

淮扬菜在海外及其思考

杨 乐

(江苏省扬州市人民政府 外事办公室, 江苏 扬州 225000)

摘 要: 自古以来, 淮扬菜不仅在国内而且在海外都享有盛誉。尤其是改革开放 20 余年来, 淮扬菜在海外更是蓬勃发展。新时期, 淮扬菜要进一步发展, 必须树立现代经营理念, 扩大生产规模, 加强饮食文化交流, 进一步扩大淮扬菜在海内外的影响。

关键词: 淮扬菜; 品牌经营; 饮食交流

中图分类号: Ts 972.183

文献标识码: A

文章编号: 1009- 4717(2002) 01- 0030- 05

1 淮扬菜在海外

淮扬菜始于春秋、兴于隋唐、盛于明清, 是中国四大菜系之一, 自古就有“吃在扬州”的美誉。淮扬菜不仅在国内, 而且在海外早已享有盛誉。在美国、英国、法国、德国、意大利、日本、加拿大、苏丹、加蓬、奥地利、佛得角、喀麦隆、阿拉伯也门共和国、香港、澳门等 40 多个国家和地区都有扬州厨师的足迹。他们有的是劳务输出, 有的在外开饭店, 有的是考察学习, 有的进行技艺交流表演, 特别是改革开放 20 余年间, 淮扬菜在海外蓬勃发展, 生机盎然。

1.1 淮扬菜在美国

美国烹饪专家怀特夫人考证, 中餐在美国已有近 150 年的历史。早在 1870 年, 旧金山就出现了淮扬菜餐馆。20 世纪以来, 淮扬菜在美国得到了广泛的传播。

1982 年 4 月, 应美国国际美酒与食品博览会之邀, 扬州厨师王仲海、陈春松、孙庭吉等赴美国华盛顿作烹饪技艺表演。在美 10 天, 他们为美国朋友烹制了许多美味佳肴, 其中以 4 月 17 日的 4 桌筵席影响最大, 轰动了华府, 给与宴的美国朋友留下了难以忘怀的记忆。专程从巴尔的摩赶到华盛顿作跟踪采访的一位女记者, 在《巴尔的摩太阳报》上发表了题为“中国厨师使我眼花缭乱”的长篇报道, 对淮扬菜肴大加赞美^[1]; 《华盛顿邮报》的记者瑞奇曼在“把不可能变为现实”的专题报道中说: “中国厨师像魔术大师胡迪尼一样, 在难以克服的重重困难中, 奇迹般地变出一桌桌酒水来, 令人大吃一惊”^[2]。

1996 年 4~ 7 月, 受扬州市政府委托, 扬州市外办派遣敖庆九、王朝阳两位厨师赴美国西港市进行烹饪交流。在美期间, 他们与美国餐饮界同行研讨烹饪文化和切磋烹饪技艺, 讲授了淮扬菜的理论知识和操作方法, 并进行了操作表演。在西港, 先后有 1000 多名市民品尝了他们制作的姜汁干丝、宫灯虾片、狮子头、萝卜丝酥饼、素菜包等淮扬菜点, 掀起了淮扬菜的热潮。扬州市与美国西港市、肯特市、凤凰城等城市结为友好城市或友好交往城市后, 两国间烹饪文化的交流更是频繁。

“新中国园”是座落于美国前总统尼克松在尼北斯别墅附近的一家中国餐馆, 尼克松一家是该餐馆的座上客, 逢周末, 尼克松总是偕妻携女到“新中国园”吃“扬州炒饭”。由于尼克松的光顾, “新中国园”生意兴隆, 高朋满座。尼克松还请“新中国园”的老板推荐中国厨师, 为他烹制淮扬菜和扬州炒饭。

1.2 淮扬菜在日本

在日本, 淮扬菜地位较为突出, 淮扬菜厨师在日本餐饮业享有较高声誉。在东京、大阪、神户、横滨、福岡、长崎等地都有淮扬菜餐馆。扬州厨师赴日机会最多, 特别是外事旅游部门的厨师, 从 1980 年始至

收稿日期: 2002- 03- 03

作者简介: 杨 乐(1969-)男, 回族, 江苏扬州人, 江苏省扬州市人民政府外事办公室经济师, 从事旅游及饮食文化研究。

2000 年底,已有数十批厨师走向日本。主要有:扬州在日本唐津海滨饭店设立的扬州菜馆,从 1988 年 3 月~1992 年 3 月扬州市派出 3 批厨师担任唐津扬州菜馆主理;扬州富春茶社在日本开设的富春茶社分店,从 1987 年开始扬州市饮服公司与日本西武百货店董事长林达也先生在日本东京开设了中国扬州富春茶社,茶社聘请 5 名扬州厨师掌勺,以淮扬菜和富春包子应市;扬州宾馆的居长龙厨师在日本三笠会馆“上海泰山”餐馆任总厨师长,2000 年 10 月“上海泰山”餐馆更名为“扬州名菜秦淮春”餐馆,居长龙在日本还几次推出红楼宴,日本美食界为之题词“居氏料理甲天下”;由扬州华侨在横滨市中华街创办的扬州饭店是一座规模较大的饭店,有本店、别馆、酒家之分,还有几家分店,如赤坂店、涉谷店等,店内还设有北京厅、南京厅、上海厅、武汉厅等,不仅烹制淮扬菜,还兼营川、京、粤菜等;东京的聚宝园是扬州旅日华侨郭长聚开设,以经营淮扬菜为主,并把淮扬菜的传统特色与东京居民的口味结合起来,烹制了“白云明虾”、“蟹黄鱼翅”、“桂花肚蹄”、“冰糖裙边”等看家菜和特色菜,日本著名影星高仓健是它的老顾客,东京电视台几次在黄金时间介绍聚宝园名菜。

从 80 年代起,尤其是扬州和日本唐津市、厚木市等城市建立友好城市关系后,扬州厨师多次赴日交流。1980 年扬州厨师王仲海随江苏烹饪代表团访日,淮扬菜在日本声名雀起;1986 年应日本旭东世界公司邀请,淮扬菜厨师烹饪表演团赴日本名古屋参加“中国食品展览会”作淮扬菜点烹饪表演,淮扬菜再次轰动日本;1988 年 9 月,扬州宾馆厨师长居长龙应邀赴日本千叶县“知味斋”传艺,并于 1989 年 6 月正式推出“红楼宴”;1993 年扬州富春茶社厨师赴日参加“中国江苏风光特产展”作淮扬菜点烹饪表演,同年 8 月,扬州月明轩饭店厨师随中国烹饪代表团赴日表演淮扬菜;1994 年扬州宾馆厨师随扬州新闻代表团访问日本并烹调红楼宴,在日引起轰动;1998 年起扬州外事系统厨师多次出访日本表演制作淮扬菜和红楼宴。日本《朝日新闻》等媒体均作过详细的文字和图片报道。

1.3 淮扬菜在新加坡

1988 年春,应新加坡康利有限公司、新加坡同乐鱼翅酒家的邀请,扬州 4 名厨师随“中国红楼梦文化艺术展”赴新加坡表演淮扬菜,历时半月,烹制红楼宴 200 余桌,淮扬美食一时轰动狮城,新加坡电台、电视台、报界都作了广泛的宣传和报道,新加坡《联合日报》对红楼宴作了全面的介绍,在“宁荣双府珍肴齐,下箸初尝红楼宴”的标题下,评价红楼宴是“珠玉纷呈,荤素莹秀”、“金浆玉露,浓郁吐芳”、“红案白案,各有一绝”^[3]。

2000 年 8 月,经中国驻新加坡大使陈宝鏐牵线,应新加坡文华大酒店总经理连振成先生之邀,扬州迎宾馆副总经理王嘉钧携 4 名厨师赴新加坡考察交流,历时半月,新加坡《新民日报》作了长篇报道^[4]。

2002 年 2 月,为期 14 天的淮扬菜美食节在新加坡国际会展中心隆重举办。这是扬州市被国家定为淮扬菜之乡后淮扬菜第一次走出国门。为了保证美食节的成功举办,中国十佳烹饪大师之一的薛泉生亲自做技术指导兼领队。针对新加坡餐饮市场的特点,此次美食节推出了淮扬“遐龄宴”、“乾隆宴”等 6 个各具特色、不同价位的淮扬套餐和淮扬细点。据统计,14 天的时间内,前来品尝的客人达到 3992 人次。淮扬菜点赢得了新加坡人民的交口称赞。新加坡《联合早报》、《新民晚报》等当地媒体进行了全面的报道和美食推荐,让狮城人民再一次全面了解了正宗的淮扬饮食^[5]。

1.4 淮扬菜在澳大利亚

1998 年冬,扬州美食代表团一行 5 人赴澳大利亚考察,在首都堪培拉烹制淮扬菜和红楼宴,历时两个月,推出 3 次大型红楼宴会,中国驻澳大使华君铎、堪培拉市市长卡奈尔女士等政界要员出席了红楼宴会。《堪培拉时报》记者及旅澳华人领袖纷纷撰文和发表讲话,盛赞淮扬菜和红楼宴。澳洲华人协会会长吴耀华先生在 1 月 25 日的“堪培拉多元文化节红楼宴会”上发表热情洋溢的致词,他说,红楼宴是现今难得的中国美食文化。《堪培拉时报》也发表了“爽口悦目的菜肴”等文章,赞美红楼宴味美、形美、色美,是高层次的美食文化,是淮扬菜的美中之美^[6]。

1.5 淮扬菜在法国

1982 年 10 月,淮扬菜专家陈代增、巫志锋,随北京饭店赴法国狄戎参加第 52 届国际美食博览会,他们制作的淮扬菜点引起了参展的 24 个国家的近千家厂商的极大兴趣,博览会闭幕式上,大会主席向

淮扬菜烹饪团颁发了奖金和奖状。法国新闻媒体作了详细的新闻报道,扩大了淮扬菜在法国的影响。

2000 年 10 月,法国总统希拉克访问扬州,江泽民主席以淮扬菜和宝应龄酒招待贵宾。席间,希拉克总统对江泽民主席说,淮扬菜味道非常好,回国以后要宣传扬州,宣传淮扬菜。

2001 年 6 月,扬州组团参加法国南锡博览会,随团厨师在法表演制作的淮扬面点和菜肴深受欢迎。法国《东方共和报》和《欧洲时报》均作了大篇幅的报道。《欧洲时报》称:“中法两国友好象征的扬州展区备受人们瞩目,淮扬美食烹饪引起了现场观众极大的兴致”^[7],《东方共和报》更以整版的篇幅、图文并茂的方式对淮扬美食大加赞赏,表示叹为观止^[8]。

1.6 淮扬菜在加拿大

90 年代初,扬州百年老店“富春茶社”的面点在加拿大引起当地居民的浓厚兴趣。在加拿大开设“汉记”食品公司的叶氏兄弟最初是将扬州第一食品厂的速冻春卷运来销售,后来又销售速冻富春包子。第一批富春包子于 1992 年 1 月底运抵渥太华,14 个品种 40 大箱富春点心两天内销售一空,第二批雪菜、素菜、萝卜丝包子和烧卖等 4 个品种 233 箱细点于 4 月 11 日运往加拿大再次被抢购一空。为了满足国内外市场需要,扬州市饮食服务公司又筹建了冷冻食品加工厂,专门生产淮扬细点,增加出口加拿大,以满足加拿大朋友的需要。

1.7 淮扬菜在香港

早在 80 年代初,扬州厨师赴港表演“大江南北宴”,淮扬美食在香港声名远扬,供不应求,以至于主办单位美心食品公司不得不在香港 10 多家报纸上发表“致歉启事”:“大江南北宴已经全部订满,惟因材料只够供应原订 140 席,无法满足顾客要求再增加席数,敬请原谅,本公司对各界拥护深感谢意”^[9]。

1989 年 4 月,应香港世界贸易中心邀请,扬州市商业系统厨师赴港举办为时 5 天的“扬州食品节”,淮扬名菜“翠珠鱼花”、“月照纱帘”、“乾隆鲍翅”、“野鸡菜饭”以及扬州炒饭等,大飨宾客。《人民日报·海外版》报道了食品节的活动情况^[10];香港的《文汇报》则称:“淮扬菜在港受到宾客的青睐,以取材广泛、格式多样引人入胜,难怪与京菜、粤菜、川菜并驾齐驱,为全国四大名菜之一”^[11]。

1998 年,应香港君悦大酒店邀请,扬州迎宾馆厨师赴港表演红楼宴,香港几十家媒体竞相报道,红楼宴在香港轰动一时^[12]。同年,应香港中银大厦邀请,扬州迎宾馆王嘉钧副总经理携陈万庆、秦剑等十几名厨师赴港,在中银大厦为香港特首董建华表演制作红楼宴,全国政协委员徐展堂、新华社香港分社社长姜恩柱、驻港部队政委熊自仁等许多香港政界名流出席宴会,红楼宴再次名振香江^[13]。

2 关于发展淮扬菜的思考

淮扬菜在海外较有影响的美食活动还有很多,它们为淮扬菜在海外餐饮业独树一帜的尊崇地位奠定了稳定的基础。然而,随着现代社会饮食观念的变化,淮扬菜要在海内外进一步发展还面临着一些困难。一是淮扬菜中的红楼宴、满汉席、乾隆宴等高雅宴席因其价位高而不能让普通百姓一尝为快,影响了它的普及度和知名度;二是随着人们餐饮观念的改变,保健意识的增强,文化品位的提升,“狮子头”、“整猪头”等大荤菜肴已较难适应现代膳食营养平衡的需求;三是淮扬菜制作以手工操作为主,没有形成规模生产,特别是深受海内外消费者喜爱的富春包子,面对庞大的市场需求则形成了一个瓶颈,制约了淮扬菜的竞争发展;四是对淮扬菜品牌的宣传不够,不少老字号养在深闺人不识。虽然百年老店富春茶社近几年已重振美名,但“共和春”、“菜根香”、“月明轩”等老字号在海内外饮食界缺乏知名度。鉴于淮扬菜发展中存在的问题,笔者建议:

2.1 加强创新,以适应现代饮食新变化

当今,我国餐饮消费有以下几个主流:一是追求绿色消费,讲究菜肴的原汁原味,注重营养保健;二是消费结构发生变化,中档的工薪层消费在饮食市场消费中的比重日益增大;三是主流群餐饮观念和品味发生变化,消费者不断变换口味使新潮菜的需求比重加大。面对餐饮大市场的发展变化,淮扬菜在新时期应该做到:一要营养保健化,用科学营养知识指导淮扬菜的烹饪制作和开发创新,注重饮食营养结构,使之具备保健功效,这是衡量饮食文明的重要标志,也是振兴淮扬菜的必要措施;二要多样化,满足

不同地区、不同层次顾客群的需求,既要弘扬传统的淮扬菜,又要不断创新,推出新潮菜,以满足不断变化的餐饮市场的需求;三要特色化,以特色产品、特色环境、特色餐厅、特色服务吸引特色消费。有特色的餐饮产品,才能有旺盛的生命力,才能在餐饮市场经久不衰。

2.2 建立激励机制,以人为本,强化管理

富于创造精神、追求发展、甘于奉献的餐饮管理者以及大胆开拓、勇于创新的厨师队伍是餐饮业的支柱,是餐饮企业成功与否的关键。建立激励机制,充分调动餐饮界的专家、学者、厨师的积极性和创造性,是振兴淮扬菜的当务之急。为此,扬州市烹饪协会要鼓励淮扬菜专家、厨师搞调研,积极鼓励他们有计划、有组织地到国内各省市进行市场菜品、原料、技术的考察研究,积极创新菜品,开拓市场;同时着眼国际大市场,鼓励淮扬名厨在挖掘传统的基础上搞一批淮扬菜的特色产品,扩大淮扬菜在海外的覆盖面,促进淮扬菜走向世界。扬州市烹饪协会或饮食公司应认真选拔和组织淮扬菜名厨走出市门,走出国门,到国内外巡回表演,以交流美食,开拓厨师视野;还可在每年定期表彰一批扬州名厨,提高他们的社会地位和政治生活待遇,解决他们的后顾之忧。餐饮企业必须加强员工的培训,餐饮革命中的重要一点就是通过激励机制来造就一支优秀的员工队伍,再通过他们为顾客提供的优质服务来赢得消费者,从而扩大市场。加强员工的培训,有利于员工素质的提高,向心力的增强,有利于餐饮企业文化的形成。

2.3 扩大生产规模,实行标准化、规范化操作

目前,全国餐饮行业普遍存在着现代化水平低、劳动力密集、生产效率低下等问题。而随着我国加入 WTO,国际交往日益增多,国外餐饮企业不断登陆中国市场,中国餐饮业已融入国际餐饮大市场的竞争之中。面对机遇和挑战,淮扬菜如何立于不败之地?标准化、规范化操作,规模化生产,是淮扬菜发展壮大的必由之路。因此,要充分吸收国外先进管理经验,大力引进先进的餐厨设备,实现切配加工原料的机械化,以降低劳动强度,提高生产效率,扩大生产规模;要改善淮扬菜的营养结构,在国内外积极实施连锁化经营,标准化、规范化生产。连锁化、标准化是餐饮企业迅速占领市场,提高市场份额的有效途径。通过标准化、连锁化,可以实现原材料统一采购、统一存储、统一调配,提高原料的使用率;可以实现部门分立、职能分开、专业分工,使各分店技术同等,产品同等,服务同等,资金共享;可以借助连锁网络,提高知名度,降低经营风险,提高市场占有率。现在许多餐饮企业都在走标准化、连锁化道路。如上海的梅园村酒家、避风塘餐馆、小南国酒家等,已实行了集团化、连锁化经营,经营规模和业绩都有了很大的发展,这些都是淮扬菜实施标准化、连锁化、快餐化经营战略可资借鉴之处。

2.4 经常性举办中外厨艺交流会,加强饮食文化交流

近几年来,扬州市外事部门已成功举办过两次国际友城美食节,吸引了几百名海外宾客参与,反响很好。借交流美食宣传淮扬菜,是一个很好的契机。如果能够每年定期举办中外厨艺交流会,并结合国际友城美食节,中外厨师共同操作,将是发扬光大淮扬菜的一个极好的途径。另外,还可择时举行淮扬美食国际巡展。扬州市具备进行美食巡展的能力,可以设计几套菜谱,在扬州预展,广泛征求意见,预展后进行认真的总结,并进一步确定人员、菜谱、首展地点及巡展地点、时间等具体事项。首展地点可定在北京。据报载,扬州厨师在北京十分吃香,外交部、司法部、中宣部、海军司令部等中央机关及北京众多民营企业都非常青睐淮扬菜,纷纷向扬州要正宗的淮扬菜厨师^[14]。首展后进行一次总结,并制定国外巡展计划,巡展的途径主要通过扬州的国际友好城市、友好合作城市以及扬州人在国外开设的餐馆等。创建淮扬菜烹饪研究展示中心,也是加强饮食文化交流的重要途径。研究中心既是对扬州烹饪的历史及现状以图文并茂的形式进行展示的中心,也是厨艺表演和国际友城美食节时中外宾客的参观场所,更是挖掘传统淮扬美食、开发创新淮扬菜的研究中心。

2.5 加强宣传攻势,扩大淮扬菜在海内外的影响

一是利用节庆活动宣传淮扬菜。“烟花三月旅游节”、“二分明月文化节”、“国际友城美食节”等都是宣传淮扬美食的大舞台。1999 年扬州市有关部门配合“首届中国扬州国际友城美食节”制作的“学做淮扬菜”录像带引得来扬外宾纷纷索求,这就是一个成功的范例。二是利用现代媒体介绍淮扬菜。除了利用国内的报纸、杂志、电台、电视等,还要利用先进的英特网技术在国际上宣传淮扬菜。目前扬州市已利

用美国友好城市肯特市的 28 频道经常性地播报扬州的社会、经济、文化信息,淮扬美食也可搭上这条信息高速公路,扩大在美国的影响。三是抓住机遇推广淮扬菜。2001 年春中国烹饪协会顾问姜习、会长张世尧来扬考察淮扬菜,品尝了红楼宴、富春包子等淮扬菜肴,认定淮扬菜根在扬州,扬州被命名为“淮扬菜之乡”;2001 年中央电视台中秋文艺晚会在扬举办,扬州红楼宴、乾隆宴、三头宴通过覆盖全球 98% 的国家和地区的 8 颗国际卫星转播至五大洲,中国本土和海外数亿人观看、了解了淮扬美食。这些都是发扬光大淮扬菜的大好机遇,应该善加利用。四是利用学术交流振兴淮扬菜。扬州是“淮扬菜之乡”,扬州大学旅游烹饪学院的“中国烹饪系”是全国高等学院中建立最早的一个烹饪专业,扬州大学烹饪学报(原《中国烹饪研究》)是中国烹饪研究领域中文刊最早、层次最高、影响最大的理论刊物,扬州大学烹饪学院、江苏省烹饪研究所、扬州烹饪协会等机构是中国烹饪研究的重要阵地。应充分利用这些优势,积极开展淮扬菜研究和学术交流,扩大淮扬菜国际影响。五是利用外事活动推广淮扬菜。充分利用外事接待尤其是重大的党宾、国宾、国家元首接待活动弘扬淮扬菜美名。1992 年 10 月朝鲜金日成主席在扬州品尝红楼宴,2000 年 10 月法国希拉克总统访问扬州时品尝淮扬菜,2002 年 2 月江泽民主席举行国宴以正宗淮扬菜招待来访的美国总统布什等。六是利用宣传册页传播淮扬菜。针对时下介绍淮扬美食的长篇书籍多制作一些装帧精美、内容精要、小巧精致的册页或光盘等宣传制品,以使来扬的国内外宾客便于携带,从而起到传播淮扬菜美名的作用。

参考文献:

- [1] 中国厨师使我眼花缭乱[N]. 美国: 巴尔的摩太阳报, 1982- 4- 18.
- [2] 瑞奇曼. 把不可能变为现实[N]. 美国: 华盛顿邮报, 1982- 4- 18.
- [3] 宁荣双府珍馐齐, 下箸初尝红楼宴[N]. 新加坡: 联合日报, 1988- 6- 18.
- [4] 周玉琴. 扬州红楼宴来到狮城饕老饕[N]. 新加坡: 新民日报, 2000- 8- 7.
- [5] 淮扬菜震撼新加坡[N]. 中国: 扬州晚报, 2002- 3- 3.
- [6] 爽口悦目的菜肴[N]. 澳大利亚: 堪培拉时报, 1998- 1- 25.
- [7] 中国主题年带来东方神韵大受欢迎 [N]. 法国: 欧洲时报, 2001- 6- 2.
- [8] 淮扬美食专版[N]. 法国: 东方共和报, 2001- 6- 3.
- [9] 致歉启事[N]. 香港: 新晚报, 1981- 5- 15.
- [10] 淮扬美食在香港[N]. 中国: 人民日报·海外版, 1989- 4- 24.
- [11] 扬州食品节在港开幕[N]. 香港: 文汇报, 1989- 4- 26.
- [12] 红楼秋宴香江结善缘[N]. 香港: 苹果日报, 1998- 11- 16.
- [13] 十二金钗献身红楼宴[N]. 香港: 新岛日报, 1998- 11- 28.
- [14] 谢翠红. 扬州厨师名扬京城[N]. 中国: 扬州晚报, 2002- 2- 24.

Huaiyang Style Dishes Abroad

YANG Le

(Foreign Affairs office, Yangzhou Municipal people's Government of Jiangsu Province, Yangzhou 225000, Jiangsu, China)

Abstract: Since the ancient time Huaiyang style dishes have enjoyed high reputation both inside and outside of China. Especially in the past over 20 years of reforming and opening to the outside Huaiyang style dishes have achieved a vigorous growth abroad. In the new period, in order to achieve the further development of Huaiyang style dishes what must be done is to establish modern managing ideology, enlarge their production scale and strengthen the diet cultural exchange so that the influence of Huaiyang style dishes could be extended both abroad and at home.

Key words: Huaiyang Style dish; brand management; diet exchange

(责任编辑 王雪萍)