

餐飲家

The Connoisseur

卷首

百年轮回，
中餐再出征

要闻

餐馆振兴基金
正式死亡

数据

后疫情时期
亚洲餐厅
“康复”之路

新餐

最圈粉的轻油软壳蟹

新饮

“我爱你，我爱茶”

美国国际餐饮展特辑

华裔餐饮家

我来了
我看见
我征服



餐饮回暖 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年资深服务亚商业主经验,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



CONTENT

餐飲家
The Restaurateur

2022年1月创刊 2022年6月25日出版

Vol. 6 Issue 6

10

34P 特辑
美国国际餐饮展

华裔餐饮家

我来了
我看见
我征服

时间终于进入疫后，美国国际餐饮展盛大重开。正值餐饮业危机深重之时，而《餐饮家》的报道团队却在这里发现了正怀着雄心与豪情踏上新征程的华裔餐饮家们。

- p10 · 百年轮回，中餐再出征
- p18 · 一位要改变中餐行业的行业领袖
- p28 · 一个华裔餐饮家开了家全美收入最高的餐馆
- p36 · 一群在疫情中神奇逆袭的“中餐二代”



08

NEW DISH 新餐
最圈粉的轻油软壳蟹



09

NEW DRINK 新饮
“我爱你，我爱茶”



05

DATA 餐饮大数据
后疫情时期，亚洲餐厅“康复”之路

43

TABLE JOKES 喷饭
一个吃货的内循环

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

Assistant Publisher
Danielle Tong

EDITORIAL DEPARTMENT

Editor-in-Chief
Jiangming Tou

Editor
Shuhang Li

Art Director
An Yang

Coordinator
Shuhang Li

ADVERTISING DEPARTMENT

Advertising Manager
Fiona Cheung

CONTRIBUTORS

Immanuel Liu / 周威瀚



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



餐馆振兴基金正式死亡

经过几个月的政治角逐，餐馆振兴基金（Restaurant Revitalization Fund）正式死亡。5月19日，参议院投票否决了《2022年小企业新冠救济法案》，该法案将为全国数以千计的餐馆业主提供400亿美元的救济，这些餐馆业主在新冠大流行病导致的停业、人员短缺和更多的经营困境之后仍在挣扎。简单地说，联邦政府不会再提供任何援助。

由参议员罗杰·威克（Roger Wicker）和本·卡丁（Ben Cardin）共同发起的对该法案的投票以52票对43票失败。这一失败令独立餐厅联盟（Independent Restaurant Coalition，简称IRC）和全国餐厅协会（National Restaurant Association，简称NRA）等游说团体感到非常沮丧。IRC主席埃里卡·波尔马（Erika Polmar）在一

份声明中说：“全国范围内的邻里餐馆都对这一计划抱有希望，他们不得不卖掉自己的房子，兑现退休基金，或进行个人贷款，以努力保持他们的员工工作和让店门打开。”NRA主席米歇尔·考斯莫（Michelle Korsmo）则表示，这一失败将“导致全国各地依赖餐饮业的家庭和社区面临更多经济困难”。

据估计，有9万家餐馆在疫情期间已经关门，这个数字预计只会上升。游说团体估计，如果没有额外的联邦援助，餐馆在未来几个月将面临严峻的后果。IRC估计，在等待RRF拨款的17万7300家独立餐厅中，有一半以上将在没有额外援助的情况下关闭。而当这些餐馆关闭时，成千上万的人将失去他们的工作，社区将失去他们最喜爱的场所，而企业主在努力维持这么久的门店后将留下难以计

数的债务。

3月，在共和党人的反对下，额外的新冠救济资金没有被纳入国会的综合支出法案。但即使是民主党人似乎也没有特别认真地考虑为餐馆提供更多的援助。马萨诸塞州参议员伊丽莎白·沃伦（Elizabeth Warren）是党内仅有的几位主张在任何即将到来的援助法案中“优先考虑”餐馆的立法者之一。

全国各地的大多数独立餐馆老板将迎来特别黯淡的时间点：贷款将到期；房东已经要求他们补交租金；由于通货膨胀率上升，食客到餐厅消费的意愿越来越低；同时，食品成本也在上升，劳动力比以往任何时候都要昂贵……这意味着即使是最受欢迎的企业，也可能面临他们不愿意看到的风险。📍

以下为申请要求：

- 餐馆必须为亚裔、太平洋岛民或夏威夷原住民持有，或控股高于51%；
- 餐馆必须位于美境内；
- 餐馆必须仍处于营运状态；
- 申请者必须能够证明其餐馆的主要活动为“制作及供应食物”；
- 申请者所持有的餐馆少于3家，且非连锁店或加盟店。📍

亚太裔餐馆可获\$2.5万补助，最高达10万

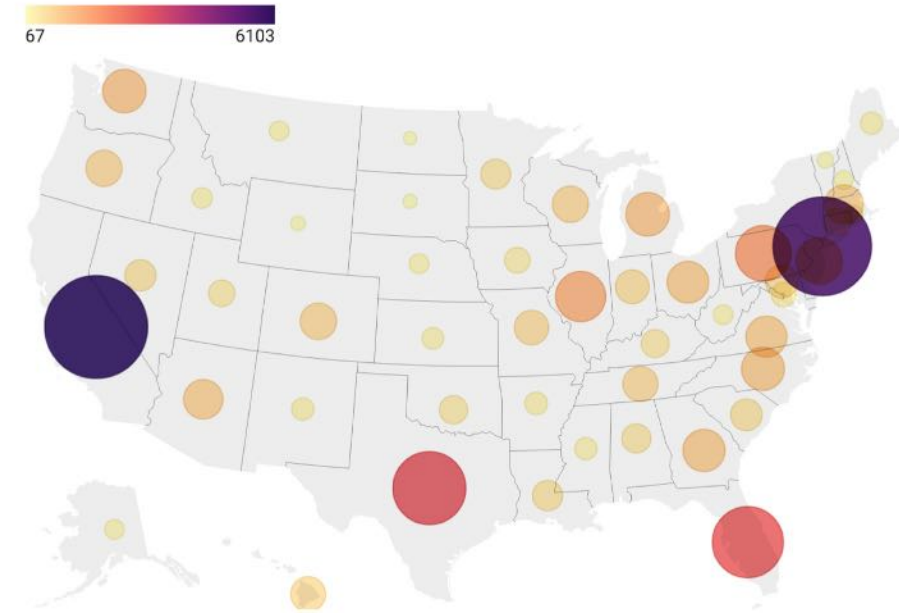
亚裔/太平洋岛民美国商会和创业协会（National ACE）宣布，6月1日起正式接受为全美范围内符合资格的亚太裔餐馆发放资金援助的申请。援助金无须偿还。全美范围内的亚太裔餐馆均可申请，合格者可获2.5万美元援助，其中3家幸运餐馆有机会获得最多10万美元的奖金。预计超过70家餐馆可获得补助。另外，今年9月19日至21日，

亚裔/太平洋岛民美国商会和创业协会将于华盛顿特区举行全国性年会，三家合格的幸运餐馆可获得5万、7.5万或最高10万美元的奖金。该计划目前已开放申请，将于6月22日截止。主办方将在8月中旬完成所有申请表格的审核，并于8月末或9月初宣布获得资金援助的餐馆名单。



后疫情时期，亚洲餐厅“康复”之路

各州2021-2022年餐厅关闭数量



疫情给人们生活带来的影响不言而喻，而作为服务业之一的餐饮行业更是深受其害。但在《餐饮家》的分析中，后疫情时代的亚裔餐厅们表现似乎并没有那么糟糕。在过去一年里，虽然有不少闭门的情况发生，但餐厅们也正在焕发出别样的生机。

也有约6千家餐厅不幸倒闭。但我们更惊喜地看到，又有7千多家餐厅从全美各地涌现出来。总的来说，虽然有相当一部分餐厅不幸关门，但新增餐厅的数量呈现积极态势。

疫情加速餐饮业洗牌

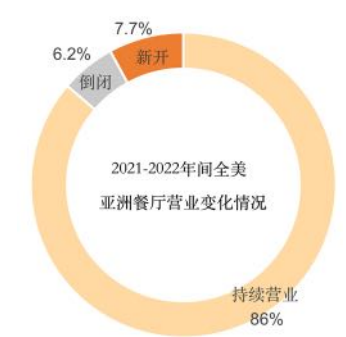
在去年倒闭的6千家餐厅中，有将近一半来自加州、纽约、德州、佛罗里达和华盛顿州。

但这些州本就聚居了大多数亚裔人口，且餐厅的基数较大，关闭的数量多也就不足为奇了。

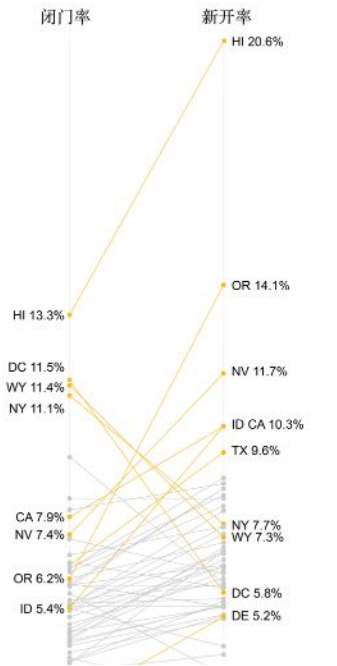
结合亚洲社群调查统计的亚裔人口数据，《餐饮家》统计出在以上亚裔人口密集的州，亚裔餐厅的开张、关闭较全美水平来说变化幅度较大。其中具体表现在：新开餐厅比例（8.4%）和倒闭餐厅比例（6.9%）较全美水平（新开率7.7%，倒闭率6.2%）略高。相较之下，能“安然

本期《餐饮家》对比了2021年4月和2022年4月两个时间节点、约10万条亚洲餐厅数据，分析后疫情时期全美各州餐厅数量的变化情况。从而试图揭开亚洲餐厅们在后疫情时代的“康复”轨迹。

在这一年中，有大约8万亚裔餐厅成功存活下来，而

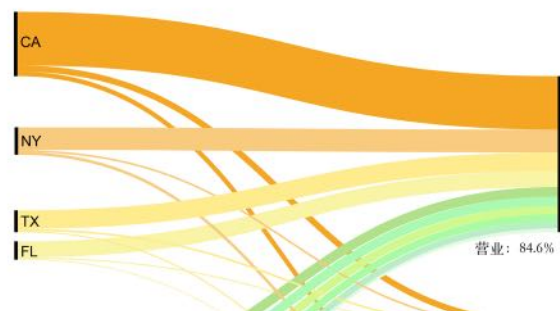


部分州餐厅关门vs新开率



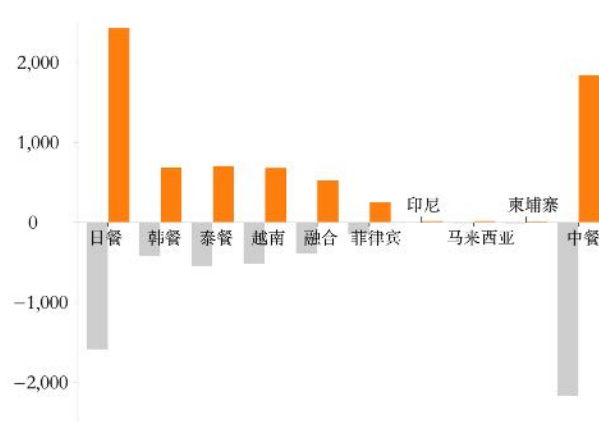


亚裔人口聚集州餐厅经营情况



各亚裔菜系2021-2022年间餐厅关闭、新开数量对比

日餐、韩餐、泰餐的新开餐厅总数远超关闭数量，而中餐则呈相反趋势



度过”后疫情元年的餐厅比例（85%）则较全美水平（86.2%）偏低。但总体而言，相差并不明显。

危机?转机!

虽然我们看到了万家餐厅歇业，但“危机”的另一面则是“转机”。根据《餐饮家》抓取的数据显示，截止2022年4月，51个州内有多达38个州仍然实现了餐厅的正

增长。因而我们也能看到，在2022年，全美的亚裔餐厅总数仍处于上涨趋势。而出现负增长最多的州为纽约、华盛顿DC和新墨西哥州。这意味着在这三个州/地区，新开餐厅的数量远小于倒闭的数量。

在夏威夷，亚裔餐厅焕发着一种别样的活力。虽然同样有着高于平均水平的“餐厅倒闭率”，但夏威夷的亚裔餐厅却有着极高“更新换代”

频率——在2020-2021年间，每10家收录在《餐饮家》数据库中的餐厅里就有2家是在疫情期间新建立的。根据2020年亚裔人口普查，夏威夷的亚裔人口多达总人口的50%。

而纽约州、怀俄明州、华盛顿DC的亚裔餐厅们，就没有那么幸运了。它们有着10%以上的“倒闭率”。这意味着，这些州内平均每十家餐厅就有一家在疫情期

画上了句号。但新增却远不及歇业的速度。

从各大亚裔菜系来看，日餐、韩餐、泰餐、越南餐、融合菜系、菲律宾菜系都在2021-2022年间有着显著增长。相比之下，中餐厅则面临更多的危机。在《餐饮家》获得的数据里，加州和纽约倒闭的中餐厅数量最多，分别为422家（占加州所有中餐厅的30%）和405家（占纽约州所有中餐厅的47%）

而在南达科他州和北达科他州，一共9家中餐厅在一年内全部倒闭。

纽约州餐厅“康复之路”较为曲折

据《餐饮家》分析，作为东西海岸的两大亚裔聚集州，纽约和加州却呈现出“冰火两重天”截然不同的餐厅生存场景。在加州，新开餐厅总数远超过同年间关闭数

量。在纽约，这个趋势却是相反的。相比之下在俄勒冈州，新开餐厅数量甚至已经达到了关闭数量的两倍多。

这一切，可能由于纽约在疫情时期仍处于高位的房租、员工工资，以及严格的“户外用餐限制”。而纽约亚裔餐饮协会（Asian American Restaurant Association）指出，因为有了政府提供的纾困基金，过半的纽约餐厅才得以不倒

闭。但这也只是延缓了它们歇业的速度。除了在疫情期间仍处于高位的房租、员工工资，以及严格的“户外用餐限制”，纽约的亚裔餐厅更是面临着逐渐恢复室内用餐后（2021年3月）的新挑战——“用工荒”。请不到厨师、外卖员的情况对于仍在“康复期”的餐厅们来说更是雪上加霜。

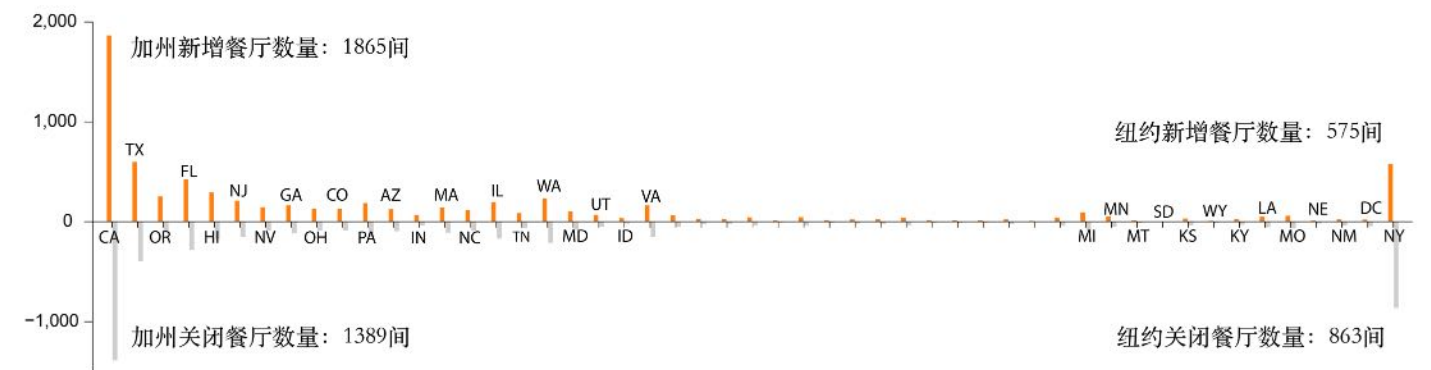
以上就是本期后疫情时代亚裔餐厅发展情况的行业趋势

总结，希望能帮助各位奋战在餐饮行业的相关从业者。©

以上信息来源为网络公开数据和现有行业调研，分析结果仅代表《餐饮家》的观点。最后，如果您对更多餐饮信息、数据分析和问题持有疑问，欢迎给我们发送邮件 info@littlelaba.com，我们的数据分析时会尽力为您寻找答案！

各州2021-2022年间亚裔餐厅关闭、新增数量对比

加州、德州、俄勒冈州新增餐厅总数远超过关闭数量，而纽约则呈相反趋势





NEW DISH 新餐

最圈粉的轻油软壳蟹

A. Fusion

4601 Lincoln Hwy, Matteson, IL 60443

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周崴瀚



油炸软壳蟹是一款经典的西餐，传统的做法是用鸡蛋液、面粉裹着清理好的软壳蟹，放在油里炸到金黄就可以吃了。软壳的螃蟹可以用各种品种的，但都得是抓住螃蟹刚刚褪壳之后短暂而珍贵的那几个小时内对它“下手”。一般餐厅用普通的蓝蟹比较多，因为产量多，基数大，筛选出其中正在褪壳的软壳蟹就比较容易。

软壳蟹也有川式椒盐做法或者东南亚式的椒盐做法，油炸都是其必要的工序，因为这样才能做出软壳蟹外酥里嫩的效果，但缺点是油炸的浓香味往往盖住了螃蟹本身的鲜香味。

A.fusion 餐厅最近推出的这款椒盐软壳蟹做法有些不同，追求酥脆口感的同时，也摆脱了油腻的桎梏，蟹肉的香味历历在目，油里的嘌呤和脂肪也没那么容易成为人身上的负担。

秘诀之一是用空气炸锅，依赖最轻的油炸出了足够媲美传统油炸的效果。

秘诀之二是裹日式天妇罗粉，餐厅选用了优质的日本天妇罗粉裹在软壳蟹上，这样炸出的软壳蟹外衣金黄，且又薄又脆，观感口感俱佳。

但这还不够，还需要一些辣椒和

葱，配上清爽解腻的黄瓜片摆盘，一道既追求味觉刺激，又追求营养健康的轻油软壳蟹就可以端上餐桌了。

A.fusion 餐厅的名字就是“亚洲混合餐”的意思，餐厅老板郑时坦曾经也是个厨子。他自己喜欢清淡的饮食，钟意追求新鲜食材本身味道的最大化呈现，更是乐于尝试新鲜的东西。无论是新的技术，还是新的方法，只要能够解决问题，他都愿意尝试。他甚至自己设计研发新的自动化厨具，还能自己设计建造100%可再生能源的建筑，他的朋友说他是一个被餐饮行业耽误了前途的发明家。在这样有既创造力，又会追求生活品质的厨子面前，改良自己餐厅的菜品更是不在话下。

他会把不同的海鲜和水果裹成硕大的寿司，一口下去充满满足感；他也会用番茄和西兰花配出又好吃又好看的黑椒牛仔骨。

但是最“圈粉”的还是这款软壳蟹，原材料不贵，售价也就20美元一份。一经推出，大受顾客青睐。这家餐厅开在芝加哥南部郊区，顾客绝大多数都是白人、拉丁裔和非裔，他们对油炸食品接受度远高于亚裔群体。但这道经粤菜的清淡原则，川菜的加工手法以及日餐的原材料混合而成的改良“西餐”也完全被顾客们所接受，点餐率极高，而且回头客特别多。

这道菜连老板自己也很喜欢吃。📍



NEW DRINK 新饮

“我爱你，我爱茶”

Te'Amo

601 N Martingale Rd Suite 320, Schaumburg, IL 60173

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周崴瀚

“90后”的Mia是四川乐山人，2011年到美国布朗大学留学，因为喜欢喝奶茶，一直就想自己开一家奶茶店。

大三的时候，Mia就觉得时不我待，可以动手了。她跟爸妈借了30万美元，在学校里开了自己人生中的第一家店。

“奶茶店的利润真的特别的高。尤其是那种普通的用奶精茶精做的奶茶，一杯的原材料成本极低。”

很快，她不仅赚回了本钱，甚至积累下“第一桶金”，又去伊利诺伊大学香槟分校开了第二家。

但是总觉得哪里不太对。

Mia是个爱美的女生，她喜欢喝奶茶，但又不喜欢长胖。自己自主创业经营奶茶生意后，



她越发深刻地了解了传统的街头奶茶有多么不健康。

“国内有一段时间在抵制奶茶，我觉得也是对的。确实不健康，都是糖分和反式脂肪酸，也没营养，长期喝的话一定会给身体带来很大的负担。但是喝奶茶又确实很快乐，我也不想丢掉这份快乐。所以我觉得可以找到正确的方式去享受人生。”

于是，在2016年的时候，Mia决定不再做传统奶茶，她想做一些长期的尝试，打造创新的品牌。

“从内容到形式，都要符合我自己的环保健康理念的。”

她给自己新式奶茶饮品系列取名叫“TE'AMO”，中文名字叫享茶，用西班牙语来解释就是“我爱你，我爱茶”的缩写。

她已经没有太多财务负担了，所以不惜提高成本，放弃奶精茶精，用新鲜的有机牛奶和福建的茶叶来做奶茶的原料，其它的，珍珠也好，沙冰用的水果也好，也都尽量用原生态产品。蔗糖也是自己熬制的。

用一些代糖虽然能减少卡路里，但是可能会破坏掉肠道菌群，也不够健康。所以她就还在努力寻找更好的代糖，如果可以找到的话。

奶茶的杯子也要很讲究，她不再用塑封的塑料薄膜杯盖，因

为塑料加热后始终会有微量的可能影响身体健康的有机污染物产生。她用了旋转压紧的金属易拉罐杯盖，喝奶茶的吸管则是给顾客推荐可以反复使用的金属吸管。

当Mia带着自己设计的新式饮料和茶点出现在芝加哥国际餐饮国际餐饮酒店用品博览会上的时候，让观众们耳目一新的不仅仅是她精致软萌的新“餐饮家”形象，还有她手里有“颜值”有味道的新式饮品。

其中，这一款“日出沙冰”最是提神醒脑，酸甜适宜。

除了贡献朝霞一般效果的草莓和芒果外，还可以自由添加享茶专用的手作红豆、咖啡冻、布丁、椰果和手作奶盖等等。

第一口进去，觉得甜味没有那么重，香气也是淡淡的；再喝一口，爽口爽心，沁人心脾；喝完一整杯，既不会被腻到，也不会甜到齁，更不会有自我放纵的负罪感。

味道的层次可以很丰富，营养也很丰富，卡路里也降到相对可以接受的水平。

Mia说，这款新饮品从成本上讲虽然比以前的做法贵了好几倍，但因为饮料本身利润可观，所以依然还是有得赚，只是不再是那样的“暴利”而已。

她想凭借这样的新味道来改变更多人的消费观念。📍



“
忍辱负重的冷饭不屑于去吃
没有品质的人生不值得去过
”

150年前，一个叫梅宗周的台山人带着他的两个弟弟梅宗凯、梅宗瑀，飘洋过海到了旧金山“淘金”。那时候，横跨美国中西部的太平洋铁路刚刚竣工通车，第二次工业革命和城市化进程迎来了飞速发展的时期。第一批闯荡美国西部的华人已经在加州定居，他们建起华埠，做起生意，安家落户，生儿育女，并带动了大批像梅宗周一样的乡亲纷至沓来。

可是，梅宗周不喜欢加州，在这里他看不到出人头地的机会。为铁路工程做出杰出贡献的华人群体并没有得到应有的尊重，反而备受歧视和打压。梅宗周决心要找到一个新的地方，他想去一个更加自由和包容的地方安营扎寨。于是，沿着铁路一路向东，他只身一人来到了刚刚崛起的美国中部大城市芝加哥。

芝加哥东临密歇根湖，是水陆空交通枢纽，工商业中心，在当时大多数居民都是来自世界各地的移民。有德国人，爱尔兰人，意大利人，犹太人等等。梅宗周在这里看到了希望，也

收获了相对平等友好的对待。“虽然人们也是带着猎奇的眼光看着我们，但这里没有人问我们吃不吃老鼠与蛇，他们似乎相信，我们的灵魂也值得被拯救。”他在后来的回忆录里如是说。所以，他不仅写信叫来了自己的两个弟弟，又鼓动了六十多个家乡父老远离晚清的乱世，随他一起到繁荣太平的新城芝加哥闯一番事业。

梅宗周在芝加哥克拉克大街开了第一家中餐馆——琼采楼，梅家兄弟还经营着三家“协隆记”日用百货商店。不到20年的光景，数百华人及他们的产业在克拉克大街一带落地生根，梅宗周成了他们的侨领。他建立商会，成立公所，为华侨处理各种事务，在一个多民族杂居的环境中开辟出了芝加哥“唐人街”的雏形，丰富了芝加哥的多元文化风貌。

在这座年轻而繁忙的工业化城市，“食不厌精，脍不厌细”的高品质中餐文化也为人们打开了一扇慢下来品味生活的窗户。正如梅宗周一早的选择那样，那碗忍辱负重的冷饭是不

屑于吃的，没有品质的人生是不值得过的。只是唐人街的风土人情在外族人看来依然是奇异的存在，华人在自己的小圈子里“自治”，依然是难以打破的边缘化。

1893年，交通发达，酒店众多的芝加哥举办了一次举世瞩目的世界博览会，这也为芝加哥作为展会之都奠定了基础。据中文史料记载，唐人街的华人团体承担了当时世博会“中国村”的展览事务，但比起当时在主流社会刮起旋风的爆米花、麦片和口香糖，“中国村”的风物并没有能成功引领世界的新潮流，甚至都没有一道美食在那场盛会上留下名字。

后来百余年，芝加哥举办的各类大型展会没有间断过。从1919年开始，芝加哥连年举办美国国际餐饮博览会，在新冠疫情爆发之前已经举办了刚好100届，这一行业盛事每年都吸引着来自世界各地的饭店、酒庄、农场、制造商、供应商、大厨、销售人员、投资者、新闻媒体以及产业链上每个环节的参与者。

时间的车轮飞驰到了2022年，在经历了疫情的锤炼后，停歇了两年的餐饮博览会再现于密歇根湖畔的麦康比克会展中心。香气四溢，觥筹交错，往来的商人和食客们再度欢聚一堂共享饕餮。

此时的美国，中餐厅的市场占有率已经超过了10%，而由华人创建和经营的其他亚餐、西餐和上下游相关产业更是已经遍布全球。在1800多家参展商中，有至少上百家都有华人的身影。他们之中不仅有芝加哥和大湖区本地的餐饮业大佬，也有来自纽约、宾州、加州、华盛顿特区、北卡罗莱纳、德克萨斯等州，以及中国大陆、台湾和香港等地的行业翘楚。在全球化的浪潮中，华人的饮食习惯、创意与偏好已经融合在了产业链的每一个环节里，不仅影响着全世界的味蕾，也改变着每个人的生活。

华人餐饮家正在更大的舞台上被全世界看见。



美国国际餐饮展特辑

华裔餐饮家

我来了 我看见 我征服

时间终于进入疫后，美国国际餐饮展盛大重启。正值餐饮业危机深重之时，而《餐饮家》的报道团队却在这里发现了正怀着雄心与豪情踏上新征程的华裔餐饮家们。在接下来的页码中，您将看到：

- 一位要改变中餐行业的行业领袖
- 一个开了全美收入最高的餐馆的华裔餐饮家
- 一群在疫情中神奇逆袭的“中餐二代”

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周嵩瀚

中美餐饮协会总顾问陈善庄（左）和中美餐饮协会会长郑时坦（右）在芝加哥美国国际餐饮展上。

新的

特写：美国国际餐饮展

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周威瀚

2022年5月21日至24日，美国国际餐饮酒店用品博览会（National Restaurant Association Show, NRA Show）在芝加哥麦康比克会展中心举办。这既是芝加哥延续百年的传统展会，也是餐饮行业最重要的年度盛会。2020至2021年，因为疫情的原因，NRA Show停办了两年，其间美国乃至全世界的餐饮行业都受到了这场世纪疫情的重创。根据NRA协会最新的调查，超过一半的餐馆老板说他们最大的困难是缺人，疫情期间，有大约一百万餐馆从业人员辞职。除此之外，通货膨胀、原材料价格上涨、供应链断裂等问题也成为困扰这个行业的新常态。

然而，记者在这一届的国际餐饮博览会现场并没有感受到任何萧条或者焦虑的气氛。相反，60多万平尺的展厅被兴奋喧嚣的人群挤得水泄不通。三个展区共有1800多家展商，展出超过900种类别的餐饮相关产品——从食品、饮料、厨房设备到与饮食行业相关的技术、器材和卫生设施等等。整个产业链上的人都能在其中找到自己的需求，或者得到灵感的启发。

据主办方介绍，相比以往的展会，这次大会有了500多家新的展商参与，他们无疑给这个行业的盛会注入了新鲜血液。除了异军突起的行业新秀，那些人们耳熟能详的餐饮连锁店、外卖平台、餐具和设备品牌也在纷纷推陈出新。

美食板块： 健康、环保、融合站在主流前沿

展馆最大的南楼展区东南角，有一个聚集了80家展商的“有机和自然”展区，多家公司都推出了可以替代动物蛋白的植物蛋白食品和饮品。大型快餐连锁店Wendy's的烹饪创新副总裁李约翰（John Li）是唯一在大会官方议程中做主题演讲的华裔大厨，他用农场（FARM）这个单词的四个字母为首，拼出fresh, authentic, real和minimally processed四个词，代表新鲜、原汁原味、货真价实和最低限度的加工作为产品开发需要遵循的四条铁律。

李约翰认为，从烹饪的角度来看，没有好的产品，餐厅就注定是失败的。而他发现，这次展会上，植物蛋白的产品创新令人眼前一亮，比以往做得更好，而且这是一个还会有更多创新和突破的领域。很多公司都推出了新的蛋和奶，新的混合冰淇淋，口味和营养已经不输传统做法，而且更加“绿色”。

“人类和地球的健康都将推动餐饮服务的创新，”李约翰说。

引领前沿的未必全是“新”东西，在展馆湖畔楼展区，自贡盐帮菜大师钟富华耐心地向过往的展商和客人讲川菜传统文化里的那些故事。



米其林大厨在美国国际餐饮酒店用品博览会现场制作菜品供观众们试吃。



华人餐饮家们在国际餐饮博览会上了解各地企业的海鲜供应行情。

他认为烹饪是一门技术更是一门艺术，那些流传几百年上千年的饮食文化和技巧自有其成为经典的原因，也反映出一个个时代人们的生活和思想。他告诉记者，自贡古来是水陆交通枢纽，商业兴旺，更重要的是有着开放和包容的精神，巴蜀之地之所以能有层出不穷的经典美食流传，也是因为那种善于学习、交流、融合的开放精神。无论是麻婆豆腐、樟茶鸭还是京酱肉丝，都有着创造性的吸收其他地方食材或技术的背景。所以在他看来，餐饮是流变的文化，中餐要再创经典，固步自封是要不得的，我们需要吸纳传统餐饮文化里的那些精华，并创造性地与新时代人们的新需求融合起来。

钟富华是美国中餐联盟理事长，也是北京和伦敦两届奥运会的中餐主厨，他一直致力于将中餐里面的思想、文化和“正宗”的味道推广到全世界，但并不仅仅是让老外猎奇的尝鲜，而是要把中餐的那些最好的味道融合进其他民族的餐饮习惯里面去，变成全世界人们日常熟悉的味道。

比如说，他从家乡带来了刚获得美国进口许可证的“美乐”辣酱，用它来蘸自贡传统的豆花供展会上的人们试吃，这不仅勾起了现场很多川籍华人童年的回忆，也让很多老外惊呼“这个味道太漂亮了！”

“我们不打算将它投放到超市，而是争取直接与更多餐厅合作，我想让这种酱料也成为西餐大厨的选择。”钟富华说。

**新技术板块：
智能化和虚拟化正在替代传统行为模式**

在新增的 500 多家展商中，有相当一部分都是新技术企业，其展品包括在线采购平台、在线点餐软件、厨房和餐厅机器人、自动炒锅、一体化智能设计等等。一位餐馆老板一边逛这个区域，一边兴奋地说：“在闹厨师荒的当下，没有什么比一台完美的自动炒锅更能拯



展会上信心满满的钟富华。



四川宜宾老字号“美乐”辣酱在展会上亮相。



展会现场有各式各样供客人试喝的含酒精饮料。 摄影 | Immanuel



展会上的智能餐车和机器人。

救一个餐厅的了。”

麦康比克展馆北楼有大约五分之一的面积都是“新技术”展区，上百家新技术企业云集于此，还有一些带着新技术参展的企业为了强调自己的特点和与传统产业的对比，分散在其他一些类别的展区。

“传统供应链条，从食材到餐馆十分冗长，其中存在着大大小小的厂家、品牌供应商、分销商、餐馆等角色，对从业者而言十分费时费力。”北美参观一站式在线采购平台 ez100 的市场部经理 Freya Wang 说：“想象一下，未来人们为餐馆做食材采购的时候，不用到处出差见客户，就坐在沙发上刷手机，就能高效率的找到所需要的本地货源，有图有真相，有比价有定制，轻松完成采购的同时还能统一归类管理自己的供应商——这才是我们行业该有的样子。”她认为，B2B 变革是行业趋势，北美餐饮供应链正不断经历整合重组，并从线下延伸至线上，“互联网格局”已成为当代餐饮人必备的眼界和素养。

Freya 告诉记者，ez100 是由华人投资，华人研发，从服务中餐行业起步，正在进军西餐市场的在线平台。2019 年刚刚成立后即遇到新冠疫情，但平台从逆境中异军突起，在线交易平台已经有了超过 6000 家餐馆注册为用户，正是因为抓住了时代的风口。目前参展的这款在线交易平台 2Supply，受到了参展供应商、餐厅、及其他餐饮从业者的广泛关注。

“这款产品就像餐饮界的 Alibaba，帮助本地厂家、品牌供应商、食材、餐馆用品、周边服务等多品类供应商实现和餐馆的在线化连接，为双方带来更高效的交易环境和业务流程。不仅为餐馆提供了更自由的供应商选择，同时，也为供应商提供了拓展用户边界和增加业务范围的机会。”她解释说。

她在展会中看到，比起其他类似平台，华人自己做的产品无论从技术上还是从服务上都

一点不落后，甚至细节上成熟度更高，只是需要更多的交流和“接轨”。她对未来充满信心。

中餐论坛：未雨绸缪，迎接新时代

5月22日下午，由美中餐饮业联合会主办的第五届“美国中餐国际论坛”在麦康比克会展中心南区5楼会议室举行。这次论坛的主题是“未雨绸缪 迎接全球中餐发展新时代”，多名主讲人围绕疫情给中餐行业带来的机遇和挑战、预制菜的变革和前景、打通供应链的要点、政府纾困金的申请与合理利用，以及智能化的现状和未来侃侃而谈，贡献干货知识，上百名与会者则热烈讨论，各抒己见。

美中餐饮业联合会主席胡晓军在论坛开幕式上说：“中餐作为中华民族传统文化的一张靓丽名片，是促进不同文化交流互鉴的重要载体，

也是连接海外侨胞与居住国人民情感的桥梁，更是关系到海外华侨华人民生大计的重要组成部分。“他为能成功举办这次论坛，让华人在这场行业盛会上发出更多声音而感到非常高兴。

“中餐是个睡美人，她会慢慢醒来，温暖更多人的胃。”胡晓军告诉记者。

他认为，目前中餐面临着很大的挑战是毋庸置疑的，首先是人力资源非常短缺，所以第一要借助高科技，减少对人力资源的依赖；第二要改变思维模式，需要推广预制菜的应用；第三需要拥抱智能化，餐馆系统需要更新换代。一方面要开源，一方面再节流，并且大家“抱团取暖”，整合营销，就一定能够携手走出困境，甚至抓住机会逆袭。

NRA 协会高级副总裁艾丽莎·古尔登(Alisha

Gulden) 在发言中说，餐饮服务行业是美国最具“多元化”特色的行业。与其他私营行业相比，少数族裔和女性作为企业所有者的比例更高。根据最近一次的人口普查数据，41% 的餐厅为少数族裔所有，19% 的餐厅为亚洲人所有。

而在所有餐厅里面，49% 的餐厅和餐饮服务员工是少数族裔，远高于美国总的劳动力中，少数族裔 38% 的比例。其中，7% 的餐饮业和餐饮服务员工（超过 100 万人）是亚裔。

古尔登说，这些数字表明了亚裔对于这个行业的重要性。新冠疫情减少了旅行和体验世界各地文化的机会，但这从未阻止美国消费者通过在附近的餐馆探索全球美食。消费者的多样性和更复杂的口味，推动了中餐在全球的影响力，食品供应链的持续全球化也势必给中餐和从业者带来更多的机会。📍

“中餐是个睡美人，她会慢慢醒来，温暖更多人的胃。”

——美中餐饮业联合会主席胡晓军（右图）。



封面人物

郑时坦

“做一件能改变中餐行业的事情”

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周威瀚

他在餐饮行业打拼了30多年，从外卖店、快餐店、自助餐店，到大型餐厅，他把中餐馆的各种类型打了一个“通关”。他也是芝加哥的华社侨领，服务社区多年，现在他计划做一件能改变整个中餐行业的事……

美中餐饮协会会长、美国福建商业联合总会会长郑时坦平时是个很朴素的人，不抽烟，不喝酒，连饮料都不喝。但是在2022年5月21日这天，因为要接待来自纽约、北卡、华盛顿特区、密歇根等地的老朋友，他穿得非常正式，腰上硕大的路易威登皮带扣闪闪发光。

“这是我小孩买来送我的，说是名牌，我也不知道是什么牌子，大概要好几十美元？”他腼腆地说。

这是芝加哥美国国际餐饮酒店用品博览会的第一天，刚担任美中餐饮协会会长不久的郑时坦理着整齐的小平头，穿着笔挺的黑色西装出现在麦康比克会展中心，为美中餐饮协会主办的“川菜渝味全球行芝加哥展”揭牌。

郑时坦对那些浮华的东西统统都不感兴趣，但的心思都在一些“能解决问题”的事情上。他



拿起话筒，兴奋地向大家宣布，他正在开办一所中餐学校。他觉得这是非常有意义的事。

“我喜欢不断去挑战更有难度的事，做成了就会很开心。”他对记者说。

到了5月24日，郑时坦已经在60多万平尺的展会现场忙碌了4天，他依然穿着笔挺的西装，但是脚下偷偷换了一双舒适的运动鞋。展会闭幕后，他应邀带记者去参观他新建的中餐学校，并且终于有时间慢慢给记者讲他的故事。

“万元户”家的年轻人也能吃苦

1962年，郑时坦出生于福建连江县琯头镇，这是中国东南沿海诸多“侨乡”中的一个，祖祖辈辈都有父老乡亲出海讨生活，背井离乡，勇敢地到陌生的世界去打拼。

郑时坦的爷爷奶奶都去了香港，从小家庭条件

也还不错。他的童年时代没能好好上学，到1977年恢复高考后再去考试，就差了三分没能考上。

“没考上就只能去打工，这才知道工作多辛苦，开始后悔当年没有好好学习。”但那个脑子活络的青年很快踏上了部队的驾驶培训班，学到了开大车的技术，开始跑运输。虽然也是辛苦，但收入还不错。80年代的时候，原本基础比较好的郑家就已经是“万元户”了，这在当时也是不多见的。

可是，年轻的郑时坦并没有安于现状。1989年，在他27岁的时候，他也决心去闯荡世界。他坐着船，拿着旅游签证，从欧洲到南美到北美逛了一大圈，在纽约停了下来。这是一个探险家的乐园，尤其是对勤劳工作的人而言，有着无穷的可能性。他不想再做运输，因为看不到足够广阔的前景。

但是中餐行业是不错的，这就像是数学一样，



郑时坦（右）和美国中餐联盟理事长钟富华（左）一起，为美中餐协会主办的“川菜渝味全球行芝加哥展”揭牌。





郑时坦在芝加哥即将开业的西餐厅里面的餐桌和餐具。

华人有着先天的优势。当时有不少中国人到了美国后，都先在中餐馆打工，然后很快存了钱，自己再开店。郑时坦到了一个广东人的餐厅打工，只用了大约三四个月，就从杂工做到了厨师。他学什么都很快，又勤奋能吃苦，不到三年就存够了钱，准备自己开个外卖店。

第一家小外卖店开在了康涅狄格州耶鲁大学的旁边，名字叫“鸿园”，面积只有一千多平方尺。郑时坦又找了一个厨师和一个杂工，自己则是从打扫卫生，炒菜，收银到维修什么都干，从早干到晚，全年无休。

“辛苦是真的辛苦，但是大家都是这么过来的。当然也有人出来之后吃喝玩乐的，但是中国人还是勤奋努力得多。”他告诉记者，不管是小康

之家出来淘金的，还是穷人的孩子出来改变命运的，在这条路径上，大家都是回到一样的起点，经历同样的艰辛，去给自己争取一个未来。

但是做中餐只要肯干，真的能赚钱。只用了一年多时间，他就把这家外卖店卖掉了，到印第安纳州“升级”开了一家“金星”快餐店。这次的店面有1800多平方尺，有了堂食的空间。他雇了5个人，收入也比外卖店翻了倍，每月流水能有一万多美元。

相关行业“打通关”， 自食其力更赚钱

1993年新店开张后不久，郑时坦发现，餐饮



郑时坦的 FOGON 餐厅和他亲手做的小木船装饰。

的物流利润很高，他想自己开个运输公司，把这部分成本节约下来不说，还能给别的餐馆送货赚钱。于是，他在芝加哥注册成立了一家“美东批发公司”，买了三辆大卡车，招了几个司机，说干就干。

没想到，搞批发物流赚得比餐馆本身还要多。他趁热打铁，又投资了好几家餐厅。

上世纪90年代，自助餐（Buffet）从高档酒店走了出来，借助必胜客等西餐连锁店的自助沙拉噱头，这种按人头收费自取食物的模式迅速被世界各国的民众所接受。但当时中餐的自助餐厅还不是很多，郑时坦看到了商机，决定自己要开一家大型的自助中餐馆。同时准备几十上百道菜，可供几百人同时就餐那种。

1996年，人均十美金的收费和丰富的选项可以吸引很多客人，他心里算好了，有人吃得多，有人吃得少，但整体说来可以盈利，只要客流量够大，会比快餐店赚钱更多。

这一年，他在西北大学旁边开了一家大型的“金星自助”餐厅，面积有8000多平方尺，收入又比快餐店翻了一倍。这家店坐落于伊利诺伊州东北部城市埃文斯顿，南距芝加哥市不到一小时车程。

随后的几年时间内，他每隔一两年，就会新开一两家大型自助餐厅，赚了钱后又卖掉，投资到其他的领域——比如说2006年他成立的天元建筑公司。光是装修自己现在的办公楼，就给自己省下了大约两三百万美元。



“装修和建筑是中餐馆的一大笔投入，”郑时坦说：“如果你用老外的公司会非常贵，而且还非常慢，但如果是自己来做，起码能节约40%以上。”

管道维修也好，装修也好，木工也好，在郑时坦看来不仅简单，而且有趣，他甚至可以亲自动手自己做出花样来。他指给记者看他一家叫“FOGON”的高档西餐新店门口的木船装饰，脸上露出得意的笑：“那是我自己做的，好看吧？”

这家西餐厅就在他目前经营的大型综合亚餐酒店“A. Fusion”旁边，位于芝加哥市南边的曼特森（Matteson）。“A. Fusion”混合了中餐、日餐和泰餐等亚洲菜系，已经不是传统的中餐馆，也不是自助。郑时坦已经把他开过的自助餐厅全都转手出去了，他觉得“自助”的形式已经“到头”，靠薄利多销始终难以提升中餐的档次，没什么意思了。他想要去探索更好的形式，也不求多，只希望能打造一些更能提升中餐附加值的精品样板。从事了一辈子中餐行业，一股中餐“情怀”在他心中冉冉升起，日久弥新。

经历了不同类型的尝试，也经历了新冠疫情的冲击，郑时坦看明白了那些横亘在餐饮业面前的“大山”，并相信始终有蹊径可以拯救甚至提升这个行业。

最重要的是得更新思路，化繁为简。举个简单的例子，他会想法设法用更标准化的产品去替代传统中餐中繁琐的人工环节。像一些菜品摆盘中的蔬菜雕花，他会找到批发商订制品，不再用手艺精巧的厨师一刀一刀的去雕刻，这样不仅剩下了宝贵的人力，更是避免了一旦有这个技术的厨师走了，餐厅就做不出这道菜的尴尬。

他到现在为止还会到厨房里忙上忙下，研究菜式，研究怎样迎合客人的口味。“老外喜欢吃硬一点的米，中国人就喜欢软一点的。”他说，

所以卖给老外客人的米饭他都煮得比较硬。他眼光独到，感觉又很敏锐，所以他开的餐馆即便是在疫情中，生意也是不错。

回馈行业，利人利己

这个今年夏天就满60岁的资深侨领，一直说要“退休”，他最近几年已经不再大肆扩张他的餐馆业版图，主要是想腾出时间来，做一些更有意义的事。

2015年5月，他牵头成立了美国福建商业联合会，想要把“比较散”的华人群体联合起来，把大家的资源也整合起来，“抱团取暖”。他告诉记者，福建人在美国已经有很多了，但是大家都喜欢单打独斗，走了很多别人走过的弯路，交了很多学费。现在自己有能力多做一些事就可以多做点，所以就想把大家团结起来，建立自己的组织。

福建商会办公室设在芝加哥，一开始是聚集了一帮芝加哥的福建商人。但是后来，也有不少其他州的闽商加入了进来。商会成立后，他们不仅每年都为社区老人做服务，承担了一些政府委托社会事务和中国城的文化活动，还不断的参与华裔的维权行动。华工被打了，他们帮忙讨公道，华人留学生失踪了，他们帮忙联系领馆，帮忙接待家属。尤其是新冠疫情爆发后，仇恨华裔的犯罪行为在芝加哥也越来越多。郑时坦联合商会的会员每人捐出一万美金，成立了一个“华埠治安基金会”，专门为华人社区临街商铺和住宅安装摄像头，也在夜晚比较暗的路段安装路灯。

郑时坦觉得，服务社区让他心里充满了成就感，但他觉得还想要做一些有长远意义的事，比如办学校，做研发，搞中餐教育，用新的观念和技术培养下一代中餐人才，也打造出新的中式餐厅样板，帮助中餐行业实现现代化和标准化的转型。



郑时坦在他中餐学校的教室里。



中餐学校厨师教室里面的自动炒菜机，郑时坦认为新时代的餐饮人从思维到工具都要与时俱进。



ASK A RESTAURATEUR

《餐饮家》问餐饮家



姓名：郑时坦
性别：男
年龄：60
你来自哪里：福建
从事餐饮行业 33 年

“我的中餐学校已经开始了。”他高兴地说，就在他办公楼的一楼和地下一层，有用于教学的样板厨房。他已经拿到了伊利诺伊州政府的学校教育资格证，找了4个厨师老师跟他合作，他们擅长粤菜、川菜、西餐等不同菜系，可以在这间学校里同时培训50到100个学生。每人大约需要100课时，一年可以培训上千人。

“培训都是免费的，只要自己有志于从事餐饮行业，只要能说汉语，就都欢迎报名参加。其实不会说汉语也没关系，我们的语言学校也已经开课了，可以做培训。”

把餐饮培训做义务教育，会不会成为长期投入的负担？

郑时坦摇摇头，胸有成竹地说：“这个行业繁荣起来，我们大家才会好。我外卖店也开过，快餐店也开过，Buffet也开过，西餐也开过……我经历过很多，也知道问题都在哪里。”

他认为，中餐行业需要整体的升级，要做系统化、标准化的更新换代。不仅需要更智能和环保的新技术、新炒锅和新式厨房，还需要一大批具备新观念的从业者。大家一起化繁为简，完成标准化改良，不仅解决困扰大家的厨师荒问题，也系统性地解决卫生问题，管理效率问题等等，把中餐提上一个档次，改变老外观念中的廉价、低端中餐的形象，这样整个行业的从业者也都能受益。

“我们会为学生提供实习的机会，当然，你学成之后愿意跟我们合作也可以，愿意自己创业也可以。”

他双手撑在他餐饮学校教室的灶台上，信心十足地看向前方——仿佛眼前已经坐了满满一教室的人。📍

• 目前的心境怎样？

高兴，有成就感，以前付出的种种都有了回报了，愿望都一个一个实现了。

忙忘了，结果她就因为一场突发的火灾去世了。如果当时我打了那个电话，她就不会死。

• 最难忘的时刻是什么时候？

1991年6月，通知我去拿绿卡的时候。我来美国两年就拿到绿卡，比起很多人来说算是非常幸运了，所以当时简直不敢相信是真的，而且特别开心，因为马上就可以回去了。

• 如果能选择的话，你希望让什么重现？

高考，我想回到那个时候，重新考试，然后去学医。

• 你最喜欢的食物是什么？

龙眼，一口气可以吃十斤。

• 最伤痛的事是什么？

父母去世。

• 最恐惧的是什么？

小时候最恐惧猫，也怕老鼠，但是现在长大了就不怕了。。

• 何时何地让你感觉到最快乐？

成功帮到别人。比如有一次一对夫妻吵架闹离婚，我分别把他俩都劝住了，后来男方回去写了三封信过来感谢我。

• 认为程度最浅的痛苦是什么？

被人不认同。

• 自己最伟大的成就是什么？

成立了美国福建商业联合会。

• 最喜欢做的事是什么？

挑战大家都认为很难的事情。

• 这一生中最爱的人（或物）是什么？

我老婆。

• 最后悔的事情是什么？

最后悔19年前的那天早上没有给我小姨打电话约她出来喝茶。原本是要打的，结果一

• 座右铭是什么？
专注做好自己的事，不要干涉别人。

传奇

一位华人如何开了一家全美收入最高的餐厅

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周崑瀚

2022年5月22日，34岁的梅勒·勒图尔诺（Maile Le Tourneau）来到芝加哥麦康比克会展中心，这里正在举办第101届美国国际餐饮酒店用品博览会。作为陈氏蟹屋新一代的“掌门人”，她需要从这场行业盛会中获取最新最前沿的技术、设备和供销信息，来支撑她将这家传奇老店发扬光大。然后她又要匆匆返回店里，从前台接待到后厨管理，她自己都要抽时间亲自做，掌握每一个环节的要点。

在今年初“奥密克戎”流行高峰的时候，由梅勒的外公陈国强（Bob Chinn）开创的陈氏蟹屋关门歇业了一个半月，2月7日才重新开业。

上一期《餐饮家》曾报道了传奇餐饮家陈国强去世的消息。这位曾经创下美国最高收入餐厅业绩的老人已于今年4月逝世。

陈氏蟹屋位于芝加哥北部郊区一个叫慧灵（Wheelings）的村子里，这个村子有大约38000多常住居民，是一个传统的白人中产社区。在80年代末的时候，这里的人均收入就达到了18000多美元。

从80年代后期开始就经常光顾这家店的奥什一家在蟹屋恢复营业后，又回来光顾了一次，但是略有些失望——比起疫情之前来说，他们



的菜单变简单了，菜品少了一半，没有沙拉吧了。奥什有些黯然神伤，蟹屋的味道已经铭刻在了他过往的人生历史里，他现在已经不住在这个村了，已经很久没来，但却总是怀念。

另外一名亚裔客人米歇尔和自己的朋友是慕名远道而来，从芝加哥市开车开了一个多小时来品尝这家店当季的招牌菜。她对这家店的昂贵毫无心理准备，结账的时候差点心脏病发作——两个人吃了将近300美元。他们点的两份小小的“帝王蟹手指”加起来就像是人的十根手指一样粗细，摆在两个小碟子里，但是竟然要100美金。

“如果是这么贵的话，我吃过比这更值的，我

认为不值得。”米歇尔说。

可是她的感受完全不能代表大多数在蟹屋门口长廊上排队的食客。他们基本都是周边的居民，三五成群，有说有笑，望眼欲穿，像是兴奋地在等待一场饕餮的仪式。

对他们中有人而言，这甚至已经成为一个家庭传统。在80年代初，他们成了伊利诺伊州第一批“吃螃蟹的人”。深处北美大陆内陆地区的慧灵村，原本没有卖新鲜海鲜的餐厅，所以当陈国强跑遍全世界，不惜用重金求最新鲜的食材，并用飞机空运来第一批珍宝蟹和有鳍海鱼的时候，尝鲜的人们已经没有那么在意

它昂贵的价格了——因为原本就没有可参照的“市价”，这种“高端”的心理定位一直延续至今。

四十年过去，这家餐厅累积了忠实的消费群体，它甚至成了当地社区一个俱乐部式的枢纽。餐厅有酒吧，有舞池，甚至有纪念品小卖部，服务员和经理热情地跟客人们打着招呼，寒暄着，就像家人一样。客人们平均年龄明显偏大，他们大快朵颐，喧闹，自在，放松，享受的不仅是美食，也是氛围，也像是在家里一样。

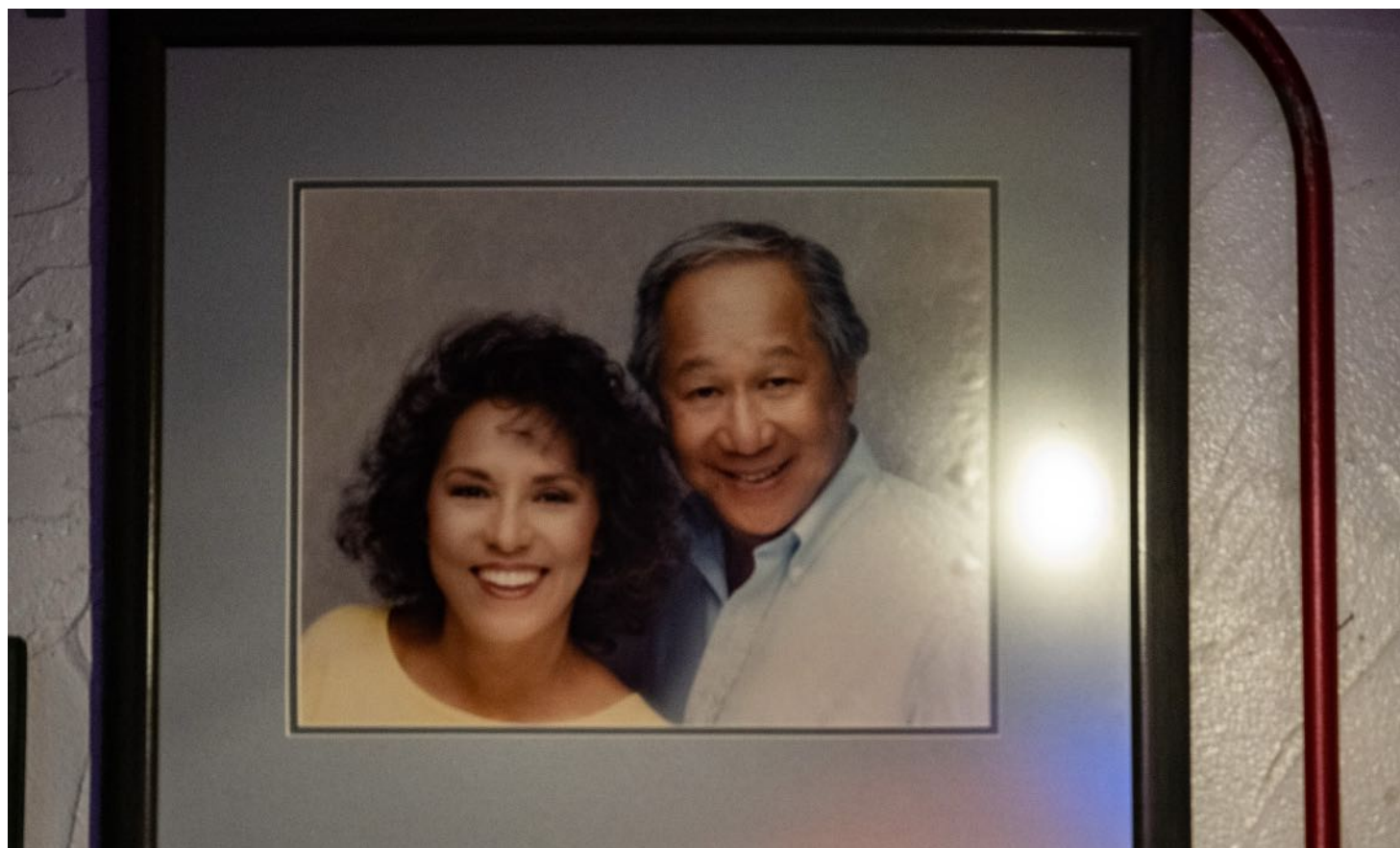
—

在和自己的女儿玛丽莲·陈（Marilyn Chinn）联合开这家店之前，陈国强已经有多年开餐馆的经验。

他1923年出生在明尼苏达州的德卢斯，四岁的时候搬到芝加哥。尽管生长在美国中部内陆地区，但他的父母都是广东台山人，海鲜在他家族的食谱中一直有着一席之地。从小时候起，陈国强在家里的餐桌上就常常吃到海鲜。14岁起，陈国强开始在中餐外卖店打工，二战时参军打仗回来之后，又在姐姐和姐夫开的“陈家”餐馆上过班，直到70年代，他开始自立门户开餐厅。



50美金一盘的“帝王蟹手指”。



陈氏蟹屋门廊接待处挂着陈国强和他女儿玛丽莲的照片。

但是直到这时候为止，他经营过的餐馆都是普通餐厅，卖的也都是内陆食物。他曾经在美国和世界多个沿海城市旅游，吃到的海鲜却都让他感觉糟糕透顶。回忆起童年的味道，他认为他凭借自己广东人的基因，一定能做出真正好吃的海鲜，所以开一家海鲜餐厅的梦想一直就藏在他心里。

终于，1982年12月，陈氏蟹屋开张。他拿着笔和一页纸写下了他认为应该要卖的几样东西，不管当地人有没有见过这些东西，但他已经决定了要提供给大家。并相信他们一定会喜欢。

“你们大胆地尝，如果认为不好吃的话，就不用买单，都算我的！”59岁的陈国强对他的第一批客人说。

1983年，这家蟹屋以一家餐厅之力，成为俄勒冈水产资源公司最大的客户。在那一年，共买走他们50000磅珍宝蟹。俄勒冈水厂公司从阿拉斯加海域用轮船将这批蟹运到西海岸港口，然后用“新鲜航班”飞机给陈国强送到伊利诺伊州。

到了1993年，可口可乐公司的高级品牌经理比尔·奥罗克(Bill O'Rourke)写信给陈国强，告诉他“陈氏蟹屋”成了芝加哥单个餐厅卖出瓶装可乐最多的冠军。他在信中说：“食物的绝佳口碑和服务的高度专业，已经让您的餐厅成为了餐饮行业的一座灯塔。”

2012年，陈氏蟹屋以2400多万美元的年收入（不含酒水），被福布斯杂志列为美国收入最高的餐厅。

二

“他总是天马行空，脑子里有各种奇思妙想，充满创意。在一个内陆地方开一家新鲜海鲜店，这在当时几乎没有人敢想。家人也都以为他疯了，但是他很执着，在开会讨论后得到了



疫情后，陈氏蟹屋的自助沙拉台一直处于关闭状态。
摄影 | Immanuel



被陈国强做成餐厅装饰品的大螃蟹壳和大龙虾壳。
摄影 | Immanuel

我妈妈他们的支持。”梅勒说。他的外公陈国强已于今年4月15日，也就是他刚满99岁一个月之后与世长辞，留下了一家地标级的名店和一生的传说。

在陈国强的时代，即便物流行业远不如现在这样发达，尤其空运还是很奢侈的选择。但蟹屋的菜单上也不断出现新的东西，因为陈国强会从夏威夷跑到澳大利亚，再跑去阿拉斯加，为了追赶手上有好货的供应商，当机立断买下最好的海鲜，然后用最快的速度运回芝加哥。陈氏蟹屋靠近天花板的墙壁上，就像海洋生物博物馆的标本室一样挂着很多夸张怪诞的蟹壳，五颜六色张牙舞爪，里面的肉早已被食客们吃掉。

“这种帝王蟹已经绝种了，现在已经买不到这么大的。”

一名餐厅服务员指着其中一个巨大的蟹壳对记者说。蟹壳旁边还有各地海域的鱼类分类海报，这些都是陈国强早年探索新世界的所见所闻剪影。

到了1999年，陈氏蟹屋的年销售额就已经达到两千多万美元，卖出了650000磅吞拿鱼，175000磅帝王蟹，50000磅龙虾，325000个生蚝，还有360000杯迈泰鸡尾酒。

蟹屋的传奇不胫而走，有很多社会名流和美食家专程前来拜访，一尝究竟。在餐厅入口处长长的走廊上，两面墙都挂满了各种知名人士来餐厅“打卡”的照片。有娱乐明星，NBA球星，其中也有华人面孔，比如年轻的张艺谋和陈冲等等。他们跟笑容满面的陈国强合影，陈国强在年复一年的照片里慢慢老去。

“他会到每一桌客人面前，亲自询问菜品如何。”在陈国强去世后，老顾客盖瑞为了缅怀他，专门又回去蟹屋吃了一顿。

他说：“我和我的家人都很爱他，每当我们家重大的事情需要庆祝的时候，我们都会来这



晚上9点半的陈氏蟹屋纪念品商店，出售会员卡和纪念T恤，也为顾客代存行李。

里。有一次我们搞了一个20个人的聚餐，当时那笔账单也是一笔巨款。到现在我们的亲戚还会当成个谈资时常谈起——你知道那次我们在陈氏蟹屋吃了多少吗？所以毫不奇怪这家餐厅也是美国收入最高的餐厅之一，并且还经常排长队。来这里的感受就像是身处主题公园一样。感谢陈国强带给我和我的家人美好的回忆。”

三

梅勒说，外公的勤奋，乐观，积极向上无时无刻都在激励着她。尤其是他的身体力行，成为了她自己人生的榜样。她会好好的把外公宝贵的遗产继承下去，并且发扬光大。

然而，不可否认的是，陈氏蟹屋的成功有特定的时代背景，特定的“天时地利人和”的条件。当芝加哥任何一家海鲜餐厅都可以通过现代的物流获得阿拉斯加或者夏威夷的新鲜海鲜，甚至成本更低的时候，高端的价格就需要有更充分的证据来说服食客。陈氏蟹屋无疑在吸引年轻一代食客这方面需要寻求突破。而梅勒等新一代接班人也在寻求突破，适时做出一些改变。比如说，陈国强曾经宣称陈氏蟹屋不接受订位，他希望有更高的翻台率。但是现在他们不仅接收订位了，也在一些网站平台上开启了订位系统。他们把蟹屋的传说和菜单一起搬到了网上，希望扩大目标消费者的范围。

“我会尽自己的努力，一直把外公的蟹屋经营下去。”梅勒满怀信心。



WWW.MENUSIFU.COM

亲友开店你推荐， 不仅帮忙还躺赚！

介绍成功返款\$100，每单最高可达\$760！



扫描二维码
完成推荐！



即刻购买首套电脑，超级优惠只要：

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

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



MenuSifu点菜大师，北美知名餐饮品牌的共同选择！



活动专线: 201-731-4788

349 5th Ave, 3rd Floor, New York, NY 10016

神奇

“中餐二代”逆风崛起

文 | Immanuel Liu
摄影 | 周威瀚

“这群年轻人在疫情期间，在数万家餐厅倒闭的大潮里，逆流而上开了一百多家连锁店，而且大获成功。是不是很神奇？”

美国三角会计集团总裁牛志文指着会议室里后排靠墙坐着的一个年轻人，悄悄告诉身边的记者。三角会计集团服务了全美数千家餐厅，最近总是在想法设法地帮客户解决困难，而一群新生代创业者的横空出世刷新了他的认知。

这是2022年5月22日，在芝加哥召开的“美国中餐国际论坛”上，默默坐在墙边凳子上的陈松聚精会神地听着演讲嘉宾阐述“中餐如何走出困境”的论点。他穿着一件崭新的浅色衬衣，这是他在论坛开始前一个小时去芝加哥市的大商场里买来的。因为会议的组织者要求“最好穿正装”，但他最近往返于餐厅工地和租来的宿舍之间，抽空到这次餐饮展会的现场参观学习，没有想到带正装到芝加哥来。

出门买衬衣之前，他在距离麦康比克会展中心16英里外的梅尔罗斯公园宿舍里跟他的合伙人们开了一个小时的在线会议。他们人都在不同的州，“带头大哥”是84年出生的Leon，他人在新泽西，是第一家“今日螃蟹”（Crab du Jour）的老板，他的眼光和魄力总是让比他大一岁的陈松赞不绝口。在疫情爆发之前不久，他们大约有十来个闽籍二代移民聚集到一起，Leon提出了做海鲜连锁店的想法。总部统一配送标准化的酱料，各加盟店就负责蒸煮食材和搭配酱料卖给客人。简单易上手，一家店成功，十家店快速复制，而且能够迅速累积起来品牌效应。

到2022年5月，这个连锁品牌投资的100多个项目中，已经有85家建成投运，主要分布在美东，北至波士顿，南至迈阿密，大纽约地区最多。在谷歌地图上，这些店好评如潮，疫情期间也从不中断，分数整体都在4.5颗星到5星之间。越来越多的投资者也被吸



引进来“入伙”，他们基本也都是年轻一代的华人，到目前已经形成了大约上百人的合伙人团队。

陈松刚刚打理好准备开业的这家店是芝加哥的第一家分店。按照他的经验，只要几个月，最长不过一年，固定投资就能够回本。已经开的连锁店，他也入股了数十家店，有的股份多，有的股份少，拿到一定的分红之后，又会投入到新的项目中。

一个“童工”的移民史

陈松小时候看过一部风靡华人圈的电视剧《北京人在纽约》，剧中姜文饰演的大提琴家王起明到美国闯荡，住地下室，在餐馆刷盘子，到制衣厂打工，后来凭借自己的勤奋和智慧逆风翻盘打败了商业对手兼情敌。这部剧讲述了一批在美华人在异国他乡的酸甜苦辣，戏剧化的表现了中西观念的冲突以及商业社会中人与人之间的金钱关系。

“这部戏前半段很真实，就是我们刚来美国的样子，但是后半段就不真实了，不管好的坏的，都太夸张了。”陈松说。

1996年，13岁的陈松被在美国做餐馆生意的父母从福建亭江老家接到美国，但却并没有能跟父母团聚。他被送到纽约的皇后区上学，早上7点起床去上课，中午在学校吃饭，下午3点放学后坐大巴到中餐馆打学徒工，晚上10点下班后，回到中餐馆的宿舍洗完澡做作业，做到半夜一两点睡觉。

“洗澡要排队，很多餐厅员工都住在宿舍里，但是好在课业比较轻松。我也不爱学习，学不进去，实在不是那块料，读了高中就不想再读书了。”

陈松的爸爸和妈妈当时都在犹他州打工，但夫妻俩也是一个星期才见一次面。爸爸跟陈松一

样，也是住在中餐馆的宿舍，妈妈则在制衣厂打工。

“这就是为什么我说《北京人在纽约》不真实，我妈妈就是在制衣厂工作的，我很清楚这个行业是什么情况。我刚来美国的时候，我爸爸就告诉我说，在美国你只要肯做，就一定能赚钱。这是真的，但是我们从事的这些行业，可以勤劳致富，却没有一个订单一夜暴富的神话。”他告诉记者。他的老家亭江几乎家家户户都有人在美国打工，有很多像他一样的80后从小被爷爷奶奶外公外婆养大，然后被父母接到美国，然后也像他一样住在餐馆员工宿舍里一边读书，一边打工。

陈松小时候家里很穷，童年的记忆里，爸爸在他堂姑的运输车队上班，妈妈在家没有工作，被优越感爆棚的姑婆数落：“要不是我给你老公一份工作，他能养得起你们吗？”

从那时候起，他就下定了决心，今后要努力挣钱，要让妈妈过上好日子，不能让她再受这样的冷眼。他的爸爸也是抱着这样逆天改命的想法，借债到了美国，没日没夜地打工，不仅要还债，还要寄钱给爷爷奶奶。但是让他们觉得有奔头的是，做中餐确实能赚钱。

当时这一批赴美打工的福建人基本上都能在三四年之内还清债务，再过个三四年就积累起自己的“第一桶金”，玩了命一样工作。即便是已经赚到钱了，也是不辞辛劳，对自己特别“狠”。

“我们福建人老说一句话：白天当老板，晚上睡地板。好多当了老板的，白天在自己的店里工作完了，晚上也是去到宿舍，地铺一打就睡觉。”

年幼的陈松主要任务是学习，但为了减轻家庭的负担，也在半工半读。

“十三四岁的时候，赚到自己的第一笔月薪



今日蟹屋里年轻化且注重氛围的装潢。

150 美金，觉得简直是巨款，高兴得不得了。”陈松现在想起来，脸上也洋溢起幸福的笑来：“那时候，能用自己打工的钱买一件耐克的衣服，都能开心好几天。”

华二代的新思维

陈松在皇后区住的地方不算很好的学区，少数族裔学生比较多，但亚裔很少。他刚到学校就被同学打了一顿，但是后来他熟悉了环境，也“横”了起来，按他的话说，“我们也不是什么好人，不是那么容易欺负的”，就没有人再敢打他，但上高中之后，依然有同学会因为他英文说得不好而嘲笑他，调戏他，他也习惯了这种区别对待，觉得中国人受歧视主要还是因为人太少，毕竟当时他所在的学校总共就没了三个亚裔。

2000 年，高中毕业的陈松到犹他州跟父母一起经营家里的中式自助餐店，但是他发现自己跟老一辈的观念不一样。对那些扛着家庭重担，历经艰苦的一代移民而言，钱是很重要的。亏本是天大的事，亏不起，也就不敢太冒险。他们做生意需要一步一步稳扎稳打，这在陈松看来是有些保守。

对于处在苦尽甘来转折点上的这些 80 后和 90 后的“二代”而言，他们则敢于冒险，“富贵险中求”。就算亏了也没关系，大不了再努力打几年工，重新再来。后来他很快自立门户，自己开店。

大约在 2016 年左右，陈松开始和 Leon 牵头的“闽二代”团队紧密的抱团合作，他们经常在一起开会，共享投资机会，商量入股新项目，每个人出谋划策，具体事务大家也分工执行。他们注重品牌效应和规模效应，开始打造连锁品牌，探索从开店到经营管理到食物供应的可复制的标准化流程。他们先后开了 Kanji 面店，炒锅 (The Wok) 中餐自助等品牌的餐厅，又敏锐地抓住城市年轻一代的审美需求，餐厅



疫情期间，在数万家餐厅倒闭的大潮里，这群年轻的餐饮家逆流而上，在全美开了一百家连锁店，而且大获成功。 | “今日蟹屋”供图

风格轻松时尚，注重营造气氛，食物则注重卖相和感官体验，新鲜足量的海鲜和标志性的独家混合酱汁是卖点。

在一家“今日螃蟹”店举办的生日聚会上，服务员端着两盘装在充气的 PP 袋中的海鲜走上前来，她当着客人的面，手舞足蹈地摇晃着手上的袋子，满满一袋螃蟹和虾尾在袋子里碰撞、飞舞，那些酸辣香甜的酱汁顿时均匀地混合在了热气腾腾的海鲜里，大快朵颐的气氛也由此被点燃，客人们甚至兴奋地拍起手来。

陈松告诉记者，在美国开餐厅如果想要赚钱的话，更重要的是选址。比如他现在刚刚在芝加哥西边北方大道旁建起来的这家“今日螃蟹”新店，就是他找到的一个“宝藏地点”。房租只有一万美金一个月，周围有亚马逊的厂，有



医院，有电影院，关键是道路是双向六车道的。这就意味着可以有很大的客流量。他还准备申请五六台老虎机放在餐厅里，增加家庭和朋友聚会的欢乐氛围。

“我估计这家店正式开业之后，流水能做到六十万一个月。现在就已经每天都有人打电话来问我们什么时候开张了。”陈松一边自己搬着店里的箱子，一边胸有成竹地说。

这是他们的团队在芝加哥开的第一家“今日螃蟹”。这已经是一个被实践证明很受美国食客欢迎的品牌，两年多以前的第一家店开在新泽西，大获成功。两年多以来，迎着疫情逆风启航，已经在全美开了大约 100 家连锁店，其中大约 70% 都已经走完了流程在正常营业，多数店在几个月之内就收回成本开始盈利。

食物本身也是标准化的产品，烹饪追求简单和方便质控。海鲜都是就近采购新鲜的，其中只有生蚝是可以卖生的，其他的鱼虾螃蟹有简单的油炸或者水煮，公司统一给各门店配给几种酱料——蒜香酱、柠檬辣酱，卡津酱和老湾区酱。没有复杂的烹饪技巧，尽量呈现食物本身的鲜味，这种情况下，厨师可以现招先培训，轻松可上手。这也是疫情期间厨师奇缺的情况下，这家连锁店却能爆发式增长的根本原因。“我们的团队很年轻，大家也都很有干劲，我们也都信任彼此。大家常说不要把鸡蛋放在一个篮子里，所以合伙人也都在不同的店有入股投资，开餐厅赚了钱之后，又投了一些钱在地产项目里，这样可以分摊风险。”陈松说，跟老一辈的比起来，二代们的商业观念比较“正规”，注重法律程序和文字契约，也更依赖团队，不再单打独斗。到目前位置，他们的团队已经和大大小小的股东已经有了大约上百人。

“年轻人就是不一样，你们的团队都是 80 后和 90 后吗？基本都是福建人吗？”记者问。

“嗯，多数是，以 80 后为主，也有比较老的，70 后的。”

希望再下一代能有自由选择的权利

海鲜餐厅的食客绝大多数都是老外，据陈松观察，非裔的比例远超其人口比例，他们最喜欢吃海鲜。其次是白人比较多，年轻人比较多。中午是没有太多生意的，但是晚上生意很好，人声鼎沸，一个服务生一个月光是小费就能收个四五千美元。

但是陈松发现，现在新的一批从家乡来的 00 后一代，愿意从一线打工仔做起的越来越少了。“很多人眼高手低，高不成低不就，就在布鲁克林混吃等死。”

他新开的餐厅里面，除了管理层之外，一线的



美式海鲜店的烹饪技术难度不高，主要依靠原材料的新鲜。

服务生、工人甚至厨师也基本都是老外了。从外表上看，无论装修风格、食物卖相还是员工和食客的脸庞，都已经明显“西化”，很难找到中餐馆的痕迹。

30岁的时候，陈松经常自己一个人开着车满美国跑。不管是选址建店，还是联系供应商，或者买装修材料和运送设备，都要自己去搞定。开了餐厅后，自己既是股东和店老板，也身兼管理员、装修工、清洁工、送货司机等多个职位。

比起父辈而言，陈松这一批人受的生活的压力和吃的苦更少一些，但也绝不轻松。他们继承了父辈拼命赚钱的精神，做起事来甘之如饴。“有钱不赚天理不容，”他笑着说。

关键是，有太多的钱可以通过自己亲自动手省下来，又有什么理由不去做呢？

新店的泥瓦木工大部分是他们自己做的，自己动手不仅省钱，更重要的是节约大量的时间。但是有的工程拿到执照的人才能做，比如连接水表的水管需要考取了伊利诺伊州政府水电工许可证的人才能安装，华人的工人因为英语不好基本都没能考取这个证，所以只能请老外来做。

“你能想象吗？就这点东西，要安排计划，拖拉三个月，前后总共做了十个小时，最后收了我2700美金！活非常简单，要是我们自己有许可证能自己来做的话，一个小时，不到200块钱材料费就搞定了！还有一些工程，各地政府因为需要保护本地的就业，规定了地地让本地人来做，但除此之外，有大量的事情我们可以亲历亲为来省钱。”

不到40岁的陈松，却已经在美国的餐饮行业打拼了20多年，自己既入股了多家企业，也开了公司，稳妥地把“鸡蛋”放到了很多篮子里。他年事已高的父母也没有再工作了，而是帮他带三个孩子。

“我爷爷那辈人最辛苦，三十几块钱的工资要养活一大家子人。我爸爸那辈人也是什么苦都吃了。我从小到现在也是很辛苦，看到能赚的钱就总还是想要去赚。之所以这么努力，也是为了给自己的孩子打好基础，希望他们不再吃这份苦。我是读书读不出来，没得选，只能做这个。但我希望我的孩子能有选择的权利，不管他们今后是不是要做餐饮，都是因为他们的兴趣决定的。”



ASK A RESTAURATEUR

《餐饮家》问餐饮家



姓名：程松
性别：男
年龄：39
你来自哪里：福建
从事餐饮行业26年

• 目前的心境怎样？

平淡，就是去做好该做的事情，坦然自信的去迎接后面的工作。

• 最难忘的时刻是什么时候？

在中国的时候，我姑婆问我妈妈：“如果我不给你老公一份工作，他能不能养得起你们？”这句话刺激了我要争口气，推动了我现在所做的一切。

• 你最喜欢的食物是什么？

可以说不挑，也可以说是很挑的。不挑是因为只要好吃的我都喜欢，很挑的原因是很多别人觉得好吃的我也觉得一般般。

• 最恐惧的是什么？

好像没有什么恐惧的，任何事情都见招拆招就对了。

• 程度最浅的痛苦是什么？

好像没什么，习惯了的痛苦，就都很浅，没什么大不了的。

• 最喜欢做的事是什么？

不在乎说赚到多少，但是一个事情做成功了，优越感和成就感就出来了。

• 最后悔的事情是什么？

有时候太相信别人了，轻信了

不该信的人就会后悔难过。

• 如果能选择的话，你希望让什么重现？

回到我外婆去世之前，补偿她，让她享受一下生活。他们那一代过得蛮苦的。

• 何时何地让你感觉到最快乐？

每家店开起来，有了生意，进入了正常的经营。看着熙来攘往的客人，就会让我觉得我做到了，那是最开心的时候，也是最有满足感的时候。

• 自己最伟大的成就是什么？

好像还没有太拿得出手的大成就。而且我们毕竟是一个团体，有的东西我擅长，有的东西别人擅长，需要依靠团队，没有那种特别“个人英雄主义”的时刻。

• 这一生中最爱的人（或物）是什么？

我爷爷。我是他带大的，他对我特别好。他现在身体还不错，90多岁了，我很怕会失去他。

• 座右铭是什么？

我命由我不由天。



国以民为本， 民以食为天。

PEOPLE ARE THE MOST IMPORTANT
TO THE COUNTRY,
WHILE FOOD IS THE MOST
IMPORTANT TO THE PEOPLE.

2022年1月，《餐饮家》杂志创刊，致力于：

- 跨越语言障碍 —— 深度解读中美行业讯息政策，“带进来”
- 突破文化壁垒 —— 讲好中美餐饮家故事，带动上下游，“走出去”
- 提高社会影响力 —— 扩大餐饮品牌业主影响力，提高价值，“树品牌”

美国中餐资讯渠道分散、不对称、价值低

- 虽然华裔只占到美国总人口 3.3 亿的 1.6%，但从业于餐饮业及其上下游的华人总数高达 100 万，超过了美国华裔劳动总人口的 30%。
- 美国中餐从业者主要是华裔一代移民，在过去以中小业主为主，近年伴随中国餐饮业的爆发增长和亚裔流行文化输出，投资者和出海创业者迅速增长；两种群体从业者和投资者获取信息都存在障碍：渠道分散、不对称、价值低。

《餐饮家》解决交流障碍，实现流行文化解读

《餐饮家》内容亮点：原创采访、深度行业解析、生动视觉效果

大数据分析

真实市场数据驱动报道
做好餐饮业“诸葛”风向标

行业名人嘉宾

聚焦中美跨界优秀企业家
见证大小业主的酸甜苦辣

视觉品质稳定

运用现代视觉语言
展现丰富华人文化

优质读者体验

回归纸媒杂志的阅读感受
同期网络上线、提供订阅

LITTLELABA
P.O. BOX 540899
FLUSHING, NY 11354

F O O D B R I N G S U S T O G E T H E R

餐飲家

The Restaurateur

独具行业深度合作网络
专业挖掘品牌文化价值
精准投放 10万+ 亚餐厅

读者覆盖

10万+ 餐饮业主
+
餐馆上下游行业商家
+
美食专业人士
+
中外食客

《餐饮家》受众量巨大、传播力极强，是您提升品牌影响力，最大化广告效益的不二之选。

广告咨询请扫描左侧二维码或致电 (646) 258 — 8137

"THE RESTAURATEUR" TEAM HAS DECADES OF EXPERIENCE IN CHINESE AND AMERICAN CULTURE, POLITICS, TECHNOLOGY, NEWS, INVESTIGATION, NEW MEDIA, POP CULTURE AND BUSINESS ANALYSIS. WHEN IT COMES TO IN-DEPTH EXCLUSIVE INTERVIEWS, PROFESSIONAL INTERPRETATION OF TRENDS AND PROVIDING INFORMATION ON THE NORTH AMERICAN CHINESE CATERING INDUSTRY.

DIRECT TO 1/10TH OF RESTAURANTS IN THE UNITED STATES RESTAURANT OWNERS, UPSTREAM/DOWNSTREAM BUSINESS OWNERS, CHINESE & FOREIGN CONSUMERS AND GOURMET PROFESSIONALS.

"THE RESTAURATEUR" HAS A UNIQUE IN-DEPTH COOPERATION NETWORK IN THE INDUSTRY, TELLING STORIES PROFESSIONALLY, DISCOVERING VALUE AND EXPORTING BRAND CULTURE, EQUIPPED WITH A COOPERATIVE NETWORK THAT MEET THE BRAND'S FLEXIBLE NEEDS.



www.canyinjia.us

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