

餐 飲 家

The Restaurateur

写信给拜登

大家一起签
推动移民改革

传奇厨师自述

十年饮冰
难凉热血

新餐饮

皇后区宝藏餐厅

老味道

屹立不倒福州包子

COVER STORY 封面故事

纽约新晋厨神 伍俊彦



系统升级 POS 超级优惠

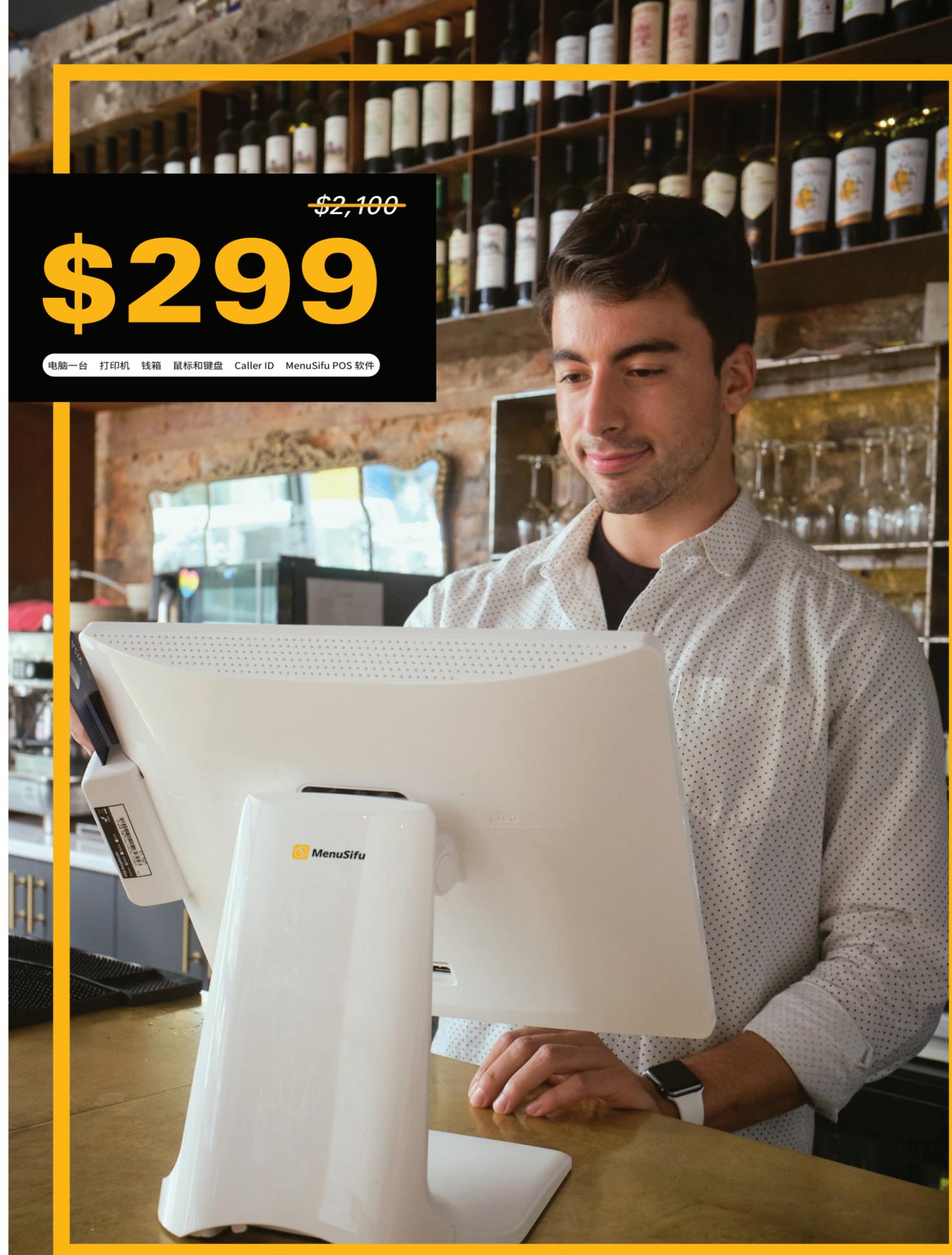
免费赠送扫码点餐

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



~~\$2,100~~

\$299

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



26



COVER STORY 封面故事

纽约新晋厨神

伍俊彦·以母之名

14 餐饮要闻



09 酸甜苦辣 写信给拜登 大家一起签 推动移民改革

10 传奇厨师自述 十年饮冰 难凉热血



免费试用

SCAN ME

扫码点餐系统

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

CONTENT

Vol. 8 Issue 20

August 2023

22 NEW DISH 新餐饮
皇后区宝藏餐厅



24 NEW DRINK 老味道
屹立不倒福州包子



38 DATA 餐饮秘笈
米饭好吃!选择你家餐厅的理由?
开饭店先做到这点,就成功了一半
为什么顾客再也不来你的餐厅了??

42 数据
美国消费者越来越爱下馆子

46 喷饭
“鸡汤”

餐飲家 The Restaurateur

2022年1月创刊 2023年8月20日出版

Vol. 8 Issue 20

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

Sibyl Jing / Xiaolan 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



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



Partners with | Google | stripe | DOORDASH | yelp

君子务本，本立而道生



Peter  Chang

 CHANG
CHANG

 MAMA CHANG

 NiHao

Peter Chang 欢迎您

餐飲家
The Restaurateur

餐饮家*：

《餐饮家》想送您一份礼品：



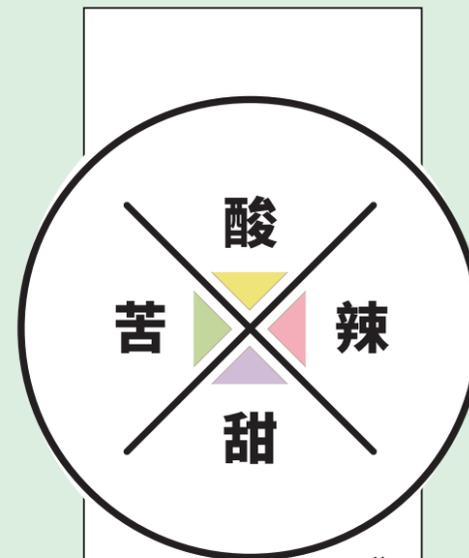
请扫描这个二维码，关注“Littlelaba 餐饮家”公众号，然后在后台留言告诉我们：您的姓名及所在餐厅地址（请填写英文地址和姓名）

我们将**每月**为您**免费**寄送《餐饮家》杂志（每期定价 \$8）。

免费寄送名额有限，先到先得，送完即止。

《餐饮家》杂志敬上

* 无论您正投身于餐饮行业的哪一环，都当之无愧这个共同的称号：餐饮家。



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



阿辉 (法拉盛, NY)

好意外, 好亲切, 好喜欢

《餐饮家》, 你好:

上个周末我到法拉盛图书馆叹空调, 在三楼发现了你们, 感觉好意外。

我仲以为这本《餐饮家》是国内的杂志, 打开一看, 居然讲的都是我们在美国的华人的故事。现在很少看到纸媒了, 大家都看微信, 翻开《餐饮家》让我看得好激动。

这本杂志很有品味, 跟国内的杂志比一点儿都不逊色, 而且里面报道的人都是跟我们一样, 千辛万苦来美国打拼的, 我更加喜欢。

我来美国快十年了, 一直都在餐馆做, 最近也在想要不要自己开个餐馆试试。看到一本讲我们身边的人的故事的媒体, 尤其感到亲切。希望你们能把这本杂志继续做下去。

我刚刚关注了你们的微信公众号, 不过我还是想同时每次也看你们的杂志。请问你们这本杂志怎么样可以订得到?

我虽然是南方人, 可是我也喜欢吃川菜。你们杂志里的这位“儒厨”钟富华先生, 会来纽约开餐馆吗?



阿辉, 你好:

谢谢你的来信。我们希望把《餐饮家》杂志做成在美国的餐饮人的精神家园, 看到你的喜爱与共鸣, 令我们倍感鼓舞。也欢迎你继续来信跟我们讲述做餐饮的酸甜苦辣, 我们非常乐意做一个倾听者和传播者, 让你的心声被更多的同行听到与共情。

《餐饮家》杂志目前寄送到全美各地的中餐馆以及华人经营的餐饮相关企业。我们曾经搞过一个关注微信公众号免费

送杂志的活动 (参见第七页右边栏广告), 您只需留言给我们你的地址, 我们会向你每月免费寄送《餐饮家》杂志。钟富华先生目前扎根于密歇根州, 暂时还没有在纽约开餐馆的计划。请继续关注我们, 一有新动向我们会尽快告诉大家。

《餐饮家》编辑部

雇主致拜登总统的信

—— 让各州资助移民以满足他们的工作需求

签署信函
白宫
1600 宾夕法尼亚大道,
华盛顿西北, DC 20500

尊敬的拜登总统、麦卡锡议长、舒默领袖和麦康奈尔领袖,

长期以来, 美国各地大小企业的商界领袖和雇主一直在努力应对劳动力短缺、外国工人签证处理中的官僚主义拖延以及过时的移民制度带来的其他问题。第 42 条的终止引发了近期移民涌入南部边境的事件, 这也凸显了更新过时签证制度的必要性, 以便移民能够在美国确保边境安全的同时申请合法身份和工作许可证。

我们的移民制度过于破碎, 不容忽视。经济和人道主义紧急情况需要立即采取行动, 根据现行法律, 您的政府有权采取更多行动。我们诚挚地请求您为能够填补劳动力短缺职位的个人、移民到美国的人以及梦想家、农场工人和基本工人等长期移民贡献者扩大特殊类别的移民许可。

印第安纳州共和党州长埃里克·霍尔科姆和犹他州共和党州长斯宾塞·考克斯提出的一项计划将允许各州“资助”移民工人。有了这个权力, 各州就可以决定特定工作每年需要多少签证。美国参议员鲍勃·梅嫩德斯 (Bob Menendez) 给拜登总统的雇主信——让各州资助移民以满足他们的工作需求联系信息 (新泽西州民主党) 和迪克·杜宾 (伊利诺伊州民主党) 支持这一想法, 纽约州州长凯西·霍赫尔 (Kathy Hochul) 也支持这一想法。

经济数据和因工人短缺而遭受损失的雇主的报告强调了立即采取行动的必要性。3 月份, 美国劳工统计局报告称, 有近 960 万个职位空缺。经济学家估计, 近一半的劳动力流失是由两年来的移民流失造成的。5 月份, 美国商会显示, 制造业、批发和零售贸易、金融服务、专业和商业服务以及休闲和酒店等关键工作领域仍有 20% 至 60% 的职位空缺。

企业主和行业领导者必须能够雇用想要在美国工作并为我们的经济做出贡献的移民, 因为他们试图改善家人的生活。

这个想法已经受到国家和地方媒体的关注。国会山刚刚对此进行了报道, 并以“商界领袖联盟正在加大对拜登政府的压力, 要求其利用一切手段发放更多工作签证, 因为劳动力短缺可能会削弱各行各业。”其他针对这一解决方案日益增长的呼声发表专栏或报道的媒体包括《新闻周刊》、《迈阿密先驱报》、《Axios Chicago》、《达拉斯晨报》和《凤凰城商业杂志》。

由于国会关于永久移民改革的行动陷入僵局, 我们希望贵政府根据现行法规扩大签证的使用, 并赋予各州根据其劳动力需求采取行动的权力, 以便移民得到人道对待, 企业可以加速推动经济发展的引擎国家和国民经济。

佛州餐饮联盟

大家一起推动移民改革

我们是佛罗里达亚美餐厅联盟, 希望借《餐饮家》这个园地发出倡议, 呼吁广大美国中餐从业者一起推动移民改革, 以缓解当前餐饮业严重的劳力紧张问题, 为中餐老板们分忧。目前新的移民改革主张给雇主权利为无证移民申请两年的工作许可, 每两年可续一次! 值得推动! 希望大家给力! 请大家签署这封致白宫的信来推进移民改革!

网址:
<https://flaara.org/letter-to-the-whitehouse/>



张鹏亮 (Peter Chang, Bethesda, MD)

十年饮冰 难凉热血

—— 一个厨师的美国路

编者按：《餐饮家》6月刊封面人物，餐饮家金像奖杰出厨师获得者张鹏亮先生，应邀为我们写了这篇文章。正如《餐饮家》在创刊号前言中所言：这本杂志所做的一切都是为了致敬那些走在风口浪尖的餐饮人们。张鹏亮先生的这篇文章尤其令我们感到这种致敬是多么值得。这个栏目向所有的餐饮人开放，欢迎各位餐饮同仁在这里跟大家分享从事餐饮行业的酸甜苦辣。本文标题为编者所加，原文标题为《时光不语，静待花开》。

时逢花甲之年，很荣幸被《餐饮家》杂志评为第一届金像奖的杰出大厨，连带我旗下的 Mama Chang 店和 Chang Chang 店也获得了殊荣。我把这些奖项作为我在美国奋斗了二十二年的阶段性总结。我时常对自己说：只要每天努力做好自己，其它的就交给时间。时间的磨砺定会给坚定者以奖赏，苦心的坚守会让平凡的人不凡。“莫愁前路无知己，天下谁人不识君”。很欣慰，我遇到了对的人，做了对的事！

2001年6月，我幸运地来到了美国。以夫妻两人共四十余年职业厨师的历练，与双双获得国家颁发的高级技师（点心师）的荣光，我踌躇满志，以为能很快在这片土地上，挥洒人生的最好时光。可是，当我用两年的时间遍访大华府地区的几十家中餐厅之后，我觉察到经营中餐之艰难远非我之想象。

首先是技术人才的缺乏。一个好汉三个人帮，你再牛，没有合适的帮手，仅靠自己的双手，能做出多大的事情呢？

其次，懂英语或西班牙语的服务生很少，几乎每家中餐厅的服务生、经理或老板，只懂简单的餐厅英语，只能招聘同胞员工。中国菜的故

事讲不了，中国饮食文化的精髓传递不出去。

其三，没有职业的经营管理者，不懂市场，不懂服务，不懂营销，中餐经营纯属盲人骑瞎马，只有感觉，没有理念。

其四，餐厅用餐环境落后，脏乱差几乎成了中餐的代名词。

如此等等，对于我这样的职业厨师，也是无法跨越的鸿沟啊！

面对如此残酷的现实，我非常清醒地认识到：“一切归零，从头开始，从小做起，走好基础之路”的必要性和紧迫性。于是，我们夫妻两人以一个普通炒锅的待遇（没错，两人拿一份人工的工资，当时一个普通炒锅月薪\$2300左右），找到了一个两千多平方英尺的小餐厅，开启了我们的美国职业生涯。

我们夫妻两人既是高级技师又是高级点心师，都是主厨又是各自的帮手。菜品与众不同，点心小吃独具特色；我们事无巨细，亲力亲为，上班比老板早两个小时，下班后夫妻两人自觉自愿干到半夜。我们心中只有一个信念：尽快让市场接受我们的菜品。功夫不负有心人，很

快这家店名声大振，引来了四面八方食客的注意，也吸引了《华盛顿邮报》、《华盛顿人》杂志美食评论家的推文，由此，我们赚得了在美国的第一丝名气，也提振了对自己菜品的信心！

“初学三年走遍天下，再学三年寸步难行”，小试身手，颇有心得。于是，潜藏在内心深处“做自己的店、树自己的牌子”的企图心开始膨胀，在这家餐厅打了近两年的工后，我们开始了与人合伙开餐厅的创业之路，但绝对没有想到的是，这是一条充满着九九八十一难的西天取经之路。我们夫妻二人拎着两只行李箱，乘灰狗巴士（只能坐这样的交通工具）从大华府到亚特兰大、到田纳西、到弗吉尼亚、到洛杉矶、到旧金山、再到亚特兰大，最终于2011年2月在弗吉尼亚的Charlottesville市，开了第一家自己的品牌店“Peter Chang”。

十年磨一剑，其间的过程与艰难真的无法诉说。暗无天日、看不到前景、身心疲惫、伤痕累累的惨状与羞愤，时常动摇着我们的坚持；身份问题、合伙人问题、语言障碍如同聋子哑巴文盲的窘境，让我们深感绝望、常思放弃。

然而，我仍然选择坚定地走着。因为我知道：我不走，永无出头之日。只有行走在路上，才有出头机会。

万分感恩的是，每到这一步，总有贵人帮助、鼓励我们，总有一些媒体在追踪、报道我们，总有一些铁粉在寻找、呼唤着我们，再加上夫妻同心、共度时艰，经历了漫长而艰难的日子，我们迎来了开创自己品牌之路的曙光！

12年的时间（含疫情三年），我连续布局了弗吉尼亚州、马里兰州、康乃狄格州、华盛顿DC等市场，开了14家店。此后会按照市场反响程度，继续稳步前行，以点带面，为社区餐饮提供多元化选择。

作为一名职业厨师，我时刻牢记自己的使命：自己的厨艺理念与社会价值的融洽接轨。不能只着眼于占据庞大的市场份额，而是寻找适合你风格的食客，精准地为他们服务。

这么多年，我把眼光始终盯着这个多元的社会、多元的市场、多元的食客，在尊重他们饮食习惯的前提下，尽量以他们能够接受的方式去提供适销对路的产品，通过慈善、电视台、媒体及作秀

等各种场合讲好中国菜的故事。

现在，我的各店食客八成以上都是非华人食客，对餐厅的稳定有序的运作打下了坚实的基础。

2018年3月，我在旗舰店举行了首场四季品鉴宴，根据不同的季节提供最时令的食材、做出最时新的菜品。彼此陌生的食客，因美食汇聚一堂，十人一桌。头盘、主菜、汤羹、甜点，一套完整的美食体验，以四季食材变化，呈现时令佳肴风味，带给食客餐桌猎奇的欣喜。餐毕，对于美食爱好者而言，品菜交友，不虚此行！对于厨师兼品牌创始人而言，建立一个餐厅与食客之间的良好互动，相互扶持的主体氛围，为我珍视！

寻找美食，似邂逅“知音”，食客与厨师，彼此成就。这个主题活动一直持续到现在。

2020年突然而至的疫情令我们措手不及，把我们打得遍体鳞伤。严峻的现实考验着每一个经营者的良心、魄力、决策能力。我当即决定：1) 所有的店不关门，所有的厨房员工尽可能保留，除非他们自己离职；2) 建立微信团购群，深入社区，送菜送食材到社区，开创便民



服务。

为此，我们购买冷藏车方便送菜送食材，将餐厅的包房改装成冷藏冰库方便菜品及食材加工，将分布在各地的店统一安排，根据每个店的设备及条件加工相适应的菜品，集中集团优势为社区提供周全的服务。

同时，在一次偶然的机

我们认识并了解了 Amish 人部落，从推广 Amish 优质食材开始，到支持支助他们种植上品香菇，再到把他们的香菇加工成香菇酱，为自己拓展了新的思路，为企业寻找到了新的出路，真应了那句老话“但行善事，莫问前程”，老天不负有心人。

回想这些年的心路历程，有太多的唏嘘与悲凉，可这些

又何尝不可以视为我人生的一笔丰厚财富？

我来自贫困的农村，自小有一股很强的生存忧患意识，缺乏安全感，因此必须忍辱负重，必须择机而动，必须有超常的隐忍度量。

我不善言辞，也难改一口乡音，作为职业厨师，我其实更愿意在后台专注于菜品的

研发。但有太多事情须由我亲自交涉、接洽。开长途出差；外卖送货；在各个餐厅间辗转，替补人手，后半夜回到家，精疲力竭，饥肠辘辘是常态。

与市场开发以及在疫情间为了生存搏命抗争相比，在江湖上闯荡多年，对不善意的包容，而练就的海量胸怀，似乎可以不必提及，一笑而

过就好。

我时常告诫自己：心存敬畏，心怀感恩。这是我一定要坚守的原则。

我不敢得罪人，也不想怠慢人，努力维持与所有人的关系。我常常感到很累，很难，很烦，可又不能发作、发声，或转身而去。每当这时，我还是会告诫自己：心怀感恩！

“十年饮冰，难凉热血。”以十年为一限，下一个十年，又将是一个崭新的、拳石崇成泰华岑的追梦岁月！^②

注：“拳石崇成泰华岑”出自宋代陆九渊《鹅湖和教授兄韵》，“涓流积至沧溟水，拳石崇成泰华岑。”涓涓细流汇聚在一起，终于形成大海；拳头大小的石头，一块块垒积起来，终成像泰山和华山那样巍峨的高山。

大家菜谱

鸡汁鱼糕鱼丸

此菜源自于湖北荆州地区的“年菜”，寓意步步高升、团团圆圆。这是一道经典而家常的菜品，有汤有菜，有温有度，尤为适合老人、儿童食用。

BY | 张鹏亮 (Peter Chang)



用料：

普通鱼片 500 克、肥肉 200 克、盐 10 克、超级生粉 80 克、鸡蛋 4 粒、葱姜各 15 克。

成菜配料：

大白菜丝、龙口粉丝、枸杞、青葱、鸡汤（或骨头汤）

制作：

1、鱼肉用搅拌机加水搅打成糊状（不能太稀），取出，加盐强力搅拌上劲，再加入干的超级生粉和 4 粒鸡蛋蛋清（蛋黄备用），以及极细的姜葱末，继续搅拌摔打上劲。

餐厅：Q By Peter Chang
4500 East-West Hwy #100,
Bethesda, MD 20814

2、取五分之一的部分放到单独的盆里，加少许的水和匀后，用冷水挤成鱼丸，慢慢用中火煮熟，捞出备用。

3、肥肉切成绿豆大小的粒，逐次放入余下的鱼泥中搅拌均匀。

4、取合适的平盘一只，抹上猪油，将鱼泥倒入平盘中，用刀面蘸水抹平，上笼用中火蒸 10 分钟取出，用干净的纱布擦干鱼肉上的水分，将蛋黄均匀地抹在鱼肉上，再上笼蒸 10 分钟取出，即成鱼糕。

5、待鱼糕冷却后，从盘中倒出，改成食指长的条形，然后批刀片成厚一点点的鱼糕片。

6、将大白菜丝用开水烫一下，与鸡汤一起煮熟，捞出垫在干锅的底部，将粉丝铺在白菜丝上。鱼糕和鱼丸下入鸡汤中，调好味，中火煮 2 分钟左右。

7、先将鱼糕片顺着锅边摆入粉丝上，鱼丸摆放中间，浇上鸡汤，撒上青葱和枸杞籽，点上炉火上桌即成。

特点：

汤鲜肉嫩，柔软细腻，实惠而家常，烟火气十足。千滚豆腐万滚鱼，一烫则三鲜尤为惊艳。

小提示：

鱼糕和鱼丸是百搭食材，可以吃火锅，可以煮面条，还可以吃烤串。酸菜味、沙茶味、蕃茄汤味…均是实用的做法。

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。



Asian Snack Dimsum & Sushi

271 Prospect Park West,
Brooklyn, NY 11215

我是来自中国的 Gina，我们的夫妻小店有广式点心港式奶茶还有烧烤，欢迎大家前来品鉴！您的一份支持是我们前进的动力，愿您成为我的顾客更是我的朋友。



中餐老板被害案告破 前员工被控谋财害命

中餐老板被害案告破 P.15

独家调查

神秘“讲师”煽动举报老板

他是谁？餐馆应如何应对

P.16



中餐馆兴起麻将热 P.18

加州米其林放榜 P.20

餐饮家金像奖 杰出厨师提名人 斩获米其林指南 “必比登推介”

P.19

近日，根据联邦调查局发布的文件，涉嫌抢劫并杀害密苏里州圣路易斯市中餐馆“圣路易厨房”（St. Louis Kitchen）华裔老板潘明华（Faming Pan, 38岁）的两名嫌犯已被提出指控。

该案被认为是一起有预谋的犯罪，主要嫌犯为潘明华餐馆的员工Mekayla Johann，她因嫉妒老板每天收入的现金而产生贪念，涉嫌与同伙LaRob Harris合谋抢劫并杀害了潘明华。

Harris和Johann都被控以协助抢劫干扰商业，并持有、挥舞或开枪导致死亡的暴力犯罪。

根据法庭文件，Johann从2021年6月开始在“圣路易厨房”工作。

据悉，潘明华的葬礼已于6月底举行，他的家人仍然难以接受他突然死于枪击，尤其是涉案者曾是餐馆员工，还在那里工作了两年。

案件详情

1、第三名嫌犯：未知人士



根据联邦检察官提交的一份文件，案发当晚潘明华和他的一名员工正要打烊关店，在离开店的时候被一名未知身份的人伏击。

嫌疑人抢走了他们几千美元的餐厅收入，

然后枪声响起。

检察官表示，监控视频捕捉到了5月30日晚上10点之前的枪声，并捕捉到了三个人从现场逃跑的情景。资料显示，Johann在枪击案发生前后多次与一名未知人士通电话。

警方展开调查，发现从案发现场收集到的弹壳与这名未知人士住所找到的一支武器

相匹配。

当局表示，这名未知人士与该市的多起其他犯罪有关，并因本月早些时候的一起持枪抢劫案被逮捕。但此人尚未供述出与潘明华案的相关信息。

截至目前，未知人士的姓名尚未公布。

2、同伙：LaRob Harris

Harris在接受圣路易斯市警察局调查员的调查时表示，他携带了一支Glock 23手枪，并于5月30日与上面提到的未知人士一起前往案发的中餐厅。

他说他走进了餐馆后面的小

巷，“听到四五声枪响”。

他承认自己也开了枪，但他认为他是朝天开枪的。

Harris告诉调查员，案发后他和Johann以及未知人士上了他的车，开到了位于Venture Drive的住处，也就是警方找到与犯罪现场有关的武器的地方。

3、员工：MeKayla Johann

根据餐馆内监控画面显示，在抢劫发生前一小时，Johann多次使用手机。

枪击发生时，她逃离了现场，并没有留在现场接受警方的询问。

6月3日，警方约谈了Johann，Johann否认参与了餐馆的抢劫和谋杀，她声称当时正在往公车站走，听到枪声后遇到了一名陌生女子开车经过，请求对方送她回家。

Harris和Johann目前被拘留在监狱中，不得保释。

独家调查

神秘“讲师”煽动举报老板 他是谁？餐馆应如何应对

最近半年来，加州 LA 丁胖子广场的华人餐馆老板们可以说是人人自危，愈加小心谨慎。

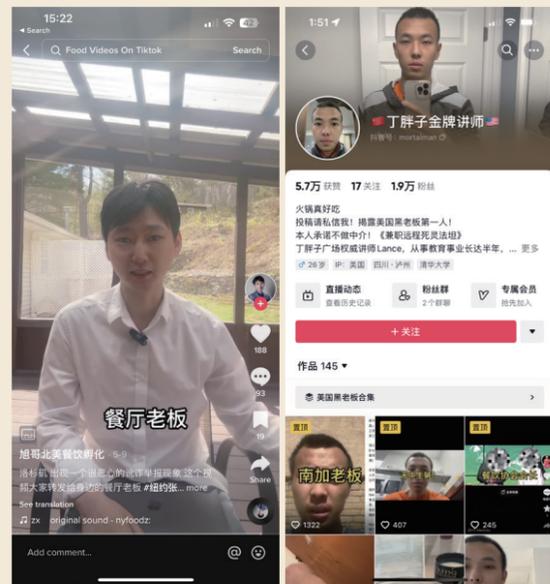
因为自疫情后移民潮涌入，抖音、微信群等网络平台上突然出现了不少“带节奏”的人，现身说法+手把手的指导新移民如何与“黑心老板”斗争。

最著名的是来自四川泸州的“丁胖子金牌讲师”雷某，他在抖音上有近 2 万粉丝，获得了 5.7 万点赞，还有两个粉丝群。

他自称打了 6 份工，举报了 4 次雇主，凭一己之力让洛杉矶的华人餐厅老板不敢招走线来的华人黑工。

他表示无所谓自己找不到工作，“挂逼”在丁胖子广场领救济粮，还在直播间指导其他人搜集哪些材料，去什么地方举报“黑心老板”。

有华人老板跟他连麦辩论，斥责他断同胞后路，



而他却站在“维护正义”的立场坚决与“违法”和“压迫”行为作斗争。随着流量的增加，他的形象也越发的“正能量”，充满着爱国主义情怀，不仅指导人们如何举报“黑心老板”，也在紧跟时事教大家如何举报“鼓励他人通过违法手段到美国”的人，可以举报的人包括但不限于“黑心中介”；在近期的视频里，他甚至苦口婆心劝导观众，不要被人哄骗“入坑”，美国一点不自由，还是中国更自由，不要盲目跟风“走线”。

而对于网友质疑他也是“走线”来的，他则是公开宣称，自己是拿签证到美国的，不是偷渡客。

他的抖音标签里，除了自封的“揭露美国黑老板第一人”之外，还赫然写着“清华大学”标签。

但据中国裁判文书网上关于他因盗窃被判刑的(2020)粤2072刑初1448号刑事判决书，他

的真实学历是中专。雷某的刑期从2020年1月31日起至2020年7月30止，另有2000元罚金，他一直没有缴纳，并因此被列入失信名单，被立案强制执行——在这种情况下，他被限制高消费，基本不可能坐飞机。

2021年12月15日，中山市第二人民法院出具(2021)粤2072执14952号执行裁定书，认定雷某确实没有可供执行的财产，并且因受疫情影响，缴纳罚金确实有困难，因此对他中止了强制执行。

2022年，理论上既不能坐飞机，也不应该有“走线”本钱的雷某奇迹般地到了美国，并很快开启了他的“金牌讲师”网红之路。

“这些人真的很可恶，在网上带节奏搞得人心惶惶，现在不仅是餐馆老板

不敢招新移民，其他行业的华人老板都生怕被告，不愿招华人；不仅是加州如此，纽约、大华府等华人聚集的地方，现在都难容得下新来的人了。”

一位已经拿到工卡的新移民小勇(化名)告诉《餐饮家》记者，不仅是这个网红“金牌讲师”，最近有很多这样的人，在各类网络平台发布类似的内容，有的还专门建立微信群，用并不准确的资讯来怂恿无证移民告华人老板。

有人会告诉你，只要被克扣工资，超时劳动，就可以状告老板成为“受害者”并申请U签证，3年就能拿绿卡；

也有人会告诉你，老板如果被查实雇佣黑工，就会倾家荡产，所以你只要威胁他，他就会拿钱跟你和解……

小勇说，但其实这样搞的结果是无论老板还是新移民都成了受害者。

他有朋友前几天刚刚登陆美国，但发现在华人区完全找不到工作，只能到偏远的外州去。

他认为，美国的移民政策也是有很大的问题，即便是被允许留下等审批的人，目前至少需要一年多的时间才能够拿到工卡合法打工，在这之前，如果要严格守法就只能坐吃山空，或者占用社会资源“吃救济”，对大多数想来美国打工改变命运的人来说，这都是十分难熬而尴尬的事。

对于雷某等人的行为，网上有人点赞也有人痛批，更是引起了业内人士广泛的讨论。

纽约短视频餐饮品牌代理商张旭在他的抖音号“旭哥北美餐饮孵化”上给餐馆老板们提出了三点建议：

第一，清楚地知道本地的最低时薪和超时工作的红线，不要突破，否则就会有风险；

第二，对于没有身份的求职者，尤其是对方自愿降低工资来打工的，需要谨慎考虑，不要贪图小便宜；第三，华人餐厅在报税和劳工问题上普遍存在问题，需要进一步规范。

一位不愿透露姓名的餐馆

老板告诉《餐饮家》，他认为这件表面看起来是华人在“互相伤害”的事情还是存在一些不太合乎常理的地方，或许是因为互联网的渲染让一些事情发生“变调”，也或许是存在不为人知的“深水区”。

他说，华人餐馆用工不规范和劳工纠纷问题是一个老生常谈的问题，因为员工经常会要求拿现金，餐厅管理上相关台账也不清楚缺乏支付依据，所以员工反目去劳工局举报老板是常有发生的事，跟员工的身分没有必然的联系，但是现在舆论却直接将这一劳资纠纷的风险和走线潮联系起来，将新移民等同于风险源。

此外，以前更多的举报情况也是发生在员工在餐厅工作多年，已经取得身份并且累积了较大数额可能主张的赔偿款后，像这样初来乍到就“自断后路”的举报，对于花费巨大代价甚至冒着生命危险来追求“美国梦”的走线客来说，是不符合逻辑的。

这样做的人要么就是受了误导，得不偿失，要么本来就是抱着其他的目的来的。

“但不管怎么说，我相信绝大多数人都是好的，华人在海外本就诸多不易，大家应该守望互助。”他说。



美国第八个州可以用粮食券下馆子

在推动社会福利和公平的道路上，麻萨诸塞州迈出了新的一步。该州最近成为了第八个允许食品券在餐厅消费的州份。这一举措旨在帮助那些最需要的人群，如无家可归者、老年人和残疾人。这不仅为贫困人群提供了更多的饮食选择，也为当地餐饮业带来了新的机遇。

在今年秋季开始的试点项目中，麻萨诸塞州 16 个地区的 27 个餐饮服务机构的顾客可以使用存有现金的 SNAP 卡支付餐费。

但这仅限于那些家庭成员全部是无家可归者、至少 60 岁的老人或残疾人的顾客。满足这些条件的接受者的配偶也可以使用

SNAP 支付餐厅消费。据麻萨诸塞州过渡援助部门 (DTA) 称，参与该项目的餐饮服务机构中，约 90% 由少数族裔成员拥有，77% 的餐厅由女性经营。

获得批准的餐厅需要安装一个可以接受电子福利转账 (EBT) 卡的 POS 系统，这是用来接收 SNAP 援助的借记卡。这些餐厅被选

中的部分原因在于其低廉的定价。

过渡援助部门表示，目前参与餐厅的平均餐费约为 11 美元。最初参与的餐厅包括 24 家实体餐厅，其中三家还拥有餐车，以及三家完全移动的餐厅。

除了麻萨诸塞州，全美有七个州允许使用救济卡支付餐厅消费，包括加利福尼亚州、密歇根州、亚利桑那州、马里兰州和弗吉尼亚州，另外，伊利诺伊州和罗德岛州只在两个县施行。

湾区中餐馆掀起麻将热

在加州湾区，一股熟悉的东风正在吹拂，那就是我们老朋友麻将的热潮。

这个有着百年历史的传统游戏，现在正被越来越多的餐馆招呼进门，变成了一种新颖的社交方式。

这不仅让大家有机会亲身感受和欣赏这个源自中国的传统游戏，还提供了一个新的社交方式，同时也帮助餐馆吸引更多的客人，提升了营业额。

包括位于奥克兰的 Baba's House, Boichik Bagels, 以及

Mamahuhu 在内的餐馆，都纷纷举办麻将聚会。

在 Baba's House, 餐馆的二楼除了设有售卖亚洲特色食品的零食店外，还特别设立了一个麻将室。

这个麻将室充满了怀旧的气息，同时也为年轻一代的玩家进行了升级，配有深蓝紫色的灯光，闪亮的麻将，以及各种饮料。

餐馆的创始人 Jenn Lui 和 Alan Chen 表示，他们希望通过麻将游戏，为顾客营造一种家的感觉。

此外，由加州名厨 Brandon Jew 创办的中美餐馆连锁店 Mamahuhu 最近也推出了“麻将星期一”，每两周在各个 Mamahuhu 的分店举行一次，供专业人士和新手参加。伯克利的 Boichik Bagels 也举办麻将游戏，由当地的麻将教师 Toby Salk 主导。

麻将给餐厅生意带来了不少好处：

1、可以吸引更多的客人。Baba's House 每月的第一和第三个星期六都会举办麻将之夜，这种活动

已经变得非常受欢迎，每次都能吸引 30 人参加。

2、提高客户停留时间：麻将是一种需要花费几个小时的游戏，玩家通常会边吃边玩。这使得客户在餐厅停留时间增加，同时增加在餐厅的消费。

3、增强客户忠诚度：麻将活动可以帮助餐厅建立社区，使客人感到更加欢迎，增强他们对餐厅的忠诚度。

4、麻将可以帮助餐厅塑造独特的品牌形象，吸引特定的客户群体。Baba's House 的创始人表示，他们希望通过麻将塑造一种“地下禁忌酒吧”的形象。

餐饮家金像奖杰出厨师提名人斩获米其林指南“必比登推介”

《餐饮家》特约记者 | Sherry Li

近日，《米其林指南》(The Michelin Guide) 发布了佛罗里达州 2023 年版指南，揭晓了令人瞩目的美食奖项。获得第一届餐饮家金像奖“杰出厨师”提名的唐雄 (Tiger Tang) 的中餐厅“成都味道” (Taste of Chengdu)，在该指南中斩获“必比登推介” (Bib Gourmand)。

5 月 11 日 (周四) 下午 6 点，星光璀璨的典礼于迈阿密 LoanDepot Park 拉开序幕。144 家餐厅和 38 种料理在接受米其林的评估后，19 家餐厅获得了星级认证。领军的是迈阿密的 L'atelier de Joël Robuchon 餐厅，获得两星荣誉；其它 18 家餐厅分获一星，包括四家新餐厅，其中三家位于坦帕，一家位于迈阿密。

迈阿密、奥兰多和坦帕的 32 家餐厅获得了“必比登

推介” (Bib Gourmand) 荣誉 (“必比登推介”是一个针对价格适中、品质出众的餐厅的无星级奖项)。在今年首次获此奖项的四家新餐厅中，成都味道 (Taste of Chengdu) 是唯一的中餐厅，也是 32 家获奖餐厅中唯一的中餐厅。

《米其林指南》的国际总监格温达尔·普勒内克 (Gwendal Poullennec) 评论说：“入选‘必比登推介’的餐厅不仅因其美味的菜肴和优质的食材而独特，还在价格和氛围上很亲民……这些餐厅的团队有很多地方都值得骄傲。”

成都味道的老板兼主厨唐雄当日受邀出席了这场星光之夜。

作为奥兰多地区一家深受本地华人喜爱、历史悠久的中餐厅，成都味道赋予了传统川菜新的生命，“以辛辣、

鲜美、香郁为特色，融合口味、烹饪技巧和配料，将平凡的食材化腐朽为神奇，满足从高端宴会到家人朋友聚餐的多样化需求”。其招牌菜包括鱼香茄子、辣子鸡、成都凉面、水煮牛肉等，当然，还有被《米其林指南》特别提到的“将香料运用得恰到好处”的麻婆豆腐。

成都味道的“灵魂人物”唐雄，自早期在国内餐饮业积累丰富经验后，在美国知名国际豪华酒店欧姆尼 (Omni Hotels & Resorts) 及其他酒店担任主厨 15 年，一路见证了中餐在美国的发展轨迹。在西餐大行其道的行业背景下，唐雄一直努力为华人和中餐争光，在北美最大的专业厨师组织——美国烹饪联合会 (ACF) 主办的最高级别赛事中荣获第二名，为华人餐饮业赢得了荣誉。

“从清淡的广东菜，到酸甜的美式中餐，再到如今的浓

郁的川菜，多元化的中国餐饮文化在近十年的时间里已经在美国逐渐发展起来。”他表示：“我始终坚信，中餐的魅力和价值，绝不逊色于任何西餐。”

凭借精湛的厨艺和对成都美食的深度理解，唐雄把成都味道带到了奥兰多。在比较了西餐和川菜的多元性后，唐雄深知要做出地道、满足华人味蕾的菜肴不能只靠口头讲述，而要脚踏实地，“用心去做。”

他认为，中国菜在美国作为一种外来饮食文化，华人餐饮家们有义务和责任深入引导美国人如何正确品尝中餐，而非“一味地迎合他们的口味。”

“我们的目标是追求卓越的品质，绝不会为了眼前的利益而偏离初衷。”在获得米其林的荣誉后，他更加坚定了这个决心。

加州米其林公布榜单 两华人餐厅稳守阵地

在米其林指南最新公布的加州星级餐厅中，华人餐馆 Mister Jiu's 和 Kato 均成功上榜。这两家餐馆以其独特的菜品和优质的服务，赢得了米其林的认可。

《米其林指南》维持 Mister Jiu's 餐厅一颗星并这样评价：

"Mister Jiu" 餐厅坐落在旧金山，由厨师 Brandon Jew 担任老板并主持厨房。他以

其独特的加州风格烹饪中餐，使用顶级食材创造出独一无二菜品，既体现了他在成长过程中接触的广东烹饪，又展示了湾区的季节性丰富。餐厅的酒吧区提供了一系列令人难忘的鸡尾酒，同时也为未预约的食客提供了单点菜单。对于预定了桌位的食客，他们可以享受到一份特别的定价菜单，以轻食为主，辅之以特色的家庭式菜品如烤鸭和姜葱煎鱼来增添风味。

"Mister Jiu's" 餐厅于 2016 年 4 月开业，六个月后，即 2016 年 10 月，该餐厅获得了其首颗米其林星，成为旧金山首家获得米其林星级的中餐厅，并且从那时起一直保持着这一星级。

《米其林指南》维持 Kato 餐厅一颗星并这样评价：

Kato 餐厅由厨师 Jonathan Yao (姚成骏) 执掌厨房，

他巧妙地将自己的台湾背景融入菜肴中，创造出深受人们喜爱的独特现代菜肴。餐厅的装潢设计独具一格，抛光的混凝土、钢材、平板玻璃和轻木家具共同构建出一种酷炫的氛围，而显眼的开放式厨房则让人们可以一窥厨房的运作。带有 Dungeness 蟹的鱼鳔是一道美妙的菜品，它巧妙地将凉爽的生鱼片过渡到温暖而舒适的蛋奶酥，上面还撒有鱼子酱，配上蟹壳浸泡的红醋调味，味道丰富多变。餐厅的菜单还包括香料烤鸭胸配包子，以及一些巧妙的甜点，比如用橙焦糖酱淋过的甜薯千层饼。餐厅的鸡尾酒项目包括精心制作的含酒精和无酒精的饮品，为食客提供了丰富的选择。

Kato 餐厅也在《纽约时报》

公布的 2022 年度最喜爱的美国餐厅名单中，并在 OAD (Opinionated About Dining) 公布的北美 150 佳餐厅的名单中获得了第 14 名。

Kato 餐厅主厨姚成骏也是华人，父母来自台湾，他在洛杉矶出生长大，从小就对烹饪有着浓厚的兴趣。

值得一提的是，姚成骏长大后并没有接受过正规的烹饪教育，大学学的专业是人类学，毕业以后还曾想继续深造成为一名律师，但由于资金短缺，他不得不回家帮助父母，从“帮忙的儿子”转变为全职主厨，从此开始他精彩纷呈的厨艺生涯。📍

罗兰岗这家中餐馆 刚被米其林列入 今年“物超所值”餐厅

米其林指南，这个全球最有影响力的餐厅和酒吧指南，在 7 月中旬公布了 10 家被评为“物超所值”的新晋餐厅。其中，位于华人扎堆的罗兰岗的颐中福 (Eat Joy Food) 餐厅因其亲民、地道的台湾美食而获得了米其林指南的认可，成为了 2023 年度“物超所值”的获奖者。

根据米其林指南的评价，颐中福餐厅的特色在于其亲民和地道的台湾美食，特别推荐的菜品有三杯鸡、鸡肉炒饭和时令龙须菜。

《米其林指南》这样评价“颐中福”餐厅：

餐厅的环境优雅且宁静，播放着柔和的钢琴音乐。餐厅内部空间宽敞，桌子间距适中。菜单上的菜品种类丰富，包括各种海鲜、口味细腻的清汤和经典的盖饭。其中，三杯鸡和咸鱼鸡粒炒饭是必点的菜品，炒饭的米粒在热锅中炒得油亮且蓬松。

常客们还会询问是否有龙

须菜，这是一种时令蔬菜，能使餐点更加丰富。

颐中福餐厅由台菜名师 Arthur 陈打理。Arthur 陈对台湾料理的热爱和他对食材的严格挑选，让颐中福餐厅很快拥有了一批忠实的台菜拥趸。

颐中福最标榜的就是用材新鲜考究。店里挂着可出售神户牛肉的执照，还有美味鲜甜的熊本生蚝。其招牌菜树子蒸活鱼鲜嫩爽滑，是客人最爱点的一道菜。

当然还有三杯总会，台式白菜滷这样的经典台菜也备受食客喜爱。除了丰富的台湾美食，还有各种新鲜的海鲜和特色的饮品，如黑糖珍珠。

“物超所值”这个奖项由米其林的匿名评审员评选，其中一项重要标准是提供低于设定金额的三道菜品（费用根据各国生活成本而定）。

这个奖项的意义不仅在于让更多的人有机会品尝到高质量的美食，而且不需

要花费过高的价格，也不需要等到特殊的场合才能享受到。

这个评选标准意味着这个奖项代表了美食的亲民程度。

对于颐中福餐厅来说，这个奖项不仅是对他们提供的美食的认可，也是对他们努力提供高质量、物超所值餐饮体验的肯定。他们期待这个奖项能吸引更多的食客，让更多的人了解和喜爱台湾美食。

在米其林指南最新公布的加州星级餐厅中，华人餐馆 Mister Jiu's 和 Kato 成功守住了他们的星级荣誉。

整个加州只增加了六颗星，洛杉矶更是寥寥，仅增加一颗星。

洛杉矶的食客们更喜欢亲自踏上美食探索之旅，寻找和发现新的美食瑰宝，而不是依赖于像米其林这样的指南来告诉他们哪里有好吃的。📍

榜评

洛杉矶越来越不在乎米其林

述评 | 飞鸟鸣

此次米其林指南的公布，对于洛杉矶市来说，结果有些让人意外。

整个洛杉矶市只有一家新的星级餐厅，那就是位于长

滩的 Heritage。

Heritage 是由厨师 Phillip Pretty 和他的姐姐 Lauren Pretty 共同拥有的，这是长滩市的第一颗米其林星，对于南加州来说是重大收获，也是对 Phillip Pretty 的大力认可。

此外，洛杉矶有两家餐厅失去了他们的一星评级。这两家餐厅是 Phenakite 和 Hatchet Hall。

Phenakite 去年就已经关闭。而 Hatchet Hall 则是因为其主厨 Wes Whitsell

在今年初的离开而失去了星级评定。

在圣地亚哥县的 Oceanside，主打墨西哥菜的 Valle 餐厅在厨师 Roberto Alcocer 的带领下获得了一颗米其林星。

而在北加州，有四家餐厅获得了一颗星：旧金山的 Nari 和 Aphotic，卡梅尔的 Chez Noir，以及 Calistoga 的 Auro。

总体上，对于一个有四千多万人口，拥有世界上最好食物的美食大州来说，只增加

了六颗星，这多少有点差强人意。

洛杉矶人漠视米其林

不过对于洛杉矶人来说，可能他们本身也不是特别在意只增加了一颗星。洛杉矶是一个多元化的城市，其餐饮业反映了这种多样性。

这个城市拥有来自世界各地的各种美食，包括墨西哥、亚洲、中东等各种菜系，这些菜系往往以家庭式餐厅或街头小吃的形式存在，而不是米其林通常关注



NEW DISH 新餐饮

陷入选址魔咒的皇后区宝藏餐厅

文、图 | Ivan Liu

大约一个月前，纽约食客Tiffany 突然在皇后大道上发现了一家“环境也很美，服务员也很友善”的新餐厅，麻辣云吞和牛肉面都让他赞不绝口，黑松露炒饭更是打开了他的想象力。“我发现了皇后区隐藏的宝石！”他评价道。

开业不到半年，绝大多数食客都给了这家餐厅五星好评，它很快就在谷歌地图上收获了4.6分的高分。但即便从装修到菜品都极为讲究，价格也很亲民，但这家叫做“Jing Li 井禮”的川菜馆却没能火起来，在雷哥公园西北部这一带，居民平均年龄较大且华人较少，“井禮”遭遇了它在长岛市的另一家店没有遇到过的窘境——社区市场未打开，距离稍远的食客想来吃饭也不好停车，从皇后大道上开过了之后，想再折返都难找到路口。

简单说就是“酒好真的怕巷子深”。

井禮雷哥公园店的店面原来是一家华人经营的寿司店，因为这一带的居民对日料的接受度还比较高，所以生意也还做了起来，只是后来老板遇到一些商业上的困难无以为继。而他仗义的朋友，也就是现任老板 Alvin 就将这个店盘了下来。Alvin 是广东人，此前在长岛市已经成功的开起来了另一家“井禮”，

庭院中式风的装修和地道口感的川菜很受周边留学生和年轻老外的欢迎，很快就成了当地网红级的中餐馆。

雷哥公园店的厨师 Michael 也是从那边调过来的，他也明显感觉出来了两家店的差别。同样品质的原材料，同样标准的烹饪流程，雷哥公园店得到的点评分数更高，但生意却冷清很多。

“我们真的也是试过了各种营销办法，包括印了上万张传单发到周边小区里面去，凭传单享受两次七五折优惠，但还是很难，每个月都在亏。” Alvin 说：“停车真的是个大麻烦，停车场都很远，路边现在也都重新划线不让停车了，非常影响沿路小商家的生意。”

据他估算，到目前为止，这家店每月都会亏至少两三万。但他依然还没有放弃，每一处细节也都想尽善尽美的做好——食材要保持新鲜，桌布要干净整洁，灯光和气氛都要恰到好处的温馨。或许社区市场的打开和培育需要一个过程，只要踏实认真地服务好每一个愿意来尝试的新客人，就总会有机会将他们变成愿意常来的回头客。

“加上七五折的优惠，在这里吃一顿真的是令人震惊的划算了。”附近小区的居民小邓告诉《餐饮家》：“我们两个人吃了

Jing Li 井禮

95-34 Queens Blvd, Queens, NY 11374

一份碳烤牛仔骨，一份井禮酸菜脆皖鱼，一份扬州炒饭——这都是按照菜单上几乎最贵的搭配点的，加税加小费最后算下来还不到五十块——这要在法拉盛一个中等的中餐馆，至少价格也得翻倍吧，当然法拉盛那边的房租也得翻倍了。而且我觉得他们菜真的好吃，不亚于川山甲，但价格亲民得多，还不用排队。”

小邓最喜欢他家的酸菜鱼，酸辣恰到好处，鱼片厚薄均匀不零散，口感也是十分Q弹，没有一点土腥味，非常新鲜。对于家住附近的吃货来说，这家店的开业确实算个好消息，“所以我当然也希望它能长期生存下去，我想吃好吃的川菜就不用去法拉盛了。”小邓说。据他观察，最近这一两个月，老外的客人有在增多。

老外客人对菜单上那些“过于正宗”的川菜，尤其是水煮系列的，还是接受度有限，但却特别喜欢他家的小笼汤包，这也是附近一些祖籍广东的老华侨比较喜欢点的菜——搭配着醋和姜丝，每一口都能让味蕾收获满满。

而一些逐渐慕名而来的川菜爱好者，则是对他家辣菜里对干辣椒和青椒的娴熟运用赞不绝口。

但至于雷哥公园的井禮是否能够打破“选址魔咒”，我们还需拭目以待。📍



今年 30 岁的江伟树来自福建福州

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

屹立不倒的福州包子铺

文、图 | Ivan Liu

纽约曼哈顿的怡东商场曾经在90年代的时候辉煌一时，人山人海，但现在几乎被废弃了。除了临街的一些商铺还开着门之外，商场内大量的商家都在疫情期间甚至更早就歇业、半歇业或者搬走了。

但是商场地下一层的角落里有一家“味中味”福州包子铺却异常“坚挺”——两三百平尺的小厨房里三个女工从早到晚不停的

包包子；热气腾腾的蒸笼一屉一屉的被人买走；走廊里建议的小折叠桌旁也时常有客人坐在那里大快朵颐。厨房旁边的小仓库里，也是堆成了山的新鲜包子——店员老卢将它们一袋一袋的装好，再给那些从他这里订购包子的中餐馆和小吃摊送过去。

总之，批发+零售，外卖+堂吃，老卢也说不清楚一天下来究竟能卖

出多少个包子。但可以肯定的是，在一个几乎没有客流量的空商场里，“味中味”依然能被人们频繁光顾，必然是以味取胜。

“这里曾经是三十年前那批福州移民刚来美国时候的集散地，”客人老张一边吃着包子，一边告诉《餐饮家》记者：“那个时候没有互联网，这个商场里面有很多商家，也有职业介绍所，还有一些帮移民办证办卡的中介，新移民来了

都到这里找工作。待一段时间之后，很多就会去外州打工，所以你现在看着怡东商场很破败，但曾经它却是一个对华人新移民而言很重要的地方。”

而“味中味”也是地标中的打卡点，虽然只是个不起眼的小吃店，但它却给这里的福建人带来“家乡的味道”。

“还是他家包子的味道最正宗，是那个味！”老张说。他来美国也很多年了，其实现在也是在外州工作，偶尔回纽约办事，途径中国城，仍然是不忘来这里吃一口心心念念的福州大肉包。这新鲜出笼的大肉包，面皮是有麦香的，松软滑弹，一口下去，用大酱腌过的肉馅肥瘦得宜，汁水饱满，浓郁的香气直冲脑门。

关键是还特别便宜，4块5一笼还是涨过价的，就算再加一碗经典的福州夹心鱼丸汤，一共9美元能吃到撑。

大肉包对福州人的意义类似于牛肉面对于兰州人的意义，有史可考的是，自隋唐至今上千年来，福州人都习惯了在清晨第一缕晨光里被喷香的包子唤醒味觉。

在福州的街头巷尾，包子铺是很“卷”的，只有那些面发得足够老、软、有弹性，

肉馅腌得足够鲜嫩多汁，而且面和肉的比例、蒸的火候都要足够恰到好处的店，才能获得食客的青睐并得以把这项手艺传承下去。

在福州市罗源县，老字号的包子铺一家比一家好吃，竞争十分激烈；而在大洋彼岸的曼哈顿，藏在人迹罕至的地下商城里的“味中味”简直就是“躺赢”，方圆几百里几乎无人匹敌。

“其实笋饼也很好吃，”老卢热情地给客人推荐，这种看起来像芝麻团子一样的饼里面包了笋，比大肉包素一些，但却多了一些清爽的香甜。

就在最近，怡东商场的复兴计划已经进入日程，经过一轮竞争，纽约市政府与唐人街新兴的华人商业团体达成了协议，重新开发怡东商场。二楼上早已停业的怡东酒楼也将会新的老板接手重开。可以预见，这个承载了几代华人移民回忆的地方很快就能恢复往日的繁华。

但不管花开花落，这家老字号包子铺都始终在那里，蒸笼雾气袅袅，店员忙前忙后，给中国城的居民们供应着最正宗的福州大包子，庭前闲看，从容自得。📍

福州味中味家乡风味

88 E Broadway b45, New York, NY 10002



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。

伍俊彦 以母之名

文 | Ivan Liu, Michael Chan 图 | Ivan Liu

Calvin Eng 是纽约最新的厨神。现在,他的餐厅 Bonnie's 已成了纽约市最难预订的餐厅之一。《福布斯》专栏称其“重新定义我们的饮食和消费方式”。Bonnie's 开业不到两年,已横扫各种餐饮奖项:纽约市食客奖、纽约市最佳餐厅、美国 50 家最佳餐厅、Esquire 美国最佳新餐厅、《美食与美酒》最佳新晋厨师,以及餐饮家金像奖最佳新厨师。

《餐饮家》近日专访了 Calvin Eng,我们也终于知道他的中文名字:伍俊彦。



在中国的珠三角西南边陲，有一个历史悠久的小城，她依山傍海，风景秀丽，物产丰盛，新石器时代就已经有了居民。这里的人们有几样东西是刻在基因里的——对家庭的重视，对未知世界的向往，还有对美食的追求。这里就是“五邑”之一的台山。

从清乾隆年间开始，台山人就开始拖家带口，远涉重洋，在全世界建立开辟自己新的家园。他们是最早把广东的早茶文化和精美点心、烧腊卤味带到西方的一群人，迄今为止，海外的台山人及其后裔已经超过160万人，甚至比现在台山的常住人口还多，所以台山也成为了“中国第一侨乡”。

上世纪50年代初，幼年时期的赵妙霞就跟随家人从台山移民到了香港，又在13岁时，被父母接来了美国。她的姐姐给她起了一个入乡随俗的名字：Bonnie(邦妮)。在苏格兰语中，Bonnie的意思是“美丽的”“重感情的”。半个多世纪后，她的这个名字也成为了布鲁克林一家屡获大奖的知名中餐厅的名字，



餐厅则是她的小儿子开的。

Bonnie小小年纪就已走过五湖四海，见惯世事无常，尝过聚散离别，更是开阔了眼界，豁达了心胸……若干年后，当她自己也有了子女，她绝对跟标准的华人“虎妈”大不一样——她不会“鸡娃”，不会认定标准化的“成功人生”路线并灌输给子女。相反，她会鼓励并且无条件地支持他们去追寻自己想要的人生，快乐就好。

她会教他们说粤语，也会悉心照顾他们，做最地道的家乡美食给他们吃，对家人的爱和对故乡的情都在那一道道精致可口的家常菜里了。让她想不到的是，正是她精湛的厨艺和精心的烹饪，浇灌了她儿子心中的梦想。妈妈的味道，就是他的缪斯，他灵感的源泉。

Bonnie's 的诞生

Bonnie 的小儿子伍俊彦 (Calvin Eng)，

也正是首届餐饮家金像奖新星厨师奖的获得者。这家叫做“Bonnie's”的餐厅，是他以爱致敬和回馈母亲的杰作。

“妈妈是如此聪明、善良，她总是尽力给我们提供最好的，她用烹饪食物来启发我懂道理”，伍俊彦说：“Bonnie's 所有食物的灵感和基调，都来自我妈妈在家里做的菜，还有小时候我在唐人街吃过的那些味道”。

母亲移民美国之时，正是粤菜在美国引领中餐市场的时代。从19世纪初开始到20世纪90年代，到达北美地区的华人中广东籍占了多数，中餐馆子自然多为广东菜馆。而千禧年后的20年来，来自中国其他省份的移民逐渐增多，他们带来了沪菜、川菜、湘菜等菜系，川菜逐渐取代粤菜成为美国中餐菜系的主流，曾经辉煌的粤菜如今只是美国中餐的一小部分了。

“我从2016年开始就发现了粤菜在渐渐消失”，伍俊彦说。他在唐人街南华餐厅 (Nom Wah) 工作时，童年的经历唤起了他的记忆，他总是去找小时候去过的商店、摊贩、饭馆，沉浸在过去的景象和气味之中。“在见了更多场景、学了更多东西后，反而令我不断回味过去的记忆，我想更深入地了解我的传统食物和文化”，他也许不知道，他内心已经与自己曾经排斥的传统文化和解。

“妈妈是如此聪明、善良，她总是尽力给我们提供最好的，她用烹饪食物来启发我懂道理”



Bonnie's 供图

但是他发现，小时候去过的很多地方已经不见了，或者改换门庭，反正一切都不复原样了。他说：“我担心粤菜正在成为一门垂死的艺术，唐人街的厨师们已经越来越被泛亚风味所分散”。从那时起，他萌生了一个紧迫念头，希望他所爱戴的祖父母和母亲依然能在他身边看到他与他们传统联系起来。

2018年，伍俊彦回到布鲁克林一家叫Win Son的台湾菜餐厅担任主厨，他曾这样形容他的这段工作经历：“作为Chunch wrap (墨西哥脆卷) 和Chinese long beans (中国长豆角) 同等爱好者，在这里我获得了更多在纽约厨房的专业经验。我的梦想不是一名厨师，而要成为多才多艺的餐厅老板。这是我在Win Son工作的主要原因”。

在Win Son餐厅工作的三年里，他更加明晰了方向并加速冲击目标，他将开一家全新的粤菜餐厅。

这家餐厅会吸收西餐厅的经营和烹饪技巧，会更包容、时尚、现代，但绝不是重蹈“美式中餐”的覆辙，从味觉体验到文化之根，它都要有着不折不扣的粤菜之魂。所以，这是一种“粤式美餐” (“Cantonese-American”)，它



Bonnie' s 供图



Bonnie' s 供图

首先是粤菜的口味和想法，其次它是美餐——因为华人也是美国人的一部分，它是通过这个在布鲁克林出生和长大的美国人的视角去审视并创造出来的。

比如最让他感到骄傲的鱼糕，整条鱼掏空了填上虾肉等材料，一口下去全是童年的记忆；还有用叉烧做的汉堡，看起来像是西餐的样子，但鲜嫩多汁的叉烧肉会告诉你，真相没那么简单，那种香味还是能带你去到岭南，在暖湿的海风里沉醉。

“我觉得这是很重要的事，也是一种责任，我要把正在消失的东西传承下来，赋予它新的生命力，打造出全新的，不一样的新餐厅来。”他认为，疫情期间虽然百事艰难，但很多餐

厅倒闭，所以反倒是一个“抄底”的好机会。于是，年仅二十多岁，只工作过几年的伍俊彦四处游说亲朋好友，被很多人拒绝，也得到了其他一些同样认为这件事很重要的人的支持。最终募集到了50万美元，花了2021年整年的时间，在布鲁克林——他从小生长的地方，建好了这家 Bonnie' s 餐厅。

现在，Bonnie' s 已成了纽约市最难预订的餐厅之一。从开业起，《纽约时报》就关注到这家餐厅并做了报道，《福布斯》杂志专栏称其“重新定义我们的饮食和消费方式”，Bonnie' s 在不到两年时间里横扫各种餐饮奖项：纽约市食客奖、纽约市最佳餐厅、美国50家最佳餐厅、《Esquire' s》美国最佳新餐厅、美食与美酒最佳新晋厨师等等。



Bonnie's 供图



食吃饭未呀

2022年，年仅28岁的伍俊彦被提名詹姆斯比尔德新锐厨师奖；2023年，他从一众新人中脱颖而出，成为了第一个获得餐饮家金像奖新星厨师奖的厨师。

为了实现从小到大的梦想，伍俊彦在高中毕业的时候就毫不犹豫地选择了约翰逊威尔士大学(Johnson & Wales University)的烹饪艺术专业，但他的梦想从来就不仅仅是做一名厨师，甚至在他看来，除了做菜是简单的，经营一家餐厅的其他所有要件都不简单。他最想成就的是一个中餐品牌，一家可以赋予传统粤菜文化新生力量，也能在商业上取得成功的餐厅。在大学毕业，最初的几次工作中，他也时时在学习如何经营管理一家餐厅，默默为将来做准备。

与很多科班出身的中餐大厨不同的是，伍俊彦的“科班”经历完全是西式的，大学期间，他系统学习涵盖了微生物、营养、食品分析等专业性很强的课程，他的实践课也让他打下了法餐等技艺的基本功，而一直到他独立开餐馆，他都并没有得到过专业中餐师傅的指导，除了

他的母亲 Bonnie——这位不是专业大厨却依旧技艺精湛的家庭厨师。

从基因的玄学上来说，伍俊彦的爷爷也曾是美军的炊事班大厨，尽管他在伍俊彦出生之前就去世了，但或许在 DNA 里，伍俊彦天生就获得了成为优秀厨师的潜能，这些先天的和后天的优势叠加在一起，似乎命中注定他就是要做出不一样的东西来，让整个布鲁克林都对粤菜有全新的理解。

在这个过程中，他不仅可以实现传承粤菜文化的梦想，也能与自己达成和解。

1994年，伍俊彦出生在布鲁克林，他的童年和青少年时光都在西南海岸边的 Bay Ridge 度过，尽管现在的布鲁克林已经是个多元文化的大熔炉，形形色色的人说着无数种语言，但在他上小学的时候，他的周围几乎全是白人，极少非裔、西裔和亚裔。

“小的时候，种族歧视的记忆是很清晰的，他们会对你另眼相看，会把你当作一个外来者。”伍俊彦说。很长一段时间以来，他都很排斥中

国的传统文化，想要与之划清界限，否则的话，就相当于他承认了自己是不一样的“外来者”。

“他们虽然没有从身体上伤害你，但语言的歧视还是会让你心里很受伤的。”他说，但是不可否认的是，最近这些年来，这种情况已经改善了很多。“现在的布鲁克林已经是一个拥有一切的地方。”

所以，中华传统文化以及它背后的华人移民理应成为这座城市的历史，成为布鲁克林新文化的代表。而中餐在中华文化中又是如此的具有代表性和包容性，不仅仅是独特的技巧和风味，还有以食物承载传递的观念。

“食吃饭未呀？”

小时候，外婆总是用这句话亲切地跟人打招呼。在普通话的版本里，就是老一辈华人经常互相问候的“吃了没？”

很多老外对这句话不能理解，但他们不知道的是，民以食为天，在华人的文化中，吃饭是特别重要和有仪式感的事，由此问别人吃饭了没，就是在表达对别人的尊敬和关心。

“我知道，这其实就像是在对别人说 How are you?”

在伍俊彦从小到大记忆里，这是很特别又暖心的片段，所以外婆的这句“食吃饭未呀？”也成了他餐厅的一句标语，印在菜单上，工作服上，代表着他对客人的问候，也代表着对传统文化的敬意。

除了做菜简单，其他的一切都不简单

尽管27岁的伍俊彦已经为开餐厅准备了差不多有20年，但真正开一家餐厅的时候，他还是发现千头万绪的困难迎面向他袭来，一件接着一件。

疫情期间虽然是个“抄底”的好机会，但同时什么东西都很贵，工人也难请，各类许可证的办理周期也很长。尤其是安装天然气管线，成

为了制约整个餐厅建设进度的“瓶颈”。

Bonnie's 的原址是个办公室，原本没有天然气管线，但是他要打一家能做出正宗粤菜味道的中餐馆，那天然气灶是很难被替代的，所以就申请专线，然后需要行政审批，需要有室外街道的施工，需要等工人……从年初到年尾，天然气管线终于安装好了之后，这家餐厅才得以正式开业。

在这样的折腾下，50万启动资金其实是不够的，后来他滚动着刷各种信用卡，最多的时候欠了银行十万美元，利息如滚雪球一般，让他压力山大。

2021年12月3日，Bonnie's 终于开业，他放弃了午餐的营业时间，只全心全意地投入与晚餐的运营。但开业还不到两个星期，就迎来了带来的第二波疫情高峰。纽约又进入了紧急状态，就连伍俊彦自己都感染了。不得已，餐厅又临时歇业。但这个年轻人的决心之大，克服各种困难的意志力之强，已经可以把任何“当头一棒”的障碍都看作是“好事多磨”，排除万难去坚持做自己想做的事。

开餐厅的过程虽然比较辛苦，但创造美食的过程却能让伍俊彦和他的团队找到快乐和成就感。他们有很多想法，新奇的，大胆的，无论是在菜单的创意上，还是在餐厅氛围的创造上。

坐落在威廉斯堡靠近 BQE 立交桥街角的

“小的时候，种族歧视的记忆是很清晰的，他们会对你另眼相看，会把你当作一个外来者。”

Bonnie's，即便在号称文化大熔炉的布鲁克林，也是一个夺目的存在。它被设计成香港茶餐厅风格，来自中国的绿色复古瓷砖、从唐人街收购的各种装饰品、类似中国面包店常用的不锈钢椅子、吧凳和台面，墙上挂着伍俊彦家里长辈的老照片和家人的合影，店内播放着90年代的歌曲。

一到下午6点，拥有96个座位的Bonnie's就挤满了食客，或者几个家庭、或者一帮时尚的男女、或者几个静静的老饕，在弥漫的香气里觥筹交错，大口地嚼着叉烧三明治，就着蛤蜊蒸蛋，吃装在青花瓷碗里的大蒜黄油长豆角覆盖的米饭，这时往往门口还有一堆不惜等位要90分钟的食客。

伍俊彦认为，粤菜的特质是天然的鲜味和咸味、低酸、低热量和海鲜风味。他大胆地融合西餐的技巧和造型，比如用叉烧和海鲜酱生姜腐乳麦芽糖腌制排骨做成叉烧排骨三明治——这是特别受老外欢迎同时也让华人怀旧的招牌菜；还有发酵腐乳、帕尔玛干酪、黑胡椒起司酱、海南水煮鸡、虹鳟酿鱼……这些精致的混搭令人惊喜，也让食客们在网络论坛上写下“太酷”“太有个性”的评语。

伍俊彦的手臂上有个纹身——一颗心上加着一条横幅，横幅上写着“MSG”（味精），以此来反驳妖魔化味精的理论，他认为味精天然无害，适当运用可以让自己做得更好，他调制了一款“传奇味精马提尼”，也成为了餐厅的明星饮品。

2022年春暖花开后，疫情的阴霾彻底散去，Bonnie's餐厅的生意也越发火爆，口碑也已稳如泰山，又过了不到一年的时间，这个不到30岁的年轻人已经基本赚回了投资成本，越发沉稳从容。

下一步，可能还是想继续探索，再开新的餐厅，至于是什么样的餐厅，开在哪里？一切皆有可能，只是使命不变。📍



ASK A RESTAURATEUR

《餐饮家》问餐饮家



姓名：伍俊彦
性别：男
年龄：29岁
你来自哪里：布鲁克林
从事餐饮业8年

• 目前的心境怎样？
快乐。

• 最难忘的时刻是什么时候？
我儿子出生的时候。

• 你最喜欢的食物是什么？
薯片。

• 最恐惧的是什么？
死亡。

• 认为程度最浅的痛苦是什么？
我不考虑苦难。

• 最喜欢做的事是什么？
我喜欢什么都不做。每天都忙，而且无法预测，所以这些天坐下来什么都不做是一种享受。

• 最后悔的事情是什么？
我相信任何事情的发生都是有原因的，所以我没有什么遗憾。

• 如果能选择的话，你希望让什么重现？
我的父亲。

• 最伤痛的事是什么？
我的背部，偶尔会有。当人们告诉我你的身体在25岁以后开始衰退时，我并不相信，但这是真的。

• 何时何地让你感觉到最快乐？
当我可以清除我的思想，完全不做任何事情时。

• 自己最伟大的成就是什么？
终于让Bonnie's开业了。

• 这一生中最爱的人（或物）是什么？
我的未婚妻，Phoebe。

• 座右铭是什么？
有备无患。



做装修， 开Uber， 来美十年后 我决定搞餐饮， 可是第一家店 没开到一年就倒， 第二家店 又遇到了疫情……

口述 | Kwokyu Lam (Dumpling Garden 创始人)
采访整理 | Yao Lu

我永远忘不了那晚的灯火

我 18 年前来美国，记得初到的那天晚上，我带着简单的行李，站在街头，美国给我的第一印象就是太陌生太陌生，没有熙熙攘攘的人流，一辆辆车飞快地驶过，周围听不见一句中文。我呆呆地看着四周亮起的灯光，刹那间迷茫又无助。原来对美国这边的美好猜想和好奇兴奋，一下子变成了惶恐，我能在这里立脚吗？那些闪烁的灯，没有一盏属于我的。

住在简陋的出租屋最早那几天，我坐立不安，忐忑得睡不安稳。心里没底，思来想去，我心一横，反正这里谁也不认识谁，我年轻有力气，找份体力活也能过下来。

在朋友的帮助下，我找了一份装修工的工作，说白了，就是干一些没有技术，纯出力搞些拆砸、搬运、刷漆之类的活，又因为语言不行，只能接华人的活。我现在想起这第一份工作还是特别感激的，它不仅给了我第一份哪怕十分微薄的薪水，起码让我解决吃住问题，更重要的，它让我思考今后怎么办。

装修工我不想做太久，但英语不行啊，是换工作的死穴啊。我就开始背单词，在家具用品、食物上贴上英文标签，在外面买东西也敢张嘴了，我心里想，这里啥口音没有啊，笑话谁呢！

等基本的听说能勉强应付了，我就辞掉了装修工，开 Uber 去了。这活特别累，但是我喜欢，可以跑遍城市每个地方，可以有各种各样的乘客打交道，知道的信息比我干装修时多得多，我挺开心。

“没有白走的路，每一步都算数”

开 Uber 辛苦是辛苦，但收入还不错，开了一年多，我开始有了一点点积蓄。你说好笑不好笑，就这哪到哪的小钱，你就做起了开店的梦。但我算了算，才刚 20 岁，再打几年工，30 岁盘一家小店，也不是不可能啊。

说干就干，我又辞去了 Uber 工作，跑到一家中餐馆当起了服务员。对于服务员，我一直不 care 他门槛低、收入少，我现在还经常跟我的员工讲，“没有白走的路，每一步都算数”，服务员进入门槛低，但学到的可不少，前提是自己要心怀梦想，用心用脑，用手用脚，多看多学多跑多干，就能成长为有一技之长，大受欢迎的人才。

我学历不高又没有什么资本，从来没有接触过餐饮，去做服务员其实是花最低的成本试错，不但不花钱学习餐饮，还能挣钱，等于做了市场调研。

服务员工作辛苦，这我早有思想准备，古人不是有句话叫“天将降大任于斯人，必将苦其心志劳其筋骨”嘛！

我学会了怎么备菜传菜，怎么制作餐品。尤其是客服处理这一块，当时我是店里收盘子最快擦桌子最干净的那一个。这些经验现在就用在我店里的服务保洁 SOP 上；我在招徕客人时练就了带客人入座点餐的技巧，现在我就可以把这些话术和技巧教给我的员工。

第一家店没开到一年，第二家店又赶上疫情

我认准了自己想干餐饮这一行。在餐饮业的前厅后厨干了多年以后，我在 28 岁那年盘下了一家小小的餐馆，我以为这下我将走上坦途大干一场了，但是很快，我发现当老板和打工完全不在一个维度，餐厅的人财物运营这些经营管理门道太多了，而自己好多都不清楚。

果然我的这家小餐馆不到一年就关门大吉了。

现在想来，就是方向不对，管理欠缺。我得到的教训是，开餐馆首先要选一个合适的地方，要做自己擅长的餐品，不要跟风。

我是一个比较冷静的人，好在及时止损，才让我有后劲去调整方向，重整旗鼓。接下来我用了很多时间精力深入市场，规划定位，考虑店开在哪里，消费人群是哪些，竞争对手是什么，自己手



中的现金流是不是健康，还有重要的一点是合作伙伴是不是靠谱。

走了很多城镇，最终选定在马萨诸塞的 Saugus 开了一家华人和外国人都能接受的大众餐系，包括中餐加日餐，我们对接受度很高的包点类进行特别的精品打造，坚持纯手工制作，营业时间也调整到深夜。

这家店是 2019 年开的，一时间生意特别好，但没想到没多久就遇到疫情了，我们店从排队到零堂吃，我那个心呀稀碎稀碎的！

没办法，我得自救。这真的感恩我的这些工友，在那个风险时刻他们都留下来帮我，改做外卖，全部无接触取餐，员工店堂严格消毒和防护，我们对包点的面皮用料和制作工艺进行了改良，保证外卖和堂吃的口感相差无几。

疫情三年，我们一直没有停业。

也许危机就是有“危”也有“机”，机会就是你坚持做下来，想办法应对，办法总比困难多。我们在疫情后期又开了第二家店 Dumpling Garden Danvers，今年的五月份，第三家 Dumpling Garden 店也开张了。

有多远走多远

从开餐馆起我就一直坚持自己跑进货自己跑取货，就是为保证食材的绝对新鲜和优质。Google 平台上，前两家 Dumpling Garden 的评价达到了 4 星半，95% 的食客打出了满分。

做餐饮这些年，感觉最难的就是人！中餐是件特别辛苦繁琐的事，前厅后厨人员流动性很大，老板最头疼的就是难招到或者难留下合适的人。我能做的就是多站在他们的角度去理解他们，其实我们之间就是工友关系，我尽可能营造一种快乐工作的氛围，要做双赢的事情。

现今的餐饮业与以往已经完全不同了。科技和信息进了到餐馆。我在朋友的餐厅第一次看到 Menusifu 的数字化产品，真是惊讶，完全不同于人工手写手传，全部一键搞定，效率高还不出错，省人工，食客用餐的成本也降下来了。而且还有营销推广服务，这太重要了，交给专业的人去做，效果和效率都是明眼见的提高啊。现在餐饮业竞争白热化，单靠打价格战已经没有空间了，最终还得靠科技产品科技服务来降本增效。

至于下一步，我是铁了心有多远走多远。条件成熟的情况下，我要一步步把 Dumpling Garden 做成连锁，走品牌化路线。我现在还有很长一段路要走，最终我是想在文化提升上有个大跨步，把中餐文化发扬光大。📍

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。





餐谋长
Shirley Tan

《餐饮家》特别邀请了来自 MealKeyway 的营销专家 Shirley Tan 担任“餐谋长”，为各位餐饮家分享更多智慧且高效的餐企运营方法。



MealKeyway 在北美餐企的线上点餐、支付和数字营销领域深耕多年，为 5000+ 餐饮品牌提供技术支持和专业服务（扫描二维码关注）。

米饭好吃！选择你家餐厅的理由？

一家主打“酸菜鱼”品类的餐厅，短时间内圈粉无数，不是因为他家的酸菜鱼，而是米饭。口碑相传、社交平台分享，都是爆赞：“多少次去他家，就为了这口米饭”、“他家是米饭天花板，给我冲”、“吃了一碗米饭，想了三天”、“求他家煮饭攻略”……

一碗好吃的米饭，可以为你的餐厅加分引流；一碗难吃的米饭，也可以让你的餐厅败在其上。今天就来聊一聊中餐馆中最常见、也最不起眼的产品——米饭。

没有米饭的一天，是没有正经吃饭的一天

此话并不夸张，有数据显示，在中国，大约 65% 的国人以大米为主食，全世界范围内，以大米为主食的人口超过了世界一半的人口。因此，即便生活在北美的华人，依然多数保持了这一主食传统。

自古以来就是“有菜有饭”方为美味佳肴。到餐厅用餐，吃主食，是一餐的完美结束。因此，一碗米饭最容易给顾客留下用餐的印象和评价，米饭晶莹剔透，滋润诱人，香甜弹牙，顾客用餐体验好，自然 up up；相反，主食如果吃得不舒服，不好吃，极大可能会让顾客把前面的菜品否定掉，这就是服务行业中顾客体验 100-1=0 定

律的体现。

以往，餐厅会将重点放在菜品的研发和制作上，其次会在环境营造、营销手段上投入，但往往忽略最基础、最标配的主食米饭。米饭虽为餐厅刚需产品，点单量堪称第一，但长久以来未得到足够重视的原因，主要是售价低、利润更低，因此大多数餐厅都会选择成本较低、质量一般的大米，米饭的煮制也仅仅是煮熟即可。如此这般，顾客难以获得用餐的满足感。

“米饭好吃”可以打造差异化和卖点

开头所举的那家酸菜鱼餐饮

企业，因为一碗“惊为天人”的白米饭，相比同品类的其他品牌，自然形成了独特的优势和竞争力，此为差异化或卖点。

一家中餐厅，会有很多道菜品，但主食米饭则是不变项，顾客点菜会有不同喜好与选择，而到了米饭这，就没有更多选项了。因此，米饭可以败坏一家菜品不错的餐厅，也可以成就一家菜品中规中矩的餐厅。这一现象在当今尤为显现。

可以看到，如今的中餐赛道，竞争空前激烈，各家餐企饭店在传统菜上硬刚、在创新菜上赛跑、在融合菜上过招，餐饮业的狂卷带给顾客更



多的美味，但是人们的口腹之欲总在不断需求和追求中，对主食的要求也更高，并愿意为之付出成本，可以预见，下一个餐饮界的“卷王”会落在主食界龙头——米饭上。

目前在国内已经有不少以米饭为主打的餐饮企业，诸如酸菜鱼米饭、黄焖鸡米饭、红烧肉饭等连锁品牌，比传统的盖饭、炒饭更加精细化和升级化。这些基本上都是快餐品类。而对于拥有多种菜品的中餐厅，经营优质的“下饭菜”自然是本分，但就着菜吃的“饭”呢？这浑然一体不可或缺的米饭，就需要餐厅经营者在米饭煮制甚至米饭入菜上下功

夫，使之变成餐厅的硬核竞争力，让顾客吃得满足，吃过就念念不忘。

让一碗好饭成为顾客选择你的理由

如果说米饭是快餐的“灵魂”，那对于中餐厅就是“定海神针”。一碗好米饭取决于什么，值得餐饮人高度关注。

很多中餐馆的米饭不好吃，一般有几种情况：一是经营者为节省成本，购买价廉质次的大米，当然没法煮出好吃的米饭来，这实际上是一种短视，只会算小账，不会算大账，表面上省了钱，实际上丢了口碑，流失了顾

客。二是买了好米，但煮不得法。餐厅煮饭器具大致有大型电饭锅、蒸饭车和智能电饭煲。大型电饭锅煮饭速度快，但营养流失严重且米饭口感差；蒸饭车可以大批量出饭，但米饭的口感干硬，不够香甜；电饭煲煮出来的米饭口感和味道都好于前两种，但是电饭煲煮饭的成本偏高。然而现在还是有不少老板看到了米饭这部分成本。三是米和器具都不差，但是没有技巧，比如水质、煮饭方式等。

现在对于米饭的玩法比以往更多，还有一种方式就是米饭入菜，饭菜合体，类似把鱼头泡饼改为“鱼头泡

饭”；海鲜单吃变为海鲜捞饭等。更有甚者，单纯把主食白米饭的煮制变成现吃现煮，在给顾客上菜的同时，端出单锅现场煮制米饭。

总之，在中餐行业，从餐厅供应的米饭上最容易体现出匠心所在。对于餐饮人来讲，必须认真思考餐饮生意背后的经营细节。虽然餐饮业门槛不高，但却处处是门槛，餐饮人只有迈好每一道坎儿，才能让自己的事业长久生存和发展。📍



餐谋长
Kevin Wu

供职北美最大的食品供应商 Sysco 十余年；北美中餐协会会长，美国中餐联盟副主席，北美国际展会服务中心副主任。



餐谋长
Yanran Chu

开饭店先做到这点，就成功了一半

随着疫情结束，人们生活恢复正常，对餐饮的需求也越来越大，疫情期间大量餐饮企业倒闭，随着人工和物价的飞涨，现今的餐饮业大都很艰难，这次的餐饮界大洗牌后，也给餐饮业的朋友带来许多的反思和新的定位机会。笔者在北美最大食品供应企业 Sysco 工作十几年，在美国中餐联盟服务多年，接触大量餐饮企业，眼见餐饮人的沉沉浮浮和酸甜苦辣，可以谈点体会，希望对朋友们有点帮助，也愿意与朋友们共同探讨成功之路。

一个饭店的成功取决于多种因素，诸如定位，选址，菜

单的设计，人员的安排，服务的管理，电商及网站的管理等等。

首先是定位，根据自己熟悉的菜式如广式，川式，湘式，美式中餐，复合式 (Fusion)，奶茶，面点店等来选择要开的模式，再根据自己能动用的人力和英语沟通能力确定经营模式如堂吃，外卖，自助式等。

有了这样的基本框架后，根据能承担的经济能力决定选址和营业场所大小。

建议在要选择的城市做个人口分布和人均财产的调查，

选好位置基本上可以说饭店已成功了一半。

这里特别想说的是国人开店的一个误区，知道一家已经营不错的店，就在附近开一家类似的店，打价格战，最后都是两败俱伤。

而美国的文化是这样的：如果你在路边看到一家麦当劳，你一般会发现 Burger King, Wendy, KFC, Pizza 等店在附近，各有特色，形成一个小饮食圈，大家有序竞争，顾客也有多种选择。

快餐店，自助式一定要选人

流多的地点，这种类型拼的就是个薄利多销。外卖，堂吃要根据情况可以更灵活。

店面的选择要考虑到位置进出的便利和停车位的多少。我遇到过：一个很大的店面，动工后发现停车位只能限定多少，旁边也无法拓展停车位，没开两年就被迫转让。

疫情过后，许多店无法渡过难关，选择了关门。选择这样的店也可以是一个好的选项。尤其是美国店，设备完好，稍加改造可以开门营业，加上疫情原因，房东也想着早拿租金，有讨价的空间。📍

为什么顾客再也不来你的餐厅了？

一个餐厅的成功离不开持续吸引和保持顾客的支持。有时我们会面临顾客不再光顾的情况。有些老板可能觉得：哎呀，不来就不来呗，我有源源不断新顾客就行。其实不然，老顾客的重要性不可低估。老顾客可以确保餐厅的稳定收入且老顾客是餐厅的形象大使。如果你正在不断丢失掉老顾客，这篇文章可要看仔细了。

第一：顾客喜欢稳定和一致的体验。餐厅在菜品质量、服务或环境上出现频繁变动很容易会让顾客感到困惑和失望，最终选择不再光顾。

确保菜品的质量始终如一，并提供一致的服务和舒适的环境，是吸引和保持顾客的关键。

第二：顾客对于良好的服务体验非常重视。如果餐厅的服务员慢、不友好或不专业，顾客可能会感到被忽视或不受重视。培训员工提供高质量的服务，包括热情友好的态度、高效的工作和解决问题的能力，可以帮助改善顾客体验。

第三：菜品是吸引顾客的核心因素之一。如果餐厅的菜品不符合顾客的口味、质量

下降或选择性变少，顾客可能会选择其他地方就餐。了解顾客的喜好和需求，并不断改进菜单，确保提供优质、多样化的菜品选择，能够增加顾客的满意度。

第四：价格是顾客选择餐厅的重要考虑因素之一。如果餐厅的价格过高，而与之相比提供的价值不足以支撑这个价格，顾客可能会选择更具性价比的餐厅。合理定价并提供物有所值的菜品和服务，可以吸引并保持顾客的支持。

第五：顾客的反馈对于改进

和提升餐厅非常重要。如果餐厅没有积极倾听顾客的意见和建议，或者对顾客的抱怨和问题置之不理，顾客可能会感到被忽略和不被重视。与顾客建立有效的沟通渠道，并及时回应顾客的反馈，有助于增强顾客的满意度和忠诚度。

吸引和保持顾客是一个餐厅成功的关键因素。记住，每个顾客都是宝贵的，他们的体验和意见对于餐厅的发展至关重要。祝您生意兴隆。📍



随着社会的进步和经济发展，餐饮业已经成为美国经济的重要组成部分。从家庭小吃店到五星级餐厅，餐饮业在满足人们日益增长的就餐需求的同时，也反映了文化、价值观和消费习惯的多样性。

Yelp 最近发布的北美餐饮数据报告为我们提供了一个深入了解该行业当前状态和未来趋势的宝贵机会。餐饮家杂志社第一时间对这份报告进行了翻译整理，深入探讨其主要发现、意义和对行业的启示，希望可以对从业者有所帮助。

如今，面对持续的员工短缺、企业裁员、上涨的利率和通货膨胀，美国餐饮行业及其消费者都在经历着各自的经济挑战。尽管如此，Yelp 的数据揭示，在主要大都市如纽约、洛杉矶和旧金山，餐饮业仍显示出强劲的增长趋势，特别是对快闪概念餐厅的需求上升（pop-up concepts，这类餐厅以短暂的存在和实验性的菜单吸引食客）。相比之下，人们对其他非必要消费如购物和美容服务的兴趣正在下降。

与此同时，餐饮习惯也在发生变化，消费者对特殊的外出晚餐活动、高档餐饮体验、非高峰时段就餐以及临时预定的兴趣度不断增长。

全美新增餐厅数量增长 10% 快闪餐厅和全服务餐厅增长最多

尽管处在经济不确定性较强的节点，餐饮业仍实现了强劲复苏。自 2022 年 4 月到 2023 年 3 月的一年期间，全美新增餐厅数较前一年同期（2021 年 4 月到 2022 年 3 月）新增餐厅数要多出 10%。值得注意的是，快闪概念餐厅的数量增长非常快，这种模式最初是为了在疫情期间节省成本而兴起的，与酒厂、酒吧、甚至其他类型的餐厅都可以实现空间共享。现已达到前一年增长数量的 105%。

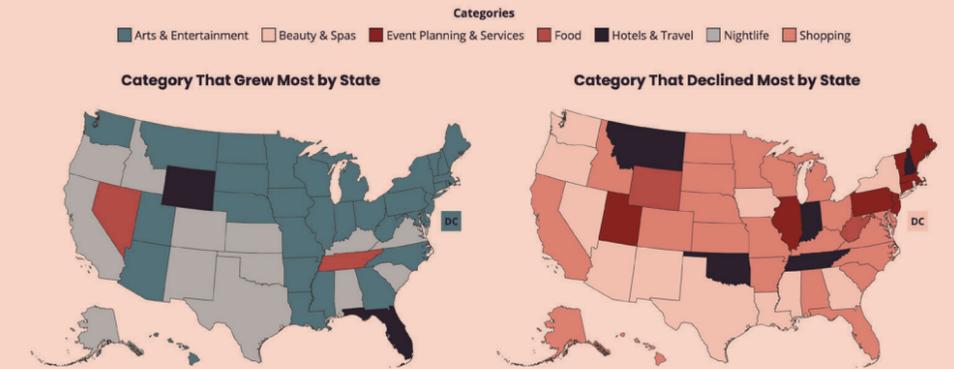
同时，很多全服务餐厅都可以看到快速增长，比如拉面店（45%）、早午餐店（20%）、寿司店（13%）、牛排店（9%）等。

美国消费者对餐厅、夜生活和娱乐行业的兴趣不断上涨 购物和美容需求下降

Yelp 还分析了 2022 年 10 月至 2023 年 3 月的六个月（值得注意的是，这期间出现了各行业的持续裁员），与前一年同期时间相比，消费者兴趣的变化。

尽管美国消费者对像美容服务和购物（均下降 6%）、活动策划服务（下降 3%）以及酒店和旅游业（下降 2%）这样的非必要消费类别的兴趣大幅下降，但数据显示，提供本地体验的服务，如艺术和娱乐（上涨 6%）、酒吧和夜生活（上涨 5%）餐厅（上涨 3%）的兴趣有所增长。

上面两幅图分别为 2022 年 10 月至 2023 年 3 月期间，与前一年同期相比，各州消费者兴趣增长和下降幅度最大的行业类别。



左图：各州消费者兴趣增长最大的行业类别
右图：各州消费者兴趣下降最大的行业类别
来源：Yelp

美国主要城市消费者对餐厅的兴趣持续增加

这些趋势持续至今，尤其在一些受裁员影响最严重的地区。包括旧金山和圣何塞等加州大都会内的美容服务（分别下降 7% 和 6%）和购物（下降 9% 和 10%）等类别的下降幅度高于全国水平。与此同时，圣何塞的消费者对于夜生活的兴趣增长（上涨 7%）超过了全国平均水平（上涨 5%）、纽约（上涨 6%）和西雅图（上涨 6%）。

与全国趋势一样，这些城市的食客对餐厅的兴趣略有增加，旧金山、圣何塞、西雅图、洛杉矶和纽约的增幅均为 3% 左右。

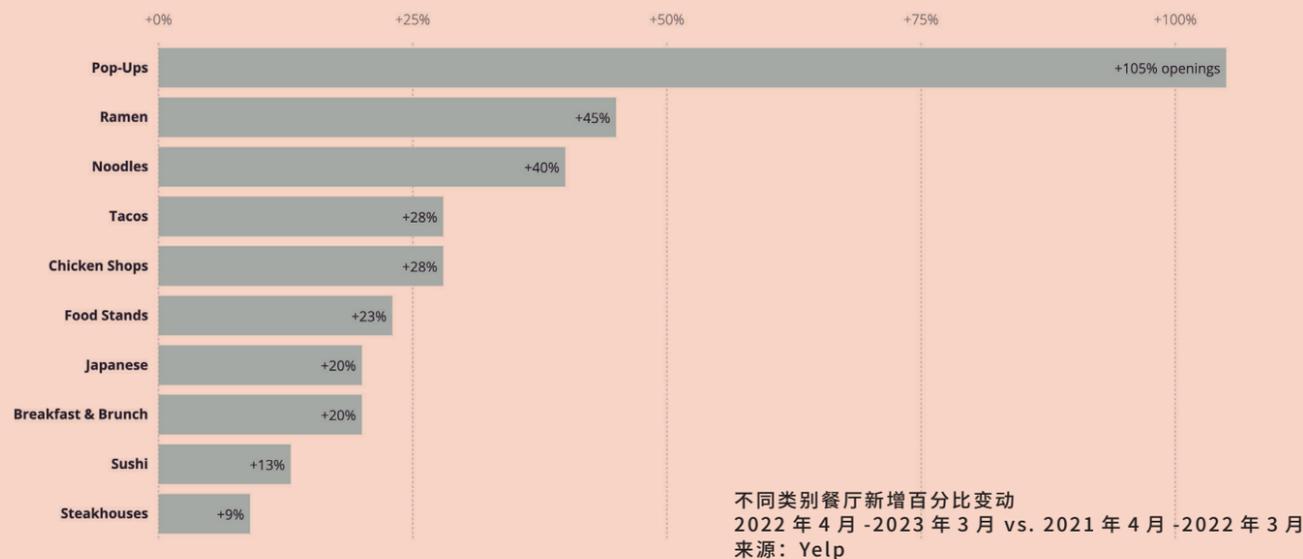
消费者对高档餐厅兴趣高于疫情前水平 对经济实惠的选择的兴趣度下降

Yelp 还分析了 2022 年 4 月至 2023 年 3 月期间，与前一年同期相比，消费者对不同价位餐厅的兴趣

变化。数据表明，消费者对平价餐厅的兴趣度有所降低，有更多的意愿去体验高端餐饮。

全美消费者对平价餐厅的整体兴趣度下降了 4%，而内华达州（下降 12%）、犹他州（下降 11%）和俄勒冈州（下降 10%）的降幅最大。

食品行业（包括面包店、咖啡店和肉店等）也出现了类似的趋势，消费者对经济实惠的选择的兴趣度





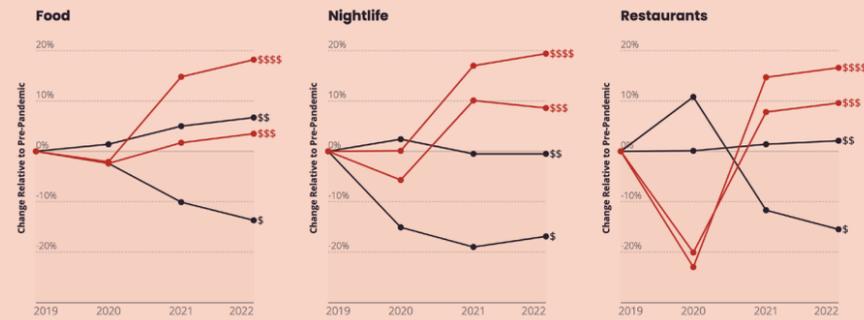
DATA 数据

美国人越来越爱下馆子

National Average	Austin, TX	Chicago, IL	Houston, TX	Los Angeles, CA
Arts & Entertainment +6%	Nightlife +3%	Arts & Entertainment +17%	Nightlife +7%	Nightlife +5%
Nightlife +5%	Food +2%	Nightlife +9%	Hotels & Travel +3%	Restaurants +3%
Restaurants +3%	Restaurants +2%	Hotels & Travel +8%	Restaurants +2%	Arts & Entertainment +2%
Food +1%	Arts & Entertainment +0%	Restaurants +3%	Food +2%	Food +1%
Hotels & Travel -2%	Event Planning & Services -1%	Food +3%	Arts & Entertainment -2%	Hotels & Travel -2%
Event Planning & Services -3%	Shopping -4%	Event Planning & Services -4%	Event Planning & Services -5%	Event Planning & Services -5%
Beauty & Spas -6%	Hotels & Travel -4%	Beauty & Spas -4%	Shopping -8%	Beauty & Spas -8%
Shopping -6%	Beauty & Spas -7%	Shopping -5%	Beauty & Spas -9%	Shopping -10%

下降了近 4%。

反而高档餐厅势头强劲。与疫情前的水平（2019 年 4 月至 2020 年 3 月）相比，消费者对传统平价餐厅（在平台上有一个 \$ 符号的餐厅）的兴趣下降了近 16%。而对高档餐厅（\$\$\$ 和 \$\$\$\$）的兴趣分别增长了近 10% 和 17%。并且我们看到这一趋势在逐年增加近 2%。



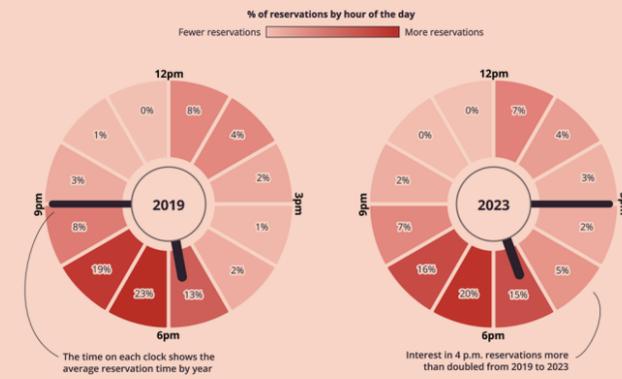
与疫情前水平相比，不同行业消费者基于价格的兴趣度变化
来源：Yelp

Miami, FL	New York, NY	San Francisco, CA	San Jose, CA	Seattle, WA
Hotels & Travel +9%	Arts & Entertainment +11%	Arts & Entertainment +13%	Arts & Entertainment +11%	Arts & Entertainment +6%
Arts & Entertainment +4%	Nightlife +6%	Hotels & Travel +5%	Hotels & Travel +8%	Nightlife +6%
Food +0%	Hotels & Travel +3%	Nightlife +5%	Nightlife +7%	Hotels & Travel +5%
Restaurants +0%	Restaurants +3%	Restaurants +3%	Restaurants +3%	Restaurants +3%
Nightlife -2%	Food +0%	Event Planning & Services +0%	Event Planning & Services +1%	Event Planning & Services +3%
Event Planning & Services -2%	Shopping -5%	Food -2%	Food -3%	Food -2%
Shopping -5%	Event Planning & Services -6%	Beauty & Spas -7%	Beauty & Spas -6%	Beauty & Spas -6%
Beauty & Spas -7%	Beauty & Spas -7%	Shopping -9%	Shopping -10%	Shopping -6%

食客愈加倾向 预订更早时间的座位 下午六点 为最抢手预定时间

不仅消费者对餐厅的兴趣度增长，一些消费习惯也在发生着改变。

2023 年，有 10% 的食客选择预订下午 2 点到 5 点之间的位置，这一比例比 2019 年同期的 5% 翻了一倍。仅下午 4 点的预订量就从 2019 年的 2% 增加到 2023 年的 5%。



2019 年与 2023 年，平均一天中按小时划分的预定百分比
其中表盘指针所指向时间为当年的平均预定时间
来源：Yelp

不过周末晚间（下午 5 点至凌晨 12 点）仍然是最受欢迎的预订时间，占当日预订量的 60%。下午 6 点是最抢手的黄金时间，占每日预订量的 20%。

食客预订最多的日期依然是周末。尤其周六，为一周

% of reservations by day of the week
Fewer reservations More reservations



2019 至 2023 年一周七天 Yelp 预定量的占比
来源：Yelp

中最受欢迎的外出就餐日，占到每周预订量的 30%，其次是周日和周五，分别占比 23% 和 19%。

此外，Yelp 曾在 2022 年的报告中描述了消费者比以往都要更提前开始预订餐厅座位的趋势。但是根据最新的数据显示，人们开始倾向于临时进行预订。有 59% 的预订是在当天或者提前一天发生的，即便是在情人节或母亲节这种重要的节日也不例外。

结语

随着美国餐饮业的持续发展，各种新颖的经营模式应运而生。同时，消费者的用餐习惯也在不断地演变和调整。这些变化为餐饮行业所带来的既有机遇也有挑战。餐厅老板们要想跟上这一不断变化的趋势，关键在于持续监测和解读行业数据，只有这样才能做出及时的判断。作为行业的观察者和参与者，餐饮家也会继续分享最新、准确的行业数据，为大家做决策提供有力参考。

主要城市消费者兴趣增长和下降幅度最大的非必需品类别
2022 年 10 月 -2023 年 3 月 vs. 2021 年 10 月 -2022 年 3 月
来源：Yelp

插画 | 斜小岸



Illustration by Xiaohan Tou

请原谅那些
在饭桌上滔滔不绝
讲大道理的人，
他们只是担心
你不够营养，
要给你加点儿鸡汤



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合法”，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。



金石保温杯



www.aceraliven.com

乾唐軒倡導健康環保的生活

邮箱: service@aceraliven.com

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
1/3 page	\$1,800	\$7,200	\$12,600
1/4 page	\$1,400	\$5,600	\$9,800
封二 (封二对页) Front-Cover-Inside (Front P3)			
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)			
封三 (封三对页) Back-Cover-Inside (Back P3)	\$12,000	\$48,000	\$84,000
Front P4-P9 Back P4-P9			
Front P4-P9 Back P4-P9	\$6,000	\$24,000	\$42,000
封面 Front Cover			
封面 Front Cover	\$90,000	/	/
封底 Back Cover			
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 8.375W x 21.75D	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

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

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

929-688-0888

