

外国网友分享的煎饼果子照片



重庆女孩身着汉服在爱丁堡街头分享糖葫芦。



外国网友在社交媒体上分享自制煎饼果子的快乐。



中国烧饼入选全球最好吃的50种面包。

当煎饼果子走向海外 舌尖上的中国 抓住吃货的心

据参考消息网报道,美国媒体日前评选出全球50种最好吃的面包,中国烧饼入选。近年来,众多中国美食在海外走红,不仅品种五花八门,还频频吸引老外亲手尝试,研究创新,晒图交流。与此同时,中国餐饮企业也在积极“出海”。这张舌尖上的中国名片,愈发浓香。



美食“拌”文化更添魅力

“全球最好吃的面包”出炉之际,美媒对中国烧饼给出了惟妙惟肖的介绍文字:拨开烧饼的芝麻籽外壳,是一层层富含小麦风味的柔软结构。专业的烧饼师傅可将面团旋转起来并拍打得极薄,成品能有18层甚至更多。

在口味上,文章不站“甜咸党”,而是“可盐可甜”,称这种“中国北方的扁面包”甜咸皆宜,能加入各种馅料,从黑芝麻酱、熏肉到四川花椒。可见,作者对中国烧饼的确做了一番深入研究。

事实上,这不是海外机构第一次推介中国美食。2022年,美国有线电视网推出了《中国美食:每个旅行者都应该尝尝的32道菜》一文,并于今年再次更新了这篇文章。

文章开篇明义地指出,中国菜是世界上最多样化的美食之一,想要列出一份真正的“最佳”清单,几乎不可能。不过,因为选择如此丰富,前往中国时带上一份基本清单会非常有帮助,这将开启一趟全面的美味体验。

这32道“不可错过”的中国美食兼顾不同地区,涵盖各类菜品,好似一桌当代“满汉全席”,且每一道菜都配有相应的美图,着实引人食欲。更体贴的是,除了英文外,文章还给出了这些菜肴的中文名称,方便读者前往寻觅与品尝。

那么,在老外看来,具体有哪些代表性中国美食呢?

“硬菜”方面,北京烤鸭当仁不让。“酥脆的鸭皮、多汁的肉,以及萝卜、黄瓜、葱和甜豆酱,整齐地裹在薄煎饼里,这就是为什么北京烤鸭几个世纪以来能够一直吸引着人们的胃——包括中国古代的皇帝们。”作者写道。此外,宫保鸡丁、水煮牛肉、清蒸鱼、东坡肉、湘菜剁椒鱼头、广东烧腊、潮州海鲜、四川麻辣豆腐等各地“顶

流”紧随其后,堪称舌尖上的盛宴。

在一些美食上,作者还用心地“传授”烹饪技巧。比如清蒸鱼,作者说“这看起来可能很简单,实则是一门很难掌握的艺术”。烹饪时机至关重要,蒸鱼的时长取决于鱼的类型和大小,以及所用炉子的强度。“没煮透,鱼肉会粘在骨头上;煮过头,鱼肉会太紧,失去水分、嫩度。”如此细致的描述让读者跃跃欲试。

米面小食方面,老外同样不舍错过,包括海南文昌鸡饭、南京鸭血粉丝、四川担担面、云南过桥米线、宁波糕团、各式炒饭、饺子、粥、生煎包,不一而足。

除了菜肴本身美味,它们的起源传说同样引人入胜。比如,过桥米线这个特别的名字就引起了外国朋友的兴趣。原来,这源自一个甜蜜的故事。一位丈夫在岛上学习,他的妻子每天过桥给他送午餐,但饭菜在送达时已经凉了。于是,聪明的妻子带上一锅热汤,当丈夫要品尝时,再把食材倒进汤里。

美食“拌”文化,让中国佳肴在海外更添魅力。

糖葫芦是他们的快乐源泉

今年春节,大家可能刷到过这样一则热搜视频:一名身穿汉服的重庆女孩带着自己做的糖葫芦走上英国爱丁堡街头,一边分享给路人品尝,一边解答他们对这款中国传统小零食的好奇。

“这是什么?”“美味!”老外们吃得津津有味。有人特意送上中国新年祝福,还有人问怎么用汉语说“谢谢”。短短一小时,约30串糖葫芦被一抢而空。

“糖葫芦!”一个当地小朋友居然叫出了名字。原来,她在中国的电视剧里见到过,于是当场“凭实力”得到一串。嗦

上一口,小女孩笑容灿烂。

相比在西半球的新奇感,糖葫芦在韩国正风靡。韩国媒体直言:糖葫芦抓住了韩国千禧一代和Z世代的心。

对12岁的崔俊熙来说,糖葫芦是她最新的快乐源泉。“它们甜美多彩,每咬一口都会发出噼啪声,让人更加开心。”

2010年以后,糖葫芦开始在韩国热门旅游景点如仁川唐人街、首尔明洞和洪大地区的街头摊位出售。随着时间的推移,糖葫芦越流越广,不仅在韩国人喜爱,韩国人也爱不释手。

据韩国农水产品流通公社发布的一份涵盖脸书、照片墙、KakaoStory等社交平台的数据,2023年上半年,在青少年热衷的冷冻方便食品中,糖葫芦是搜索量最多的词汇。

韩国糖葫芦连锁店Dalkom Wang Ga Tanghulu的分店从去年2月的约50家猛增至8月的300多家。韩国知识产权信息服务部门稍早前数据显示,在现有的185个糖葫芦商标中,有168个是在2023年注册,占90%以上。

仁荷大学消费者科学教授李恩熙表示,糖葫芦之所以受欢迎,是因为它契合了韩国人对好看食物的痴迷。糖葫芦质地光滑,像大理石,在视觉上很有吸引力,因此,很多人喜欢把糖葫芦发布在社交媒体上。

而社交媒体上大量的糖葫芦相关帖子,也是推动其走红的重要原因。热门视频包括糖葫芦吃播、探店测评以及如何自制糖葫芦。仅在社交网站照片墙上,就有19.2万个韩语“糖葫芦”的标签。

像这样风靡海外的中国传统美食还有很多。它们跨越重洋,在海外深受喜爱。较早一批远赴海外的“Lanzhou Noodle”(兰州拉面),英国伦敦门店有时会排起长队,店铺遍布世界50多个国家和地区。

早在2021年,“jianbing”

和“jianbingguozi”在国外短视频平台走红。在意大利,不加烤肠的煎饼果子售价6欧元,门店生意火爆。同样畅销的,还有伦敦、纽约街头的西安肉夹馍,人气超过汉堡帕尼尼。

在英国留学的王艺蓓,同样感受到中国美食在海外的热度。近日,她向记者介绍,来自中国的喜茶、火锅、螺蛳粉、沙县小吃等中国味道,也深受受欢迎。

光吃不够还得“自力更生”

面对美味的中国美食,光吃哪够,老外们兴致勃勃地“自力更生”——自己动手做(DIY),而一些海外餐饮店也在创新融入当地特色。

糖葫芦正是如此。据央视财经报道,不同于国内糖葫芦大多用山楂、豆馅等食材制作,韩国卖的基本是用水果做的,比如草莓、橘子、菠萝、甜瓜和葡萄。据说销量最好的是用整个橘子串成的糖葫芦,一串售价4000韩元(约合人民币22元)。还有一些店推出了吃糖葫芦的新方式,添加黄瓜、年糕、马卡龙以及雪花冰(一种韩国牛奶刨冰甜点)。

在油管、TikTok等视频社交网站上,老外各种DIY中国美食层出不穷。这边有韩国流行歌手在家尝试制作糖葫芦,那边有欧美网友开启煎饼果子新吃法,加烤鸭、加鸡块,薄薄一张饼,“卷”起美食大世界。

一名大胡子老外用家里的平底锅尝试制作煎饼果子,摊面糊、加酱料、翻转蛋饼……一气呵成,有模有样。有的外国朋友除了晒视频,还热心地送上食谱。一名女博主特意展示了一个写有“上海油条”的包装袋,称这是带油条版本的煎饼果子。虽然不确定她是否学过汉语,但“煎饼果子”和“油条”的发音称得上标准。

热气腾腾的DIY视频“馋哭”一众评论区网友,有人直呼

“看饿了”“手里的火腿吐司不香了”,还有人“申请出战”,称“我也要做煎饼果子”。诸如此类热闹的互动仿佛中国美食的国际“达人秀”。

中国企业加速“出海”

与此同时,中国餐饮企业也在进军海外市场,从茶饮、火锅到中式餐厅,遍地开花,各显神通。

在茶饮方面,2023年8月起,喜茶陆续进入英国、澳大利亚、加拿大、美国,在伦敦、纽约等城市开出首店。同年12月,奈雪进军曼谷,并成为曼谷热门打卡店。瑞幸2023年仅在新加坡就开出30家新店,蜜雪冰城海外门店则累计突破4000家。

在餐食方面,随着中国手工拉面近来席卷阿联酋,中国企业“海底捞”自然当仁不让。在迪拜购物中心的唐人街,这家火锅连锁店著名的面舞表演就吸引了众多海外食客的目光,开怀畅饮前,一段美妙的饮食文化体验正是最好的“开胃菜”。

据了解,海底捞的首家海外门店于2012年在新加坡正式营业。随后,其相继在美国、韩国、日本、加拿大、澳大利亚、马来西亚、越南、英国开出门店。

据弗洛斯特沙利文数据分析,截至2021年,海外中式餐饮营收2611亿美元,占国际餐饮市场的9.9%。预测至2026年,海外中式餐饮市场有望达到4098亿美元,近3万亿元人民币的市场规模。仅火锅品类就有望达到289亿美元。

民以食为天,美食可谓天然的国际传播名片。如何更好地运用这张中国美食名片养世界胃、交天下友,值得持续思考与探索。

据《新民晚报》、《羊城晚报》、光明网