错失了机会。下面就让美东最专业的 CPA/CSA 认证团队带你秒懂看起来很复杂的 ERC（员工保留税收抵免）补贴：

什么是 ERC 退税?

01 . ERC 全称为 Employee Retention Credit（员工保留税收抵免）
02 . ERC 属于美国政府于 2020 年推出的新冠病毒援助、救济与经济安全法案之一（CARES 法案），旨在奖励在疫情期间支持就业的企业
03 . ERC 不是贷款，不需要偿还，是一种税收抵免。之前申请过 PPP 的企业仍然可以申请 ERC
04 . ERC 是一项政府刺激计划，已成立多年，适用于 各中小型企业。它基于企业主支付给员工的合格工资和医疗保险。

哪些企业有资格申请 ERC ?

餐厅行业，其他商业包括 FedEx 这样的物流及配送行业，咖啡厅和酒吧，旅馆和酒店行业，美甲店，按摩店，美睫店，学前班和日托中心，健身房，甚至一些非盈利机构，比如医院和诊所，教堂和佛堂以及像 YMCA 这样的非盈利机构运动场所，只要符合 ERC 条件都可申请。

其次，雇主申请资格中的雇佣人数要求也很低！只要您的企业 / 公司就雇佣了两个人以上，随后满足下列条件中的一个，就可以是 ERC 的合法申请者。

01 . 因政府行政命令部分或全部暂停业务
02 . 企业 2020 年 2 月 15 日之后成立并开始运营
03 . 企业受到严重财务损失

通过 ERC 能拿多少钱?

实际金额根据申请人公司收入、员工工资、州县特定规则等等来计算的。但通常是员工工资（包括健康计划）的 50%-70%，而且申请 ERC 不影响 PPP 贷款，具体计算过程中会根据 ppp 和合格工资等多样数据进行评估。

受到疫情影响的企业，可以为 2020 年的每名员工申请最多 $ 5000 的抵税金，为员工合格工资的 50%。

在 2021 年，企业可为每名员工在每个季度 (不包括第四季度) 申请最多 $ 7000 的抵税金，为员工合格工资的 70%。

2020 年的最高 $ 5000，加上 2021 年的三个季度每季度最高 $ 7000，达成了最高的 $ 26000 元。

为什么选择我们?

经过数年耕耘，我们所对全美地方各州各行业的疫情管控政策已进行深度研究和取证。

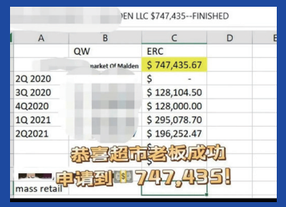
截止目前，我们已帮助近一万 + 客户成功申请到 ERC 补贴，客户拿到的支票总额超过 4 亿多美元。是全美四十余州客户的不二之选，大量中小型企业的坚实后盾！

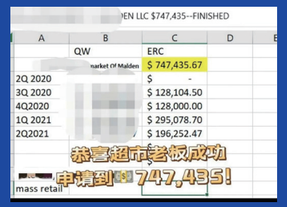
我们承诺：

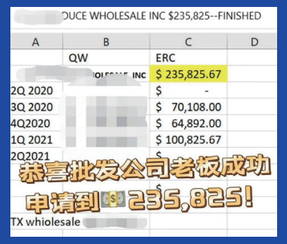
01 . 不成不收费，您什么时候收到这笔钱，我们什么时候收费
02 . 派出最专业的团队，我们团队的成员大多是拥有二十年以上就业经历的专业注会，无论是专业技能还是政策敏感度都是业界顶尖。
03 . 专项专人，我们会在第一时间对您的企业、公司进行了解，派出专职团队火速办理，第一时间处理相关问题。让您在最短的时间拿到应退金额。
04 . 严格按照标准准备材料，全程实时跟踪申请进度，及时提前通知客户支票寄出时间。申请过程透明不隐瞒，让您放心、舒心、不操心。

—— 联系我们，让财务变得简单
——普惠民营企业，助力中小企业

CSA 与您共成长







联系方式 ——
邮件 : usaercapply@gmail.com
联系电话 : 917-213-7058
联系电话 : 347-768-9884
微信 : mindyzheng001

Vol. 7 Issue 19 July 2023

09 餐饮要闻

36 餐饮人生

我曾是偷渡客
流浪汉
洗碗工
现在我在纽约
身价上亿

24

COVER STORY 封面故事

神奇餐厅
一个华人如何用
$8.5 亿进军餐饮

CONTENT

Vol. 7 Issue 19 July 2023

20 NEW DISH 新餐饮
独自一人深夜熬汤

22 NEW DRKIN 老味道
裹食，是古老文明的一道罗纱

40 DATA 餐饮秘笈
餐馆新开业如何让附近的人都知道？

46 喷饭
怎么回事?蒙娜丽莎、梵高与唐朝女子同桌吃饭

餐飲家
The Restaurateur

2022 年 1 月创刊 2023 年 7 月20 日出版

Vol. 7 Issue 19

出版发行
《餐饮家》杂志社
8 The Green, Ste A, Dover,
DE 19901

Email: info@littlelaba.com

Tel: (646) 258-8137

President
Leo Li

Publisher
Leo Li

Executive Publisher
Jiangming Tou

Operations Director
Ivan Liu

EDITORIAL DEPARTMENT

Editor-in-Chief
Jiangming Tou

Editor
Ivan Liu / Shuhang Li

Art Director
An Yang

Coordinator
Shuhang Li

ADVERTISING DEPARTMENT

Advertising Manager
Fiona Cheung

CONTRIBUTORS

Sibyl Jing / Xiaoan Tou

Instagram
canyinjia

Facebook
canyinjia

微信公号
Littlelaba 餐饮家

www.canyinjia.us

The Restaurateur is published monthly by Littlelaba Media LLC
Printed in the United States

Contact: **Leo Lin** Phone: **(315) 313-3931** Email: **amishagriculture@gmail.com**

餐饮要闻

Chinese Restaurant News

July 2023

亚裔横扫餐饮奥斯卡 P.10

韩裔主厨朴正贤（Junghyun Park）获得詹姆斯·比尔德奖纽约州最佳厨师。这样的场景在当晚颁奖礼现场频频出现，亚裔餐饮人仿佛占领了詹姆斯·比尔德奖的领奖台。(Photo by Jeff Schear/Getty Images for The James Beard Foundation)

华人餐企走到全美餐饮展C位 P.12

两名中餐老板遭枪杀 P.16

牛肉荒危机将临 P.14

纽约市立法为外卖郎加薪 遭外卖平台拦截法官叫停 P.15

亚裔横扫餐饮奥斯卡

6 月 5 日，美国餐饮业的最高荣誉之一，有着“餐饮奥斯卡”之称的詹姆斯比尔德奖（James Beard Award）颁奖礼在芝加哥歌剧院隆重举行。当晚现场，亚裔的表现尤为突出，横扫大半奖项，频频上台领奖，把颁奖礼现场变成了亚裔餐饮人的秀场。总共 26 项大奖中，有 14 个奖项被亚裔餐饮人夺得，亚裔厨师和餐厅的得奖率超过了总奖项的一半。

华裔餐饮企业家 Ellen Yin 获得詹姆斯 · 比尔德奖杰出餐饮家奖（Photo by Jeff Schear/Getty Images for The James Beard Foundation）

《餐饮家》今年 3 月份整理报道了詹姆斯比尔德奖的提名名单，当时共有近 140 名厨师和餐厅获得提名，其中有 25 名亚裔厨师，包括 2 名华裔以及 4 家亚裔餐厅。几乎每一个奖项中，都有亚裔餐饮人的身影。但没有想到的是，这 25 名亚裔厨师及餐厅在最后的角逐中，有一大半都打败了竞争对手，脱颖而出，夺得最终大奖。

美国主流媒体惊呼，越来越多的亚裔餐饮人在美国获得认可，亚餐正在成为美国餐饮的主流！正如杨紫琼等亚裔电影人赢得美国电影奥斯卡奖影后，与越来越多的亚裔受到美国主流奖项肯定相呼应，亚餐也赢得了以往从来没有过的重视和地位。今年，可以说是美国的亚餐元年！

在 14 名亚裔厨师和亚洲餐厅中，有一名华裔餐饮家和一家中餐分别获得了杰出餐饮业主（Outstanding Restaurateur）奖和美国经典餐厅奖（America‘s Classics），分别是来自宾州的 Ellen Yin 和来自蒙塔娜州的北京楼（Pekin Noodle Parlor）。

Ellen Yin 在当晚成为首位获得该殊荣的亚裔餐饮家。她是 High Street Hospitality Group (HSHG) 的创始人和联合拥有者，Ellen Yin 掌管着四家餐厅。他们分别是费城的 Fork，High Street on Market，a.kitchen + bar in Philadelphia，以及纽约曼哈顿的 High Street on Hudson。

在宣布 Ellen Yin 获得杰出餐饮家奖项后，当晚的主持人是这样评论的：“虽然每位提名者都有充分的理由获奖，但我想说，Ellen Yin 实至名归，费城无疑拥有这个国家中最让人兴奋的一些餐厅，而 Ellen 是为费城餐饮开路的那一批人。”

另一位女性主持人称，“以一位女性的身份拿下杰出餐饮家奖对餐饮业来说意义巨大，这将改变人们对餐饮业的看法。”

Ellen Yin 与其团队近 10 名人员一起登上了领奖台，在这短短的登台过程中，无数同行向她表示了祝贺。“谢谢基金会，谢谢所有的杰出餐饮家提名者一起为这个行业所做的积极贡献。”

Ellen 激动地说道，“在我很年轻的时候，我便开始对这个行业着迷，之后，我花了 25 年慢慢发现，餐厅才是我灵魂的最终归属。我的第一家餐厅让我意识到我要在这条路上一直走下去。”在聊到对费城的情感时，Ellen 几度哽咽。“我想对费城说，谢谢费城，是你让我拥有了今天的成就，这个城市的包容性，多元性，强化了这个城市的餐饮纽带，让全球顶尖，一流的餐厅汇集于此，我的公司之所以越来越强大，也正是因为有一帮优秀的费城人在背后默默付出。”

她随后转向台上的队友说道，“我想对我身后这一帮优秀的队友，以及那些在家中看着直播的队友说，我爱你们，谢谢你们，谢谢你们让我找到了我的毕生归属，谢谢你让我们的团队不断壮大，让大家都找到了自己的归属。”“我要感谢的人太多了，我还想感谢费城那些其他的女企业家，是你们让我受到启发，让我知道女性的力量也很强大。”

在 Ellen 超过 25 年的餐饮管理经历中，她管理的餐厅频频被顶级媒体评为最佳餐厅。仅 Fork 就被四次提名 James Beard 最佳餐厅；High Street on Market 在 2014 年被 The Inquirer 杂志列为“2014 年餐饮之星”，同时被 Bon Appetit 列为全美最佳餐厅的第二名；High Street on Hudson 在《纽约时报》的 Pete Wells 上获得二星的评价，也被《纽约邮报》给予“年度最佳餐厅”的称号；a.kitchen 两次获得最佳美酒餐厅。

实际上，Ellen 在 2018 年、2019 年和 2022 已经三次获得 James Beard 杰出餐饮家提名。不仅如此，她在 2020 年还被《费城商业日报》评为“杰出女性”。而《美食共和国》杂志则将她称为“费城最成功最有远见的餐饮家”。

杰出厨师奖由来自华盛顿特区的 Rob Rubba 获得，最佳新餐厅由来自俄勒冈州的 Kann 获得。

当晚的晚宴吸引了全国各地的大厨前来参加。从 2015 年起，詹姆斯 · 比尔德晚会便选在芝加哥举行，并将持续到 2027 年。

2023 年詹姆斯比尔德奖获奖名单

杰出厨师
Rob Rubba
Oyster Oyster, Washington, D.C.

杰出餐厅
Friday Saturday Sunday,
Philadelphia, PA

最佳新餐馆
Kann, Portland, OR

杰出餐饮家
Ellen Yin（华裔）
High Street Hospitality Group (Fork, a.kitchen + bar, High Street, and others), Philadelphia, PA

新星厨师
Damarr Brown
Virtue, Chicago, IL

杰出烘培店
Yoli Tortilleria,
Kansas City, MO

杰出糕点师、烘培师
Margarita Manzke（菲律宾裔）
République, Los Angeles, CA

杰出服务奖
The Quarry, Monson, ME

杰出酒水奖
OTOTO（日餐）
Los Angeles, CA

杰出酒吧奖
Bar Leather Apron（韩餐）,
Honolulu, HI

最佳厨师奖

加州最佳厨师
Justin Pichetrungsi（泰裔）
Anajak Thai, Sherman Oaks, CA

五大湖地区最佳厨师
Tim Flores and Genie Kwon（菲律宾裔）
Kasama, Chicago, IL

中大西洋地区最佳厨师
Chutatip “Nok” Suntaranon（泰裔）
Kalaya, Philadelphia, PA

中西部地区最佳厨师
Itaru Nagano（日裔）
Andrew Kroeger
Fairchild, Madison, WI

山区最佳厨师
Kris Komori（日裔）
KIN, Boise, ID

纽约州最佳厨师
Junghyun Park（韩裔）
Atomix, New York, NY

东北部地区最佳厨师
Sherry Pocknett
Sly Fox Den Too, Charlestown, RI

太平洋西北地区最佳厨师
Vince Nguyen（越裔）
Berlu, Portland, OR

东南部地区最佳厨师
Terry Koval
The Deer and the Dove, Decatur, GA

南部地区最佳厨师
Natalia Vallejo
Cocina al Fondo, San Juan, PR

西南部地区最佳厨师
Andrew Black
Grey Sweater, Oklahoma City, OK

德州最佳厨师
Benchawan Jabthong Painter（泰裔）
Street to Kitchen, Houston, TX

美国经典餐厅奖
Joe’s Bakery & Coffee Shop
Austin, Texas
La Casita Blanca,
San Juan, Puerto Rico
Manago Hotel,
Captain Cook, Hawai‘i
Nezinscot Farm,
Turner, Maine
Pekin Noodle Parlor, Butte, Montana（中餐）
Wagner’s Village Inn, Oldenburg, Indiana

年度领导力奖
Jim Embry(Sustainable Communities Network, Slow Food USA, and Ujamaa Cooperative Farming Alliance)
Valerie Horn(CANE Kitchen, Cowan Community Center, and City of Whitesburg Farmers Market)
Savonala “Savi” Horne(Land Loss Prevention ProjectIra Wallace, Southern Exposure Seed Exchange)
Rowen White(Sierra Seeds) Emerging Leadership: The Burgerville Workers Union

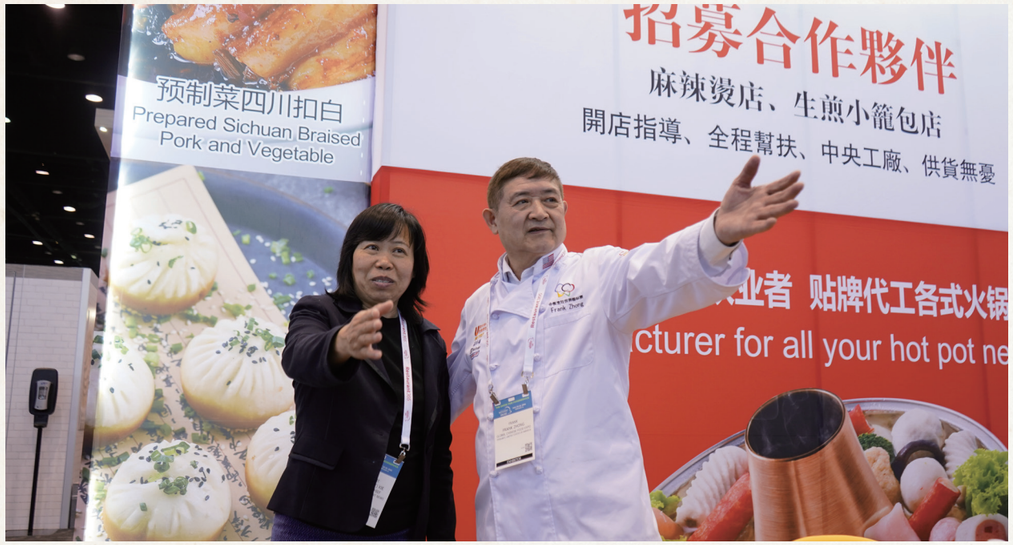
年度人道主义奖
Olivia Watkins & Karen
Washington

年度终身成就奖
Madhur Jaffrey CBE（印度裔）

全美餐饮展 NRA SHOW 速写：

华人餐企走上 C 位

文 / 图 Ivan Liu



5 月是芝加哥的旺季，尤其是每年 5 月下旬，全球餐饮酒店行业历史最悠久，规模最大的展会——全美餐饮展（NRA Show）召开的那几天，中国城附近的酒店价格都会暴涨。2023 年 5 月 20 日早上 7 点，麦考密克会展中心就已经人声鼎沸。2000 多家展商忙碌地做着开馆前最后的准备，供客人尝鲜的小笼包、麻辣烫、奶酪、现磨咖啡、鱼生、蛋糕、三明治、布丁、意大利面、和牛、巧克力肉松饼等等样本琳琅满目粉墨登场，空气里都是香甜的气息。

和往年的 NRA 展会一样，2023 的展会也是分为三个展区，各区展商类型有所重叠，但整体来说各有侧重——北馆主要聚集了各餐饮科技公司的产品，包括餐厅的 POS 系统、后厨管理软件、新技术厨具、在线供应平台、智能外卖设备等等；南馆则有着最多的初创公司和原材料供应商。在南、北两馆以东，以一道廊桥相连的湖滨馆西侧就是美食厅，汇集了大量美食公司、连锁餐厅品牌和饮料、酒水商家。这里是试吃产品最多的区域，也可以说是“吃货的天堂”。

在毗邻伊利诺伊湖的湖滨馆内，由美国中餐联盟、美中餐饮协会和《餐饮家》杂志联合主办的第五届全球中餐博览会也在 5 月 20 日这天盛大开幕。

展会首日，中餐展区即迎来了“开门红”，成千上万观众被来自伊利诺伊州、纽约、华盛顿特区、新泽西、科罗拉多等地的华人餐饮上下游品牌所吸引，品味美国各地华人带来的传统风味和现代智慧。适逢“中餐出海”的商业风口，来自四川自贡的绿茶、香辣酱也为博览会增添了四溢的香气和鲜美的滋味。

5 月 20 日下午两点，由 MenuSifu 首席赞助的首届餐饮家金像奖在中餐展区胜利召开，经过激烈的角逐，来自大华府、纽约、加州、密歇根、新泽西及伊利诺伊州本地的多名大厨和企业家获得了最终的胜出。获奖者们开心的聚在一起，一边品尝美食，一边交流心得。他们讨论最多的话题是如何适应时代的巨变，看清未来中餐行业发展的方向。

美中餐饮协会会长郑时坦正在打造一个用智能设备“武装到牙齿”的连锁餐厅模式，他早就试过不同款的餐厅机器人，买了一大堆智能炒锅，现在又被计算机系统控制的厨余处理机器和哥大教授新研发的免药剂洗碗机所吸引。他觉得，更节能、健康、环保的餐厅问题解决方案一定是大势所趋，不仅是省钱的问题，也是应对严格的法规标准，树立企业负责任形象的必备条件。

在美国生活多年的传记作者小米已经多次来“打卡”芝加哥的 NRA 展会，她也是一路见证了华人企业的品牌和中餐上下游的产品在这里从边缘走向“C 位”。

从最受欢迎的美食厅入口走到这个厅的最深处需要大约十分钟，但所有的人一进大门就可以看到中餐展区占据着“首当其冲”的位置，据中餐博览会组委会统计，在这里试吃了各类食品的客人有将近一万人。由于位置太好，正对大门的两个位置在 2023 年展会还没结束的时候就又已经被展商抢着预订了。

由传奇大厨张鹏亮发明配方，并与阿米什部落的居民合作生产的香菇酱在现场几乎是被疯抢一空，让小米印象深刻的，不仅是它香而不腻的中式风味，还有从阿米什的传统中融入进来的对原生态的敬畏——没有农药、化肥的污染，人工栽培，手工呵护，所有的用心最后都会呈现在产品的品质上。

还有大量涌现的环保餐具、餐盒企业——在整个湖滨馆里，来自于中国的环保餐盒品牌几乎占据了这个行业展商的半壁江山，主打的就是原色、无害、可降解。轻工制造业原本就是中国的传统强项，可以预料的是，中国优质产品的强势抢滩，会占掉快速新增的外卖餐具市场很大的份额。

还有科技企业，更是少不了华人的身影。华人餐厅 POS 系统龙头企业 MenuSifu 的展台前始终围着许多人，除了全新升级的手持点餐 POS 机之外，他们的在线点餐系统和小额金融产品线也吸引了不少餐馆老板现场体验，甚至现场下单。

NRA 总裁兼首席执行官米歇尔 · 科斯莫（Michelle Korsmo）在 5 月 21 日的主题演讲会上更是公开断言，这个世界和这个行业正在飞速变化，“未来属于那些现在就能随机应变的人”。她说，以 7 年为期，到 2030 年，大多数餐厅将是融合类型餐厅，而技术成本会成为餐厅盈利或者亏损的关键项目。她预测，会有更多人的劳动力被新技术取代，“这样的未来并不适用于舒适区的人。”她说。

整体上看，疫情之后的餐饮业在过去的一年里有了进一步的复苏。NRA 宣布，今年有 74% 的餐饮企业报告说他们的销售额比一年前有所增长。但危机仍然四伏——66% 的企业表示在劳动力方面遭遇困扰，50% 的企业表示竞争比以往还更加激烈了，同时供应链的不稳定也依然是一个问题。

科斯莫认为，以数字化为重点的创新至关重要，最后的胜利者一定是那些获得“数字化存在”的企业，顾客可以在线完成所有实体店可以做到的事情，员工也在新的数字化生存和工作模式中获得劳动力的解放——这也是未来争夺人才的关键。

从 5 月 20 日，到 5 月 23 日，麦考密克会展中心一直是人山人海，与行业人士判断高度一致的是，新技术类的创新品牌和产品比之前大量增加，老牌企业也在纷纷开辟新赛道，进行数字化升级。机器人店员、机器人炒锅、机器人送餐车等等产品争奇斗艳，比 2022 年几乎多了一倍，几乎所有的设备都在打“节能降耗”“节水环保”“健康”和“原生态”一类的牌，一边宣布在省钱上取得突破，一边努力塑造负责任的企业文化形象。

2023 年的 NRA 展会向行业未来的发展方向释放了清晰且积极的信号，NRA 总裁科斯莫难掩激动地说：“七年的时间会很快就到，但我们会做好准备。现在，让我们一起迈出那一步，走向未来。”

涨价 15%，牛肉荒危险将临

随着鸡蛋价格跳水，牛肉价格又出现了上涨势头。

根据美国农业部数据，2023 年 4 月牛肉和小牛肉价格上涨了 1.3%，这是自 2021 年 10 月以来最大的月度涨幅。美国农业部预测，2023 年还将再涨 0.7%。

而全球投资公司 BTIG 则在其发布的报告中进行了更惊人的预计，牛肉价格将上涨 15%。这份报告预计，直到 2025 年，牛肉价格都将一直保持高位。

据分析，导致牛肉价格上涨的主要原因是存栏量。来自美国农业部的数据显示，全美牛存栏量已降至 60 多年以来的最低水平。

2020 年，美国西部地区爆发干旱。牧场主不得不依靠地下水而不是降雨供应牛群，牧草产量大幅下降，近

93% 的肉牛处于牧草贫瘠的地区。

为此，牧场主不得不购买苜蓿弥补牧草之缺，但又不得面对苜蓿创纪录的高价格。根据新墨西哥州的一份苜蓿品种测试报告，从 2021 年到 2022 年，每吨苜蓿的成本增加了 14%。

2022 年，柴油和化肥的价格翻了一番，有的地区甚至翻了两倍。这些成本给养牛业的饲养和运输带来了更多的压力。

物价高涨与干旱天气合在一起，成了打击养牛业的可怕风暴。这种情况导致在 2022 年，清空或减少牛群成为更具成本效益的选择，从而最终令 2023 年出现了供应短缺，推动牛肉价格高涨。

然而，高企的牛肉价格也并未令牛肉生产商获得丰厚利润。南卡罗来纳州牛肉养殖者协会表示，鉴于生产牛肉的成本达到了创纪录的高点，牧场主并未看到更好的回报。

许多养牛者开始在当地销售他们的牛肉，在减少运输成本的情况下，前来采购的饭店和个人既能节省开支，又可以获得新鲜的牛肉。

专家预测，在 2023 年，鸡肉将成为可能的替代选择。此前由于通货膨胀和禽流感导致的鸡肉价格上涨已经好转，养鸡业已经恢复，预计家禽价格将在未来一年下降 9%。

BTIG 报告预测，除了鸡肉价格将会下降以外，其他肉类价格预计将会增加。牛肉价格上涨 15%，鱼类价格上涨 4.2%。

纽约市为外卖郎涨薪遭三大外卖平台拦截 法官叫停 月底开辩

纽约市市长埃里克 · 亚当斯 (Eric Adams) 宣布，纽约市于 7 月 12 日把送货工人的最低工资提高为 17.96 美元，包括餐馆外卖员和第三方平台的外卖员。到 2025 年 4 月 1 日，外卖员的最低时薪将上涨至 19.96 美元。

这是外卖员首次获得最低工资的保障。

根据政府的官方新闻稿，7 月 12 日后，纽约的外卖员将至少赚取每小时 17.96 美元，外加小费，到 2025 年，至少每小时 19.96 美元，外加小费。

新的工资规则将为一些送货应用程序留下了很大的自由度，这些平台可以根据行程、工作时间或其他公式计算工资。

去年，纽约市消费者和劳工保护部 (Department of Consumer and Worker Protection, DCWP) 曾推出将该群体最低工资定为 23.82 美元提案，这一提案遭到了行业内的强烈反对。纽约市政府在几轮商议后将这一数字最终定为了 19.96 美元。

与外卖员现在的收入相比，新的最低工资标准使得外卖员薪水有了更大的保障。在这一法案正式实施前，许多外卖员的的收入低于纽约市每小时 15 美元的最低工资标准。

亚当斯说：“他们在下雪的时候给你送披萨，在下雨的时候给你送你喜欢的泰国菜。”“这个新的最低工资标准将保证这些工人和他们的家庭能够谋生。如果他们连自己的温饱都无法满足，他们如何满足你们的温饱。”

新的法案还要求最低时薪在未来针对通货膨胀进行调整。据市政府估计，2025 年的目标工资将使送货工人每小时增加近 13 美元的收入。

消费者和工人保护部门专员比尔达·贝拉·马尤加（Vilda Vera Mayuga）在一份声明中说道：“今天是纽约市送货员的历史性胜利。当全面生效时，工人的收入将是现在的三倍。”

尽管新的最低工资已经低于该市去年的第一次提议，法案仍然遭到了业内人士的反对。

DoorDash 发言人认为，每分钟 50 美分的支付规则是“非常极端的”。DoorDash 还声称公司或将采取诉讼的方式，以此来表示对该法案的不满。

Grubhub 则表示：“我们对 DCWP 的最终规定感到失望，这将对纽约市的送货员造成严重的不利后果。不幸的是，纽约市选择不与该行业合作，寻求一种有利于零工经济各个方面的解决方案。”

亚当斯说，DCWP 将监督应用程序和其他企业是否遵守新要求。他补充说，“纽约市新的最低工资法正在为整个美国定下基调。”

新法即将执行之际，三大外卖平台公司：DoorDash、Grubhub 还有 UberEats 均向法院提起了诉讼。7 月 7 日，法官尼古拉斯 · 莫恩 (Nicholas Moyne) 宣布将于 7 月 31 日对此案进行口头辩论，并阻止该法律在听证会日期之前生效。这意味着原定于 7 月 12 日生效的法案将在月底再次由双方代表进行辩论。

美国两名中餐老板先后遭枪杀 疑因被解雇员工报复抢劫行凶

半个月内，美国两名中餐馆老板连续遭到枪杀，不幸身亡。这两起案件分别发生在5月30日的密苏里州圣路易斯（St. Louis，MO）和6月14日的弗吉尼亚州恩波里亚（Emporia,VA）。凶手动机均怀疑为被解雇员工报复行凶。

“圣路易斯厨房”老板遇害

据KMOV报道，5月30日晚上，密苏里州圣路易斯市（St.Louis）西部的一家中餐馆发生致命枪击案，现年38岁的餐厅老板潘明华（Faming“Randy”Pan）腹部中弹，当场被宣布死亡。

同时，该中餐馆的厨师腿部中枪，幸无危及生命。
枪击事件发生在晚9点45分左右，地点是位于北金士威大道（North Kingshighway Boulevard）800号街区的“圣路易斯厨房”（St. Louis Kitchen）中餐馆。

“圣路易斯厨房”是一间家庭式的中餐馆，潘明华是该餐厅的老板，来自中国福州。他在10来岁时就随父母来到美国，父母也在同一家店工作。他们一起经营这家餐馆已有10年之久，深受当地社区的喜爱。

另一名受害者现年56岁，他的腿部被枪击中。警方在发现他后立刻将其送往了医院，目前情况稳定。餐厅的员工告诉记者，受伤男子在事发餐馆当厨师。

受害者家属表示，这是发生在餐厅外抢劫案。而据《世界日报》报道，有熟悉死者的亲友透露，劫匪疑似之前在这间中餐厅工作的员工，前阵子被潘明华开除，没多久这名前员工闯回餐馆打劫。潘试图反击却不幸被对方持枪开火不幸身亡。

但警方尚未证实此说法，仅表示目前案件仍在调查中，希望民众能够踊跃提供线索。据警方称，由于目击证人存在语言障碍，他们很难确定枪击事件的起因。不过，根据警方记录显示，该餐馆曾多次致电警方，包括3月份的一次入室盗窃电话。

案发后，以黑人为主的当地社区自发来到餐馆的停车场，悼念潘明华。餐馆的多名前员工都前来参加，在采访中，他们每个人都赞美潘老板善良，他的被杀是这个社区的重大损失。与此同时，也对社区发生这样的悲剧感到失望和痛苦。

餐馆前员工约翰·沃克（John Walker）对潘老板赞不绝口，很痛心（潘明华）妻子不得不告诉孩子们父亲的死讯。
约翰·沃克是St. Louis Kitchen）中餐馆的前员工，他对前老板的去世悲痛不已“这个悲剧将一直在我脑海中挥之不去。Randy是个好人，帮助过很多人。他愿意请任何人为他工作。我2021年离职后还和他保持联系，母亲节那天我们还聊过天。我们都会非常想念他。”

现任餐厅经理助理查梅拉·泰特（Charmella Tate）同样表示潘老板是一个既善良又无私的人。泰特补充说道说：“他会给流浪者和穷人送食物。哎，凶手如果只是为了抢钱的话根本没有必要打死他，他们要钱的话他一定会给的。”

圣路易亚裔商会（St. Louis Asian-American Chamber of Commerce）主席奥马尔·马利克（Omar Malik）表示：“这个家庭只是为了圆了自己的美国梦。我不认识遇害人，无论枪击案的原因是什么，这都属于对亚裔的暴力事件，令人感到不安。”

餐厅的员工正在努力为这个家庭发起募捐。

截止目前，案件仍在继续调查中，任何有信息的人都可致电314-444-5371联系凶杀案部门，或致电866-371-8477联系打击犯罪热线。5月31日晚上，警察和探员开始在该地区巡查，附近商家都将他们的监控视频交给了警方。

“中国花园”老板遇害

6月14日，弗吉尼亚州恩波里亚一家中餐馆再次发生同样恶劣的枪击案。67岁的餐馆老板杨德兴（Te-Hsing“Sam”Yang, 音译）被击中，当场死亡。他的儿子杨伟杰（Wei-Chieh “Jamie”Yang）也身中多枪，伤势严重。

据WTVR报道，恩波里亚警察局局长里奇·平克索（Ricky Pinksaw）告诉媒体，当天晚上8:30左右，调度员接到报警电话，称W. Atlantic Street上一家名为China Garden的中餐厅发生枪击事件。

警察到达时发现该店老板杨德兴已经当场死亡，他的儿子杨伟杰也身中多枪，伤势严重，被紧急送往里士满的VCU医疗中心。

杨德兴于1955年7月26日出生于台湾，为追求美国梦移居美国。他在恩波里亚拥有并经营China Garden25年。社区表示，杨“用温暖的微笑和美味的食物在许多人的生活中留下美好的印记”。去年，杨在技术上退休，餐馆交由儿子杨伟杰打理，而杨德兴仍然继续坚持在餐馆里辛勤地工作。

据悉，凶嫌系该餐馆前雇员，因不满被解雇，持枪冲进餐馆，抢劫并射杀了老板，还射伤了老板的儿子。大约12个小时后，警方在一辆移动房屋（临时住宅）中逮捕了凶嫌，43岁的肖恩·莱斯（Shawn Rice）。警方称：“当警察到达嫌疑人住处时，经历了短暂的对峙，不久之后他就被顺利逮捕。”

警方指控莱斯犯有一级谋杀罪、非法使用枪支、蓄意伤害、抢劫、抢劫未遂和重罪犯使用枪支等多项罪名。

警方表示：“莱斯持枪进入餐厅，试图从他们那里抢钱，并开了枪。之后，他步行逃离现场。”

虽然警方认为抢劫是动机，但局长平克索表示莱斯曾在餐厅工作过。他说：“他是这家店的前员工。据我所知，他大约两三周前被解雇。”

杨德兴的儿子Andy Yang在募捐公告里讲述说：“我父亲知道那位前雇员（肖恩·莱斯）过去犯过的错，但他还是决定让他在自己的餐厅打工，老老实实赚钱。尽管这个人在工作场所做过种种不当行为，我的父亲还是会经常为他说话，仍然相信给他机会，尽量看他的优点。”

谁知道莱斯不知感恩，反而继续任意妄为。因为被发现从收银机里偷钱，杨伟杰“别无选择，只能解雇了他”。没想到莱斯的回应是在6月14日晚上带着一把枪回来了。Andy Yang说：”他用这把枪恐吓、抢劫并夺走了我父亲的生命，同时也几乎对我兄弟做了同样的事。“

“恩波里亚警察局所有成员在这个艰难的时刻向受害者一家表示慰问，”警察在公告中写道。

China Garden的老顾客沙龙·内格尔（Sharon Neigel）说，得知这一悲剧后，她感到“非常震惊”。她回忆道：“上一次我来这里时，老板告诉我他想退休并卖了这家餐馆。谁曾想到现在他去世了。这太可怕了，真的太可怕了。”

另一位老顾客杰基·狄更斯（Jackie Dickens）表示，她经常开车30分钟来这家餐厅吃饭。“我儿子多年前介绍我来这里的，很早就认识他们了。这真的是一个悲伤的日子。”

酸甜苦辣

分享你的酸甜苦辣

《酸甜苦辣》栏目是《餐饮家》为广大中餐人开辟的一方自由表达，吐露心声的园地。

欢迎您来信向我们讲述自己在餐饮人生中所经历的各种酸甜苦辣 ..... 我们愿意做一个倾听者和传播者，因为这里是咱们餐饮人的精神家园。

三种方法找到我们

电邮：editorial@littlelaba.com

餐饮家小助手微信
餐饮家微信号后台留言

微信公号
Littlelaba 餐饮家

Yang(Emporia,VA)

我的父亲

我叫杨安迪（Andy Yang），我的父亲叫杨德兴（Te-Hsing Yang）。很多人叫他“山姆（Sam）”或者“山姆大叔”，而我和我的兄弟叫他“爸爸””。2023 年 6 月 14 日，星期三的晚上，在弗吉尼亚州恩波里亚（Emporia,VA），我的父亲在自己的餐厅 China Garden 遭遇武装抢劫，被夺走了生命。他才 67 岁就过早地离开了人间。如果这起邪恶的事件没有发生，7 月 26 日刚好是他 68 岁的生日。

我的父亲心地善良，慷慨大方，是我们全家和整个社区都非常爱戴和看重的成员。这个社区的人们都知道他。他是一个非常勤奋的人，到了周末他都还是一直工作。为了家人，除了个别假期，他几乎全年无休，没有时间享受生活。父亲先是在弗吉尼亚州富兰克林开了 China Express 餐厅，经营了 25 年后，他来恩波里亚开了 China Garden。即使在去年技术上退休后，他仍然继续工作，不知道休息。

从我的父亲过去是如何对待那位杀害他的前雇员，就能看得出他有多么宽厚慷慨。我的父亲知道这位前雇员过去犯的错，但是他还是选择让他在自己的餐厅打工，期待他能老老实实赚钱。即使他在工作场所做了种种不当行为，我的父亲还是常常帮他说话。我和我的兄弟杨伟杰（Wei-Chieh “Jamie” Yang） 都怀疑是不是应该让他继续跟我们的父亲一起工作。可是，父亲总是看到他的优点，仍然相信他，愿意给他机会。

然而，在发生了各种事件后，Jamie 最终别无选择，还是解雇这个从收银机偷钱的前雇员。而作为回应，这位前雇员在 6 月 14 日晚上带着一把枪回来了。他用枪恐吓、抢劫并夺走了我父亲的生命，同时也几乎对我兄弟做了同样的事情。Jamie 中了五枪，但侥幸逃离了生命危险。可是，我们的父亲的生命却从此无法挽回。

Mark, NY

我不是成龙

大家好。我叫 Mark，之前在曼哈顿上城开过三年外卖店，一个很小的店面，后来疫情期间就不做了。现在我开网约车，晚上在一家日料店当寿司师傅。真没想到在日料店看到了中文的《餐饮家》。我们这家日料店是福建人开的，听老板说这杂志是你们寄过来的，你们咋知道他是华人呢?

我开网约车有一段时间了，怎么说呢?各有各的辛酸和不易。在纽约创业，赚钱好像很容易，但其实也没那么简单。

我之前那个外卖店是 2016 年开的，在我打工三年存了一点钱之后。我当时图那个地方房租便宜，还在大学附近，想着生意应该不错，结果后来才明白房租便宜是有便宜的道理的。一开始我的厕所是开放给所有客人用的，结果没多久我发现有人在里面吸毒，可把我恶心坏了。

然后就是外卖小哥被抢——中央公园东北角方向有个公寓楼是个大坑，第一次有订餐电话来，让送去那里，结果小哥进楼就被抢了。第二次又打电话，小哥壮着胆子又去一次，就没进电梯，而是从楼梯往上走，结果又看见那几个人守在电梯口，赶紧跑了。

后来有一个流里流气的人进店来，笑嘻嘻地抱着小费罐就跑。我很生气，也有些害怕，就准备了一把寿司刀在收银台旁边，第二次他又来了，直接伸手进来抢收银机。我操起刀就往他手臂上砍了一刀，他转身就跑。然后我报了警，警察来了之后跟我说，其实我防卫过当了，但是他没有告我，人也不见了，就算了吧……

可能我个人的经历比较奇葩，比较戏剧化，有点像以前有部叫《红番区》的老电影，但可惜我不是成龙，就还是算了。我只是想提醒像我一样希望自己创业开店的新手，选址很关键，需要考虑的因素太多了。

NEW DISH 新餐饮

独自一人深夜熬汤

S&Y Mini HotPot 蜀世冒菜
1644 NJ-27, Edison, NJ 08817

文、图 | April Chen

在美国各大华人区，川菜馆林立，然而冒菜馆却十分罕见。去年，一个拥有非凡“吃货天赋”的纽约人，在新泽西的 Edison 开创了一家专注于冒菜的川菜馆。这家餐馆不仅是大纽约地区的首家冒菜馆，更为冒菜在美国大地上开启了新的篇章，使其不再是一个新奇的存在。

沿着 Edison NJ27 街道漫步，缕缕茗香弥散十米开外，一家引人注目的餐馆映入眼帘，鲜红的窗帘上醒目地写着八个大字——“一碗冒菜，梦回成都”。这就是“蜀世冒菜”。

古语有云：“肥狗之和，冒（芼）以山肤”，这说的便是冒菜的起源。所谓“冒”，即将原料放入滚汤里煮熟（或浸热），这种烹饪方式制作出的菜肴，便称为“冒菜”。

作为川渝地区最常见的民间美食之一，冒菜以麻辣风味为基调，以鲜香的汤底搭配辣椒、花椒、豆瓣酱等多种调料，其原料种类不受限制，天下食材皆可冒之。传统的烹制方式是将食材放入高汤中煮熟，然后捞出沥水，淋上独特的酱汁，最后撒上香菜、小米辣、芝麻等点缀。与串串香、火锅相比，冒菜更注重保留食材本身的原汁原味，汤底也可以喝，既解馋又下饭。简而言之，“冒菜是一个人的火锅，火锅则是一群人的冒菜。”

今年 30 岁的江伟树来自福建福州

一碗“蜀世冒菜”端上桌，红红的辣椒油漂浮在汤汁之上，嫩滑的豆腐、Q 弹的虾滑、爽口的毛肚、鲜嫩的雪花牛 …… 夹一块入口，又麻、又辣、又鲜，再喝一口高汤，香浓回味，辣而不燥。虽然菜单上写着“5 样起点”，但满满的一大碗足以让你扶墙而出。

“作为一名成都人，能在 Edison 找到一家正宗的冒菜馆真不容易！”家住泽西城的郑女士称赞道，她和几个朋友经常驾车 40 分钟专程来这里只为“一解乡愁”。

冒菜在美国的发展尚未成熟，而"蜀世冒菜"也面临一些挑战。老板江伟树指出，其中之一便是食材供应的问题。例如，一些在四川常见的香料在美国却很少见，需要寻找替代品；再例如二荆条（一种辣椒），即使能找到其口感也与四川当地不同。此外，对于初次尝试冒菜的食客来说，口味和辣度也需要一个适应的过程。

“在筹备开店时，我们最大困难就是缺乏自信。”江伟树说，“有客人反馈太辣，我们就对辣度作出相应的调整；客人反馈牛骨汤底太浓重，我们又改成猪骨和鸡骨熬制 …… 起初，我一直坚持只做辣底冒菜，但考虑到有些客人不吃辣，后来又增加了番茄味。”

今年 30 岁的江伟树来自福建福州，十六七岁时随家人来到纽约，

在餐馆一做就是十年。十年如一日的后厨生活虽然辛苦，但也坚定了他开设自己餐馆的梦想。江伟树自豪地说，“我从小就爱吃，家乡的餐馆几乎都吃遍了。”他自认在吃方面有着过人的天赋，虽说无法完美地复制每道菜，但至少能做到"八九不离十"。

江伟树回忆说，他有幸在回国探望在成都定居的哥哥和嫂子期间，亲身体验了当地众多独特美食，激发了他对川菜、尤其是冒菜的浓厚兴趣。他兴奋地向川菜馆向厨师们请教，却被告知要成为专业厨师，需要从最基础的杂务做起，至少需要五年的时间。由于无法在国内停留太久，他不得不遗憾地放弃了这个想法。尽管如此，这段经历为他日后开店打下了坚实的基础。

经过一两年的选址考察，江伟树决定在 Edison 开设一家冒菜馆。这里的住房相对便宜，生活环境宜人。此外，附近的罗格斯大学（Rutgers University）聚集了众多中国留学生，吸引了越来越多的华人在此定居并开设商铺。

“总有人问我，冒菜是否正宗，因为我不是四川人。难道只有四川人才能做出地道的川菜吗？”江伟树指出，“蜀世冒菜”最大的优势就是他自己，“所有底料都是我亲手熬制的，从最初的不熟悉——晚上 10 点一直熬到天亮，到现在每周熬制一到两次，每次耗时 5 到 6 个小时。”

谈及制作过程，他充满激情地说：“底料的温度至关重要，必须在合适的时机加入正确的材料。太早放入会导致香味无法充分释放，太晚则会导致温度过高而糊掉。此外，各种香料的比例也有讲究——这些都是我在成都学到的宝贵经验，并通过自己的研究和不断试错摸索出来的。”

"底料就是我们的‘护城河’。你看成都的麻辣火锅，它就这一口锅一个味道，却能经营这么多年。这就是原因。"江伟树的眼神中透露着坚定和自信，仿佛又回到了厨房里那炽热的时刻。

江伟树目前居住在史丹顿岛，每天往返于新泽西和纽约之间。尽管如此，他仍然坚持深夜独自一人在厨房里熬制汤底。他表示，“这是一个痛苦但充满成就感的过程。我的目标是将冒菜做到极致，全身心把这一件事做到最好。”

一家餐馆最重要的就是口碑，而“蜀世冒菜”就曾经遭遇了一场口碑危机。

时间回到 2022 年 7 月中旬，当时距离餐馆开业刚满一个月左右，一位顾客在社交平台上曝光了“蜀世冒菜”外卖订单遗漏了毛肚的情况，并晒出双方后续的沟通截图，该顾客指责店员态度恶劣，道歉毫无诚意，事件随即引发网友对餐馆的谴责和抵制。

江伟树回忆道，“在最繁忙的时候，从傍晚 5 点一直到晚上 8 点，店里等位的人络绎不绝。但在接下来的两三个星期里，生意明显减少了很多。”

在那段最黑暗的时期，江伟树倍感欣慰的是，除了收到辱骂的私信，他也收到了许多网友的鼓励，称赞他们的冒菜口味好，希望他们坚持下去。

江伟树坦言：“当时我们确实缺乏经验。这件事之后，我们进行了深刻的反思，并加强了员工培训，努力为顾客提供更好的用餐体验。”

在谈及未来计划时，江伟树希望这家初出茅庐的冒菜馆能够稳定发展，并争取明年在泽西城开设分店。他说：“我们上一代人的眼界有限，总是守着一家店。对我来说，经营餐馆就像抚养小孩一样，等他逐渐成长时，就应该学会放手，多去看看外面的世界，不局限于自己的小小领域。”

申明：本文不含商业推广　欢迎各位餐饮家向我们推荐新店新菜式新饮品。联系：关注《LittleLaba 餐饮家》微信公众号，添加餐饮家小助手。

The Tradition 老味道

裹食，是古老文明的一道罗纱

文 | 周瑷玛

来了美国之后才知道，很多在中国时习以为常的东西，在这里是一种猎奇的新鲜。比如端午。

划龙舟更像是一场多元文化月里的运动，而粽子真的只有到了端午到来的时候才会被想起。每当这个时候，华人的微信群里就充满了各种着急的问候："请问粽子到底去哪里买？"

有些人会在微信里接私单，大抵都是一些急切着想要一口家乡味道的赤子。然而一旦到了海外，这个家乡的概念一下子扩展得非常宽泛，以至于每个人都七嘴八舌地诉说获取一种味道的不容易。毕竟海外的游子在一个小小的区域里也可能产生出天南地北的户籍来，有时候一个屋檐下都可能有两张被不一样风味养大的嘴，众口难调真的在华人的小世界里一览无余。

抛开华人群体，美国社会里粽子概念被迅速普及，仰仗的是墨西哥粽子 Tamales。街头星罗棋布的大小墨西哥餐馆都会做这道菜。即便菜单上没写，只要你点，英文都说不滑溜的厨师都能给你变出来。而 Costco 里常年都有成包的 Tamales 当主食卖。

Tamales 也确实是主食。用的是磨碎的玉米面，填进鸡肉或者猪肉，有时候会拌上一些青椒和红萝卜，再用玉米壳裹好蒸熟。它是非常典型的中南美洲食物，从墨西哥一路延伸到伯利兹、萨尔瓦乃至哥斯达黎加的北部。但它的形状，是扁长形，和云南的竹筒粽在异端上倒是相映成趣。

墨西哥倒是有一个叫做 Corunda 的地方小吃，形状是三角了，也不用玉米壳包裹，而是用玉米叶子，玉米叶子的狭长形状本来就很接近粽子叶的形状。某种程度上 Corunda 更像是中华民族孤悬海外的远亲，唯一的区别大概在于这玩意是扁平的三角，和我们圆润的三角锥达成了次元壁上的平行。

别以为墨西哥菜已经成为北美餐桌上的日常，但其实这类包裹蒸煮的食物在拉美的传统里也是节令的食物。从阿兹台克到玛雅，祭祀的供奉里总有这道玉米扎成的食物，而近代逐渐西班牙化的中南美洲也将这道食物不着痕迹地融入到圣诞餐中。这就好像中华文明里的裹蒸粽一样，从上古先民祭祀上苍演化到龙舟过端午的民俗。

把食物裹在叶子里煮熟的还有古巴比伦到埃及一带的中东，只不过这一次叶子因地制宜地变成了葡萄叶，摇身一变成了前菜 Dolma。Dolma 包裹的食物也是五花八门，但不外乎大米、牛肉或羊肉，以及香料。和中国的肉粽需要包入大块红烧肉不太一样的是，中东的 Dolma 用的是剁碎了的牛羊肉，包出来也不过两个指节大小的椭圆形，很适合用来开胃。

同样适合用来开胃消食的包裹食物还有古老印度的街头小食 Paan。不过 Paan 在现代社会可谓褒贬不一，毕竟印度的甜食向来只有甜和更甜两种口感尺度，即便印度本国人都觉得齁，但还是固执地根据老祖宗的古法吞入更多的糖分。但 Paan 最让人诟病的，是包裹的叶子其实是槟榔叶，而槟榔致癌在二十一世纪已经是个公开的秘密。

不过作为一个米食的文明，古老的印度和古老的中国一样都有着裹食的智慧。最常见的一道叫 Idli。至少在 15 世纪以前，Idli 是大米裹进洋紫荆的叶子再进行蒸煮，不过后来芭蕉叶逐渐替代了洋紫荆。Idli 更像中式的碱粽，没有任何配料，蒸出来就是一团白糯的米糕，再搭配咖喱一起食用。

把配料都包进去的则叫做 Paturi。这类 Paturi 荤食版本一般会包虾或者鸡肉，包裹的方法有点像湖州粽子，只不过省去了打结绑绳的最后步骤。Paturi 对叶子要求比较严格，要么是冬瓜叶要么是芭蕉叶，虽然成品带着独特的南亚风味，但因为叶子并不容易运输，所以这些食物也一直只是在本土更被津津乐道，遗憾地失去了和咖喱一起成为印度国粹的机会。

这就像粽子一样。裹蒸粽在广东的文化里占据了相当重要的节庆地位，但当台山人跟随着淘金的步伐往北美迁移的时候，改造了杂碎却留下了粽子的乡愁。所以即便是现在华人密度大概全美最高的旧金山湾区，粽子也并不好找。

硅谷腹地的山景城 El Camino 路上本来有一家"应妈妈粽子"的粽子专门店，每周只开三天，也只有寥寥几种口味——蛋黄、豆沙和传统湖州粽。疫情之后，这家店甚至再也没有开过门。倒是现在如火如荼专门针对海外华人开发的生鲜外卖 App 可以全年无休买到粽子了，口味也极为多元化——从上海到嘉兴，从台南到肇庆，好像都能顺着关键字找到。

墨西哥"粽子"Tamales

印度"粽子"Paturi

中东"粽子"Dolma

Quora 上曾经有人讨论过墨西哥粽子，但本来就为数不多的答题者翻来覆去也都找不到和 Tamales 相似的食物，中国的粽子更是无人提及。很少人意识到，裹食，其实是古老文明里的普遍做法，仿佛是服饰里的罗纱，不再只是满足基础的需求，而是提升了审美。那一抹叶子，裹住了松散的米食，紧致了口感，不管是粽子叶、姜黄叶还是芭蕉叶，层层叠叠的不只是植物的清香，还有我们的祖先向自然探索的智慧。

疫情后的经济复苏平稳运营，在新区域立稳脚跟。

Eddie 的团队还在计划趁热打铁，在长岛和新泽西的"美国梦"大型商业中心再开新店，全部以直营的模式，将南翔的品牌做大做强。

"要抓稳品控，不做加盟，这是我们一定要保护好并且传承下去的一个中餐品牌。"Eddie 说。

申明：本文不含商业推广

欢迎各位餐饮家向我们推荐在北美流传的中华经典之味。联系：关注《LittleLaba 餐饮家》微信公众号，添加餐饮家小助手。

这个华人用8.5亿美元开起了一间叫做“神奇”的餐厅

文、图 I Ivan Liu

2023 年 2 月 16 日，一家名叫“神奇”（Wonder）的餐厅在曼哈顿繁华的上西区开业，这个从外表看起来简约朴素的餐厅只有大约三四百平尺的堂食空间，也就是靠落地窗放着几张快餐桌，但后厨却是“别有洞天”——两千多平尺的空间整齐陈列着十多套“生产线”，数控系统连接着前台、后厨、外面每一个外卖员，以及食客手里的 APP。

总共只有三千多平尺的外卖店，竟然烹制和供应着 12 家不同品牌餐厅的食物，无论高档餐厅的牛排还是平价网红店的比萨，或是有异域风情的亚餐或中东菜，都可以集合在一个整洁的外卖袋里免运费送到顾客家里。这家店一开业就运营得风生水起，月流水迅速达到 40 万美元，并在 Instagram 上搜集了 5 万 4 千多个追随者。而在它背后，有一个雄心勃勃的资本计划——就在第一家店开业的时候，“神奇”集团已经融资 8.5 亿美元，并且还在增加，准备要蓄力大干一场，在许久没有风吹草动的餐饮界来一场“革命性”的改变。

“我知道我们有巨大的机会来改变人们的生活和饮食方式，并真正提升每个人都想要的家庭用餐体验。”“神奇”集团的总裁马克·洛尔（Marc Lore）说：“我们将会在全美国拥有几千个像这样的餐厅。”

“神奇”餐厅的前世今生

2023 年 6 月 1 日，第二家“神奇”外卖店在新泽西韦斯特菲尔德镇开业，距离第一家纽约上西区的店开业仅三个半月，比起人口密集的上西区，韦斯特菲尔德店获得的人气丝毫不逊色——开业第二天，晚餐服务时间前的两小时之内，每分钟都有不止一个订单响起。

厨房里的系统监控屏幕上，代表“神奇”外卖员的小点忙碌地穿梭在地图中的街道和社区。居民们用这家餐厅自己的手机 App 就可以在线点餐，和纽约上西区的店一样，餐厅

除了简单的前台区域，大部分面积其实都是中央厨房，汇集了十多家知名餐厅品牌授权，装备了多位大奖主厨设计的菜品配方和标准化操作“生产线”，可以支持客人将许多地方不同菜系的佳肴点进一个购物车里，由同一位标配“神奇”保温箱的外卖员配送到家。

由于急于“尝鲜”的订单过多，外卖员忙不过来，总裁马克 · 洛尔在这个周末都亲自开车出去为客人送餐。

马克 · 洛尔是一个经常脑洞大开的“网红”企业家，他有很多新奇的点子并不惮大胆尝试，而他的合伙人，“神奇”集团的联合创始人和首席技术官（CTO）颜伟华则是善于在技术开发和管理模式上独辟蹊径，把那些他们敢想出来的天马行空的东西变成可以落地实施的程序和商业计划。

2019 年到 2022 年间，他们在疫情期间用 500 辆奔驰大巴给社区居民“现做”品牌餐厅美食的“神奇”餐车计划也曾经在韦斯特菲尔德等地引起了轰动，并将当地的 Uber 外卖业务“打”掉了 40% 左右——因为不仅没有高昂的平台费，他们在居民家门口现加工的美食还能最大程度保持餐厅堂吃的口感。

“有的事情一开始想的时候觉得很容易，但是实现起来可能会很难。”颜伟华说，一辆餐车要 20 万美元的投入，厨子既要开车还要做饭，要求还是太高了，人力成本上就难以为继。

“神奇”集团已经融资 8.5 亿美元，准备要大干一场，在许久没有风吹草动的餐饮界来一场“革命性”的改变。

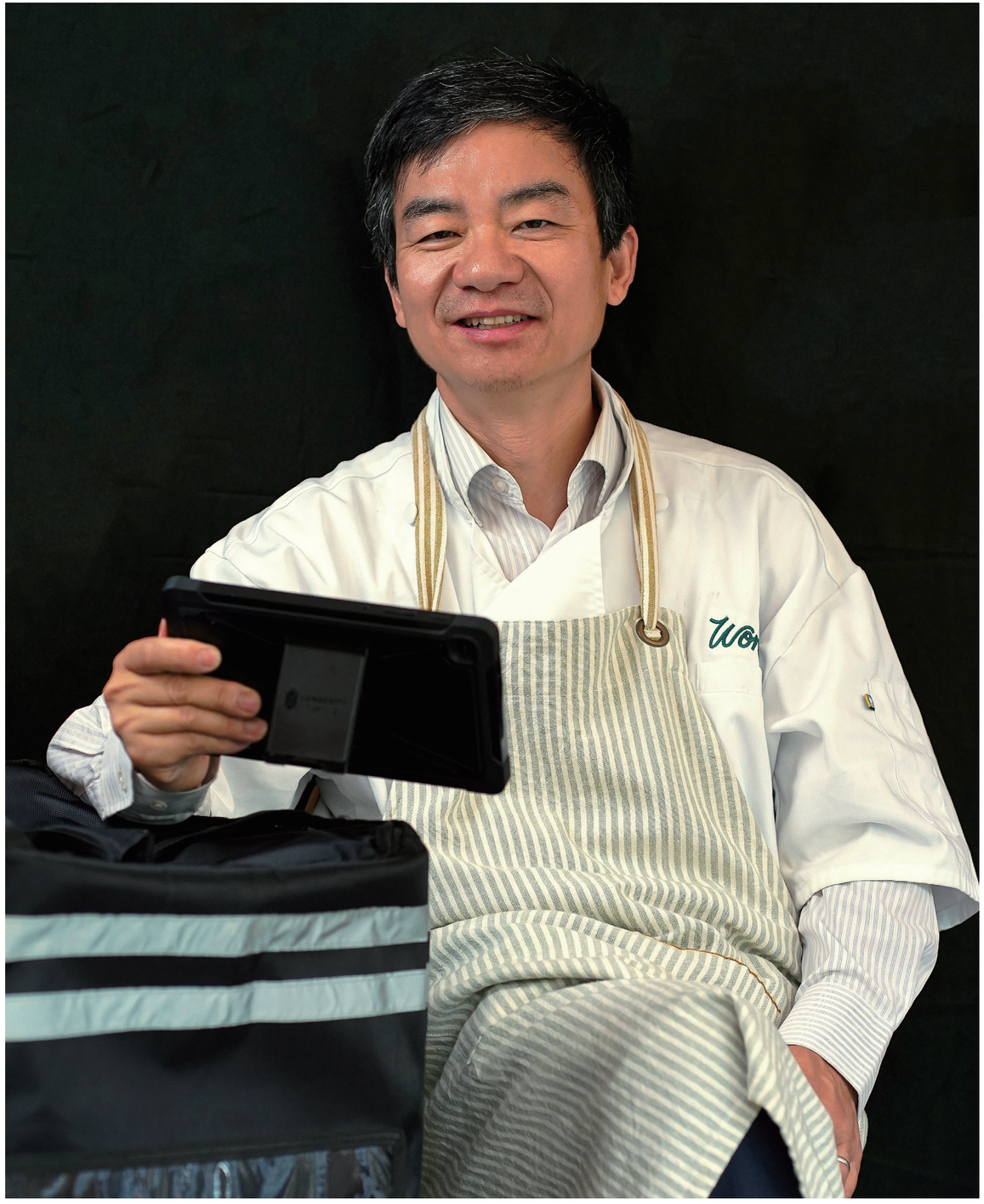
新模式遭遇到的质疑和挑战也很多，比如因为在小区里停车空转，大巴车也遭到了一些居民的投诉，认为他们增加了噪音和尾气的污染。《华尔街日报》也曾发文讨论这种商业模式在经济上和环保上的利弊得失，引发其拥趸与批评者之间的一场论战。去年 7 月，一位颇有先见之明的读者评论说：“我等着三四年后去买一辆这个项目结束甩卖出来的大巴车……然后我就有旅游用的房车了。”他猜中了结果，但乐观估计了时间——因为其实还不到半年，这个项目就中止了。

虽然这个计划最后也因为运营成本太高宣告结束，但也不失为一次有趣的尝试，也为后来这个经济上和运营上更具可行性的“神奇”外卖店打下了技术基础和商业合作伙伴基础。外卖网络、技术平台、运营团队都已经有了基本架构，和一些品牌商家也建立好了商业合作模式及互信，他们也更了解餐饮市场的特征和需求。在此基础上，“神奇”外卖店一炮打响，上西区仅 3000 平尺的店目前能达到的年销售额大约有 4 百万美元，等更多的品牌商家签约并技术入驻完成后，预计年销售额能到 1000 万美元。

在标准化的基础上做好了人工和原料的成本控制，复制就是比较容易的事情。在这样的乐观预期之下，继新泽西的第二家店开业后，上东区、切尔西的两家店也即将开业，纽约还有多家分店也正在紧锣密鼓的装修中，明年之内计划有十家店完成开业，到 2025 年，“神奇”集团雄心勃勃地准备在大纽约地区开到 100 家店，然后迅速在美东扩张，从华盛顿 DC 到波士顿，在 2027 年也许会开到 1000 家……

可以品尝的“美食杂志”

“神奇”餐厅的手机 APP 和其他的外卖平台很不一样，它就像是一本正在不断扩充中的多媒



体美食杂志。在主界面上，人们就能一眼看到来自意大利、墨西哥、希腊、印度、日本、中东、加勒比、美国本土等地的分类标签，就标识在不同餐厅品牌的名字下面。

点击这些餐厅品牌的卡片进入到其专栏里面后，有一段一分钟左右的短片就开始播放，有的是主厨制作招牌菜的影音花絮，并提纲挈领讲述自己对美食的理解，有的是不同品牌菜系的源流、制作要点和看起来就香气四溢的成品展示。

“神奇”外卖店的 APP 对所有品牌都有自己的偏好和注解，比如他们选择了艾美奖获得者，有“铁厨”之称的迈克尔·西蒙 (Michael Symon) 创建的 Yasas，是因为这个品牌是大厨西蒙为了致敬他的希腊之“根”而创立，灵感来源于他从妈妈和祖父那里得来的食谱，无论是烤鸡饭还是炸豆丸子，都是这个大厨记忆力童年的味道。

在每一道菜的介绍里面，除了配料表和营养成分表，APP 也会告诉你大厨的创作心得——当印度香米搭配嫩滑的酸奶烤腌鸡肉，再配上墨西哥辣椒、洋葱、番茄、黄瓜、皮塔饼片、酸奶黄瓜酱和周式沙拉酱时，味道会焕然一新。他们还引入了得克萨斯州汤博尔镇的 Tejas 烤肉，在这个 APP 里，Tejas 的创始人，“第五代德州人”摩尔（Pitmaster Scott Moore）戴着一顶宽边帽出镜，短片配上西部风格的音乐，拍得就像是一部牛仔片的广告。“美食杂志”的 Tejas 专栏告诉读者兼食客，他们之所以选择这家店，是因为对于德克萨斯州的烧烤爱好者来说，汤博尔镇已成为一个重要的朝圣地。 人们很早就会去排队购买 Tejas 传奇的牛胸肉和排骨。除此之外，他们用新鲜巧克力豆制作的巧克力布丁甚至比烤肉出名更早，在德州有一大批“疯狂的粉丝”。

这样的吹捧究竟是不是客观，也是很容易得到检验的。只要加入购物车，无论自取还是等外送，半个小时内就可以亲口验证。在过去 30 天的时间里，上西区“神奇”餐厅一共有 1184 名购买了 Tejas 菜品的用户给这个品牌打出了平均高达 9.6（满分 10 分）的评分。

颜伟华告诉记者，“神奇”餐厅也签约了一位华人新星，Tuome 餐厅的主厨兼老板托马斯·陈（Thomas Chen），他把中式的美味制作成西式大餐精美的模样，毫无悬念地获得了米其林的推荐和曼哈顿东村民众的追捧。目前，他们还正在确定入驻“神奇”厨房的精选菜单。

比起西餐而言，中餐的标准化问题和在保证质量的情况下“外卖化”的难度都相对比较高，所以可能会需要更多探索和尝试。所有的签约品牌和大厨都并不是真正需要入驻餐厅，而是知识产权和技术的转让——这也就进一步提高了品牌和菜品筛选的难度，他们需要在高质量呈现和稳定输出之间找好平衡点，让品牌集群发挥出真正的优势。

从被动创业到热情探险

53 岁的颜伟华是互联网的同龄人，也是搭上信息化快车的“80 年代的新一辈”。1987 年，在他的同学们还在鏖战高考的时候，这个幸运儿已经被选为保送生直升复旦大学，并在上大学之前赴美交换一年，在康涅狄格州的一所技术高中学习。

在那个计算机科技高速发展的年代，海外学习的经历刷新了少年的认知，也让他看到了关于自己的人生和这个世界未来的无穷的可能性。

他怎么也不会想到，若干年后，自己也会进入餐饮业，做起“外卖”生意。

Tejas
Tejas
Tejas
Tejas

回国读了一年大学后，他申请到了美国顶尖文理学院鲍登学院计算机专业的本科录取，本科毕业后，又继续在布朗大学攻读计算机专业的研究生，并从此留在美国发展。

90 年代，乘着新技术的风口，颜伟华很快就实现了从打工到创业的跨越，在华尔街这样的金融科技高地有了自己的电子商务公司，完成了可以让自己悠闲过上中产生活的资本积累。

一切看上去都是那么的天时地利人和，甚至有些太顺了。比起同时代来到美国辛苦打拼的绝大多数华人移民来说，他手握着更多可能性和主动权，游刃有余。当他坐在曼哈顿的办公室里喝咖啡的时候，东百老汇大街上一家又一家的中餐外卖店正如雨后春笋般出现，但那时候的外卖店多数既简陋又廉价，在千禧年的繁华都市中就像是 70 年代的风景，所以他自己怎么也不会想到，若干年后，他也会进入餐饮业，做起“外卖”生意。

不冒进但也不拘谨，比起他 30 岁的时候，现在的颜伟华显得更自信而笃定，20 多年来，偏爱担当者和探险家的美国社会已经将这个看起来文静腼腆的书生锻炼得敢于承担压力，习惯主动作为。

2001 年 9 月 11 日上午，颜伟华被困在曼哈顿世贸中心附近的地铁里长达 4 个多小时，他和成千上万惊恐万分的纽约人一样，不知道这个世界到底发生了什么。

2001 年 9 月 11 日上午，颜伟华被困在曼哈顿世贸中心附近的地铁里长达 4 个多小时，他和成千上万惊恐万分的纽约人一样，不知道这个世界到底发生了什么。

在此之前，第一场互联网行业的雪崩刚刚奇袭了这座世界金融科技中心，纳斯达克指数从 2000 年初的最高点接连暴跌，泡沫全速消退，大量初创的互联网企业在“烧光”了钱之后倒闭，大批刚刚走上人生巅峰的“码农”骤然失业——其中包括很多来自中国的持工作签证的毕业生。

当颜伟华终于能从地铁里疏散到地面上来的时候，本该矗立在晴朗天空里的“双子塔”消失了，取而代之的是黑色烟尘笼罩的世界，空气里飘着没有燃烧完的杂物。“仿佛世界末日一般”他说。一切都不同了，一个被打得蓬头垢面的纽约和一群在混乱中茫然失措的纽约人，很多事情被迫“清零”，从头开始。原本他是可以守在“安全区”，比起那些被裁员后身份“悬空”的人来说，他已经拿到绿卡，已经衣食无忧，他创建的小成本运营的电子商务咨询公司在大环境风雨飘摇的境况下也最好是保守观望，就比较容易平稳度过艰难时期。

但关乎道义的两难选择随之而来——十多个找不到“接盘”公司就无法保留 H1-B 签证的年轻人陆续找到了颜伟华，希望作为同胞的他能提供工作机会。他的小公司接不下这么多人，要接的话就只能再创业搭建新的平台，但一直到 2003 年，“雪崩”的影响都还在持续，IT 业的市值持续“蒸发”掉了大约五万亿美元。但也是在这两年时间之内，颜伟华“接盘”了这群来自上海、天津、湖南等地的年轻人，并破釜沉舟地砸钱开辟新的业务线，搞新的软件开发，也开始学习企业的运营和管理，成为一个“被动”的创业者。他自认为自己是一个受益者，享受了时代的红利，更是在美国良好的教育和创业环境下获得了成长和发展，当自己收获了很多，有

了能力之后，就应该要承担更多责任，为社会和他人提供更多帮助。

所幸，天助自助者，他的“被动创业”可以说是大获成功，他找到两个合伙人 Marc Lore 和 Vinit Bharara，成功融资，建起了当时唯一的尿布网购店，并在三年内迅速扩张成美国最大的母婴用品电商品牌“Quidsi”。

然后就是引起了电商巨头亚马逊的注意和警惕，在 08 年金融危机到来的时候开始打“价格战”，一边打一边谈判，最后在 2010 年达成妥协，以 5 亿多美元的价格把“Quidsi”卖给了亚马逊，完成了“第一桶金”的收集。

长岛华人竞选第一人

“第一次创业可以说还是比较成功的，”颜伟华告诉《餐饮家》记者，在这个过程中不仅积累了商业经验，开拓了眼界，也收获了信心。在按照约定为亚马逊服务满了三年后，他开始做天使投资人，发掘了一批有前景的初创企业，涉足的行业领域也逐渐拓宽，基本的思路都是以新技术赋能各类民生需求，打造创新的商业模式，自然而然也就拓展到了“民以食为天”的餐饮业。

作为新移民，他也对来自不同地区的多元文化包括饮食文化充满尊敬、好奇和探索欲。从 8 年前开始搭建食品类电商网站 Yummy Bazaar 的时候，他就希望能施展自己的智慧，利用新技术将世界各地高质量的传统文化和经典美味带到人们面前，“神奇”外卖店的理想与之一脉相承。

颜伟华说：“这些年，我一直在摸索利用新科技去打造一种新的餐饮运营模式。虽然还在尝试阶段，但是有信心闯出一条新路，把更多更好的美食带给顾客。 在对未来的成功憧憬的同时，也知道前面的路还很长，竞争也非常激烈。”

但说不定有那么一天，“神奇”集团可以收购掉 Uber Eat。

颜伟华觉得，他能最终把一件件事情做成，至关重要的原因是遇到了很好的团队——这其中包括一开始他帮助他们在美国留下的那些人，他既帮了他们，他们也帮他学习、成长，大家互相成就彼此。

创业如此，社区建设亦是如此——当知识精英具备了丰富的经验和资源，就应该承担起更多社会责任。四十岁左右的时候，商业发展和社会活动的两条主线就已经在颜伟华的生命中同步展开，他开始积极参与长岛的社区事务，做志愿者帮助贫困亚裔学生，参与社区和学区委员会的选举，当选大颈图书馆的董事，又担任了两年图书馆的董事会主席。在这期间，他熟悉了公共选举规则和议事技巧，参与了维护公立学校拨款项目的行动，改善了图书馆的系统和运行效率并节省了开支，公共管理和企业管理的经验触类旁通，互相呼应着累积、增长。

2023 年，他被提名为纽约长岛纳苏郡（Nassau County）的民主党议员候选人，准备参加 11 月的郡议员选举。刚一提名，他就得到了纽约州多个亚裔社团的联合背书支持。亚裔人口占到纳苏郡的 12%，但参政表现不足，投票率也偏低，颜伟华是历史上第一个参选当地议员的华人。

他对自己能做什么已经有了清晰的蓝图：首先是财政开源，为地方增加投资项目，拉动经济发展；财政收入更多元了，自然就有底气减税，减轻普通居民的地税负担；还有就是保护和改善地方的环境，解决历史上的一些污染问题，推动可再生能源和绿色产业的落地——就像他把丰富、健康又新鲜的美食送到居民们的餐桌上那样，努力为大家创造更好的生活品质。

ASK A RESTAURATEUR

《餐饮家》问餐饮家

姓名：颜伟华
性别：男
年龄：63 岁
你来自哪里：上海
从事餐饮业 8 年

• 目前的心境怎样？
充满信心，继续开创新天地。

• 最难忘的时刻是什么时候？
2001 年 911 那天。我在世贸大厦附近的地铁里等了 4 个多小时。出来的一刹那，整个天空都是黑的，飘着各种各样的杂物。仿佛世界末日一般。

• 你最喜欢的食物是什么？
我妻子做的菜。 虽然都是简单的家常菜，用的是新鲜的蔬菜和肉类，没有很多调料，所以百吃不厌。

• 最恐惧的是什么？
有一天醒来，什么都不记得，不知道自己是谁。

• 认为程度最浅的痛苦是什么？
痛苦无言深浅。每个人，在某个时刻，感觉到的可能都是最深的痛苦。但是我觉得正是因为有了痛苦的反差，才让你更能体会成功的喜悦和生活中一点一滴的快乐。

• 最喜欢做的事是什么？
在世界各地旅游，了解当地民俗民风，享受美食。虽然我也喜欢去欣赏壮丽的山河，但是我更喜欢漫步在城市或小镇的大街小巷。

• 最后悔的事情是什么？
前些年，因为工作，创业，没有太多时间跟孩子们和家人在一起。即使在一起的时间也很多时候在想工作的事。

• 如果能选择的话，你希望让什么重现？
我不会去选择重过。因为那样你就有太多的遗憾。我只希望向前看，去努力做好每一件事，享受每一天给我带来的喜悦。

• 最伤痛的事是什么？
我母亲告诉我弟弟溺水而亡的时候。她悲伤的情形，过去了好多年了，但是我也忘不了那一刻。

• 何时何地让你感觉到最快乐？
我喜欢滑雪。在高山上滑翔下来，感觉跟大自然融为一体。这时候的我是最自由自在的。

• 自己最伟大的成就是什么？
虽然我学业和事业都有一些收获，但是我自认为最大的成就是给我的孩子们一个温暖，宽松和有爱的家。社会是由一个一个家庭组成。只有每个家庭和睦，才会有和谐的社会。看到孩子们健康快乐的长大，是我每一天的动力。

• 这一生中最爱的人（或物）是什么？
最爱的是我的父母和妻儿。 他们对我的爱是无条件和无私的。 让我时时感受到温暖和关爱。

• 座右铭是什么？
做一个自信而善良的人。

我曾是偷渡客 流浪汉 洗碗工 现在我在纽约 身价上亿

采写整理 | 邓小鹏

我一开始并不是上帝的宠儿，从出生就输在了起跑线上。1980 年，我生在一个荒凉的村庄里，穷人的孩子早当家，我很早就开始打工补贴家用，没有好好上过学，最高文凭是小学三年级。

辛酸的童年

每天早上起床，别的孩子在刷奥数题的时候，我提着满满一篮子香烟、火柴、糖果出门，然后给别人擦鞋，用宝贵的青春换几个不值钱的钢镚。

后来我长大一些了，开始自己做一些吃的拿到街上去卖。为了多赚几块钱，我会想方设法把食物做得好吃一些——这可能就是我餐饮灵感的开端。

我十几岁的时候，我爸妈把我和哥哥送到一家餐馆里去打工，学习烹饪基本功。

但我脑子里始终有一个不服输的梦想——我想要成功，谁不想呢？但不是每个人都有我这样的决心。

21 岁那一年，我做出了一个大胆的决定，我要去闯荡世界。

我到了加拿大，搭上了去纽约的大巴，身上所有的家底是 240 美元现金。

我很清楚，就这点钱，很快就没了。所以我必须尽快给自己找到一条出路……然后开启我的辉煌人生。

迎面一巴掌，直接把我扇懵了

但现实是一耳光……扇得人找不到北的那种。当我初来美国时，我心里揣着一个巨大美国梦，这是每个初来者的梦想，但我遇到了困难，那时候我不认识这里的任何人。或者说我只认识一个人，但那个人根本没有帮助我。

到了纽约，我给本来应该接应我的那个朋友打了电话，说我到了，他说好我就来找你啊！

然后我等啊等，他从此没有再出现，彻底消失！

被同胞放鸽子了，真的是好大的一只鸽子……

因为一个扑街的开始，初到纽约的生活对我而言真的是个悲剧，我临时住在一家便宜的汽车旅馆，每天都出去找工作。但是语言不通的我举步维艰，孤独和绝望一股脑袭来。

但是我并没有放弃，尽管一周后，我就花光了钱，这时候是二月份，我却没有了可以过夜的屋顶。

我开始流浪，就像现在大家经常看到的那些流浪汉一样——我会整夜窝在地铁车厢里，从起点站坐到终点站，然后再坐回来——这是我保暖的唯一方式。

天无绝人之路，在中央车站睡醒的一天早上，我听到了熟悉的乡音，然后兴奋地一跃而起，像是奔向救命稻草一样朝着自己的同胞跑过去。

这群老乡并没有嫌弃邋遢的我，也没有再坑我，而是很帮忙地给我介绍了另一个老乡——他是一个比萨店老板，也是我此生的贵人。

我开始在他店里打工，最开始是洗碗工，每周工作 60 个小时，赚 300 美元（这是 2001 年的行情，现在大约翻倍了）。

这位老板非常好，他知道我没地方去，就把我带回了他家。而我却自卑且局促，我洗澡的时候不会调水龙头，都不敢问他，而是咬着牙用冷水赶紧冲完了事。现在我每次舒服地洗热水澡时，几乎都会想起那一刻。

但我工作非常努力，看见什么都想学。我知道，我还没有放弃那个美国梦，我还想追求成功，我不可以懈怠。我相信我已经在这条路上了，只要坚持下去就可以。

纽约是见证奇迹的地方

在世界上很多绝望的地方，勤劳致富就像是一个笑话，但是纽约不一样，它是这样一个地方——只要努力，你就有机会白手起家，创造奇迹。

这也是为什么，那么多人冒着生命危险，也想要逆天改命，想要为自己，为自己爱的人开创一个幸福的未来。

打工 8 年后，我存了一些钱，在曼哈顿下东区开了一家属于自己的比萨店。然而创业不易，这家店赚的钱不足以支付店面租金和我的房租，所以我索性把公寓退了，晚上就打地铺睡在比萨店里。就像福建人常说的那样——白天当老板，晚上睡

地板。

大家都是一样的。

晚上我一个人睡在店里，一个伙计下班时会把我锁在里面，第二天再打开。晚上太冷的话，我就会打开烤箱取暖。

现在想想这其实挺危险的——万一发生点火灾什么的，我死都不知道是怎么死。

2010 年，我的命运之轮开始转动了。我通过参加拉斯维加斯世界披萨冠军赛，并且通过出神入化的旋转火焰披萨绝活夺得冠军，迎来了属于我自己的机会。

我的绝活简单说就是把面团点燃，然后在我头顶旋转摊开……尽管我的手也因此被烧伤过，但那画面非常具有观赏性，也让我一举成名。

我上了新闻，上了杂志封面，突然开始有了很多粉丝。

没错，就是像这样。图片由讲述者本人提供

无比真实的“美国梦”

然后我的比萨生意也开始扩张，从一家店，变成两家店，又变成四家店、八家店……当然，因为我是冠军，所以我的连锁店名字，就是冠军披萨（Champion Pizza）。我从一个一文不名的穷小子，变成了日进斗金，身价上亿（保守估计）的大餐饮家。

我通过努力把自己的店变成了一个传说，成为很多人，包括很多明星“打卡”的地方。

比如《老友记》里面的“莫妮卡”柯特妮·考克斯，还有去年在奥斯卡颁奖礼上面打人的那个，和被打的那个，等等，数不胜数，好多我都不认识……

商业上的成功并没有让我从此膨胀，个人社交主页上近 3000 万的粉丝也没有让我飘了。
尽管连纽约市长都来采访我，还跟我一起，到深夜的纽约街头去，给需要帮助的人们送去披萨。

我没有忘记我是怎么一路走来的，我深知大家的不易，因为我也曾经过得一塌糊涂，穷困潦倒。

我也相信大家都值得有机会，只要人人都献出一点爱，世界将变成美好的人间……

我知道我的故事已经激励了很多人，但其实这只是一个标准的“美国梦”故事，你也值得拥有，不是吗？

我想告诉《餐饮家》的读者们，人生总会遇到困难，但所有的困难和绝望都是暂时的，梦想和希望才是最重要的，永远不要放弃你的目标。你必须要坚强，你必须要站起来，今天的困难在明天看来就会变得很简单，你必须要相信这一点，而且不论你来自哪里，你需要确保自己有一个梦想，并且相信你可以实现你的梦想，只要坚持你就可以在你追求的任何事情上都取得最大的成功。当然，在我看来最大的成功就是做一个好人——我真心相信这一点，善良会让你成为世界上最美丽的人。

就算有文化隔阂，就算起步的时候很艰难，但如果你热爱你所做的事，如果你早晨醒来时满心欢喜，带着快乐的面孔去工作，你迟早会习惯新的环境并搞定一切，时间是万能的良药。

对了，我叫 Hakki Akdeniz（哈克基·阿克德尼兹），我是一个土耳其人，但你可以在我身上看到很多纽约客的样子，比如你的亲人、朋友，甚至是你自己的影子。

我过去的痛或许能唤起你的共鸣，希望我的坚持和成功也能让你看到未来的希望。

因为我们都一样。

记者手记

每个人都有自己独特的故事。作为行业历史的记录者，《餐饮家》愿意倾听你讲述，也愿意助你成功。从即日起，我们将开启“餐饮人生”故事计划。如果你想讲述你的故事，加我的微信。当然，如果您愿意自己写给我们，也非常欢迎。

SIFU'S IDEAS
餐饮 秘笈
The Restaurateur

餐谋长
Yanran Chu

餐馆新开业如何让附近的人都知道?

新店开业，最重要的客源就是附近的人。附近的人更容易发现并前来新店并且附近的人是最容易通过口碑传播宣传新店的人群。由于地理位置接近，他们也更容易成为重复光顾的常客。根据经验丰富的餐厅老板们的分享，我们分享来一些关于如何让附近的人都知道餐厅新店开业的秘诀。

1 社交媒体宣传

必不可少!在这个数字时代，社交媒体成为了宣传的利器。请确保您的餐厅在各大社交媒体平台上拥有官方账号，并通过发布店铺照片、特别优惠、开业庆典等内容吸引潜在客户的关注。小红书，微信账号，instagram，抖音等对餐厅来说都是不错的选择。此外，不要忘记通过付费广告在社交媒体上推广店铺的开业消息，以扩大影响力。前期有投入，后期才会有回报。

2 本地广告

在餐厅附近的社区、商圈或公共场所放置传单、海报或广告牌，是吸引当地居民注意的一种传统而有效的方法。制作具有吸引力的广告，介绍新店的特点和优势，包括开业时间、地址和联系方式等重要信息。可以选择在公交车站、超市、餐馆等人流量较大的地方进行广告投放。

3 周边合作

与附近的其他商家进行合作，互相推荐，共同宣传。例如，您可以与附近的咖啡店合作推出套餐优惠，吸引顾客前来尝试。这样的合作不仅能够互利共赢，还能够扩大您的知名度。

4 口碑营销

口碑传播是一种强有力的宣传方式。在开业前，邀请一些人提前光顾，并鼓励他们分享他们的感受和评价。很多餐厅现在会选择让顾客在自己的社交媒体上发布好评来获得餐厅的奖励。例如在Yelp上发布好评即可获得饮品一杯。良好的口碑可以通过口口相传迅速扩散，吸引更多人前来品尝您的美食。

5 开业活动

必不可少!举办一场精心策划的开业庆典或活动，能够吸引顾客的关注。您可以准备一些小礼品、试吃、抽奖或现场表演等活动，以及特别优惠。通过活动的报道和分享，提高店铺的知名度。

6 与当地媒体合作

联系当地媒体，邀请他们到店铺进行报道或写一篇新闻稿，帮助您将开业信息传播给更广泛的受众。媒体的报道能够为您的餐厅带来更多曝光，增加知名度和吸引力。如果当地媒体的联系难度系数比较大，邀请社交媒体的博主来给餐厅做曝光也是很好的方法。

7 老客户优惠

如果您已经经营其他店铺或有一批忠实客户，不要忘记向他们发送特别优惠券或邀请函，邀请他们参加新店开业庆典，并鼓励他们带上朋友一起来。忠实客户的支持和推荐是您新店开业的重要力量。

以上就是我们分享的一些宝贵的经验，希望对您在新店开业时有所帮助。通过社交媒体宣传、本地广告、周边合作、口碑营销、开业活动、与媒体合作和老客户优惠，您将能够吸引更多附近的人了解您的餐厅，并争取他们的光临。祝愿您的新店开业大获成功!

DATA 数据

今年美国最具人气的 20 家中餐厅

在线

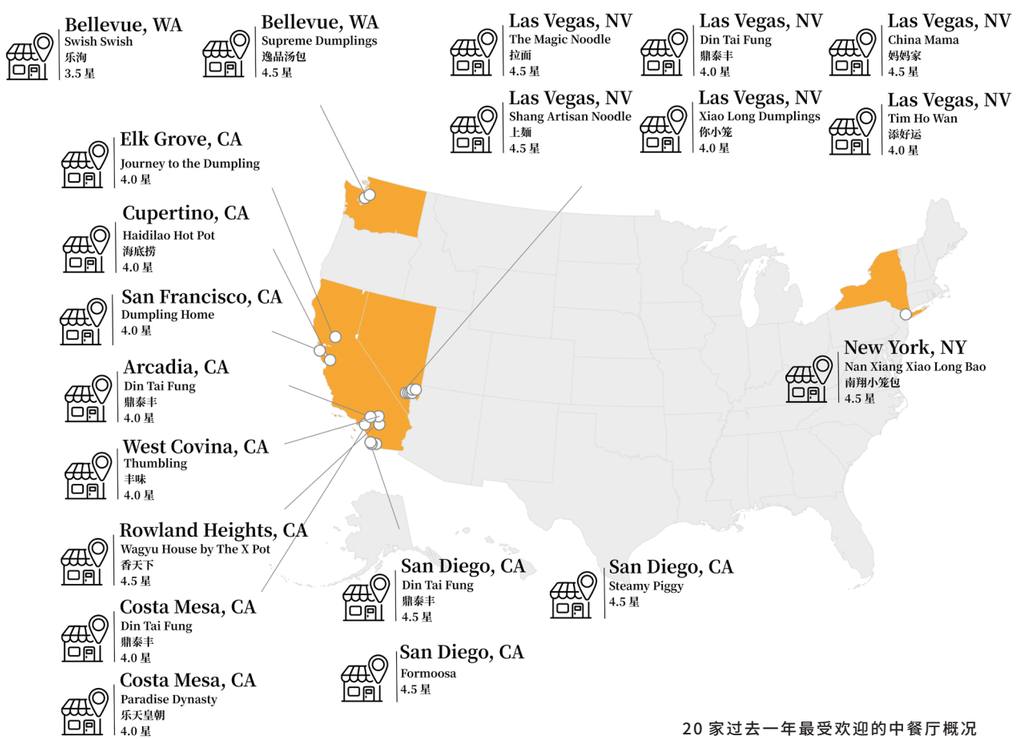
文 | Shuhang

在线评论对餐厅的重要性不言而喻。食客经常会通过查看其他人的评论和评分来了解餐厅的菜品质量、服务水平、价格合理性等方面，并做出更有信心的决策。

同时对餐厅而言，积极的评价也有助于增加餐厅的品牌认知和曝光，提升其在搜索结果中的排名。更靠前的排名意味着更多的可见性和更多的潜在食客。

对餐厅经营者而言，在线评论更是时刻向餐厅提供反馈和意见的渠道。通过阅读评论，经营者们可以了解人们对餐厅的喜好和不满之处。这为经营者提供了改进和优化服务的机会，是满足食客的期望并提升满意度的重要渠道。

在上两期餐饮家中，我们带大家探索了美国中餐评分与其地理位置、细分品类之间可能存在的关系。本期报告让我们进一步观察美国最受欢迎的一批中餐厅，看看有哪些信息值得参考。



20 家过去一年最受欢迎的中餐厅概况

加州和拉斯维加斯包揽大多数旅游胜地更适合口碑传播

在这里我们将“最受欢迎”暂且定义为：过去一年时间 Yelp 平台评论数增长最多。并依此选择出如左图所示头部的 20 家中餐厅。

由左图可见，20 家最受欢迎的中餐厅中，仅有 1 家南翔小笼包来自于纽约；有 2 家来自于西雅图；6 家来自于拉斯维加斯；其余 11 家都位于加州。也就是说，西岸占到了 19 家。

西岸之所以占据了大多数最受欢迎的店，除了都是旅游胜地、有着消费能力较强的人群，多元的文化氛围，积累了大量中餐忠实客户群以外，还在于以加州为代表的中餐厅的分布较为分散，潜在食客也更多依赖在线搜索餐厅。这就要求经营者们有着一定的网络营销基础，如果一家餐厅食客体验良好，食客们也更愿意将这些信息发布到网络上，推荐其他人去尝试。这种口碑传播可以快速增加餐厅的知名度和评论数量。

餐厅	近一年评论数
Formoosa - San Deigo, CA	2476
Steamy Piggy - San Diego, CA	1141
Wagyu House by The X Pot 香天下 - Rowland Heights, CA	1014
Shang Artisan Noodle 上麵 - Las Vegas, NV	842
Din Tai Fung 鼎泰丰 - Costa Mesa, CA	790
Din Tai Fung 鼎泰丰 - San Diego, CA	789
Din Tai Fung 鼎泰丰 - Las Vegas, NV	690
China Mama 妈妈家 - Las Vegas, NV	687
Supreme Dumplings 逸品汤包 - Bellevue, WA	675
Paradise Dynasty 乐天皇朝 - Costa Mesa, CA	600
The Magic Noodle 拉面 - Las Vegas, NV	582
Thumbling 丰味 - West Covina, CA	544
Haidilao Hot Pot 海底捞 - Cupertino, CA	529
Din Tai Fung 鼎泰丰 - Arcadia, CA	513
Xiao Long Dumplings 你小笼 - Las Vegas, NV	485
Dumpling Home - San Francisco, CA	481
Nan Xiang Xiao Long Bao 南翔小笼包 - Manhattan, NY	459
Journey to the Dumpling - Elk Grove, CA	433
Swish Swish 乐洵 - Bellevue, WA	414
Tim Ho Wan 添好运 - Las Vegas, NV	321

近一年评论数最多的 20 家中餐厅

连锁品牌优势明显食客对出海中餐独具好感

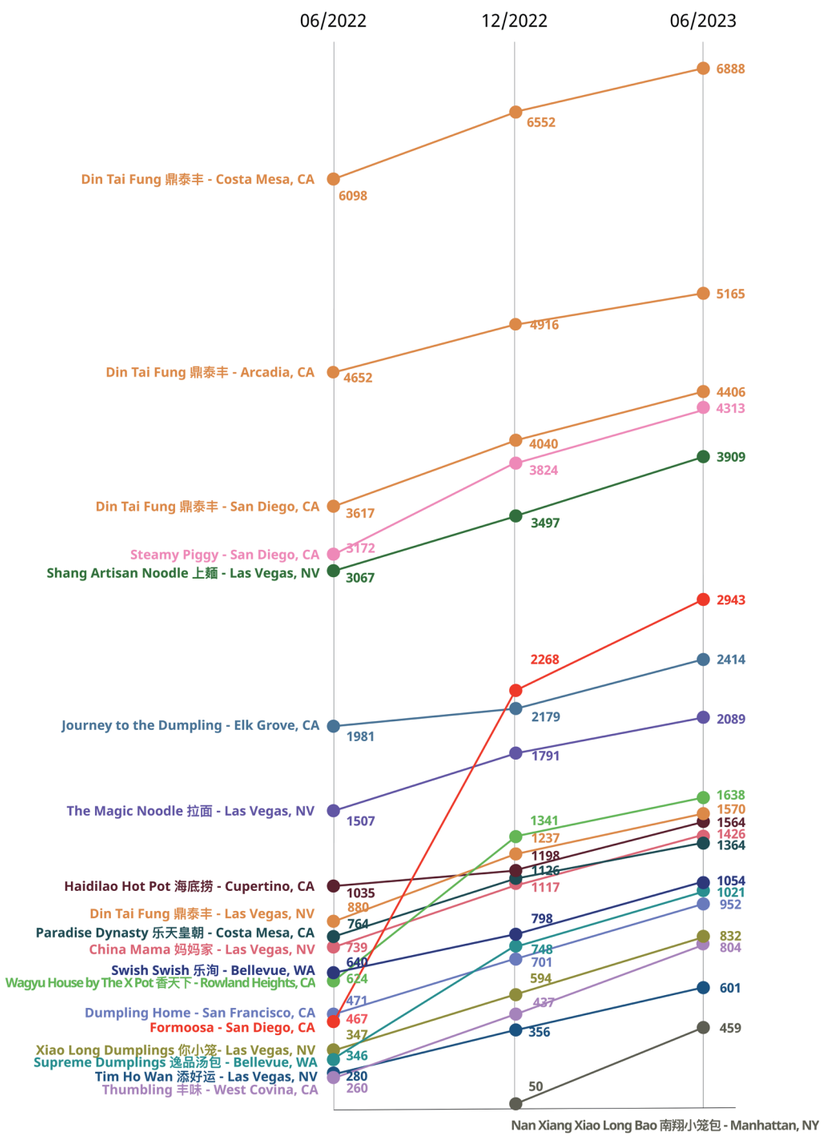
而关于这 20 家中餐厅的细分品类也是多种多样。有增长最快的台湾美食 Formoosa 和它的姐妹店 Steamy Piggy，还有在西岸有着大量连锁店的鼎泰丰，还有火锅巨头海底捞，点心连锁添好运等。事实上，如果我们把这个名单继续向下延展，我们会看到更多的鼎泰丰和海底捞等连锁餐厅榜上有名。

这主要在于，这些知名的出海品牌餐厅通常具有较高的品牌知名度和良好的口碑，消费者对其食物质量和服务有一定的了解。在选择餐厅时，华人可能更倾向于选择他们熟悉并信任的品牌，同时抱有一定的好奇心来将其与国内的门店进行比较，感受其原汁原味的程度。

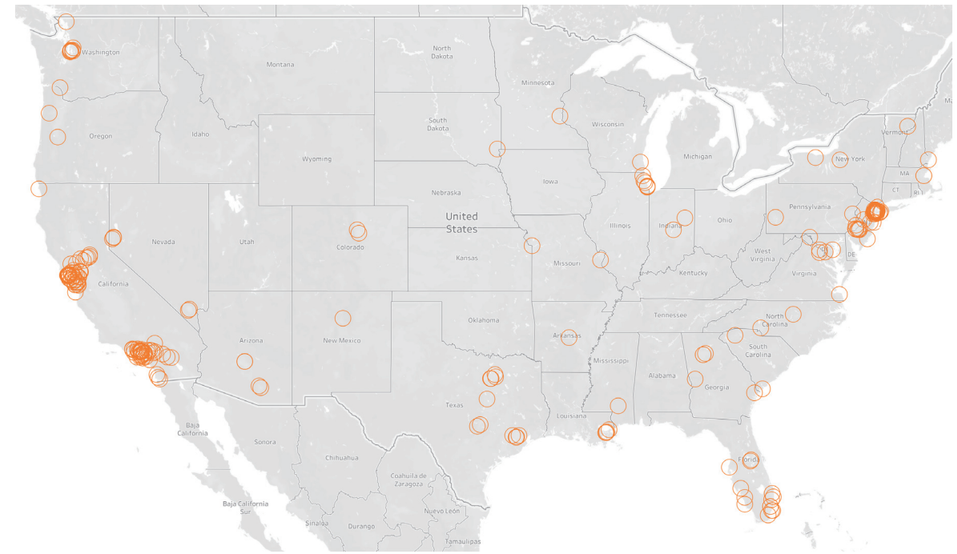
而至于台湾美食 Formoosa，这家新开不久的台湾小吃店，有着非常高的网络热度。除了整体风格精致温馨、菜单以小食和口味独特的饮品为主等一系列本就对年轻食

DATA 数据

今年美国最具人气的 20 家中餐厅



20 家过去一年最受欢迎的中餐厅评论数变化



过去一年美国新开点心店分布

客有着很大吸引力的元素外，其在社交媒体上的投入和一些想法也值得学习。

Formoosa 主要有三家姐妹店：Formoosa、Steamy Piggy 以及 Flama Llama，都位于圣地亚哥，且都有着独具记忆点的卡通 logo：Formoosa 的 logo 是一头奶牛，主打台湾小吃；Steamy Piggy 的 logo 是一头小猪，主打亚餐混合菜；Flama Llama 的 logo 是一只羊驼，主打拉美菜系。三家餐厅设计风格别具一格，明亮清新，非常适合拍照，且在社交媒体上彼此引流，除了 Stramy Piggy 营业时间较长，另外两家都是在短短时间积累了大量人气的新店，逐渐发展为年轻人去圣地亚哥旅游的打卡餐厅。

火锅成为新晋中餐符号 经典中餐热度经久不衰

同时，这些餐厅大多离不开这四个关键词：火锅、包、面、饺子。

火锅，作为中餐在海外的新晋符号，在美国的受欢迎程度飞速增长，风格多样且食材高端化。是中餐出海的大热门，每开一家新店都会在当地勾起不小的热度。

而包、面和饺子，早已是闻名海外、受众广泛的经典中餐。凭借着口味多样、方便快捷、价格适中等优势，在美国市场上备受追捧。

尤其是点心，我们在上图中可以看到短短一年时间内，美国新增了 200 余家点心店，分布在各大华人聚集地：加州、纽约都会区、佛州、德州、西雅图等。

除了地理位置、经营品类、品牌连锁等因素，餐厅是否会采用激励措施来鼓励食客就餐后给出好评，从而提升餐厅口碑和曝光量，也是餐厅成功的关键。

以上就是本期北美餐饮数据报告，希望可以帮助各位相关从业者获取较为清晰的信息作为参考。如果您对更多的餐饮信息和数据分析持有疑问，欢迎给我们发送邮件 info@littlelaba.com，我们的数据分析师会尽力为您去寻找答案！

插画 | 钭小岸

TABLE JOKES 喷饭 The Restaurateur

Illustration by Xiaoan Tou

ACERA
乾唐軒

自1986年創立以來，乾唐軒致力於將藝術與設計融入陶瓷中。我們相信陶瓷是優雅實用的材料，為人們的日常生活增添美感。1996年，我們推出活瓷品牌，採用獨特的陶瓷內膽專利技術”遠紅外線放射效果之塗佈基材組成法“，成功打造出的活瓷隨身杯系列。其獨特的陶瓷內膽能提高水質和口感，讓水更為清新、純淨。我們的產品不僅僅是飲水容器，更是一種健康環保生活方式的體現。

www.aceraliven.com

乾唐軒倡導健康環保的生活

郵箱:service@aceraliven.com

餐飲家
The Restaurateur

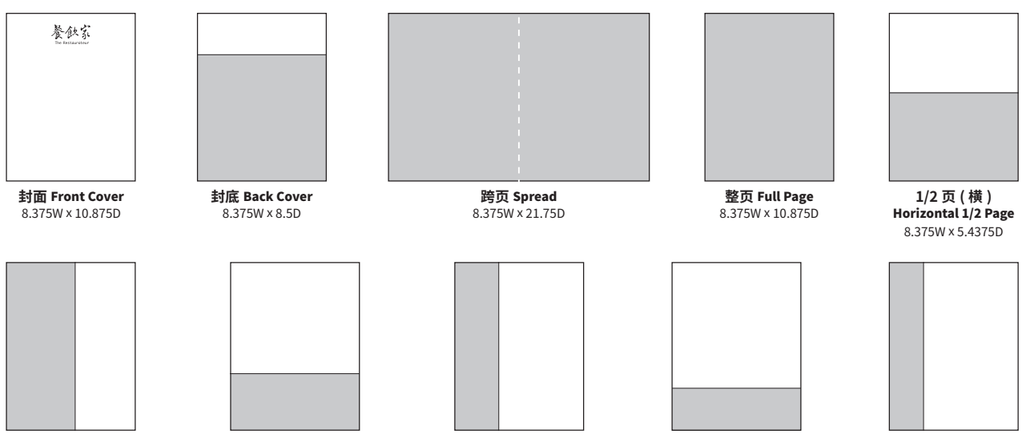
广告价目表 Advertising Rates

	单月 Month	半年 Half Year	全年 Year
▼ 彩色内页 4-color Inside Page			
1 page	$4,000	$16,000	$28,000
1/2 page	$2,500	$10,000	$17,500
1/4 page	$1,400	$5,600	$9,800
封二（封二对页）Front-Cover-Inside（Front P3）	$13,500	$54,000	$94,500
封三（封三对页）Back-Cover-Inside（Back P3）	$12,000	$48,000	$84,000
Front P4-P9　Back P4-P9	$6,000	$24,000	$42,000
封面 Front Cover	$90,000	/	/
封底 Back Cover	$14,000	$56,000	$98,000

每年发行 10 期；
全面覆盖北美 11.2 万家华人餐饮企业
电话：9172540764

Published 10 issues yearly;
The magazine covers more than 112,000
Chinese restaurants across the United States.
Sales Contacts: 9172540764

广告尺寸 AD SIZE



餐飲家
The Restaurateur

**为全美 100 万
华裔餐饮家服务**

我们相信

**喂饱人民的生意
是世界上
最了不起的生意**

THE BUSINESS OF
FEEDING PEOPLE IS
THE MOST AMAZING
BUSINESS IN THE WORLD

美食团结人类

FOOD BRINGS US TOGETHER

餐厅是一个社区的基石

RESTAURANTS ARE THE
CORNERSTONE
OF EVERY COMMUNITY

**广告咨询及其它需求
请扫描二维码或致电
(646) 258 — 8137**

**FOR ADVERTISING INQUIRY,
PLEASE SCAN THE QR CODE OR CALL
(646) 258 — 8137**

添加餐饮家小助手微信号，
让我们为您服务
只要你是餐饮从业人员，
“餐饮家小助手”就是你的好朋友

添加好友请简单注明意图，谢谢

关于我们
ABOUT US

《餐饮家》杂志为 LITTLELABA MEDIA LLC 旗下印刷媒体，创刊于 2022 年 1 月，是全美发行量最大的线下餐饮媒体。

"The Restaurateur", a magazine under Littlelaba Media LLC, was launched in January 2022 and has the largest circulation in the United States for offline dining media.

杂志覆盖全美各地超过 10 万家华人餐厅上百万华人餐饮从业人员。

The magazine covers more than 100,000 Chinese restaurants and millions of Chinese dining practitioners across the United States.

有华人餐饮处，皆有《餐饮家》。《餐饮家》已经成为全美华人餐饮业上下游企业推广的优势平台。

Every Chinese restaurant has a copy of "The Restaurateur", and it has become an advantageous platform for the promotion of both upstream and downstream enterprises within the American Chinese dining industry.

LITTLELABA MEDIA LLC 创立于 2021 年 12 月，致力于服务全球华裔餐饮从业人员，向世界传播中餐文化，助力华人餐饮突破文化界限，兼容并蓄，拓展视野，呈现精彩于世界。

Littlelaba Media LLC was founded in December of 2021 and is committed to serving global Chinese restaurateurs, spreading Chinese food culture to the world and helping Chinese catering break through cultural boundries, be inclusive, expand their horizons, and present all the wonderful things they have to offter to the world.

目前，LITTLELABA MEDIA LLC 已经发展成为一家拥有印刷媒体、数字媒体和社交媒体的全媒体公司，未来将建成华裔餐饮业界互通有无、分享经验，共同成长与发展的交流平台。

Currently, Littlelaba Media LLC has developed into a multi-media company offering print, digital and social media. In the future, Littlelaba Media is aiming to build a communication platform for the Chinese dining industry in order to exchange knowledge, share experiences and grow and develop together.

Instagram
canyinjia

Facebook
canyinjia

微信公号
Littlelaba 餐饮家

LITTLELABA
P.O. BOX 540899
FLUSHING, NY 11354

PRESORTED STD
US POSTAGE
PAID
GARDENA CA
PERMIT NO. 40

餐飲家
The Restaurateur

火热招商

Reaching Over 112,000
Chinese Restaurants

直达
11.2+万华人餐企
100+万中餐人

惊爆史上最低折扣

EXCITING DEAL

欢迎垂询
Contact
9172540764