

# 餐 飲 家

## The Restaurateur

餐饮要闻

美国餐饮  
发生了  
5件大好事

COVER STORY 封面故事

### 邓扶霞

# 当一个老外 有了四川人 的灵魂

# 十周年 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。



~~\$2,100~~  
**\$299**

电脑一台 打印机 钱箱 鼠标和键盘 Caller ID MenuSifu POS 软件

10  
YEAR  
ANNIVERSARY  
 MenuSifu



免费试用

SCAN ME



T: 212-966-5888  
www.MenuSifu.com

# 扫码点餐系统

Amount	Bank/Card	Initiate
\$9567.46	USD	12/03/2020
USD	Paid	••••• 6357
\$9325.19	USD	11/26/2020
USD	Paid	••••• 6357
\$8905.67	USD	11/19/2020
USD	Paid	••••• 6357
\$7632.93	USD	11/12/2020
USD	Paid	••••• 6357

# ALL-IN-1

无佣金, 无月费, 无设置费!

## 在线点餐系统 | 市场拓展服务

选择MealKeyway的餐厅

每日单量  
平均增长  
**33%**

每月平均节省  
第三方平台使用成本  
**\$1440**

餐厅网站  
客流量增加  
**70%**

### 免费餐厅网站搭建

个性化网站设计  
免费网站更新和维护管理  
支持电脑和移动设备多界面操作

### 多功能在线点餐系统

无接触扫码点餐  
外包式送餐服务  
多语言菜单

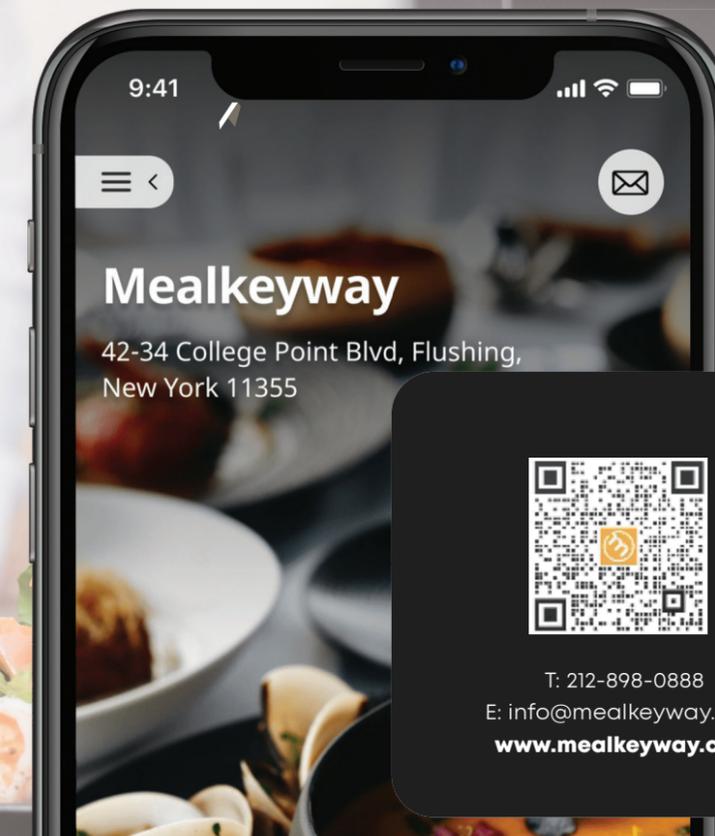
### 市场营销与流量运营服务

社交平台托管式运营推广  
Google搜索排名优化, 让食客更容易搜索到您的餐厅  
专业的广告投放和餐厅营销活动策划

### 食客关系管理与维护

个性化App店铺  
食客忠诚度计划  
智能数据报表

北美8000+餐饮品牌的共同选择!



T: 212-898-0888  
E: info@mealkeyway.com  
www.mealkeyway.com

# 小企业贷款？ 就找如意财！

Smart, fast and flexible financing options  
to grow your business

**智能** 一份申请，多份匹配

**快速** 极速审批，闪电到账

**灵活** 精选方案 量身定制



## 至高\$5百万， 最快24小时放款！

### 信贷方案

- SBA贷款
- 定期贷款
- 商业信贷额度
- 设备贷款
- 商家现金垫款
- 创业贷款

立即免费申请



 (646)-887-9089

 [financing@ezcapital.com](mailto:financing@ezcapital.com)

 349 5th Ave, FL 3, New York, NY 10016



## EZ Capital 如意财商业信贷

The smarter solution for small business financing

更智能的商业信贷  
助力企业美好未来

[www.ezcapital.com](http://www.ezcapital.com)



COVER STORY 封面故事

24

当一个老外  
有了四川人的灵魂

邓扶霞

15

NEWS 要闻



18

祝贺这位传奇餐饮家



20

美国三大名城  
米其林星餐厅全名单

12

酸甜苦辣  
2023 纽约  
我最喜欢的中餐馆



“真”鮮來自蠔汁“純”

鮮味有自然也有人造  
李錦記的蠔油從真正的蠔開始



李錦記, 時時陪伴你  
美國在地銷售; 美國團隊即時服務



# CONTENT

Vol. 01 Issue 25

January 2024

22

老味道

圣盖博隐藏着  
一位来自上海的高人



38

数据

美国人越来越爱吃火锅  
加州已成火锅大省

45

喷饭

2024 实现美食自由

餐飲家  
The Restaurateur

2022年1月创刊 2024年1月10日出版

Vol. 01 Issue 25

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

Email: info@littlelaba.com

Tel: 929-688-0888

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

Lan Xie / 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

美亞食品廠

Cuisine Made Easy, Inc.

www.cuisinemadeeasy.com. Email: service@cuisinemadeeasy.com. Tel: (408)685-2597  
1146 W. El Camino Real, Sunnyvale, CA 94087

全美可送达, 专供餐馆的高品质点心麵食, 欢迎索取样品

High Quality Dim Sum/Appetizer

Made for Restaurants & Foodservice Industry. We provide free sample for business account



虾饺  
Ha Gao  
9 lb, 160 pcs per case



猪肉烧卖  
Pork Siu Mai  
11 lb, 140 pcs per case



鸡肉烧卖  
Chicken Siu Mai  
Net weight: 11 lb, 140 pcs



白菜虾饺  
Bokchoy Shrimp Dumpling  
9 lb, 100 pcs per case



奶皇包  
Egg Custard Bao  
Net weight: 21 lb, 180 pcs



素菜包  
Vegetable Bao  
Net weight: 20 lb, 144 pcs



叉烧包  
Charsiou Pork Bao  
21 lb, 144 pcs per case



小笼包  
Shanghai Pork Dumpling  
11 lb, 160 pcs per case



鸡肉包  
Chicken Bao  
21 lb, 144 pcs per case



生煎素饺  
Vegetable Dumpling  
11 lb, 100 pcs per case



生煎韭菜棵  
Chives Dumpling  
11 lb, 100 pcs per case



潮州蚵粿  
Chaozhou Shrimp Cake  
9 lb, 140 pcs per case



牛肉煎包  
Beef Jian Bao  
Net weight: 18 lb, 180 pcs



韭菜盒子  
Chives Pocket  
11 lb, 80 pcs per case



炸鸡肉麻糬  
Fried Chicken Mochi  
11 lb, 100 pcs per case



芋絲虾饼  
Taro Shrimp Cake  
9 lb, 60 pcs per case



芝士蚵角  
Cream Cheese Crab Puff  
Net weight: 8 lb, 160 pcs



鸡或猪肉云吞  
Chicken or Pork Wonton  
Net weight: 8 lb, 260 pcs



视水拉面  
5 oz each  
2 size:  
1.5mm  
3mm  
Chinese Lamian  
15 lb, 48 pcs per case



视水炒麵  
Chowmein  
15 lb, 3 bag per case

君子务本，本立而道生



Peter Chang

CHANG CHANG

MAMA CHANG

婷 NiHao

Peter Chang 欢迎您

酸 辣 甜 苦

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@littlilaba.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

现在，我们已经为广大中餐人开通了“酸甜苦辣”社区，您只需要注册登陆以下网址发帖即可：

<http://www.canyinjia.us/stkl>





Daisy Shao(NY,NY)

## 2023 纽约我最喜欢的中餐馆

《餐饮家》在上期 2023 年终特辑刊发了《这是我们在 2023 最爱的中餐馆》一文，下面这篇是我们的作者 Daisy Shao 写来的，可以作为对这篇的呼应。也欢迎各位读者继续推荐你们最喜欢的中餐馆。

疫情结束之后纽约的中餐也迎来了一波换血，一些老的中餐馆进行了翻新，也有一些新的中餐逐渐露出了尖尖角。回想这一年无论是堂食还是外卖，吃的最多的几家分别是 Chi，成都印象，和云之南。当然，也试了一些其他觉得不错的店，比如夜来湘，炉边烤鱼，再远一点在新泽西的花小胶花胶鸡。下面就分别来说说我喜欢每一家的原因。



492 9th Ave, New York, NY 10018

主要胜在地理位置，时代广场周围已经很久没有出现装修比较现代的新中餐了，大部分时代广场周围的中餐都开了五年以上。所以 Chi 一开门的时候不免想要去猎奇。

一进门宽敞和暗黑系的装修一下将舒适的就餐环境拉满，与其说 Chi 主打川菜，倒不如说它是一家中餐融合菜，比起时代广场其他外国人很上座的餐厅来说，Chi 做到了没有过于美国化中餐，还是中国的味道，只是给大家更多选择。既有毛血旺，又有蟹粉小笼包，南北融合，让食客有更多选择。但同时这也不免让这家餐厅显得不太有特色，不过意外之中点到的咸蛋黄白玉菇却成为了来这家餐厅的每次必点。

白玉菇嫩滑可口，与咸蛋黄的鲜香相互融合，令人在每一口的咀嚼中都能感受到不同的层次和质感。同时，咸蛋黄的浓厚咸香与白玉菇淡雅的味道相得益彰，营造出一种独特的美味，让人回味无穷。



411 W 42nd St, New York, NY 10036

虽然是曼哈顿老牌中餐，但这么多年屹立不倒一定是有原因的。成立于 1989 年，“中餐界的元老”！众多名人纷纷来打卡：李连杰、张杰、谢娜、胡兵都是座上宾！甚至马云来华尔街敲钟，专门选了成都印象庆功。这家店是从研究生吃到现在吃了快 10 年的餐厅，曾经在哥伦比亚大学对面也有一家分店，但后来因为一次事故被烧毁。

喜欢这家主要有三个原因：第一，菜单白吃不厌；第二，物美价廉；第三，地理位置优越。

虽然店家很少推出新菜，但已有的菜单已经足够经典。最喜欢点的是番茄酸汤肥牛和番茄烤鱼，最近发现蒸鱼做的也非常不错。番茄酸汤肥牛作为一个我们不知道吃什么就会点的外卖，主要赢在了浓郁的味道。番茄的酸味不仅为整体调味提供了清新感，同时也中和了牛肉的油腻感，使得每一口都充满了滋味。肥牛质地鲜嫩，入口即化，散发着浓厚的肉香。

成都印象在当今美国物价飞涨，通胀严重的情况下并没有大幅度涨价已经是业内良心，加上其 42 街 9 大道的地理位置，使它不仅成为了外国人在时代广场吃中餐的首选，也是老纽约的常聚之地。



16 W 8th St, New York, NY 10011

去了云南五六次，每次不仅被少数民族的风土人情所吸引，也被云南的特色小吃所折服，如烤乳扇、汽锅鸡、过桥鱼米糕等，每一道都有其独到之处。最爱的还是云南的过桥米线，清淡的汤底搭配各种丰富的配料，让人回味无穷。此外，云南火锅以其辣味和鲜香而吸引人，配以新鲜的山珍野味，令人垂涎欲滴。

云之南开业也有几年了，在他家吃过洋芋焖饭之后就直接对这家餐厅刮目相看。在云南，洋芋焖饭往往采用当地优质的洋芋，其独特的品种和新鲜的口感为这道菜品增色不少。制作时，可能还会加入一些当地特有的调味料，使得味道更加地道。云之南虽然不能百分之百还原云南本土洋芋焖饭，但洋芋的绵密口感与米饭的香软

相互交融，让人拍手叫绝。



40 W 56th Street, New York, NY 10019

曼哈顿这几年很多家中餐都主打 90 年代复古风装修，私以为这种装修以『中国特色』打动外国人的心弦。夜来湘也是其中之一，和其他餐厅不同的大概就只有其他复古风装修都是川菜，夜来湘主打湘菜。

湘菜以湖南丰富的地域资源为基础，追求麻辣的独特风味，善于运用腐乳、豆瓣酱等调味料，为菜品增色不少。而川菜则以四川的辣椒和花椒为灵魂，注重麻辣的独特体验，同时在调味上更强调酸、甜、咸的平衡。两者在烹饪技巧上均有深厚的积累，湘菜强调火候的巧妙掌握，而川菜更注重火候和烹调技巧的独到应用。

既然主打湘菜，那就不得不说一说他们家的皮蛋擂辣椒。皮蛋的奶香与擂辣椒的香辣相互碰撞，创造出一种引人入胜的风味体验。擂辣椒的辛辣与皮蛋的醇厚相得益彰，形成一种辣中带香、入口鲜美的独特滋味。

擂辣椒的细腻质地为整体增色，让人在品尝的过程中感受到层次分明的味觉冲击。虽然看起来卖相不是很好，但是足够让你狂炫两碗米饭。或许是考虑到外国人的吃辣能力，夜来湘的擂辣椒的辛辣程度还比较温和，一般食客都可以接受。



650 9th Ave, New York, NY 10036

这家店应该是曼哈顿开的第一家主打烤鱼的餐厅，在地狱厨房的地理位置也让她自然的成为了大家中城聚餐的首选之一。菜单并没有很多样化，但却有一道菜额外吸睛：荔枝烤鱼。

荔枝的甜美和多汁为这道菜注入了清新的元素，与鱼肉的鲜嫩贴得天衣无缝。给腌好的鱼均匀的撒上淀粉，下热油锅煎至两面金黄，拿出放在备好的配菜上。锅里剩下的热油，下葱，姜，蒜，洋葱翻炒，加入火锅底料和豆瓣酱，最后再加上荔枝，表面经过烤制，荔枝的独特香气与鱼的鲜美融合在一起，再加入湖南菜系惯用的辣椒、花椒等调味料，形成了辣中带酸、甜的独特风味。荔枝的甜味和鱼肉的鲜嫩搭配得恰到好处，给人一种清新而有趣的味觉感受。

## 亮相

应读者要求，我们在《酸甜苦辣》里新增了这个小栏目，欢迎广大餐饮家们前来秀出自己的风采。



### Pho Bistro

8 Pleasant St, Malden, MA 02148

Brian( Malden, MA)

### 我家河粉的秘密

大家好，我叫 Brian，是 Pho Bistro 的主厨。我家河粉的秘密全在汤。经过好几个小时的精心熬制，我家河粉的汤才有了深厚浓郁的味道。而且我只选用最新鲜的肉类和蔬菜，再配上豆芽、罗勒、香菜、青柠片和辣椒。欢迎您随时光临品尝我们的美食。谢谢

視覺元素

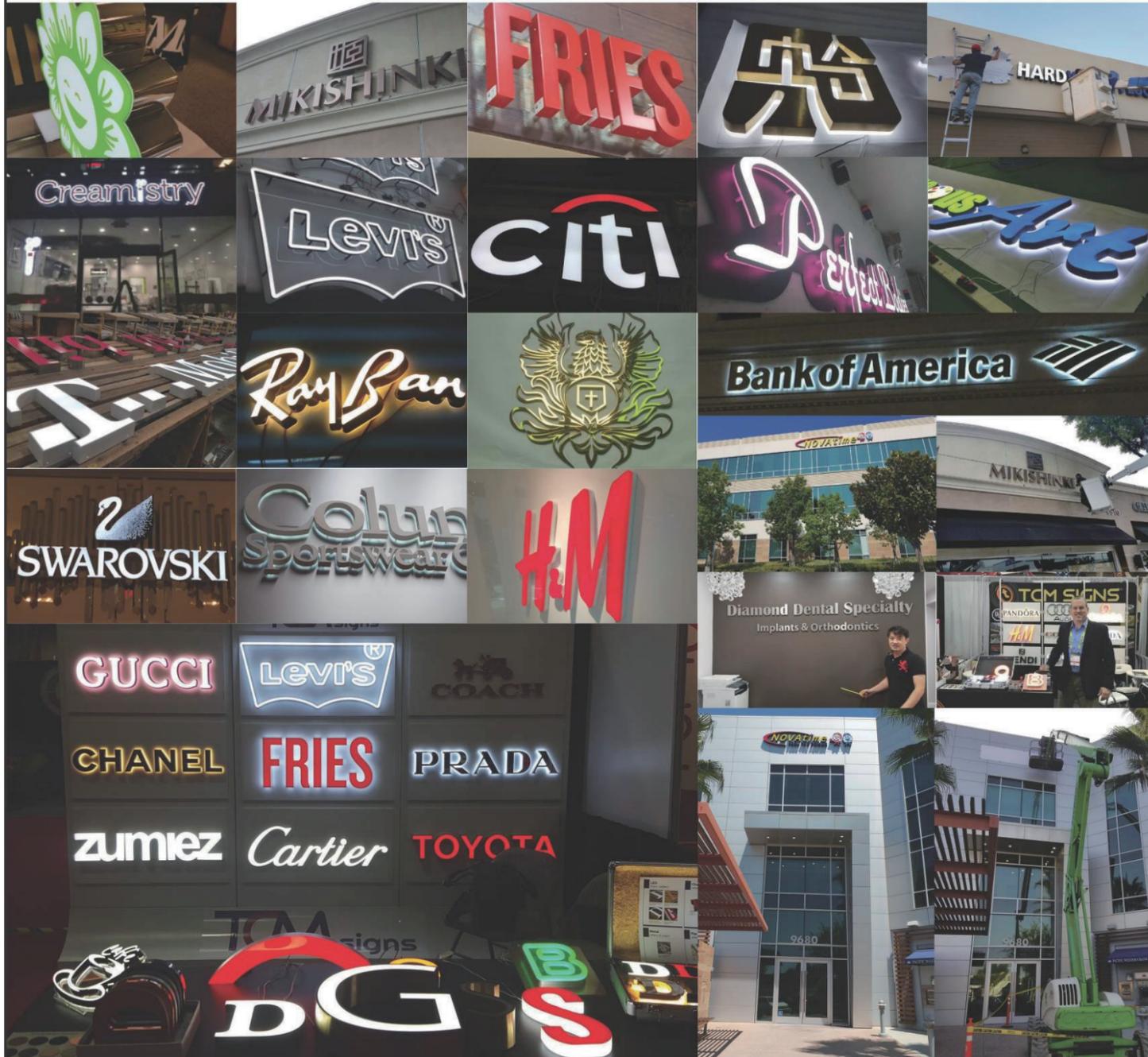
SYNIC GRAPHIC & SIGNS

www.tcmsigns.com

室內 戶外 招牌設計製作安裝

P.909.598.2254

230 Paseo Sonrisa, Walnut, CA 91789



餐飲要聞

Chinese Restaurant News

# 2023 美国餐饮 发生了 5件大好事

2023年，美国餐饮业发生了五件大好事。这五件好事不仅发生在过去的一年，更重要的，这些趋势将在2024年继续为美国的餐饮家们带来积极的影响。

# 1

## 消费者真的很喜欢外出就餐

尽管餐饮价格在过去四年中上涨了约 30%，并且餐厅更倾向于收取服务费或其他额外费用，比如用于支付医疗保险或提高工资，但消费者对外出就餐的热情并未减退。

在经济数据普遍预示着消费收缩的大背景下，餐饮业的销售额却意外地保持稳定，显示了行业的强大韧性。

在过去几年里，这种趋势已经变得十分明显。面对突如其来的大流行，人们只能在家中隔离数周。一旦有机会，他们便会抓住任何理由外出享用餐厅的美食，即便这意味着需要忍受长时间的驾车排队。

而一旦疫情放开，餐馆重新开业，顾客们便踊跃光顾，以一种几乎是蜂拥的热情。餐饮业的销售弹性复苏，速度之快超出了所有人的预期。

他们持续寻找理由去享受餐馆提供的美食和体验。这种积极的消费行为对于整个行业来说无疑是一个积极的信号。

# 2

## 休闲餐厅重焕生机

另一个令人欣喜的现象是关于休闲餐饮的命运。曾经有一段时间，人们认为休闲餐饮会像老式家庭餐厅一样逐渐消亡，但现实证明这样的预测过于悲观。

疫情期间，尽管全服务餐厅经历了关闭食堂的挑战，但消费者对于在餐厅享受美食的渴望并未减少。休闲餐饮不仅没有消失，反而更加充满活力。

每个人都低估了消费者对外出就餐的热爱——不仅仅是吃餐厅的食物，而是在餐厅的嘈杂声中享受它。

那种喧嚣无法打包带走。顾客渴望观人的娱乐，喝一杯专业调制的玛格丽塔酒，并享受随时被服务的过程。

# 3

## 数字化转型带来新机遇

直到不久以前，餐馆的客人们都还是匿名地享

用他们的餐点——他们到达，点餐，进食，支付，然后离开，就像从未来过一样，留不下任何可以追溯的信息。这种匿名性让餐厅无法识别顾客身份或了解他们的消费习惯。

然而，随着大流行引发的数字订餐服务的普及，这种局面发生了翻天覆地的变化。

现在，配备了合适的数字工具，餐馆能够轻易地获得顾客的详细信息，特别是电子邮件地址和电话号码，这为餐厅开启了一个全新的客户反馈渠道，极大地促进了营销和销售的发展。

许多餐厅还未能充分挖掘这些数据的全部价值。数据获取变得如此便捷，将给餐厅的经营带来巨大潜力。

# 4

## 更多人选择下馆子

随着时间的推移，美国人过节的传统也在悄然发生变化。节日不再仅仅是家人在家中团聚的时刻，越来越多的人选择在节日时走出家门，在餐馆享用节日大餐，为众多独立经营的餐厅提供了难得的商机。

尽管 2023 年的感恩节，选择从餐厅订购整个感恩节晚餐带回家的顾客数量略有下降，但愿意在餐厅现场用餐的人数比例实际上增加了，这不仅为这些餐厅带来了满满的预订名单，也提高了它们的盈利能力。

# 5

## 早午餐越来越流行

早午餐的盛行已经成为餐饮业一道亮丽的风景线。它所提供的物有所值的佳肴和饮品，再加上当下人们工作时间的灵活性，这一餐段已经成为了顾客和餐厅双方共同青睐的时光。

餐饮业者有理由为这一增长点感到庆幸，因为它既能满足顾客需求，也为餐厅带来了新的收入来源。☎

# 判了！三大外卖平台必须向纽约工人支付 \$18 时薪

纽约州上诉法院于 2023 年 11 月 30 日裁定，Uber、DoorDash 和 Grubhub 必须支付他们的食品送货员至少 17.96 美元的时薪，这已经是这三大外卖平台第二次试图阻止纽约市针对这些应用程序公司的最低工资法律。

这一裁决迫使这些普遍存在的送货服务公司要么支付快递员 17.96 美元的固定时薪，再加上小费，要么按每单配送支付约 50 美分的费用。

上诉法院拒绝了这些公司推翻纽约州代理最高法院法官尼古拉斯·莫因 (Nicholas Moyné) 在去年 9 月允许该法律生效的努力，该法律要求 Uber、DoorDash 和 Grubhub 支付其临时工人提高的时薪，该时薪将在 2025 年 4 月上升到近 20 美元。

纽约市市长埃里克·亚当斯 (Eric Adams) 表示，这一裁决是“纽约员工的胜利”，称这一决定是“让应用程序负责的有力工具”。亚当斯补充说：

“我们的送货员一直在为我们提供服务，现在我们正在为他们提供服务。”

这些应用程序在该市的送货员扣除费用后平均时薪约为 11 美元，远低于该市 15 美元的最低工资标准。由于应用程序送货员通常被视为独立承包商而不是公司雇员，因此通常的最低工资法对他们不适用。

这项法律是美国首次推出的类似法律。Uber、DoorDash 和 Grubhub 之前试图推翻它。2022 年 7 月，它们就在纽约州提起了诉讼，称该法案对食品送货行业的运作方式存在误解。但现在他们的这一努力再次失败。

Uber 的一名发言人称，这一决定“消灭了工作岗位，阻碍了小费的收取，迫使司机加快速度，接受更多的行程”。

DoorDash 的一名发言人表示：“可悲的事实是，法院选择无视这种错误的最低工资规定将造成

的有害后果，也没有证明其允许市政府在如何适用该规定方面挑选赢家 and 输家的决定是合理的。”

Grubhub 的一名发言人也发表了看法：“我们对法官的决定感到失望，正在评估我们的下一步行动。”

这些公司与食品送货服务公司 Relay Delivery 一道，声称该法律将迫使它们缩小服务区域以吸收新的劳动力成本，最终会损害客户和餐厅。

莫因法官曾在考虑公司要求暂停法律实施的请求时推迟了该法律的生效日期，但最终于去年 9 月决定继续实施规定最低时薪的法律。

此外，Uber 还在 2023 年 11 月初不得不支付 2.9 亿美元，以解决纽约州检察长的指控，指控其拼车业务多年来一直在“剥削纽约数千名司机的收入”。这一巨额款项包括追溯支付、带薪病假、适当的雇佣和收入通知等，以及对司机

工作条件的其他改进。Lyft 要支付 3800 万美元作为和解的一部分。

纽约州检察长詹乐霞 (Letitia James) 表示，纽约州的 10 多万名司机有资格获得和解款项，这意味着平均每人可获得 3280 美元的和解款项。

在 2017 年之前入职的老司机将有资格获得这些额外支付，詹乐霞保证，除了和解款项外，Uber 和 Lyft 还同意提供“新的福利，包括休假、薪水、培训和工作支持”。这些改进的福利——包括每年最多一周的带薪病假——最迟将于 2024 年 2 月 29 日生效。

同时，明尼阿波利斯也于去年 8 月提出了一项新规则，包括规定至少应支付司机 \$1.40/英里和 \$0.51/分钟的最低工资的法规。

Uber 和 Lyft 威胁说，如果该市实施这项与纽约类似的最低工资法案，它们将停止在明尼阿波利斯的运营。☎

# 祝贺这位传奇华人餐饮家 入选美国顶级杂志

美国历史最悠久的顶级男性杂志《Esquire (时尚先生)》近日评选出“美国 50 最佳新餐厅”，仅有一家中餐厅入选。

这家中餐厅，就是《餐饮家》报道过多次的，美国知名中餐名厨，第一届餐饮家金像奖杰出厨师获得者张鹏亮 (Peter Chang) 开在华盛顿 DC 的 Chang Chang。

Chang Chang 是张鹏亮在华盛顿特区开设的首家餐厅。Chang Chang 的菜单深受中国传统美食的影响，同时也融入了张鹏亮对烹饪的现代理解和创新思维。《Esquire》杂志中对张鹏亮的评价突出了他对传统中国菜肴的深刻理解和创新。

《Esquire》这样评价：

每次我在华盛顿特区附近，我都特别想去 Peter Chang 的一家餐馆吃午饭。要是你觉得为了吃中餐这么着急有点奇怪，那你肯定还没在张的餐馆里吃过饭。

在那儿，常见的经典菜都被他做到了新的高度，但又不搞什么融合花招。Chang Chang 是他在华盛顿特区内开的第一家餐馆，那里真的挺独特。

餐厅的亮点包括馅饼钱袋 (一种素食版麻婆豆腐，用豆腐皮做成的口袋里装满了黄豆和蘑菇)；葱芝士饼干配香肠粥的早午餐；还有必点的“四式鸭”，包括茶熏鸭胸配禁米、鸭腿派、骨头汤和鹅肝饺子，还有，就是因为好玩，炸鸡翅。

甜点大师 Pichet Ong 的甜点也不容错过——至少得带走他的亚洲香料饼干。

张鹏亮的传奇从 2001 年开始，当时他和妻子，两位国家级高级厨师，踏上了美国的土地。张鹏亮回忆最早下决心留在美国的那一刻时说：“一脚踏出去的那刻，我其实整个人都是茫然的，完全不知道未来会是怎样。”

他们带着丰富的中餐制



作经验和对美好生活的憧憬，但很快就发现，美国的中餐市场与他们预想的大相径庭。中餐厅普遍面临技术人才短缺、服务人员语言障碍、缺乏专业经营管理者以及餐厅环境简陋等问题。

面对这些挑战，张鹏亮选择了从头开始，从一

个普通的炒锅工作人员做起。他和妻子用他们独特的菜品和点心小吃，逐渐赢得了客户的认可和喜爱。他们的第一家店很快就吸引了广泛的关注，甚至得到了《华盛顿邮报》和《纽约客》等美国顶尖媒体的推崇。

从这家小店起步，张鹏亮逐渐在美国各地开设了更多餐厅，每一家都以其独特的风味和高品质的服务受到顾客的青睐。他的菜品不仅仅是味觉上的享受，更是中西文化交流的桥梁。他所开设的每一家餐厅都自带话题，成为当地社区的热点。

张鹏亮曾多次获得美国“詹姆斯比尔德奖”的提名，并于 2023 年获得了第一届餐饮家金像奖年度杰出厨师大奖。

张鹏亮不仅在美国餐饮界赢得了赞誉，更成为了中餐文化传播的标杆。他的故事证明了，通过不懈努力和 innovation，即使在异国他乡，也能实现自己的梦想，并为世界餐饮文化作出重要贡献。👏

# 纽约、华盛顿 DC、芝加哥 米其林星级餐厅同步颁奖

今年的米其林指南颁奖典礼带来了令人耳目一新的变化，三个城市——纽约、华盛顿特区和芝加哥的 2023 年餐馆评选在 11 月 7 日的曼哈顿的一场盛大典礼中同时揭晓。

这种合并仪式的新尝试不仅为了创新，而且，正如米其林指南的国际总监 Gwendal Poullennec 所言，这是一个聚集各地美食创新者、共享、庆祝、支持并互相鼓励的绝佳机会。

## 三城合并颁奖， 纽约独领风骚

在今年的颁奖盛典中，纽约再次成为北美餐饮界瞩目的焦点。

三星级餐厅的名单稳如泰山，依然由 Eleven Madison Park、Le Bernardin、Masa 和 Per Se 这四大巨头领衔。

但曾获三星的 Chef's Table at Brooklyn Fare 因为主厨和老板的

纠纷而遗憾掉出了榜单。

14 家餐厅获得了令人垂涎的两星荣誉，其中包括即将在本月关门的 Momofuku Ko 以及宣布年底闭店的 Al Coro，后者仍然保持了其两星的光辉。

两家日本料理餐厅——怀石料理 Odo 和寿司 Omakase 名店 Sushi Noz——的升星尤为引人注目，从一星飙升至两星。

而新增的八家一星餐厅则进一步丰富了纽约的美食图谱，其中包括由 Brian Kim 和 Oiji Mi 团队主理的韩国餐厅 Bōm, Christophe Bellanca 的 Essential, 以及前 Uchu 主厨新开的 Sushi Ichimura。

不过，纽约的一星榜单一直以来都是竞争最为激烈的。

许多往年的一星餐厅如 Batard、Don Angie、Casa Enrique、

Contra 和 Kanoyama 被撤星，显示了米其林评审员们的严苛标准。

此外，去年未能上榜的 Major Food Group 以其新星 Torrisi Bar 和 Restaurant 强势回归，由 Rich Torrisi 主厨，为 Little Italy 地区增添了一颗新星。

## 芝加哥摘得 唯一新三星

盛典上唯一新增的三星餐厅花落芝加哥，Smyth 在时隔六年后再升星，使得其星级达到了最高荣誉的三星。

Atelier 和 Indienne 也各自获得了一星，使得芝加哥的一星总数达到了 16 家。

华盛顿特区的米其林指南也迎来了新星，两家新餐厅 Rania 和 Causa 荣获一星，后者曾被 Eater 评为美国 15 家最佳新餐厅之一。

在颁奖前，米其林还表彰了餐饮行业内的杰出个人。

Cafe Mars 的 Madalyn Summers 因其出色的服务获得了表彰。Cosme 的酒吧团队和 Contento 的 Yannick Benjamin 分别以杰出的鸡尾酒和侍酒师技艺获奖。而 HAGS 的 Telly Justice 则荣获年轻厨师奖。

米其林指导厨师奖颁给了 Aquavit 的 Emma Bengtsson，而 Dirt Candy 和 Blue Hill 的 Family Meal 则因其可持续实践获得了米其林绿星。

米其林还将 11 家新餐厅加入了性价比极高的 Bib Gourmand 类别，表彰那些顾客能够以大约 50 美元享受两道菜和一杯饮料或甜点的餐厅。

在三城获星餐厅中共有 30 家亚餐厅，遗憾的是没有一家中餐厅。👏

## 2023 年纽约 米其林星餐厅全名单

### 三星餐厅

Eleven Madison Park (纯素)  
Le Bernadin (海鲜)  
**Masa (日本料理)**  
Per Se (当代创新料理)

### 二星级餐厅

Al Coro (意大利菜)  
Aquavit (斯堪的纳维亚菜)  
Aska (斯堪的纳维亚菜)  
Atera (当代创新料理)  
**Atomix (韩国料理)**  
Blue Hill at Stone Barns (美国菜)  
Daniel (法国菜)  
Gabriel Kreuther (当代创新料理)  
Jean-Georges (当代创新料理)  
**Jungsik (韩国料理)**  
The Modern (当代创新料理)  
Saga (当代创新料理)

### 一星级餐厅

Casa Mono (西班牙菜)  
Caviar Russe (当代创新料理)  
Clover Hill (当代创新料理)  
**Cote (韩国料理)**  
Crown Shy (当代创新料理)  
Dirt Candy (素食)  
Estela (当代创新料理)  
Family Meal at Blue Hill (美国菜)  
The Four Horsemen (美国菜)  
Francie (当代创新料理)  
Frevo (当代创新料理)  
Gramercy Tavern (当代创新料理)  
**Hirohisa (日本料理)**  
**Ikca (日本料理)**  
**Jeju Noodle Bar (韩国料理)**  
**Joomak Banjum (亚洲菜)**  
**Jua (韩国料理)**  
**Kochi (韩国料理)**  
**Kosaka (日本料理)**  
L' Abeille (法国菜)  
Le Coucou (法国菜)  
Le Jardinier New York (法国菜)

Le Pavillon (当代创新料理)  
**Mari (韩国料理)**  
The Musket Room (当代创新料理)  
**Noda (日本料理)**  
**Noz 17 (寿司)**  
**Oiji Mi (韩国料理)**  
One White Street (当代创新料理)  
Oxalis (当代创新料理)  
Oxomoco (墨西哥菜)  
Red Paper Clip (当代创新料理)  
Rezdôra (意大利菜)  
Semma (印度菜)  
**Shion 69 Leonard Street (日本料理)**  
**Sushi Amane (日本料理)**  
**Sushi Nakazawa (日本料理)**  
**Sushi Yasuda (日本料理)**  
**Tempura Matsui (日本料理)**  
**Torien (日本料理)**  
**Tsukimi (日本料理)**  
Tuome (融合菜)  
Vestry (当代创新料理)  
**Yoshino (日本料理)**

## 2023 年芝加哥 米其林星餐厅全名单

### 三星餐厅

Alinea (当代创新料理)  
Smyth (创意料理)

### 二星级餐厅

Ever (现代料理)  
Moody Tongue (当代创新料理)  
Oriole (当代创新料理)

### 一星级餐厅

Atelier (美国菜)  
Boka (当代创新料理)  
EL Ideas (当代创新料理)  
Elske (当代创新料理)  
Esmé (当代创新料理)  
Galit (中东菜)  
**Indienne (印度菜)**  
Kasama (菲律宾菜)  
**Mako (日本料理)**

Next (当代创新料理)  
**Omakase Yume (日本料理)**  
Porto (葡萄牙菜)  
Schwa (当代创新料理)  
Sepia (美国菜)  
Temporis (当代创新料理)  
Topolobampo (墨西哥菜)

## 2023 年华盛顿 DC 米其林星餐厅全名单

### 三星餐厅

The Inn at Little Washington (美国菜, 法国菜)

### 二星级餐厅

Jônt (当代创新料理)  
minibar (当代创新料理)  
Pineapple and Pearls (当代创新料理)

### 一星级餐厅

Causa (秘鲁菜)  
**Rania (印度菜)**  
Albi (中东菜)  
Bresca (当代创新料理)  
Elcielo D.C. (哥伦比亚菜)  
Fiola (意大利菜)  
Gravitas (当代创新料理)  
Imperfecto: The Chef's Table (拉丁美洲菜)  
Kinship (当代创新料理)  
Little Pearl (当代创新料理)  
Masseria (意大利菜)  
Maydān (中东菜)  
Métier (当代创新料理)  
Oyster Oyster (素食)  
Reverie (当代创新料理)  
Rooster & Owl (当代创新料理)  
Rose's Luxury (当代创新料理)  
**Sushi Nakazawa (日本菜)**  
Tail Up Goat (当代创新料理)  
The Dabney (美国菜)  
Xiquet (西班牙菜)





The Tradition 老味道

## 圣盖博隐藏着一位来自上海的高人

文、图 | Lan Xie

南加州的圣盖博小镇，源于北美的西班牙拓荒者在1771年建成的具有里程碑意义的圣盖博大天使教堂，建成后长期以来一直是各类移民的文化和艺术中心，现在的洛杉矶市正是从这里逐渐发展建立起来的。三年前，这座教堂曾遭遇了一场大火，几乎坍塌，在本地居民的努力筹措下，如今终于浴火重生，继续延展起长达250年的人文之旅，成为了疫情过后重要的社区重建标志。

自上世纪八十年代起，这个小镇接纳了大批来自两岸三地的新移民，东风西渐，发展成为新一代中国移民的Asian City。参观了教堂后，我向北步行10分钟左右，就找到了一家勾起我强烈乡情的餐馆：小南国。

餐馆外观非常干净朴素，在周围的网红餐厅的衬托下，别有一番传统的底蕴。来之前，我曾听友人介绍，这家小南国的主厨兼老板朱先生曾是上海著名餐饮品牌小南国集团创始人的厨艺指导，经他点拨后，上海小南国创业时虽然只有10平

方米的营业面积，只放得下四五张小桌，顾客回头率却极高，最后成为上海餐饮业的著名风景线。

让人心生敬意的是，朱先生年轻时本身并不是专业厨师，而是西子湖畔著名的西泠印社的专业美术师，得沙孟海等大师亲自传授，治印和书法功力均颇为了得。后来，朱先生技艺精湛的手指，于闲暇之际，掂起了厨刀，福至心灵，另开了一片天地。圣盖博这里店招上的“小南国”三字，便是朱老板的手书，显然是文韵深厚。

待后来，到了洛杉矶后，携着西泠的清逸，朱先生就随心开出了这家北美的小南国餐厅，云淡风轻地撑起了传统的海派江浙风味。好似大隐隐于市，于圣盖博小镇的一角，在人来人往的街市上，不声不响地出现了一方小小的粉墙黛瓦，如这本Menu的封面一般，安然自得，无有张扬。

推开小小店门，夺目的也是朱老板手书的菜牌，可惜当天没有活鲈鱼，要不然一定要尝尝这古意的吴中蔬菜鲈鱼脍，体会体会人生贵得适意尔的感慨。

店堂不大，素雅洁净，只有五六张大小圆桌。顾客看来都是熟客，大多用吴语与服务生点菜交谈。乡情乡语之间，果然有一份适意在其中。

精美厚重的菜单上的菜点非常丰富，因为是一个人，我就随意点了三样。一份春卷，外脆内鲜，馅儿是传统的猪肉丝黄芽嫩白菜，配料简单，清爽微甜，咀嚼之间，满口都是由些许肉味点缀的春菜和碳水混拌之鲜。

一份蛤蜊炖蛋，也是一个鲜味夺人，两种不同的动物蛋白质在隔水蒸热的过程中，产生了奇妙的自然结合，鸡蛋中的脂肪充分渗入了蛋白质的混合体，这个过程中所产生的脂肪酸，让食物有了咸甜鲜的混合口味，而江浙菜传统使用的黄酒，则将蛤蜊和鸡蛋中的腥味完全中和，趁热吃下，颇有一番满足在心头，这是一份蛋白质之美。

还有一份是炆腰花，那就是脂肪的美味了。这个菜对食材的处理有比较高的要求，同时也考验了厨师的刀功和翻炒时对火候的把握。与鲁系和川系的爆炒腰花不同，朱老板除了葱丝和姜丝，不使用包括蒜片辣椒花椒等各类其他调味配料，整盆菜端上桌时，显得整洁精致。夹

筷入口，滑嫩中毫无腥味，口感丰满而单纯，彻底地满足了一次口腹之欲。

这三道菜一一吃来，由简入繁，由繁入简，调理清晰也回味悠然，直让人体味了不虚此行的快乐。

时近晚上八点，按惯例餐厅不再接待新来客人。朱老板忙完了最后一波菜肴后，也走了出来同熟客们招呼闲聊。一位客人拿出手机向他展示了新近收到的一幅字画，两人便一拍即合娓娓道来，仿佛时光穿越，竹林高会。我隔着一张桌子，不能看清字画内容，从双方的神态看来，一定是多年的知己老友。

俩人谈兴正浓时，有一位客人匆匆赶来，非常客气地询问是不是可以赶在收铺前点两个菜打包回家，因为家里久居洛杉矶的老人一直念叨着这一口的乡情乡味。于是，朱老板赶紧起身转回厨房又忙碌起今天最后的一个order。

从西泠的印石到南国的厨刃，餐食之美，待客之情，不也就是传统的中华人文之美吗？也正如圣盖博小镇再获新生的教堂，无论怎样的风吹雨打，这样的人文之美也永不凋谢。📍

## Southern Mini Town Restaurant 小南国

833 W Las Tunas Dr, San Gabriel, CA 91776



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。

# 赤 心 蜀 邓扶霞：

## 前言

从出生地和 DNA 上说，邓扶霞 (Fuchsia Dunlop) 是土生土长的英格兰人，她在牛津长大，本科毕业于剑桥大学英国文学系，硕士毕业于伦敦大学亚非研究所。但从海纳百川的舌头、有容乃大的胃还有安逸逍遥的精神上来说，她绝对可以算得上是一个四川人。

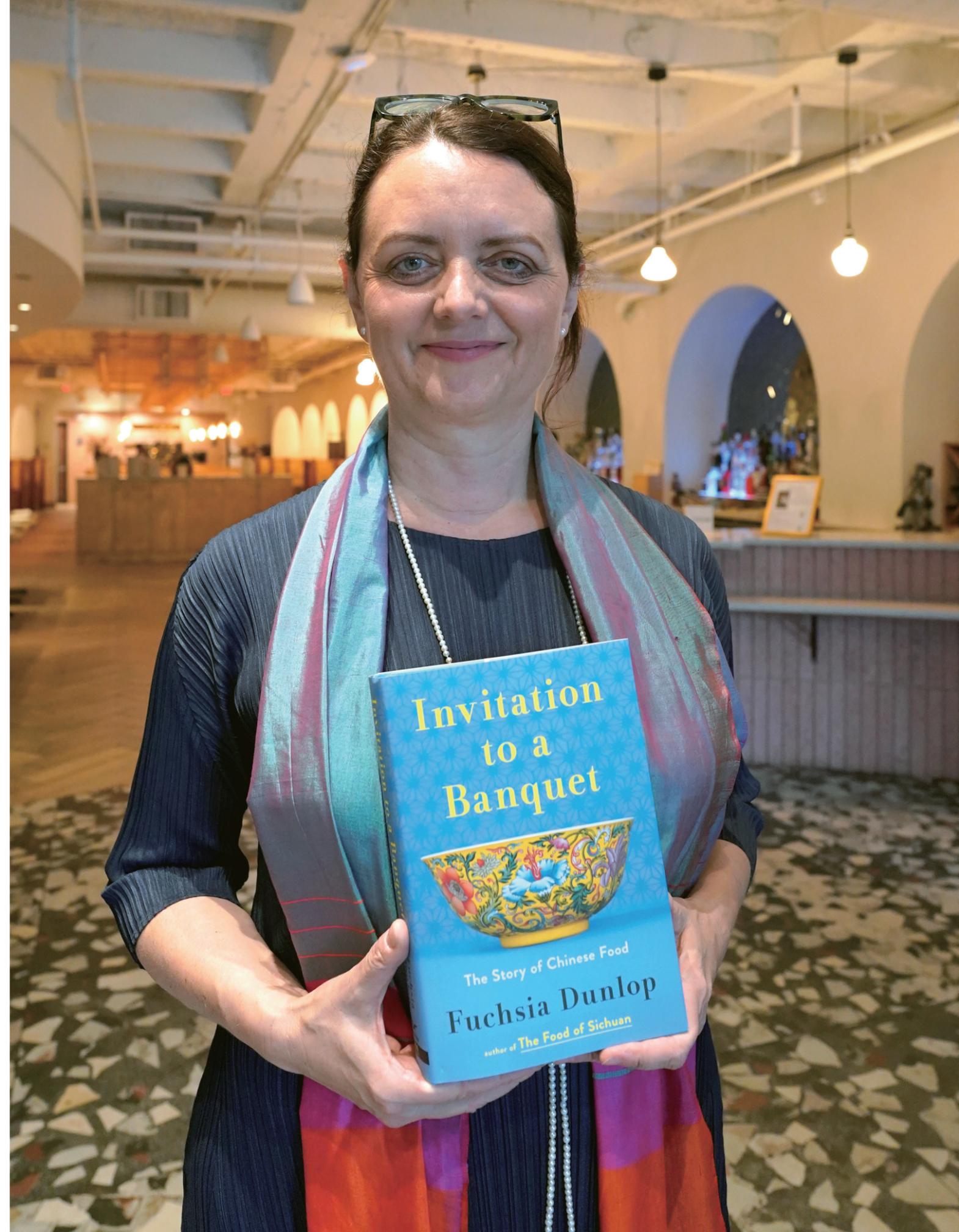
从 11 岁开始，她就立志做一名大厨，走遍千山万水苦练厨艺。一道宫保鸡丁做了 30 年，温故知新仍能有所精进。上世纪 90 年代，扶霞来到四川大学做访问学者，又到四川烹饪高等专科学校进修，在随后的几年时间里，她尽情探索着这个刚刚向外界打开大门的古老世界，大快朵颐着这片土地上无尽的美味，热情地同这里淳朴善良的朋友们打成一片，度过了她此生最奇幻的一段旅程。

从 2001 年开始，她开始出版关于中餐历史文化和烹饪技巧的书，到 2023 年已经出版了 8 本，其中有 4 本都被翻译成中文，“反向输出”到华人世界并一路畅销。她为伦敦、香港等多地的知名中餐馆做顾问，帮他们研究和设计菜单。

从 2012 年开始，她开始跟旅行社合作，带“吃货团”吃游中国，有时候也根据企业客户的要求组织私人“吃货游”，进一步消除隔阂与误解，为中餐文化的传播架起一道美味的桥梁。

迄今为止，她已经获得过 4 次詹姆斯·彼尔德大奖 (James Beard Awards)，被业界誉为“最懂中餐的外国人”。2013 年 11 月，她携新书《盛宴请柬——中餐的故事》在各地巡回举办读书会，又成功掀起一股热潮，带动数十家世界主流媒体议论起她的故事，她的书，以及她带领人们品味的中国菜。

文、图 | Ivan Liu



深秋的华盛顿特区已经有些凉意，但 Peter Chang 旗下的 Chang Chang 餐厅却异常热火朝天。11月8日是英国作家扶霞要来这里开新书发布会暨读者见面会的日子，她第一站去了纽约，首都 DC 是第二站，短暂停留后，她还将去波特兰、西雅图、旧金山和洛杉矶。各站活动的门票基本上大半月之前就已经售罄，有的粉丝甚至一路上跟着她跑，场场不落。傍晚时分，扶霞穿着一袭深蓝色长裙，戴着珍珠耳环和项链来到 Chang Chang 店，活动还没有开始，Chang Chang 年轻的老板张宇兴高采烈地张罗接待贵客，张鹏亮则带着他的厨师团队在后厨忙得不亦乐乎，他一刀一刀雕刻着挖空的南瓜，准备把它做成炖汤的盅。他身旁的架子上，放着 he 刚拿出来的陈年茅台——今晚他将用它来招待远道而来的好朋友。

不一会儿，大厅里找扶霞签名的人就排起了长队，男女老幼都有，老外比华人略多一两成。扶霞倚在吧台上，一边笑着跟粉丝们攀谈，一边拿笔刷刷地在书的扉页上写下流畅的中文。她可以用草书签自己的名字“扶霞”，也可以用正楷写“食在中国”，若对方是华人，她也可以问到别人中文名是哪几个字后，毫不费力地写出来——一个华人小姑娘惊叹地说：“好厉害！我现在打字太多了，有的字都会反应不过来应该怎么写呢！”

## 关于扶霞其实是四川人这回事，江湖上是有传说的，也是有迹可循的：她看着菜单上写的“酒酿”，会直接说成是“醪糟”

“她不仅懂中文，她甚至精通四川话呢。”旁边另一名粉丝说：“你去读她的《鱼翅与花椒》那本书，四川人甚至会情不自禁地用四川话读起来。”

### 英国来的川妹子

关于扶霞其实是四川人这回事，江湖上是有传说的，也是有迹可循的：她看着菜单上写的“酒酿”，会直接说成是“醪糟”；她敢吃除了成都平原之外在其它地方不受待见，甚至连一些重庆人都不敢吃的兔头；她用英文写的书里会用汉语拼音拼写四川方言，比如“sazi”（啥子），外省翻译可能都会翻译错，因为这部分其实不是英译汉，而是川翻普。

扶霞的“四川人灵魂”并不是一夜之间唤醒的。1992年，她因为所从事的媒体工作涉及中国地区报道的原因，她第一次去中国，第一站是到了当时尚未回归的香港。她的表哥塞巴斯蒂安带着她去了一家装修前卫的中餐厅，一上来就点了个皮蛋作为前菜。结果自然是起猛了，那一瓣瓣切开的皮蛋仿佛“闯入噩梦的魔鬼之眼”，幽深黑暗，闪着威胁的光，仿佛在瞪着她。蛋白是“脏兮兮的半透明的褐色”，蛋黄则是“一坨黑色的淤泥”，她礼貌性地夹起一块放进嘴里，一股“恶臭”立刻让她无比恶心。

当时，无论是她的表哥塞巴斯蒂安，还是表哥的那群朋友，都一块接着一块地大快朵颐，却并没有发现扶霞并不喜欢这道奇怪的菜——因为她在藏着掖着，一方面是出于英式的餐桌礼仪，更重要的是因为她作为吃货的自尊。毕竟在吃这件事上，她自认为自己一直是以大胆著称的，对不同民族的不同饮食文化，她也早就是见过世面的。

从小，扶霞的家里就总是弥漫着各种奇异的的味道。她的妈妈是一个家庭厨师，也是在牛津教外国留学生学英语的老师。妈妈总是把学生们带回家来一起吃饭，家里的饭厅经常是像个小联合国一样，而那些来自土耳其、苏丹、伊朗、意大利、哥伦比亚、利比亚、日本……的学生总是“占领”她家的厨房，



争相大展拳脚让大家品尝自己家乡的美食。她妈妈和爸爸在做菜方面也都是广采博览，勇于创新。妈妈喜欢做印度朋友教她的咖喱，爸爸则能拿着奥地利的朋友从缅甸和锡兰带回来的菜谱创造“超现实主义”的新品。

扶霞小的时候也吃过早期的“出海中餐”，比如配上酸甜酱的油炸猪肉丸子，还有笋子炒鸡肉和蛋炒饭之类的。她自认为对于中餐已经可以从容应对，但香港的第一口皮蛋，确实给了她一记当头棒喝。尽管她也从精美的点心和鲜香的汤中得到了从未有过的惊喜，但有许多没见过的佐料和想不到的食材强烈冲击了她的心理防线。

### 中国人什么都吃，吗？

从香港口岸进到广州之后，她去了“臭名昭著”的清平市场（中国国内最早的一个农副产品自由市场），继续被刷新着感官和认知——她看见农产品市场的笼子里关着各种“样子很痛苦”的动物，比如獾、猫和獾，药材摊上摆着一麻袋一麻袋被晒干的蛇、蝎子、蜥蜴，场面只能用触目惊心来形容。

当天的晚餐除了牛蛙之外，还有蛇肉，是爆炒的。她像一个披荆斩棘的壮士那样勇敢地

**确实，中国人在食材方面是没有太多禁忌的，但并不是饥不择食的不讲究，中国人讲究食补，讲究营养的均衡搭配。**

尝试了，然后，发现它竟然出乎意料地美味。后来在成都与麻辣兔头的相遇也是经历了这样的波澜起伏。从第一眼看到的恐惧和恶心，到借着酒劲豁出去品尝，再到后来的欲罢不能，每个周末都必须要去吃……对于中餐里那些奇异宝藏的发现，“真香定律”总是适用的。

“中国人什么都吃，这是外国人说起中国人的饮食习惯时常说的一句话。对，也不对。”扶霞说：“确实，中国人在食材方面是没有太多禁忌的，但并不是饥不择食的不讲究，中国人讲究食补，讲究营养的均衡搭配。”来到中国后，扶霞发现，对于大多数中国人的日常饮食而言，跟外国人没有太大的区别，米面做主食，配餐是常见的家畜家禽和蔬菜水果。她也察觉到，长久以来，甚至到了21世纪，外国人对中餐文化的刻板偏见有很多都是带着歧视甚至是双标的。

有人认为中国人是因为穷才什么都吃，但其实很多生僻的食材自古就只有有钱人才吃得起；有人觉得中国人吃内脏很恶心，但其实英国也有擅长做内脏的高级大厨——鹅肝不也是内脏吗？还有人觉得中国人吃保护动物很不环保，但其实不环保的东西西方人也在吃，但他们会选择性失明。她认为，因为歧视，就会妖魔化和污名化，如果没有公平，也就没有办法沟通和建立理解。她自己三十年来一直努力做的事，就是以美食为媒，消除人与人之间不公平的偏见，互相认识，加深理解。

### 人间天堂

扶霞对于中国社会文化的深度理解是全方位的，不仅仅是依靠味觉。1992年的初次相识，她眼中的中国不仅是杂乱无章的，也是生机勃勃的，跟西方人简单粗暴理解的“集权国家”完全不同。她看着农民在稻田里耕作，观看马戏团精彩的表演，在漓江边骑自行车，在长江三峡的游船上跟人讨论“文革”，回到英国之后，她就开始给《今日中国》杂志编写季度新闻汇总，也开始沉溺于照着中餐菜谱做菜。





两年后的1994年，当她有机会申请到一个访问学者奖学金，就义无反顾的再次来到了中国，在这里一呆就是四年。

川大的留学生公寓毗邻才女薛涛的故居，现在叫做望江公园。古朴的望江楼下，蜿蜒的府南河从茂盛的竹林间畔流过，竹林间不仅有凉亭、茶园、花圃，还有各种好吃的小吃摊，竹林深处，早晨有人读书遛鸟，下午有人下棋打麻将，读书声和麻将声交替入耳，是蜀中特有的安逸，也是不融入其中就想象不到的世外桃源。

对于初到成都的扶霞而言，在十月雾气笼罩的清晨，咬一口新鲜出锅的军屯锅盔，在阴湿的空气中感受到花椒的酥麻和混着鲜肉的油饼的焦香，她就已经飘飘欲仙了。

在接下来的日子里，她发现她的中文基础和文化功底完全不足以在图书馆里驾驭她应该要做的民俗文化研究，在与老师同学们的交流中她也敏锐地发现了90年代初期开放中依然纠结着的诸多禁忌，很多谈论会点到即止或归于安全的陈词滥调。按照她的话说，当时“全国上下正从文革的梦魇中慢慢恢复，却还没有完全

醒来”。

但成都的世俗生活却是如此的生动、真实，充满着故事和底蕴，当她一头扎进四川的生活之中，单纯地呆在四川，清空所有先入为主的符号学意义上的那些偏见，让这个地方自然而然地引导着她，在她身上施展那舒缓甜蜜魔法，她的访学之门才真正的打开了。成都就是一座博物馆，菜摊酒肆才是她鲜活的书架。放弃空对空的学术讨论，去街头巷尾跟卖菜的太爷、摆摊的太婆和开餐馆的老板们“摆龙门阵”（聊天），才是社会学调查正确的打开方式。

在扶霞的记忆中，90年代的成都算得上是人间天堂了，所有的东西都是靠鼻子就能发现的。温暖的傍晚，空气中绵延不绝地流动着豆瓣酱、花椒和茉莉花茶的香味，那些最简陋的“苍蝇馆子”里端出来的中餐，也比在伦敦能找到的任何一家中餐馆都要好吃。

### 舌尖上的乡愁

三十年来，她总是像陆游一样，在自己的文

## 《纽约时报》评价她说：“没有人在向老外传播中餐文化方面做得比她更多。”

章中反复提起“举箸思吾蜀”或“未尝举箸忘吾蜀”。客居的记忆硬是被她沉淀成了乡愁。她会想起一说起童年的街头小吃就两眼泪汪汪的老人，也会怀念因为拆迁而关门歇业的担担面老板，她告诉记者说，成都的人都对她那么好，真诚无私地好——她当时无非就是个留学生而已，无钱无名。但她想要学厨，那些厨师们，老板们就很热心地教她，完全不求回报，只当时遇上知音一样地开心。

90年代中期时，扶霞在川大一带的厨师圈很出名，因为她总是软磨硬泡地进到餐厅的厨房去学艺，也经常被人看到跟街头巷尾的小吃摊主聊天。一家酒吧的老板主动向她发出邀请：“我要是不教你弄个菜，那就不算是四川人了哟。”从此他们就成了好朋友。

但很快，餐馆偷师和街头采访已经不足以满足扶霞对于中餐厨艺系统性的渴求了，她正经八百地去到四川烹饪高等专科学校学厨，学校那些大厨们面对这样一个剑桥大学毕业的高材生，突然很认真地要来他们手下学厨，他们多少有点难以置信，却也非常热情地倾囊相授，帮助扶霞成为了一名科班出身的川菜大厨。

也许多年以后，当她著书立说游说全世界，为中餐正名并将川菜发扬光大时，多少是怀着对这些人的沉甸甸的情感和责任感。

她对她的作品在国外引起轰动并不觉得有多意外，因为她非常清楚西方国家对于快速发展和变革中的中国有多么不了解，对于中国的饮食文化存在多么古板而顽固的偏见，所以她倾尽

半生的时间和心血为世人揭开的生动图景自然能够吸引到人们的眼光，甚至改变很多人的想法。但她一开始没有想到的是，自己作为一个外国人，写作的关于中餐的书也会在中国火爆出圈，成为畅销书。

她想了一下，觉得有可能中文读者感兴趣的角度会有一些不同，就像她认识的一些中国朋友问她的——难以想象，你的父母如何能够接受？一个剑桥毕业的高材生会去转行学厨！对于华人读者而言，她觉得她的个人经历和视角或许能给大家另一种启示和激励，那就是不为世俗的思维定式所束缚，勇敢地去追求自己真心喜欢做的事情。

她在二十多岁的时候也曾有过犹豫和软弱，并不是一开始就能找到自己喜欢的方向，但听从自己内心的召唤，追求自己所热爱的，更能印证“行行出状元”，完成自我价值的实现。

在2019年出版的《川菜》一书中，扶霞将200多道经典川菜食谱、56种烹饪技法、23类调味品贯穿于她独到的关于地域环境、历史文化和人文风貌观察记录中，厚积薄发，大气磅礴，一举夺得美国的《纽约时报》和美国国家公共电视台，英国的《卫报》等多家媒体的“年度美食图书”推荐。

《纽约时报》评价她说：“没有人在向老外传播中餐文化方面做得比她更多。”《舌尖上的中国》导演陈晓卿说她是“我认识的外国人里最懂中餐的。”她的好朋友张鹏亮则数次当着众人的面，称赞她是“真正的文化大使”“为外国人认识中餐做出了巨大的贡献”。

她2023年的新书《盛宴请柬——中餐的故事》更是从原材料到餐桌，从菜谱到观念，系统地阐述了中餐的复杂性和发展历程中遭遇的阻碍，有历史的困境，有未来的难题，它已经远远超出了一本美食读物的范畴。

这个眼里始终泛着光，脸上始终带着迷人微笑的异域女子，从容地撑着那艘已过万重山的小船，依旧在贪恋沿途的风景，用心地记录这条大河的古往今来，真诚地撒播丰盛的渔获，逍遥地随着滚滚的河水驶向远方。📍



## 两个川菜大师的对话

# 扶霞 vs 张鹏亮

2023年11月，在美国旅行的美食作家邓扶霞（Fuchsia Dunlop）和川菜大厨张鹏亮（Peter Chang）在弗吉尼亚的MAMA Chang餐厅里“以厨艺会友”，并进行了一番交谈，《餐饮家》杂志记录下了这两位好朋友的对话。

### 1, 关于厨艺的日常探讨：

**扶霞：**我先看一看你们今天的菜单啊，我觉得你们的菜单搭配得特别好，我想问一下你的麻辣牛肉是怎么做的？有没有用一点豆瓣酱？

**张鹏亮：**没有的。这是干辣椒熬出来的卤水，用豆瓣酱的话酱香味可能会太重。

**扶霞：**我觉得你用醪糟做云豆很特别，香糟味是川菜的一种味型，我吃过香糟鸡、糟醉银杏，但从没有吃过用醪糟做云豆的。

**张鹏亮：**云豆不容易煮软，诀窍是得先用高压锅来煮它，煮软了然后再泡。中国的云豆很大，我们用的Amish的云豆很小，这样做就很好吃。

**扶霞：**这边买不到鲫鱼的话，你做的鱼丸的汤是怎么熬的？

**张鹏亮：**那也是没有办法的事，如果罗非鱼之类的做替代来熬汤完全不行，我们会加鸡和筒子骨来熬汤底。这样汤就会又白又香浓。

### 2, 关于中餐的推广

**张鹏亮：**我有几个问题想要请教您。中国人觉得你是一个外国人，我现在在美国也是一个外国人，但我们都是中餐厨师。作为一个中餐厨师，你觉得海外中餐有未来吗？

**扶霞：**有未来。我觉得西方人对中餐越来越感兴趣，而且他们越来越愿意尝试新的东西。怎么说呢，如果有问题，就只是沟通的问题。比如有新的菜系出来，你需要好好地跟他们宣传，跟他们讲这是什么东西，是什么来源。

因为我觉得西方人不懂中餐，这是最大的一个问题。

我之前跟伦敦的一个川菜馆合作了十年，我的工作就是写菜单、写资料，把中餐菜式推广给外国人。西方人不懂怎么搭配菜，他们去餐馆一般就是一个人点一道。

**张鹏亮：**对，我们中国人去吃饭，经常就是大家一起点，你点一个回锅肉，我点一个水煮牛肉，他又点一个小炒菜……

**扶霞：**对，如果有味道重的，就需要搭配味道清淡的，有荤有素，还要有一个汤菜……西方人不懂这个，这都需要介绍给他们。还有一些他们没有见过的东西，一些没见过的吃法，你需要给他们解释，这是好东西，不是坏的东西，是安全的，跟我们吃的东西不一样是有原因的。我之前带了一个吃货团在中国旅行，我就发现只要给他们解释了，他们都愿意尝试，而且都能接受。

**张鹏亮：**我很认可，中餐在海外能够有很好的市场，但你现在要如何用他们熟悉的语言去讲好中国菜的故事？这个就太难了。你在跟他们讲故事的过程中，是着重讲故事？还是着重打破刻板偏见？

**扶霞：**我觉得都需要。我经常陪中国厨师在国外，吃第一顿西餐，他们也有很多问题吧，都一样。外国人一般比较难理解“有口感，无味道”的东西，特别是脆脆的，动物类的东西，比如说海蜇、鹅肠、鸡软骨……还有吃起来比较麻烦的东西，比如鸭舌、凤爪……就是因为他们不懂，就不太欣赏。所以我一直在“培训”他们怎么欣赏中国的口感。

我一开始也害怕吃兔头，后来也就习惯了。

### 3, 关于消除偏见

**张鹏亮：**那中餐在海外要想生存和发展，最需要解决的问题是什么？

**扶霞：**首先当然是语言的问题。菜单要翻译



扶霞和张鹏亮（左）、张宇（右）在 ChangChang 店合影



张鹏亮做的手工鱼丸

得好，最好要描写一下每道菜到底是什么。第二个很奇怪，不是问题的问题。西方很多人会觉得味精是一个问题，认为中餐用味精就不好。

**张鹏亮：**那你对味精是什么看法？

**扶霞：**我认为如果用味精来代替原材料，或者味精放太多，就不好。如果天天吃，吃太多，味觉就会麻木了。我自己通常会尽量用好的原材料，用食材本身的鲜味来代替味精，但我也并不是反对味精。因为站在科学的角度来讲，味精并没有什么危害，有很多西方人反对味精是没有道理的反对。在西方，一般高级的厨师做菜不用味精，家厨不用味精，被称为“垃圾食品”的快餐会用味精，他们就认为味精是不好的东西。但比如说意大利的一种高级的奶酪，它里面就会加味精。

**张鹏亮：**还有西方人会觉得日本料理是高级的东西，但日本料理的汤里面味精用得很多啊，它是离不开味精。但很奇怪的是，西方人会把味精和中餐直接等同起来排斥。

**扶霞：**我觉得一开始，西方人对中餐是有一些偏见的，先入为主了，所以就“双重标准”了。味精是一个例子，还有比如鱼翅也是一个例子。肯定吃鱼翅不环保，但西方人也吃不环保的东西。欧洲的鳕鱼——这已经很稀有了，不应该吃，但还是有英国的名厨用鳕鱼做菜。

所以总而言之，我们需要公平。如果没有一个平等的环境，就没有办法消除各种误解和偏见。

**张鹏亮：**从自身的原因来说，我觉得我们现在有点像是盲人骑瞎马，中餐行业整体的素质不够高，文化、语言、管理水平，都还不够，包括我自己在内。

**扶霞：**海外中餐整体的发展水平不够高是一方面，西方人的态度有问题是另一个方面。所以需要双向的努力。其实你虽然语言不够好，但你有 Lydia（张鹏亮的女儿张宇），年

轻的一代人他们能够用西方人熟悉的语言，更好消除这些偏见，传播中餐的文化。

#### 4, 关于预制菜

**张鹏亮：**关于现在炒得很热的预制菜问题，你怎么看？

**扶霞：**如果是指的用简单加工预制菜来经营餐厅，我觉得对于中餐的传承是很遗憾的事，对中餐烹饪技术的未来不太好。厨师在一个餐馆里面受到的训练是从原材料处理到加工制作全过程的。但如果你只是把包装好的菜拿出来加热……那对你学习做菜没有什么帮助。

**张鹏亮：**你知道很多中餐是需要预制加工的——比如卤菜，那预制加工和预制菜之间的区别，或者说边界线应该在哪里？

**扶霞：**预制加工可以是在一个厨房里面把一部分菜提前做好，比如肉要做成酥肉还是粉蒸肉，或者是卤蹄膀，前期的加工不一样，厨房的厨师他们会懂整个过程。但如果是依靠另一个厨房——中央厨房来给你准备好，然后送到餐厅里面去加热，这些餐厅的人就没有机会去学会这些技术了。

**张鹏亮：**那你觉得为什么现在会流行预制菜？

**扶霞：**因为经济的原因，因为方便。

**张鹏亮：**现在越来越多人愿意来做厨师了，做厨师太辛苦了。而且在厨师在华人的一般认知里，社会地位是比较低下的。如果成为名厨会好些，但现在的年轻人也比较难下决心花个十几二十年的时间去锻炼，经历成长为“名厨”的漫长过程。所以我们有“后继无人”的问题。虽然预制菜是西方工业化的产物，可能是一种必然，但也是对现实的一种妥协。像我们这代人是太接受预制菜的，但我们下一代可能接受个 40%，我们的孙辈可能接受个 80%，等到我们孙辈的下一代，可能基本上就 100% 接受了。就像现在很多

中国的孩子已经不太知道自己家里做菜应该是什么味道，也不会做了，已经严重依赖外卖。

**扶霞：**是，我现在，比我的很多中国朋友，都更知道怎么做中国菜，我的好多中国朋友都不会做了。

**张鹏亮：**社会接不接受是受制于时空变化，是不由我们这些人能决定的。

**扶霞：**我很佩服中餐文化，如果下一代，再下一代，如果失去了这个技术，我会觉得很遗憾。

## 5, 关于 Peter Chang 的发展思路

**张鹏亮：**现在不少人告诉我，老张你失败的地方就是开店太多。你觉得像我这样在海外打拼的厨师，我是应该精益求精地把一家店打造到极致，追求我个人专业上的成功，还是更应该打造一个团队，经营十几家店，每一家都做到大概八十分这样子？如果我一个人经营一家店，从早到晚都在这个店里，可能会把每一道菜都控制得很好，还能有时间再开创很多新的花样。但如果是精力分散了，作为厨师，可能就会失去取得更大成就的机会了。

**扶霞：**我非常理解。在英国也一样的，比如说我们一个厨师，开了一家店，下了很多功夫，做得非常累，多年以后取得了很大的成功，获得了很高的评价。然后，他们也会考虑商业化，比如说跟超市合作推出自己的品牌产品，我完全理解。我觉得你到了现在这个年龄，追求商业上的扩张和成功是应该的。

**张鹏亮：**那站在你自己的角度，对于未来的经营餐厅的厨师，你会更喜欢那一种？是做一家餐厅做到100分的，还是做很多家做到七八十分的？

**扶霞：**我自己吃的话，我肯定是宁愿吃你做的，我知道你在哪家餐厅，可以的话我就宁愿去那家餐厅。但我觉得，如果能有很多还



扶霞和 Peter Chang 餐饮集团的大厨团队“以厨艺会友”

不错的餐厅存在，也是不错的。我从来都认为只有一个选择是正确的答案，多样化才是好的。我不反对创新，也不反对保守的“正宗”；可以有一家店的精品餐厅，也可以有连锁店品牌……

你已经做得很好了。我觉得我今天来到这里，看到你有这么大一个公司，同时，你还在坚持自己做菜，你还热爱做菜，而且你的刀工，你的火候，没有任何的问题，我真的很佩服你。

**张鹏亮：**我觉得中餐得到的理解太少，理解中餐的人太少了。如果只做一家中餐，一年大概接待个一万个人，但如果我有15家店，

我可能一年就能接待十几万人。在目前这个阶段，比较而言，高大上的东西很多人未必理解，我们或许就走一个中间路线，做“普及中餐”。

**扶霞：**用“普及中餐”来证明中餐不是大家所理解的“美式中餐”。

**张鹏亮：**对，我们力量有限，就像靠着一个“普及”的过程，让中餐能有一个逐步的提升。等到我女儿的一代，我外孙的一代，慢慢就把中餐普及了，把中餐的影响推广开去了。

**扶霞：**我都是，我的目的也是，希望慢慢地提高中餐的影响力。

**张鹏亮：**你的影响已经很大了！

**扶霞：**写书比做菜容易啊，我写一本书，可以印很多本，但你做一道菜只能吃一次，要不停地做……

**张鹏亮：**跟你聊天很开心，太感谢你了。👍



# 2023 年美国火锅餐饮大数据

近年来，美国的饮食文化迅速演变，多元化的餐饮选择日益受到广大消费者的欢迎。在众多异国美食中，中餐因其丰富的口味选择、独特的餐饮体验以及在美的广泛普及，深受市场青睐。其中的火锅更是在近几年成为了一股新兴力量，刷新其他族裔食客对中餐的认知，为全世界的美食爱好者提供了更多样化的选择。

本报告旨在深入了解火锅在美国的近年发展状况，我们不仅将观察火锅在美国中餐中的地位变化，还可以洞察消费者的兴趣所在，从而为火锅餐厅的经营策略提供数据支持。

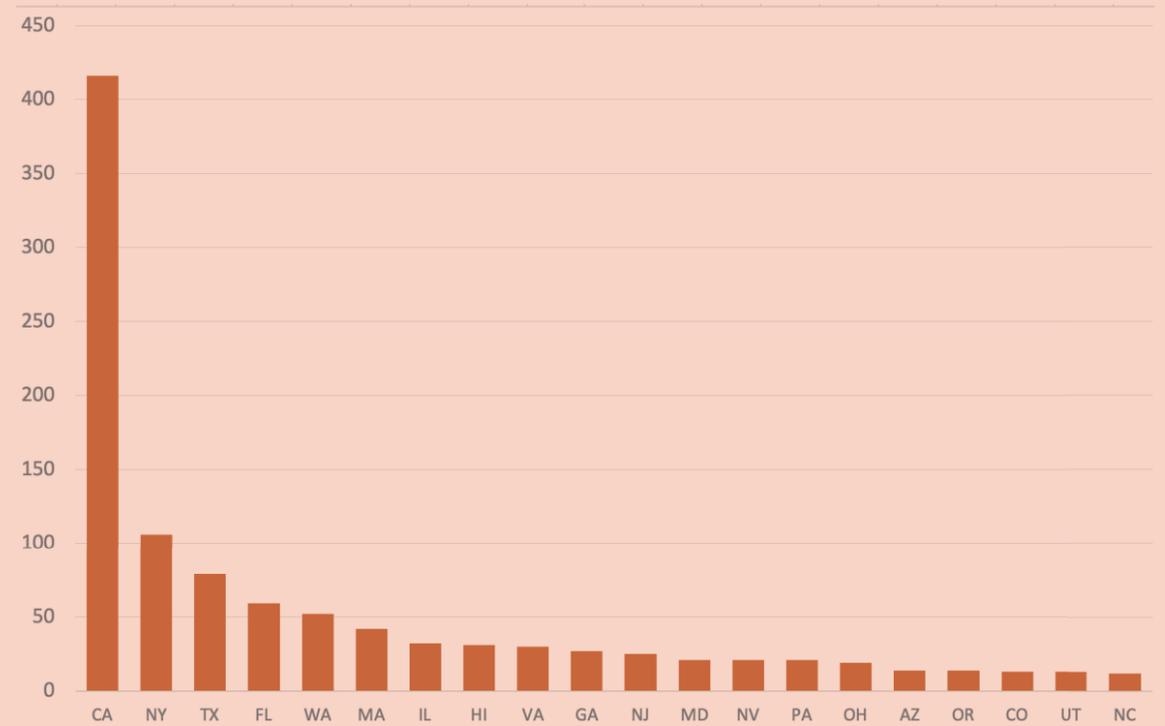
## 美国人越来越爱吃火锅

从下图中我们可以看到“hotpot”这一词条在美国的谷歌搜索热度趋势。从2019年初至2023年底，搜索热度整体呈上升趋势，在疫情结束之后尤其明显。

这表明了火锅在美国越来越受欢迎，市场呈现出旺盛的增长势头。这一增长趋势由多重因素驱动，包括火锅店数量的显著增长、社交和新闻媒体对火锅文化的积极推广，以及消费者对各种文化美食的不断尝试和探索。而火锅之所以能获得如此广



"hotpot" 词条近五年美国谷歌搜索热度变化  
2019年1月至2023年11月数据



美国火锅店数量最多的前20个州

泛的喜爱，关键在于它所营造的其乐融融氛围以及对食客各种口味需求的包容性。

## 加州已成火锅大省

根据美国餐饮 SaaS 公司 MenuSifu 提供的数据，截至2023年11月，美国共有

1100 余家火锅店，从上图中我们可以看到其中数量最多的20个州的分布情况。

加州以绝对优势领先，拥有超过400家火锅店，远远超过其他州。这反映了加州较大的亚裔人口基数以及对多元文化美食的高接受度。

纽约州和德克萨斯州分别列第二和第三位。尤其纽约州，作为文化大熔炉，其对于各类美食的需求和接受度一直很高。而德克萨斯由于其繁荣的经济和人口增长，火锅市场也在快速发展。

佛罗里达州、华盛顿州和马里萨诸塞州的火锅店数量虽然

与前三者有一定差距，但也在40到60家之间，显示出火锅文化在这些地区也有着一定的市场基础。

整体来看，火锅店在美国的分布情况显示出东西海岸及个别内陆州对于这种餐饮方式的高度接纳。



# 2023 年美国火锅餐饮大数据

## 火锅走出 廉价中餐阴影

相较中餐整体，火锅店更能满足高质量餐饮需求，普通处于中等价位，口碑也更高。火锅在美国完全走出了廉价中餐的阴影。

右图显示了美国火锅店的评分与价位分布的关系。我们可以观察到火锅店主要集中在评分4分的类别，其中以中等价位（两个美元符号 \$\$）的火锅店占比最高，达到了35.01%。这一数据表明食客普遍认为中等价位的火锅店提供了符合他们预期的质量和服

务和服务，给予了这些餐馆较高的评分。紧随其后的是评分为4.5分的火锅店，在中等价位（\$）的类别中占比19.07%，表明在中等价位档次中，有相当数量的火锅店能够提供着优质的服务

和体验。值得注意的是，评分为3.5分的中等价位（\$\$）火锅店也有相对较高的占比，达到13.93%。这说明，虽然这些火

评分	价位			
	\$	\$\$	\$\$\$	\$\$\$\$
2.5	0.13%	0.63%		
3		4.02%	0.38%	
3.5	0.50%	13.93%	2.13%	
4	0.13%	35.01%	12.42%	0.38%
4.5	0.13%	19.07%	9.16%	0.50%
5		0.88%	0.50%	0.13%

美国火锅店评分和价位分布

店的服务和质量可能略有不足，但它们依然占据了市场的一定份额。

高价位（\$\$\$ 和\$\$\$\$）的火锅店虽然在整体分布中所占比例不大，但在高评分区间（4和4.5分）有一定的占比，这反映出食

客还是愿意为更高质量的火锅体验支付较高的价格。

整体而言，大多数火锅店聚集在中等价位区间，并且大部分得到了3.5分以上的评价，显示了美国火锅市场对中档价位和高质量服务的倾向。这一

数据也许可以作为火锅店经营者定价和服务质量规划的参考。

如果我们将火锅与中餐厅整体评分和价位分布进行比较，如右图，我们会看到中餐厅的评分普遍更为广泛，且有较大比例集中

在3.5评分档位，尤其是在低价位和中价位（\$和\$\$）区间。

两者在低评分（1-2.5分）区间的比例都不高，但在中餐厅中稍微有更多的分布，尤其是在低价位（\$）类别。这可能表明在低

市场上，中餐厅的质量更加参差不齐。

高价位（\$\$\$和\$\$\$\$）的餐厅在火锅和中餐中都是少数，但在火锅店中，这样的高价位餐厅能够获得更多的高评分，相比之

下，中餐厅在高价位区间的高评分比例要小得多。

综合来看，火锅店在中等价位区间的评分较高，表明食客对其价格和质量、体验等较为满意。而中餐厅的食客评分则在3.5分

区间较为集中，这表明中餐厅在中低价位区间能够提供较为均衡的餐饮体验。两者都在低价位区间有低评分的情况，但在中至高价位区间，火锅店似乎更能满足消费者对高质量餐饮的需求。

## 海底捞成功 多亏小食台

接下来，我们以知名度最高的火锅连锁品牌海底捞为例，分析人们对其的评价。众所周知，海底捞不仅在本土市场取得了巨大成功，更是漂洋过海，

在美国等国际市场取得了显著成就。我们收集了海底捞洛杉矶Arcadia店——海底捞美国的第一家分店，目前在网络平台上累积的自2013年以来的1523条食客评价，通过深入分析，探讨食客反馈背后的意义，来看看海底捞在美国市场的成功与其对用餐体验的注重之间的关联。

这家店在网络平台上的综合评分是4.2分，有着三个美元符号（\$\$\$），评分和价位都属于较高档位。其1523条评价的评分数量分布如下：

由下页图可见，给出5分的评论有880条，再加上给出4分的评论329条，二者共占据了评论数的近80%。这表明大部分食客认为该餐厅在食物质量、服务水平、环境氛围等方面均达到了期望。尽管依然有改进空间，但整体依然是正面形象。

我们筛选出食客打分为4-5分区间的1209

评分	价位			
	\$	\$\$	\$\$\$	\$\$\$\$
1	0.15%	0.06%	0.01%	
1.5	0.62%	0.28%	0.00%	
2	3.55%	1.36%	0.04%	0.02%
2.5	7.83%	4.16%	0.05%	0.03%
3	10.46%	7.69%	0.09%	0.04%
3.5	16.62%	14.28%	0.24%	0.06%
4	10.91%	13.24%	0.51%	0.04%
4.5	2.54%	4.40%	0.30%	0.02%
5	0.22%	0.16%	0.02%	0.01%

美国中餐厅整体评分和价位分布



# 2023 年美国火锅餐饮大数据

条评论，去掉无效词汇后，整理出如右边高频出现词汇的图表，为我们展示出一些海底捞食客好评中的关键点。颜色越深、圆形越大，代表该词汇出现次数越多。

图中最大的词汇，即“soup base”、“dancing noodle”和“sauce bar”，表明这些是食客体验中最受欢迎的元素。食

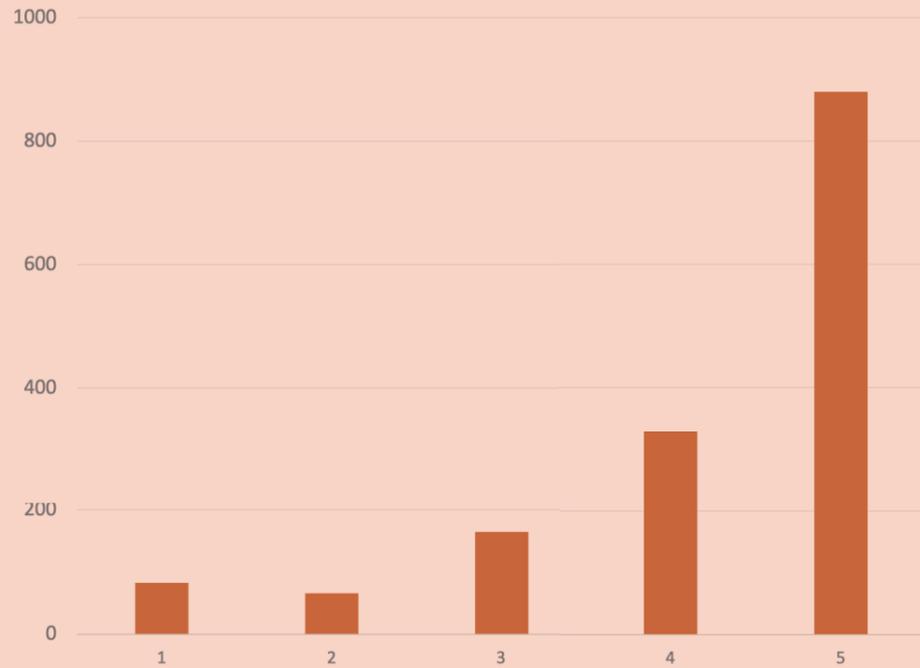
客对海底捞的汤底赞誉有加，这可能指的是汤底多样性和口味的独特性，这是火锅体验中的核心部分。此外，“dancing noodle”指的是海底捞标志性的面条表演，这种互动式的服务为食客增添了娱乐性，提升了用餐体验。而“sauce bar”的高频提及则反映了食客对店家提供的丰富种类的调料/小食台的喜爱，增强了个

性化的用餐体验。

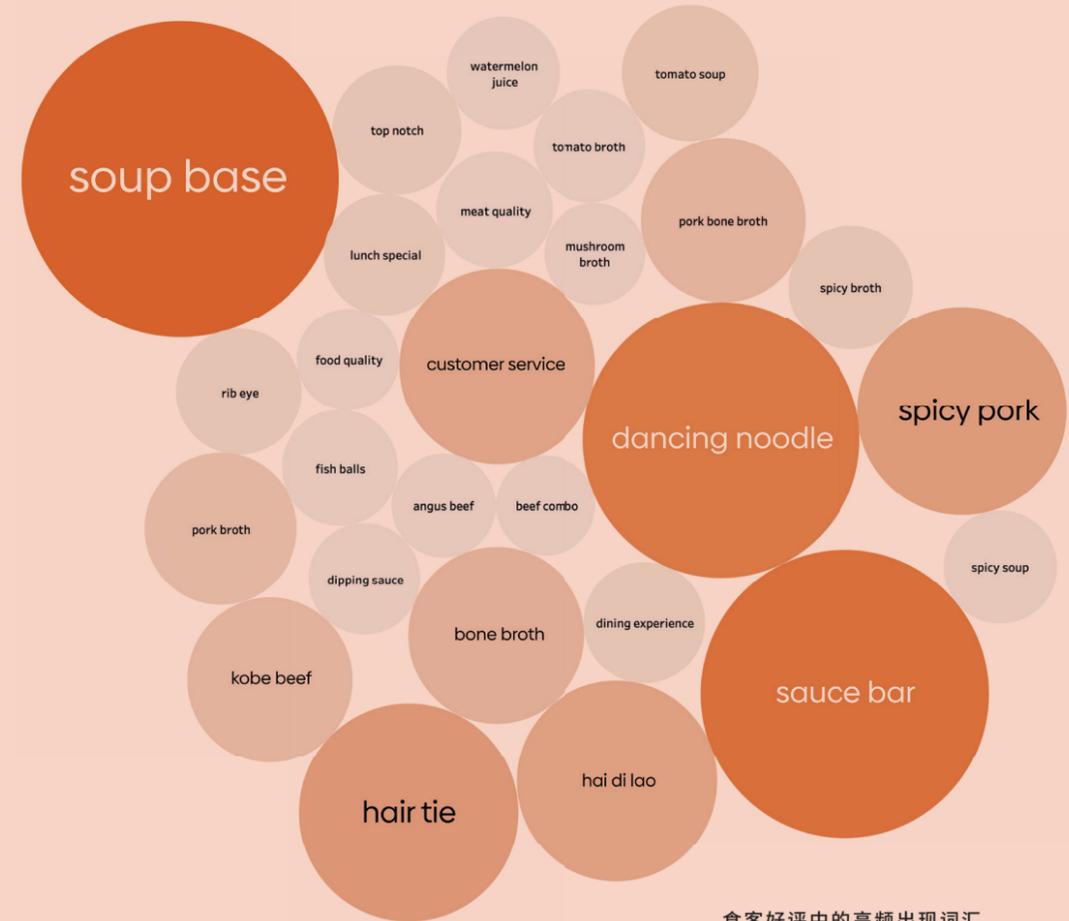
其他频繁出现的词汇如“customer service”和“hair tie”指出了海底捞在服务质量和细致入微的食客关怀方面的强项。特别是“customer service”的频繁提及，强调了服务质量在海底捞成功中的重要性；而“hair tie”则是对海底捞小细节服务的认可，为

长发顾客提供发绳展示了海底捞的周到考虑。

这些高频词汇的出现不仅反映了海底捞在食材质量和用餐体验上的优势，也凸显了其在维护顾客满意度方面的持续努力。通过关注这些细节，海底捞在美国市场上构建了其高标准的品牌形象。



海底捞洛杉矶 Arcadia 店评分数量分布



## 结语

在美国餐饮市场上，火锅店越来越多地将重点放在提升食客的 overall 用餐体验上，这一趋势不仅体现在对餐厅装修风格和氛围营造的注重，更延伸至对食客细节关怀的强化。从精

心设计的餐厅布局到精选的餐具，再到为食客提供的个性化服务，每个环节都被精心打磨，旨在提供不仅仅是一顿饭，而是一场文化与感官的享受。

通过不断创新的服务模式和对技术的巧妙应用，火

锅店们不仅提升了自身品牌的形象，也间接地推动了中餐在海外市场的整体形象。在中餐走向国际化和高端化的关键时刻，这些努力显得尤为重要。

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](mailto:info@littlelaba.com)，我们的数据分析师会尽力为您去寻找答案！



餐谋长  
北美老吴

资深餐饮人。在中美餐饮行业均有多年成功经验，目前在餐饮投资、培训领域颇有建树。

## 如何优雅地取消客人的预订？

### 【问】餐谋长您好：

我刚开了一家餐厅，规模不大，但很忙。前两天没想到突然有员工请假（一个因为生病，另一个是其他原因），所以不得不取消了好几桌的预订。我们的预订系统也发送了取消通知，但有些客人很不满，还想让我们给他们提供某种补偿。这样做合理吗？有必要吗？

【答】不管经营得多好，经营一家餐厅都是够难的。虽然总会有一些客人有不切实际的期望，但我发现大多数客人对餐厅的员工配备问题和不确定性都持有耐心，只要沟通得当，客人都会表示理解和接受。但在你的案例中，沟通显然做得不够好。

首先，我认为，你选择限制接待能力，而不是提供达不到你标准的客户体验，这是一个明智的决定。硬着头皮在人手不足的情况下开门做生意，这肯定很难做到。取消预订是对的。

对于一家新开的餐馆来说，提供不良体验可能会对培养

未来生意造成更大的伤害。然而，仅仅依赖预订系统来取消预订，而没有加入个人化的关怀，这给你带来了额外的问题。

像餐饮业中的许多问题一样，这个问题似乎也源于沟通不足。

你的客人本来有预订，可能还不容易预订到，他们期待着来你的餐厅用餐。你决定不能接待他们，这是合理的。

但问题是，你没有向客人解释情况，也没给客人提供其他选择，而就是让客人突然接到一个预订系统的通知，

说“您的预订已取消”，几乎没有提供其他信息。

换做是我，我也会生气。比较一下你采取的措施和我的建议，**我的建议是给每个预订打电话或发短信解释你的情况，并：**

- 为他们安排其他晚上的餐桌，那时你们会准备好接待。
- 推荐其他能够接待他们这个规模晚餐的场所。

如果用这种方式处理，我还是会很想去你那儿吃饭。我会更理解一个新开的、正在应对员工问题的餐馆，而不是为不得不取消我的预定感到生气。☺

插画 | 斜小岸



Illustration by Xiaoran Tou



2024  
实现美食自由



The Restaurateur

### 广告价目表 Advertising Rates

	单月 Month	半年 Half Year	全年 Year
<b>▼ 彩色内页 4-color Inside Page</b>			
1 page	\$4,000	\$16,000	\$28,000
1/2 page	\$2,500	\$10,000	\$17,500
1/3 page	\$1,800	\$7,200	\$12,600
1/4 page	\$1,400	\$5,600	\$9,800
<b>封二 (封二对页) Front-Cover-Inside (Front P3)</b>			
封二 (封二对页) Front-Cover-Inside (Front P3)	\$13,500	\$54,000	\$94,500
<b>封三 (封三对页) Back-Cover-Inside (Back P3)</b>			
封三 (封三对页) Back-Cover-Inside (Back P3)	\$12,000	\$48,000	\$84,000
<b>Front P4-P9 Back P4-P9</b>			
Front P4-P9 Back P4-P9	\$6,000	\$24,000	\$42,000
<b>封面 Front Cover</b>			
封面 Front Cover	\$90,000	/	/
<b>封底 Back Cover</b>			
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 : 929-688-0888

Published 10 issues yearly;  
The magazine covers more than 112,000  
Chinese restaurants across the United States.  
Sales Contacts: 929-688-0888



### 广告尺寸 AD SIZE

封面 Front Cover 8.375W x 10.875D	封底 Back Cover 8.375W x 8.5D	跨页 Spread 16.75W x 10.875D	整页 Full Page 8.375W x 10.875D	1/2 页 (横) Horizontal 1/2 Page 8.375W x 5.4375D
1/2 页 (竖) Vertical 1/2 Page 4.1875W x 10.875D	1/3 页 (横) Horizontal 1/3 Page 8.375W x 3.675D	1/3 页 (竖) Vertical 1/3 Page 2.79W x 10.875D	1/4 页 (横) Horizontal 1/4 Page 8.375W x 2.718D	1/4 页 (竖) Vertical 1/4 Page 2.093W x 10.875D



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  
929-688-0888

FOR ADVERTISING INQUIRY,  
PLEASE SCAN THE QR CODE OR CALL  
929-688-0888

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 boundaries, be inclusive, expand their horizons, and  
present all the wonderful things they have to offer 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

# 第 2 届 餐饮家金像奖 2024 Restaurateur Awards



## 使命 MISSION

“餐饮家金像奖”的使命是：表彰华裔在餐饮业的杰出人才和成就；促进华裔餐饮与美国主流社会的交流和对话；推动种族和性别平等；激励华裔餐饮与社区的良好互动；以及社区的可持续发展的蓬勃发展。

Recognize outstanding talents and achievements of Chinese Americans in the catering industry;  
Facilitate connections and communication between Chinese American cuisine and mainstream American society;

Promote racial and gender equality;

Encourage positive interaction between Chinese American catering businesses and their communities

Foster sustainable and thriving community development

## 奖项 AWARDS

《餐饮家》金像奖拟设置以下奖项：

### 终身成就奖 (Lifetime Achievement Award)

终身成就奖表彰那些通过毕生的努力对北美中餐在饮食、烹饪和饮食哲学上产生了积极而持久影响的个人。

### 社区英雄奖 (Community Hero of the Year)

社区英雄奖表彰在评选年度对社区形成重大积极影响的个人、组织或餐厅。

### 经典餐厅 (Chinese's Classics)

经典餐厅奖表彰长期向所在社区贡献正宗优质中餐的餐厅。

餐饮家金像奖的餐厅和厨师奖项旨在表彰北美在各自领域表现出色的中餐从业人员。包括：

### 杰出厨师 (Outstanding Chef)

### 新星厨师 (Emerging Chef)

杰出厨师奖表彰那些对食材表现出非凡的领悟力，具有卓越才能和创造力的杰出厨师；新星厨师奖表彰崭露头角的新秀厨师；

### 杰出餐厅 (Outstanding Restaurant)

### 最佳新餐厅 (Best New Restaurant)

杰出餐厅奖表彰那些提供优质中餐美食，享有盛誉的餐厅；最佳新餐厅表彰新近开张的优秀新餐厅；

### 杰出餐饮家 (Outstanding Restaurateur)

杰出餐饮家奖表彰那些提供优质中餐美食，享有盛誉的餐厅的拥有者和经营者，他们在餐厅经营方面表现出杰出的领导能力。

敬请期待我们对于餐饮家金像奖其他事项的进一步发布。

## 餐饮家金像奖报名 / 推荐

为表彰北美中餐行业的杰出人才和成就，第二届餐饮家金像奖现已启动推荐征集。

欢迎广大中餐从业人员以及关注北美中餐事业的人士向我们推荐或自荐。

推荐报名全部免费。

请推荐 / 报名人根据自己实际情况选择报名上述奖项中的一项或多项，并附上一篇短文阐释为什么被推荐者 / 报名者值得获得该奖项。

请将您的推荐 / 报名：

- 1、发送至餐饮家邮箱：[editorial@littlilaba.com](mailto:editorial@littlilaba.com)
- 2、登陆餐饮家社区 <https://www.canyinjia.us/stkl> 发帖，注意加 tag # 餐饮家金像奖

LITTLELABA  
P.O. BOX 540899  
FLUSHING, NY 11354

PRESORTED STD  
US POSTAGE  
PAID  
GARDENA CA  
PERMIT NO. 40



餐饮家金像奖

# 第2届 餐饮家金像奖

推荐征集现已启动

2024  
Restaurateur  
Awards

CALL FOR  
ENTRIES  
AND  
RECOMMENDATIONS  
NOW OPEN

\* 餐饮家金像奖由 MenuSifu 点菜大师 首席赞助  
The Restaurateur Awards are Presented by MenuSifu.