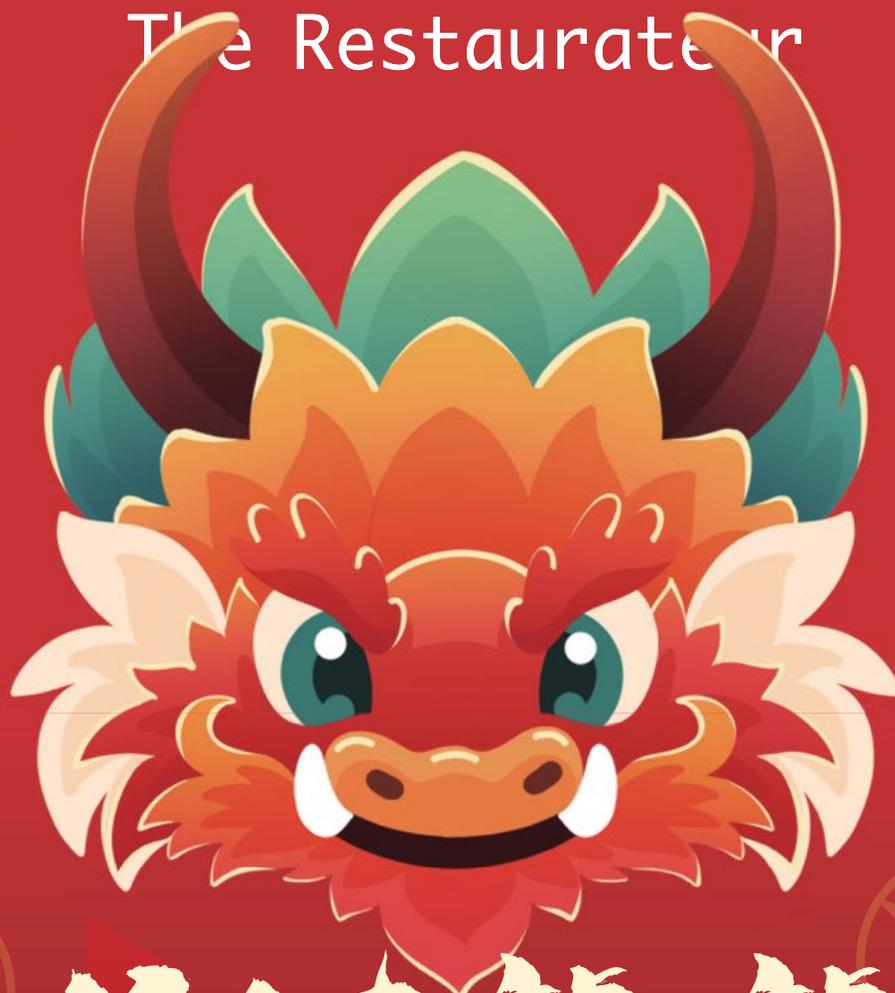


餐 飲 家

The Restaurateur



餐饮要闻
美国餐饮
形势大好

餐饮人生
中国第一批
个体户中的
一个少年弄潮儿
现在成了美国的
“海参王子”

龙 行 龍 龍 龍 龍

祝各位餐饮家生意兴隆

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

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

 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



28

餐饮人生

中国第一批
个体户中的
一个少年弄潮儿，
现在成了美国的
“海参王子”

[HOW
TO
BE
A
RESTAURATEUR]

如何
成为
餐饮家

专访加州糕点女王
烹饪需要视野



40



“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. 02 Issue 26

February 2024

19

餐饮要闻

- 餐饮形势大好 好过多数预期
- 美国顶尖机构预测：2024 这一重要动向 全美餐饮长期方向
- 全美 22 州今年涨薪
- 加州今年餐饮大变

24

老味道

彩云之滇 纽约之云



28

新餐饮

川谱，跟川普无关



44

餐饮秘籍

我的员工给客人送吃送喝换小费，算偷吗？

46

喷饭

声音姓龙，生意兴隆

餐饮家

The Restaurateur

2022 年 1 月创刊 2024 年 2 月 10 日出版

Vol. 02 Issue 26

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 / Lily Qin

Art Director
An Yang

Coordinator
Lily Qin

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
Charsiu 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



《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。

四种方法找到我们

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>



写信给我们:
editorial@littlilaba.com



加餐饮家小助手微信



在微信公众号
《Littlelaba 餐饮家》后台留言

龙行 龙腾 龙举 龙德 龙行
虎跃 虎跃 云兴 在生 大运
餐饮家 餐饮家 餐饮家
祝各位 祝各位 祝各位
生意兴隆 生意兴隆 生意兴隆

君子务本，本立而道生



Peter Chang

CHANG CHANG

MAMA CHANG



Peter Chang 欢迎您



唐
Houston, TX

KUNG FOOD

📍 15655 John F Kennedy Blvd, Houston, TX 77032

灯火照人间，举杯敬此年。
愿新年，山黛远，月波长，顺遂安康，四时风物，都与花月像。
律回春渐，顺颂新祺。愿你长歌有和，独行有灯，敬事如仪，志存高远。
团圆夜，总欢喜。椿萱并茂，棠棣同馨。
愿过尽千帆仍有梦，岁岁年年皆可期。
推杯换盏间，新年胜旧年，祝大家龙年行鸿运！



Wendy Zhang
Peoria, IL

Sunny House

📍 1219 W Main St, Peoria, IL 61606

龙年到，鸿运旺，祝海外友人龙年快乐，大吉大利！



林
katy, TX

Asian Chef

📍 6848 S Mason Rd Suite A, katy, TX 77450

Asian Chef 全体员工祝大家新春快乐，新的一年拥有健康的身体，快乐的生活。也祝在国内的家人们天天龙马精神，月月身体健康，年年财源广进。新年快乐！



| Bank/Card | Initial | Amount | Date | Status |
|-----------|---------|-----------|------------|--------|
| Bank | 6357 | \$9567.46 | 12/03/2020 | Paid |
| Card | 6357 | \$9325.19 | 11/26/2020 | Paid |
| Bank | 6357 | \$8905.67 | 11/19/2020 | Paid |
| Card | 6357 | \$7632.93 | 11/12/2020 | Paid |

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

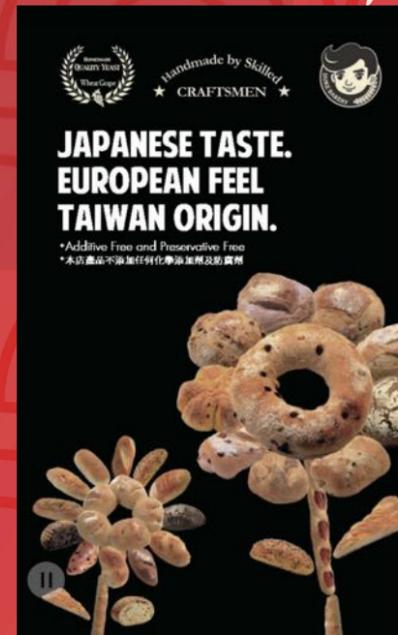


贝贝
City of Industry, CA

面包公爵

1370 Fullerton rd, suite 103,
city of industry, CA 91748

面包公爵祝大家新年快乐，身体健康，合家欢乐！



Juan
Rancho Santa Margarita, CA

Happy oasis Restaurant

30451 Avenida de las Flores, Rancho
Santa Margarita, CA 92688

Happy oasis Restaurant 是一间专注于 sushi、专注于营养健康和美食美味的京都日式料理餐厅。秋天过后有台式牛肉面、Pot- Stickers 来温暖这个冬季。在举家团聚的日子——春节到来之际，我们餐厅全体成员祝每一位朋友节日快乐、幸福安康，愿所有人都具有安乐及安乐因，永离众苦及众苦因，永具无苦之乐，我心愉悦。





Alan
Houston, TX

Chef Kenny's Asian Vegan Cuisine

📍 6128 Wilcrest Dr, Houston, TX 77072

心缘素食祝福大家：新年快乐，身体健康，心想事成。茹素大吉，功德无量。



何女士
Cherry Hill, NJ

Mr Sushi

📍 2117 Marlton Pike W, Cherry Hill, NJ 08002

新年到，祝大家在新的一年里，工作顺利，家庭幸福，身体健康，万事如意！

Aaron
Pawtucket, RI

Express panda

📍 205 Division St, Pawtucket, RI 02860

送走了一年的辛劳，迎来了又一个崭新的年月，祝大家在新的一年里，大展宏图，财源广进！



张姐
Lawrence, KS

Zoe's Noodle House

📍 1530 West 6th Street #E, Lawrence, KS 66044

瑞雪迎春妆梅艳，和风送暖著柳新。值此龙年新春佳节之际，祝所有海外友人全家新年快乐！身体健康！万事如意！学习进步！天天开心！

Donna
Flushing, NY

Pho Top

📍 2525 Parsons Blvd., Flushing, NY 11354

新年到，向大家问个好。开心无烦恼，好运跟着跑。家人共团聚，天伦乐逍遥。朋友相扶持，心情不寂寥。事业风水顺，金银撑荷包。祝春节快乐！





Mike
Salem, OR

Sushi Komi

📍 4689 Commercial St SE, Salem, OR 97302

全体员工祝大家新年幸福、快乐健康、福星高照、开心吉祥、百事顺遂、天宽地广、鸿运当头、山高水长。



妙涵
Flushing, NY

小螺啰螺蛳粉

📍 136-20 Roosevelt Ave 009, Flushing, NY 11354

小螺啰全体员工祝所有华人在龙年里好运亨通、吉祥如意!作为一家新开的餐馆,感谢一路以来给予我们鼓励和支持的朋友。新的一年,愿大家生活美满如意,日子就像螺蛳粉一样鲜美辣爽,有滋有味!



江伟树
Edison, NJ

蜀世冒菜

📍 1644 NJ-27, Edison, NJ 08817

蜀世冒菜全体员工祝大家:新春快乐,龙年吉祥,龙腾虎跃,龙马精神,新的一年步步高升,愿餐饮家越办越好。



視覺元素

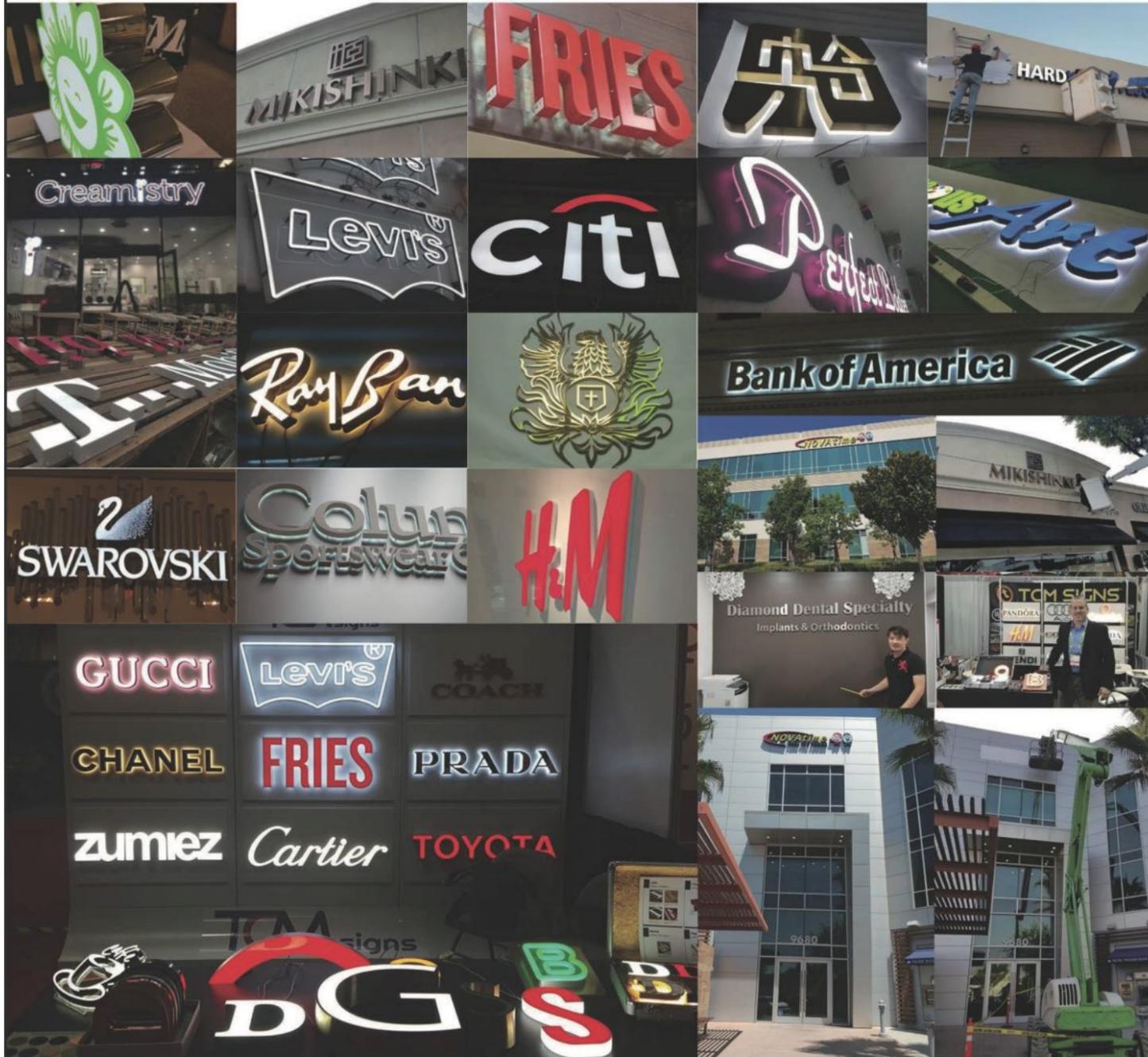
室內 戶外 招牌設計製作安裝

SYNIC GRAPHIC & SIGNS

P.909.598.2254

www.tcmsigns.com

230 Paseo Sonrisa, Walnut, CA 91789



餐飲要聞

Chinese Restaurant News

形势大好美国餐馆狂招人 比大多数经济学家预期的都好

开年引来好消息。

数据显示，美国餐饮行业正在从2021年的劳动力危机中恢复。展望未来，尽管经济不确定性仍旧存在，餐馆业主们的乐观态度和就业增长计划为行业的持续复苏注入了信心。

餐饮就业 突破疫情前高峰

餐饮行业终于开始摆脱自2021年以来的劳动力危机啦！美国劳工统计局的最新数据显示，12月份餐馆和酒

吧新增了22,100个工作岗位，员工总数达到了1240万。

12月的就业增长可谓今年以来最给力的，尽管整个2023年的就业复苏颇为波折。比如11月份增加了13,300个岗位，但10月又减少了2,000个。不过好消息是，现在的就业水平已经超过疫情前啦！

今年，整个行业新增了将近300,000个工作岗位，比2019年还多呢。全国餐馆协会的数据显示，到了12月，餐饮业的就业人数比

2020年2月的最高点还要多31,000个岗位。

根据最近的一项调查，88%的餐馆老板计划在未来6到12个月内增加员工，无论是快餐还是正餐。

但如果经济形势不佳，54%的老板可能会在未来6到12个月内裁员。大多数专家认为，2024年出现软着陆或轻微衰退是可能的。

话说回来，62%的餐馆老板还是计划增加员工，因为他们要应对越来越多的顾客和销售渠道。

比大多数经济学家 预期的都好

12月份，全美整体工资比去年同期上涨了4.1%，这对于推动餐馆销售来说是个好消息，尽管菜单价格一直挺高的。

从全美经济总体来说，今年全年，雇主总共增加了270万个工作岗位！

12月份增加了216,000个工作岗位，失业率保持在3.7%，这个成绩比大多数经济学家预期的都要好。☺

美国顶尖评级机构预测： 2024 这一重要动向 将成全美餐饮长期方向

随着 2024 年的到来，餐饮业正面临新的挑战 and 机遇。最新的预测揭示了一个关键趋势：尽管预计今年整体客流量可能略有下降，但强调性价比的餐厅将更有可能获得成功。这意味着，大品牌更有可能凭借其这方面的优势，招徕更多顾客。

2024 年餐饮业趋势： 重视价值，大品牌领跑

惠誉国际评级公司 (Fitch Ratings, 美国证券交易委员会指定国家认可的统计评级机构

[NRSRO] 之一。与穆迪、标普同列信用评级三巨头。编者注) 预测，今年餐饮行业的发展会比较注重价值，增长速度可能会保持平稳，或者略有小幅增长。

就在佛罗里达州奥兰多的 ICR 年会上，惠誉高级董事比尔·登斯莫尔 (Bill Densmore) 谈到，餐厅们今年更多会专注于提高运营效率。他还预计，增长主要来自那些更强大、更健康的品牌。

登斯莫尔还提到，大品牌在这种多变的市场环境中会占优势，这可能意味着它们会获得更多

市场份额。

登斯莫尔说：“在数据分析方面，规模是个大优势。一些大玩家会因为他们更先进的菜单和分析工具，能更好地理解消费者行为，利用这些数据来做决策、提高决策质量、影响顾客行为、提升顾客忠诚度，从而获得更多市场份额。这一直是他们成功的关键，也是他们将利用的策略。”

2024 年消费者更注重性价比

惠誉还预测，今年的客流量可能会跟去年差不

多，下降大概 2%。特别要指出的是，登斯莫尔和他的同事大卫·西尔弗曼 (David Silverman) 认为，消费者今年会比前几年更看重价值。

西尔弗曼说：“考虑到市场的波动，消费在过去几年保持健康的势头让人意外。我们认为，支持消费者的有利因素正在减弱，而不利因素如债务增加、储蓄减少、通货膨胀的影响正在增加。虽然我们觉得消费者基本还算健康，但他们似乎开始变得脆弱了。我们会看到他们更加追求性价比。”

他补充道，这些预测同

样适用于餐饮业。

登斯莫尔解释说：“那些表现好于其他餐馆的，往往是那些在价值感知、负担能力和执行力方面做得很好的。消费者虽然一直很坚强，但他们也开始感受到通货膨胀和菜单价格上涨的压力。我们会看到更多注重性价比的产品推出。”

大品牌纷纷提升性价比并推出新促销活动

实际上，我们已经看到这样的趋势。新年才过去两周，我们就看到了不少注重性价比的产

品推出。比如塔可钟就在周一宣布了一个新的 Cravings 价值菜单，提供 10 种全菜单项目，每个不到 3 美元。塔可钟的首席营销官泰勒·蒙哥马利 (Taylor Montgomery) 在声明中表示，消费者正在寻找更多节约的方法。

蒙哥马利说：“性价比一直是塔可钟提供的重点，但我们知道进入新的一年，我们想把它做得更好……我们致力于通过新的菜单项目和数字产品来扩展我们的性价比优势，提供高质量和多样的选择。我们正在推出全新的节省方式，并

通过独家的数字产品加倍努力，今年大家可以期待我们的更多产品。我们在实践中体现性价比，并且这只是个开始。”

同时，麦当劳正在进行一项买一送一的活动，适用于其汉堡和 McCrispy。Applebee's 重新推出了 14.99 美元的无限量骨肉相连鸡翅、猪肋和双重脆虾优惠，而其姐妹品牌 IHOP 也重新推出了 7 美元的 Rooty Tooty Fresh 'N Fruity Combo。

这只是冰山一角。值得一提的是，餐饮品牌在

一月份推出更多促销活动并不少见——这通常是行业的淡季，因为消费者在节日期间消费过度后需要时间恢复。但今年，由于消费者开始节省开支，这种趋势可能会持续更久。

西尔弗曼说：“品牌餐企应该准备好用过去几年从未有过的方式来讨论性价比和促销。我们相信 2024 年将是个充满不确定性的环境。那些考虑到不确定性并做好规划的公司将表现最佳。”



全美 22 州今年涨薪

随着新的一年到来，美国正在见证最低工资的一次重要变革。在 22 个州和至少 40 个城市和县，最低工资工作者将比去年获得更多的薪酬。此外，特定行业，如加州的快餐业和医疗保健行业，也将经历显著的最低工资提升。

2024 年美国最低工资上涨：22 个州迎来调整

在新的一年里，美国 22 个州和至少 40 个城市和县区的最低工资工作者会比去年拿到更多的钱。

这些工资的提升，要么是因为事先计划好的，要么是因为当地政府把最低工资和通货膨胀挂钩了（这通常是依据消费者价格指数来调整的）。

从今年 1 月 1 日起，包括华盛顿特区在内的七个州的最低工资将达到或超过 15 美元，而去年只有四个州。

新加入的州包括马里兰州、新泽西州和纽约州的大部分（纽约市、威彻斯特和长岛除外，这些地区去年已经是 15 美元，今年将增加到 16 美元）。

今年华盛顿州的最低工资最高，为 16.28 美元，比去年的 15.74 美元高。紧随其后的是加州，最低工资从去年的 15.50 美元增加到了 16 美元。

夏威夷州的最低工资增幅最大，一下子涨了 2 美元。

1 月 1 日并不是最低工资唯一上涨的日子。比如内华达州和俄勒冈州打算在 7 月 1 日调整最低工资。而佛罗里达州的调整将在 9 月 30 日进行。（文末有各州最低工资提高的列表。）

40 多个城市县区比州级标准更高

很多时候，州内的城市和县区的最低工资会比

州级的标准还要高。

比如华盛顿州塔克维拉市，就在西雅图南边，这里的最低工资将在 1 月份达到 20.29 美元，比现在的 18.99 美元还要高。

据 GovDocs 的高级律师和就业法合规总监珍妮娜·比约克伦德（Jana Bjorklund）说，这将使塔克维拉成为全国各州、县、市中最低工资最高的地方。GovDocs 是一家专门为大型跨地区公司提供合规软件的公司。

西雅图的最低工资也不低，为 19.97 美元。

至少还有 40 个城市和县也在提高最低工资。这包括亚利桑那州的弗拉格斯塔夫（提高到 17.40 美元）、加州的山景城（提高到 18.85 美元）、科罗拉多州的丹佛（提高到 18.29 美元）和缅因州的波特兰（提高到 15 美元）。

特定行业工资大幅提升

有些州还有针对特定行业的大幅度工资提升。例如，在加州，从四月起，快餐工人的最低时薪将至少为 20 美元，六月起，医疗保健工作者的时薪将根据他们的职位以及雇主的规模和类型，在 18 到 23 美元之间变动，最终将达到 25 美元。

在纽约市，为 Uber、Grubhub 和 DoorDash 等应用程序工作的餐厅外送员现在的最低时薪为 17.96 美元，预计到 2025 年将增加到 19.96 美元。

购买力下降“倒逼”更高最低工资

自 2009 年以来，联邦最低工资一直是 7.25 美元，至今保持不变。包括宾夕法尼亚州、新罕布什尔州、亚拉巴马州和密西西比州在内的 20 个州仍然遵循这个标准。

由于长期以来最低工资工作者的购买力大幅下降，因此多年来一直有提高最低工资的呼声。

如果从 2009 年以来只根据通货膨胀来调整，今天的最低工资将是 10.33 美元。但是，包括公平最低工资商业首席执行官霍莉·斯克拉（Holly Sklar）在内的提高最低工资的倡导者更希望看到根据 1968 年的水平进行通货膨胀调整。

当时的工资是 1.60 美元，按今天的标准约为 14.39 美元。斯克拉说，那时的 1.60 美元赋予了最低工资工人最大的购买力。“自 1968 年以来的每一次最低工资提升都远远不够，来得也太晚……全职工作曾经足以使人们免于贫困。”

她指出，可以用麻省理工学院的生活工资计算器来评估单身无子女的人每小时需要挣多少钱，才能支付基本生活费用（比如食物、住房、交通和医疗保健）。

例如，在密西西比州，最低工资仅为 7.25 美元，一个人在派克县需要每小时挣 15.30 美元，才能支付基本生活费用。但在该州的儿童保育工作者、快餐厨师和收银员的中位工资

（也就是一半人的工资低于这个数）介于 9.83 至 10.17 美元之间，斯克拉指出。

鉴于联邦层面在提高全国最低工资方面几乎没有进展，她预计各州和地方政府将继续承担这一重任。

“这是一个良性循环”

她相信，无论对工人还是雇主来说，提高工资都会带来经济上的好处。

对于工人来说，这当然是“减轻了负担”，斯克拉说。“人们可以更换他们之前买不起的轮胎，或者给孩子买新衣服。”

对于企业来说，她表示，最低工资工人的额外收入将迅速用于消费，因此消费支出将增加。

此外，这将有助于提高员工的留任率，因为他们不会轻易因为另外 25 美分的时薪就辞职。较低的员工流动率反过来可以降低雇主的招聘和培训成本，以及带来其他好处。

斯克拉说：“这是一个良性循环。”

以下是各州最低工资的调整情况

阿拉斯加：从 10.85 美元提升至 11.73 美元

亚利桑那：从 13.85 美元提升至 14.35 美元

加利福尼亚：从 15.50 美元提升至 16 美元

科罗拉多：提议从 13.65 美元提升至 14.42 美元

康涅狄格：从 15 美元提升至 15.69 美元

特拉华：从 11.75 美元提升至 13.25 美元

佛罗里达：9 月 30 日将从 12 美元提升至 13 美元

夏威夷：从 12 美元提升至 14 美元

伊利诺伊：从 13 美元提升至 14 美元

缅因：从 13.80 美元提升至 14.15 美元

马里兰：对于大型雇主从 13.25 美元提升至 15 美元，对于小型雇主从 12.80 美元提升至 15 美元

密歇根：从 10.10 美元提升至 10.33 美元

明尼苏达：对于大型雇主从 10.59 美元提升至 10.85 美元，对于其他从 8.63 美元提升至 8.85 美元

密苏里：从 12 美元提升至 12.30 美元

蒙大拿：从 9.95 美元提升至 10.30 美元

内布拉斯加：从 10.50 美元提升至 12 美元

内华达：预计 2024 年 7 月 1 日将从 10.25 或 11.25 美元（取决于健康福利）提升至 12 美元

新泽西：从 14.13 美元提升至 15.13 美元

纽约：除纽约市、威彻斯特和长岛外，从 14.20 美元提升至 15 美元（这些地区已从 15 美元提升至 16 美元）

俄亥俄：从 10.10 美元提升至 10.45 美元

俄勒冈：预计 7 月 1 日将 14.20 美元的最低工资根据通货膨胀进行调整

罗德岛：从 13 美元提升至 14 美元

南达科他：11.20 美元

佛蒙特：从 13.18 美元提升至 13.67 美元

华盛顿：从 15.74 美元提升至 16.28 美元

哥伦比亚特区：预计 7 月 1 日将 17 美元的最低工资根据通货膨胀进行调整

* 除非另有说明，否则这些变更都将于 1 月 1 日生效

加州餐饮今年大变

新的一年开始了，加州也迎来了一系列新法律和修订，特别是对食品饮料行业影响颇大。

从快餐工人的最低工资提高到日本烧酒的正式销售，这些变化都值得我们关注。

最低工资噌噌噌涨！

州长加文·纽森签了个大招——1228号议案，专门保护快餐行业的小伙伴们。

重点来了，小时工资大涨，从15.50美元直接飙升到20美元，但这只适用于全国有超过60家分店的快餐连锁店哦。记住了，这条从2024年4月1日开始实施。

不过坏消息是，快餐连锁店也在采取措施应对这波涨薪。比如，加州的必胜客计划2月份就取消送餐司机岗位，大约1200个工作岗位将不复存在。麦当劳和墨西哥烧烤也打算涨价，说是运营成本上升了。

带薪病假增加了！

参议院616号法案通过

后，无论是兼职还是全职员工，从2024年1月1日起，每年都有40小时或5天的带薪病假。

户外用餐延期

疫情时期的一些救济措施会更新，比如户外用餐时间延长到2026年7月1日。

烧酒销售合法了！

有41号酒类许可证的店家现在可以销售酒精含量不超过24%的日本烧酒了，过去只能以韩国烧酒的名义销售，现在终于可以名正言顺啦。

加州娱乐区新规来了！户外节日餐馆能卖酒了

大家喜欢去户外节日玩吗？以前在这类节日里，如果你在节日区域内的餐馆或酒吧，是买不到酒精饮料的。但现在，加州的新法案SB76，改变了这一点。

怎么个改变法？现在，如果你在节日区域内，只要有酒类许可证的商家，你就可以买酒啦！不管是啤酒还是葡萄酒，

喜欢的酒类都可以在这些店里找到。

另外，还有一个好消息。这个法案还允许音乐场所不在对外开放的私人活动中出售和供应酒精，这就意味着无论现场有没有演出，只要是私人活动，就可以畅饮了。

单人洗手间标志更新

根据783号议案，加州的企业现在必须更新所有单人洗手间的标志，并将其标识为“全性别洗手间”。开店的朋友们注意了，这个在申请或续签商业执照时要特别留意。

7月生效的这个禁令可能会禁收服务费

加州的SB478法案，又叫“垃圾费禁令”，即将在7月生效。这个法案主要是针对酒店、租车公司和票务公司那些额外的费用，比如一些莫名其妙的附加费用。

但是，虽然这法案没特别提餐馆，餐饮行业的小伙伴们还是有点担心。为啥呢？因为现在不少餐馆会收取服务费，有

时这些费用其实是用来给员工加薪的。所以，大家都在猜测，这个新法案会不会意味着餐馆的服务费也要被禁止了。

这可是个大事，因为如果真的禁止了，餐馆可能得想别的办法来保证员工的收入。法律7月1日正式实施，不过司法部已经说了，他们会在那之前跟行业团体坐下来聊聊，看看怎么落实这个法律。

加州有了官方蘑菇

喜欢采蘑菇的朋友们和蘑菇爱好者们，有个好消息要告诉大家：加州通过了AB261法案，正式将Cantharellus californicus，也就是加州金蘑，定为官方的州蘑菇了！

为什么要有个“官方蘑菇”呢？其实，这是为了表彰蘑菇在加州文化、经济和生态中的重要作用。加州金蘑不仅美味，还代表着这个州对自然环境和多样性的尊重和保护。Q



The Tradition 老味道

South of the Clouds 云之南

16 W 8th St, New York, NY 10011



彩云之滇
纽约之云

文、图 | Daisy Shao

在云之南开业之前，我从未觉得曼哈顿有一家足够正宗的云南菜。何为正宗？就是要将重口味和小清新演绎到极致，用酸辣和云南各种特有的香料调配出浓烈的口感，让人入口之时直呼一句够味，但同时不失去云南菜本身对食材的尊重。

耿利恒的父亲在布鲁克林经营主打云南过桥米线的云南风味园，早期他在父亲的餐厅帮忙，时间久了之后，觉得云南菜应该顺应当下年轻人的口味，也希望用一种让年轻人更容易接受的方式宣传云南本土文化。

于是2016年有了独自开店想法的他回国观摩学习，一是学习各种餐厅的商业模式，二来观察总结如何将米线做出自家的风味，形成独特性。

云南人开的云南餐厅

“我想做云南米线是因为我想宣传云南和云南文化，”耿利恒说道。“在云之南之前，曼哈顿还没有由云南人开的云南餐厅。”利恒每次回云南都会把自己觉得好吃的美食记下来，学习制作方式，找到基本的用料配方后，将自己对菜品的认知融入其中，再结合当下的餐饮潮流，稍微修改，但尽量保留原味。

很多人没有去过云南，即使《去有风的地方》对云南进行了大幅度宣传，让大家对云南美食有了最基本的认知，但对于没有去过云南的食客，他们在云之南吃过的味道或许将是他们对云南美食的第一印象。“我是昆明人，我会努力将我吃过的并且喜欢的味道展示给大家，但食客是否喜欢



我们的菜品是一个很主观的东西，很多时候和他们的成长背景有关。很可能一个菜品我们做的非常正宗，但是食客不喜欢。不过餐饮很难去迎合每一个食客的口味和偏好，能做到大多数人喜欢就是一种成功。”

“云南菜其实有一点尴尬，因为它其实没有自己非常鲜明的特点，它很像融合菜。更多时候大家吃的是食材本身，”利恒说道。“比如云南最著名的是菌类的吃法，但是菌类很难出口美国，这在某种程度上也限制了我们对菜品的设计。”

不过近期在旅行过程中，他也找到了云南的一些食材的进口渠道，比如云南腐乳和酸菜等。未来云之南也会将这些本土食材运用到菜品中做点缀，或者作为配料。

小众菜系未必一定要打入美国市场

在利恒看来，开餐厅有五件事比较重要：位置、环境、味道、价格和服务。在他看来一家餐厅要想在曼哈顿的激烈竞争中存活，至少要满足三项。而这三项中最重要的两项是开在哪和给谁吃。

云之南的选址一开始就将目光锁定在了纽约大学附近。一是这里客流量丰富且持久，二是容易在学生中口口相传。即使装修一波三折，最终店面还是在 2018 年顺利开业。

“我们一开始没有想只做中国人市场，但后来发现美国市场比较难打入。因为他们对米线没有认知，即使我们之前尝试过黑松露黄油米线，但后来发现美国人不买账。最主要的是他们不知道米线是什么，他们可能会接受炒米线，但炒米线可能不是我们的主要受众喜欢的菜品。所以后来我们就主打中国人市

场，主打留学生市场，”利恒说道。“小众菜系打入美国市场这件事一定不是一家店两家店可以完成的，他需要一个效应，需要很多店一起，量变引起质变。”

但从另一个角度来看，小众菜系也并不一定要打入美国市场，保留中国的原汁原味，让国人品尝到能力范围内最正宗的味道，餐厅一定会口口相传，客流不断。

合适的团队是餐饮创业中最大的幸运

“很多餐厅合伙人之间都有不信任的问题，没有人可以决定事情走向，大家对分权和分利益有很大的分歧，这样的餐厅合伙人之间只能共患难很难共富贵，”利恒说道。

云之南背后有四位股东。一位是利恒的大学校友，两人在大学时就有较深的交情，在利恒一开始表达自己想创业的想法时，他就加入。一名是主要负责财务的合伙人，他的加入主要是更好的为了把控云之南早期的盈利率。还有一位是原本云之南的餐厅经理，在工作中经历磨合晋升为合伙人，目前主要负责店内的整体运营。

“我的第一位合伙人可以弥补很多我不擅长的地方，比如和政府打交道，商业规划等等，在疫情期间，他可以紧随餐饮界的实事，及时申请了政府补贴，帮我们度过了疫情。而我和他互补的地方是我所拥有的云南菜的食材资源，我对菜品的认知。”

在利恒眼里云之南属于轻型快餐，这种餐饮店最重要的是食物最初的配方。它不像川菜、湘菜等厨房需要一个主厨，它可以较为轻松的流水化。云之南的厨房大师傅来自于利恒父亲的米线店，开业之处他愿意来帮忙，于



是他帮助调制好米线的汤底和 topping，保证米线的口味质量。

做餐饮前要想好几件事

利恒认为他的餐饮之路目前还算顺利有四个原因，第一是有几个配合非常默契的合伙人，第二是开店前期的分析调研很全面，第三是在合适的时间考虑扩张，第四是拥有稳定的团队。

“在开店之前一定要想好这个东西的目标群体是谁，他们有没有这个需求，他们的消费能力是什么样的，他们的消费频次是什么样的以及自己做的东西是否适合这个群体，”利恒说道。“纽约餐厅的关店频率很高，这后面很大的原因是创业者在开店之前没有做足功课，低估了竞争，高估了受众人群的消费能力或者消费频次。”

现在云之南团队在曼哈顿有三家店面，另外两家分别是主打早茶点心的姑苏里和越南米粉 Brasserie VietNam。在利恒看来第一家店面现金流稳定的时候就可以考虑筹备下一家店。但很多第一家店要先撑过三个月的门槛，然后是六个月，以及一年。盲目扩张会对现金流产生巨大影响，资金链会影响整个运营。所以他建议想要进入餐饮业的同龄人在开店之前不仅要做好目标群体的消费习惯调研，还需要找到靠谱的装修团队，避免在开店前期浪费时间和金钱。

同时他认为一家餐厅的主厨和前厅经理非常重要，特别是以炒菜为主的餐厅，主厨是一家店的灵魂，主厨的离开很可能导致餐厅客流的巨大流失。“这些人才不是靠工资就可以留住的，他们出来工作一看自己可以赚多少钱，二看自己在这家餐厅做的开不开心，所以和员工们平等和平的相处，多换位思考，才能让一家餐厅有稳定的菜品输出和服务。”



NEW DISH 新餐饮

川谱， 跟川普无关

文 | Ivan Liu
图 | 川谱

川谱私房菜 Szechuan Opera

American Dream, STE A318, East Rutherford NJ 07073 (美国梦店)
3916 Prince St g01, Queens, NY 11354 (法拉盛店)





2019年，福建人铭哥和梓墨两兄弟在纽约上州罗切斯特开了一家川菜馆，取名叫做“川谱”。这个名字跟川普没有关系。“川谱”的“谱”是川剧脸谱的谱，它既是这家餐厅的装饰道具，也是兄弟俩致敬传统文化，追求地道川味的标志。

菜单上的“经典川菜”有数十道，爆炒系、小炒系、泡椒系、椒盐系、水煮系、干煸系、腌腊系……琳琅满目，味觉层次丰富的川菜无论是下白酒、啤酒或是白兰地、红酒、伏特加都可相得益彰，而这家店供应的美酒也是应有尽有，深得美食家们的欢心。尤其是川籍粉丝被吸引来了不少——一进门就能闻到小时候家里大摆春节家宴时空气中弥漫的那种香气，食欲和心情都能大幅提升。

铭哥和梓墨一开始，就想把“川谱”做成高档连锁品牌，罗切斯特的第一家店试验成功后，去拿下“战略高地”的扩张计划就要付诸实施了。

有两步在他们的创业蓝图中至关重要——拿下主流市场的新泽西美国梦 CBD，以及论剑中餐

“华山之巅”的纽约法拉盛。

在三年疫情中，美国梦和法拉盛店经历了漫长的蓄力和筹备，终于在2023年下半年开业。

“双子星”在哈德逊河东西两岸遥遥相望。川谱美国梦店抢滩美国地标性的美国梦商城(American Dream Mall)，是这家北美最大的购物娱乐中心里第一家开业的精品中餐厅。2023年7月底，试营业才一周的美国梦店就已经接待了上千宾客，美国梦商城的巨大客流量让这家店根本就不需要做广告，只是靠邂逅就能吸引无数人的目光。

然而他们的菜品却也丝毫不糊弄，菜单严格按川菜的味型划分，水煮牛肉的麻辣，孜然羊肉的鲜香，还有锅巴海鲜多层次的口感都是比较刺激的。尤其是辣味很地道，这对绝大多数客人都是老外的餐厅来说或许有些冒险，但这座娱乐购物一体化的巨型商城存在的意义本来就是带给游客们足够多的感官刺激的，从开业几个月来的实际效果看，他们确实征服了一大票乐于探索新世界的客人，稳稳地在这艘商业航母上为川菜占据了一席之地。



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。

相比而言，法拉盛的川谱私房菜所面临的考验可能要严峻许多，因为王子街已经是高手如云，众星云集的局面。方圆二里地内，品牌中餐厅、火锅店和大酒楼加起来有六十多家，川谱私房菜的旧址是官府菜餐馆，珠玉在前，又紧挨着川山甲这样的业内大拿，楼背后有江南和浙里，楼上还有南翔小笼包的旗舰店——就一个字可总结：卷。

更令他们感到有压力的是——法拉盛是华人高度集中的商业区，如果要打“正宗”牌，无论是食材的筛选，火候的把握，烹饪技法还是奉茶换碟的姿势都会被懂行的食客们看在眼里。华人的舌头对中餐味道的分辨率自然也是极高的，稍微有异常的咸淡都难以糊弄过去，所以不仅要具备有竞争力的美味，而且还要能稳定发挥，才足以在刀光剑影的法拉盛立足。

从专业上讲，川谱私房菜是有足够底气的。法拉盛店的主厨舒贵明是得过多次国际烹饪大奖的川菜大师，他自己就是土生土长的四川人，曾在成都几家五星级酒店担任过厨师长。2023年的整个夏天，他都在不断地调试川谱私房菜的菜品，从凉拌菜的软硬到炒海鲜的火候，试菜的客人们也许多口难调，他却需要把握住最精准的平衡点并把它确定下来。

到8月正式开业时，川谱私房菜已经在多个项目上具备了独步法拉盛的核心竞争力——比如沸腾鱼，青花椒的香气融合在咸淡适中的辣椒油里，嫩滑有弹性的鱼片浸在里面更显色泽鲜美，一片接一片地吃着就很难让人收嘴停下来。

还比如这里宽松的座位和精致的包间，配上青花瓷的餐具很能提升就餐的舒适度。所有的配置都是往高端走的，但由于环境竞争压力的巨大，这里的价位却不敢往高了定。老板想要借法拉盛的人流量来拉动薄利多销，尤其是午市，麻婆豆腐、回锅肉和茄子炒豆角三款家常菜套餐标价分别不到10美元。

“我们主打川菜但也不仅有川菜，”老板铭哥说：



“我们也有粤菜闽菜的专业师傅，点心、烧腊、海鲜、刺生都有，还可以接受私人订制，要不怎么叫私房菜呢？”

最近一段时间，法拉盛的川谱私房菜已经在华人圈声名鹊起，每天晚上的包间都被订满，很多有故事的人，很多在华人圈为人所熟知的社团、组织、单位都在这里出现，有人把这里当做食堂，有人专门跑来“打卡”。带着摄影器材来探店的人也越来越多，有明察的，暗访的，尝鲜或者监督的，身着浅色汉服的服务业小姑娘都是笑脸相迎。

现在每天晚上，透过川谱私房菜透明的玻璃门窗都可以看到店里宾朋满座的样子。当华灯初上，法拉盛觥筹交错的繁华乐章中又多了一片欢声笑语。📍

COVER
STORY
餐饮人生

海参王

梁叔

文、图 | Lan Xie



我在洛杉矶寻找采访素材时，有三个人都跟我推荐了权哥。

先是洛杉矶一位很有作为的律师，他对美食颇有心得。他跟我推荐说：洛杉矶餐饮圈有位“海参王子”值得一采，大家都叫他“权哥”。他的海味生意做得很大，不少参茸行也都从他那里进货。

再有一次，一位学长在洛杉矶最好的上海菜馆之一，上海滩 Shanghailander Palace，宴请诸位校友，席间有一道菜胆海参。他介绍道，这个海参是拜托了朋友特地订的加州野生海参，品质上乘，得来不易。于是就有人好奇地打听从哪里得来，学长报出名来，正是“海参王子”权哥。

后来，采访一位餐饮家，他表达自己对食材的追求时，也说到从权哥那里进货，烹饪高档菜肴。

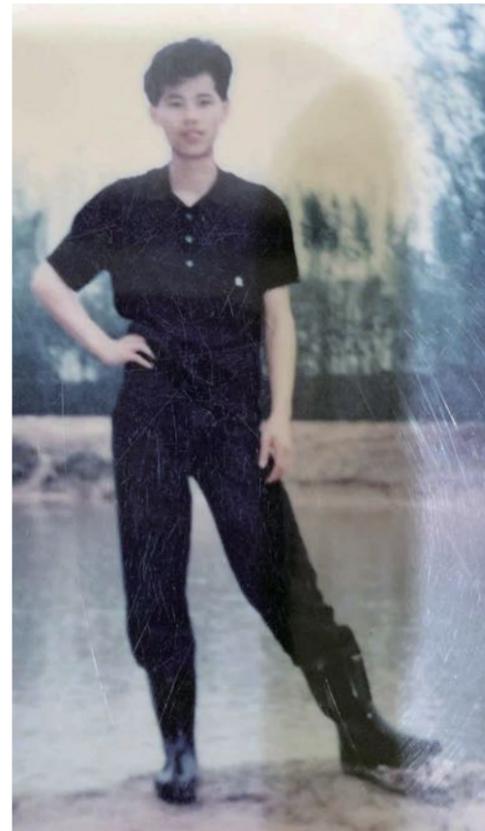
在洛杉矶地区，经营海参的商家零零总总好几十家。没想到我连着几次被安利的是同一位。这令我产生了强烈的好奇，于是有了在南加一个艳阳冬日的午后进行的采访。

四十年前，改革开放大潮已经喷薄涌动，尽管《繁花》里的“阿宝”还一事无成，广州的高第街已经诞生了新中国的第一批个体户，少年梁权也在其中。

弄潮少年

“海参王子”权哥，大名梁权，英文名是 Tommy Liang。他的胜华食品批发公司，就设在洛杉矶东区南艾尔蒙地市 (South El Monte)。

大洛杉矶地区位于地中海型气候带，终年阳光明媚，气候温和，即使冬天，也温暖如春，艳阳高照。透过在阳光下敞开着的大仓库大门，琳琅满目皆是中华餐饮最看重的海味食材。鲍参翅肚四宝里，除了翅在 10 年前已加州禁售，其他鲍参肚、燕窝等海味干货都满满当当地陈列在诺大的仓库里，丰足之谓油然而生，恍惚置身于广州一德路中国最大的海味批发市场。



19 岁时，梁权已经是新中国最早的市场弄潮儿。



把时光的指针拨回到四十年前，改革开放大潮已经喷薄涌动，新中国的第一支股票刚刚发行，新时代大幕徐徐拉开；尽管《繁花》里的“阿宝”还一事无成，广州的高第街已经诞生了新中国的第一批个体户，少年梁权也在其中。

后来成为权哥的那个少年当时还是广东开平的学生仔，开始在新中国最早的市场经济大潮中试水弄潮。每到放假，他就跑到广州搵钱，在高第街卖电子表。再后来，梁权转战三元里桂花岗梓元岗一带，有了自己 8 平方米的铺头，阁楼睡觉，楼下店铺，他卖香烟，卖电子表，卖录像机计算机打火机，什么赚钱卖什么……而他的心，开始向往更远的地方。

“我想到外面去！”

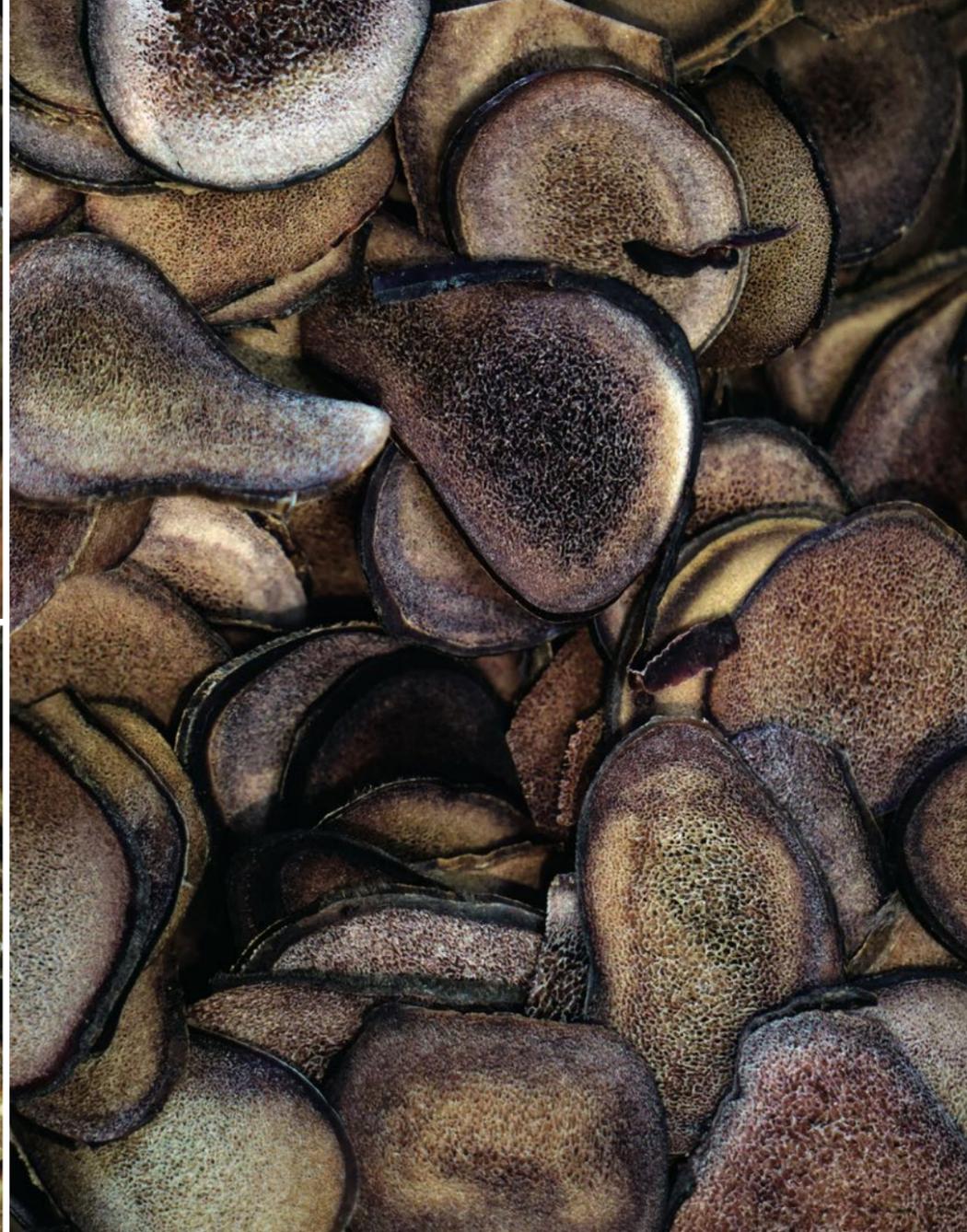
80 年代末，“我想到外面去发展。”梁权说。他决定冒险偷渡澳门，结果失败了；然后又

去香港，还是失败。命运的齿轮有自己的轨迹。如果不是这两次失败，他也就不会来到美国。

1994 年，中国正式动工建设三峡工程；上海东方明珠电视塔落成；《繁花》里的宝总与爱他的人失之交臂，孤身来到上海浦东种鲜花，准备新的发展；梁权所在的三元里，刚刚诞生第一家皮具批发中心，正在为成为未来中国最大的皮具城做准备。而梁权自己，和他将要相濡以沫三十多年的爱人一起也在梓元岗憧憬着未来。

这个未来不在梓元岗，不在广州，而是在美国。虽然那时的梁权，不会想到自己将成为美国未来的“海参王子”，但他很清楚地知道，他将要到美国展开自己的人生画卷。

人还未到美国，梁权已经找先期到达美国的亲戚帮忙注册了现在的这间胜华公司。第二年，梁权以合法的移民方式，踏上了美利坚合众国加利福尼亚州洛杉矶的土地。





海味王国

一开始，胜华公司主要业务是为洛杉矶当地中餐馆送货，大米面粉菜油鲜肉。餐馆一般都是迟付款，有的甚至晚三个月，更惨的是，有的餐馆倒闭了，货款一分都收不回。最多的一次损失了4万多美元，几乎是一年白干。

当时梁权不光在洛杉矶地区送货，最远会送到拉斯维加斯。每天都是从早上7点起来做工，一起做到晚上11点。回忆起当年的辛苦，梁权说，年轻时候反而不觉得累，大家都是这样拼命。“赚两三百就很开心。”

而时针走到1997年时开始有了转机。这一年，香港回归中国；梁权从前待过的广州三元里，先后进入桂花岗皮具批发市场的公司猛增了5000多家。而梁权，在给餐馆送货的过程中，凭着当年在桂花岗市场跌打滚爬中培育出的市场感悟能力，敏锐发现了高档餐馆对海参的需求在逐渐大幅增加。

于是，梁权果断放弃了其他食材而倾力于海参业务，直接从墨西哥大批量地进口半成品在加州晒制为成品，抛离一层又一层的中间环节，直接送货给高档餐馆，从中获得市场份额。梁权也成为了现在大家口中的“海参王子”权哥。胜华的财务拿来仓库发货记录本，只见上面密密麻麻地写着大洛杉矶地区几乎所有耳熟能详的高级中餐馆，他们一般都是在“海参王子”这里进货。

也是在1997年，梁权迎来了大女儿的出生。再过两年，儿子也来到家里。梁权说，他最快乐的一刻就是陪伴着太太将孩子生出的那一刻，新生命的诞生将四周的一切都带向了欣欣向荣。生意和家庭都进入了收获的季节。随着儿女的到来，Tommy的海参生意也节节高升。

梁权和墨西哥的海参业者大力合作，用良好的资金信誉大量收购捕捞自墨西哥海域的野生海参，经过自己再加工后，从2000年起大量出口至香港地区。原本墨西哥海参的价格只有39美元，因为被他大量出口至香港而从此价格连年大涨，现在价格已翻了十倍。2009年-2013年的海参销售更是达到了巅峰，捕捞量和转口香港的销量也达到了历史最高点。

以海参业务为基础，梁权也将其他的滋补佳品纳入了经营范围。如血胶等高品质鱼胶，瑶柱，野生西洋参，干鲍，鹿茸，石斛，二十年的陈皮，顶级燕窝等产品也已经在公司里广受客人的欢迎。“海参王子”建立起了他的海味王国，鲍参翅肚，各类海味干货，传统中华餐饮推崇的滋补佳品，或名贵或大众，胜华皆一网打尽。“我们的海味世界各地的都有”，冰岛、南非、阿拉斯加、墨西哥，胜华公司的仓库有着从世界各地各来的山珍海味。

不止于此，梁权又率先开发出加州本地的野生海参，在风景秀美的中北加州附近的太平洋海域自主捕捞，自主收购，自主运输，自主晒制加工，自主营销，占尽价格优势和产品优势。在胜华公司的冷库中，我们观察到了被急冻后大量保存的加州产地的八角参，据工人介绍，待到高温干燥的日子，这些海参就会被放置在加州阳光下曝晒，最后作为成品批发进入到本地市场和香港及大陆市场。

近二十多年来，华人需求逐年增加，而野生海参生长周期比较慢，目前浅近海域的货源越来越少，必须潜入深海才能采集，导致了产量下降价格急升。即便如此，胜华公司每年还是至少能保有2万磅的产能，执业界之牛耳。

所有的奋斗都值得被赞美

来到美国近三十年，梁权拥有一个成功的人生。但是他说，他也有遗憾。十多年前，他决定成为美国公民，好把妈妈从故乡接来加州。为了考公民，他非常努力地学英语，买了一台录音机，一边送货一边不断地重复播放，直到听熟。终于，梁权成功考取了公民，可以接妈妈团聚了。而妈妈却就在这一年过早地离开了。

如果当年不出国，一直在广州梓元岗稳扎稳打，那个过早闯荡江湖的弄潮少年现在可能不会成为叱咤海味江湖的“海参王子”，但也许也会成为一位卓有成就的中国富豪。当年的梓元岗，在十年前就已发展成为中国规模最大、档次最高的皮具批发市场，不知造就了多少个千万富翁。然而，人生没有假设，我们只需要确定，无论在故土还是新国，无论你是中国人还是美国人，所有的奋斗都值得被尊重，被赞美，被记录。📌



HOW
TO
BE
A
RESTAURATEUR

如何
成为
餐饮家

烹饪需要视野

Margarita Manzke

文 | Daisy Shao
图 | République



来自菲律宾的玛格丽塔·曼茨克 (Margarita Manzke) 现在已经成了洛杉矶的糕点女王。

自 2013 年与丈夫沃尔特·曼茨克 (Walter Manzke) 共同开了 République, 这位亚裔糕点女王让洛杉矶变得更加甜蜜了。尽管没有接受过正规的糕点师教学, 但她已成为加州最顶尖的面包师之一。每天早上, République 餐厅外, 都有粉丝在排队, 只为了抢到一份玛格丽塔的招牌牛角包或者蛋挞。

玛格丽塔·曼茨克已经连续 8 年获得美国“餐饮界的奥斯卡”——詹姆斯·比尔德奖——的杰出糕点师提名, 直到 2023 年, 她终于赢得了这一奖项。

以下是 Manzke 告诉《餐饮家》的:

- 我的烹饪哲学围绕着持续成长和学习展开。它意味着抓住出现在我面前的机会, 不断延伸我的烹饪专业知识的边界。我坚信拓展烹饪视野的重要性。每一个新机会, 无论大小, 都是学习、实验和提高的机会。
- 我认为一个厨房必须要有源源不断的创新创意, 厨师需要持开放的态度接受新的想法和技巧, 追求在烹饪领域取得新的高度, 追求卓越的烹饪工艺。
- 我一直都想创办一个品尝菜单 (tasting menu), 当合适的机会最终出现在我面前时, 我毫不犹豫抓住了它。
- 我的品尝菜单是一次既美味又独特的烹饪之旅, 这是我对食客的承诺。
- 我精心设计它, 让每一道菜品都能够讲述一个故事, 唤起食客的情感, 超越传统的用餐体验。我希望我的菜单可以给客人带来惊喜, 可以带他们踏上一次难忘的美食之旅。
- 菲律宾文化在我的烹饪生涯中占有很重要的地位, 对我有深远的创作启发。我经常可以在洛杉矶市中心历史悠久的大中央市场的 Sari Sari Store 闲逛时找到一些新的创作灵感。这些灵感

让我能够以将传统的菲律宾口味与现代元素相融合, 并最终呈现了我的作品中。

- 旅居海外这些年, 在不同的餐厅工作, 拓宽了我的烹饪视野, 看到了不同的厨师的烹饪哲学。我有机会尝到不同的食材, 学到不同的烹饪技巧, 我把它们融汇贯通, 形成自己的风格。
- 我很看重食材的新鲜。加州的食材不仅为我们的菜肴增添了本地和新鲜的特色, 还使我们与不断变化的季节保持同步。
- 品尝菜单既是我的一场冒险, 也代表了我烹饪生涯的新高峰。创造这份菜单让我有机会尝试不同的风格、食材的质地和食物的呈现方式。我的烹饪哲学也会一直推动我, 让我去不断创新, 不断尝试。
- 品尝菜单和烘焙在对烹饪工艺和执着的方式上有着共同的纽带。虽然它们可能没有相同的具体主题, 但它们都来自内心。

【注】品尝菜单, tasting menu, 主厨通过品尝菜单来展现其对厨艺与哲学的理解和造诣。高档餐厅经常这种形式来体现主厨的拿手好菜, 从开胃菜到主食、甜点, 一般有 8-12 道之多, 长的甚至有 40 道, 用餐时间三四个小时不等。📌





Margarita Manzke

My cooking philosophy is continuous growth and learning

By Daisy Shao
Image courtesy of République

Margarita Manzke, hailing from the Philippines, initially ventured into the Los Angeles culinary scene, gaining experience at some of the city's most renowned restaurants, such as Patina, Spago, and Mélisse. In the early 2000s, she and her husband, Walter, relocated to Carmel, where they introduced highly-praised dining establishments: Bouchée, Cantinetta Luca, and l'Auberge Carmel, where she honed her expertise in crafting the signature French baguette. Manzke subsequently returned to Los Angeles, assuming the role of Pastry Chef at Bastide Restaurant. In the years that followed, she went on to establish a string of award-winning culinary concepts in Los Angeles, including République, Petty Cash Taqueria, Sari Sari Store, Bicyclette, and Manzke.

At République, Manzke pushed the boundaries of her craft, infusing her creations with distinctive techniques and flavors that set her apart. Her innovative work at République earned her nominations in the James Beard Awards Outstanding Pastry Chef category for eight consecutive years. In 2023, her dedication was rewarded with a win for Outstanding Pastry Chef or Baker. République has consistently left its mark on the Los Angeles culinary scene, frequently featured on the prestigious Los Angeles Times "101 Best" List and endorsed as one of Restaurant Critic Bill Addison's top recommendations for both friends and readers.

The delightful 624 S. La Brea Building stands as an iconic Los Angeles landmark, with its roots tracing back to the early 1920s when it was constructed by none other than Charlie Chaplin. In its storied history, the building has been home to celebrated establishments, including Nancy Silverton's Campanile and La Brea Bakery.

Here are what Manzke told the Restaurateur:

- My cooking philosophy centers around continuous growth and learning. It's about seizing the opportunities that come my way to push the boundaries of my culinary expertise. I firmly believe in the importance of evolving and expanding one's culinary horizons. Every new opportunity, whether big or small, is a chance to learn, experiment, and improve. This philosophy reflects a commitment to embracing creativity and innovation in the kitchen, staying open to new ideas and techniques, and always striving to reach new heights in the culinary world. It's about never becoming complacent and always pursuing excellence in the craft of cooking.
- We were inspired to create a tasting menu by our longstanding aspiration to do so. The concept had been a goal of ours for quite some time, and when the right opportunity finally came our way, we seized it.

- What sets our tasting menu apart and makes it special is our commitment to crafting a culinary journey that's not only delicious but also a unique experience for our diners. We meticulously curate each dish to tell a story, to evoke emotions, and to showcase the diversity of flavors and techniques we're passionate about. It's a chance for us to showcase our creativity and expertise in a way that goes beyond the traditional dining experience. We aim to surprise and delight our guests, taking them on a memorable gastronomic adventure.

The inspiration for my cooking comes from a diverse range of sources:

- Cultural Heritage: One significant source of inspiration is my Filipino heritage. I bring a fresh perspective to Filipino cuisine at Sari Sari Store in the historic Grand Central Market in Downtown Los Angeles. This allows me to blend traditional Filipino flavors with a modern twist, reflecting the food of my upbringing.
- International Experience: My culinary journey also draws from my extensive experience both in the Philippines and internationally. This includes the 21 Wildflower Bakery and Cafés in the Philippines, which offer a variety of baked goods and café fare. This international exposure broadens my culinary horizons and allows me to experiment with different ingredients and techniques.
- California's Seasonal Ingredients: In Beverly Hills, at Bicyclette Bistro, we celebrate traditional Parisian bistro cuisine with a California twist. We emphasize the use of hyper-seasonal California ingredients, which not only adds a local and fresh touch to our dishes but also allows us to be in sync with the

changing seasons.

- Refined Tasting Menus: Our latest venture, 'Manzke', represents the pinnacle of my culinary career. The tasting menu concept at 'Manzke' is a canvas for our creativity, allowing us to experiment with flavors, textures, and presentations. This concept has earned us a Michelin Star in 2023, which is a testament to the dedication and inspiration that goes into every dish we create.
- The tasting menu and the bakery both are from my heart. Each takes their own form of dedication & discipline, and they keep my week diverse & interesting: They share a common thread in their approach to culinary craftsmanship and dedication. While they may not share the same specific theme, they both come from the heart and reflect my commitment to creating exceptional culinary experiences.
- The bakery represents a realm where the focus is on crafting an array of baked goods, pastries, and café fare. It showcases a dedication to perfecting the art of baking and delivering delicious, high-quality products to our customers.
- On the other hand, the tasting menu is my exploration of culinary creativity, with a focus on presenting a refined and innovative dining experience. It provides an avenue for experimentation and the expression of culinary artistry through a multi-course journey of flavors and textures.
- These two aspects of my culinary endeavors, while different in form, share the same underlying principles of dedication and discipline. They contribute to the diversity and richness of my culinary journey, keeping each week interesting and fulfilling as I pour my passion and expertise into both areas. 🍷





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。

我的员工给客人送吃送喝换小费，算偷吗？

【问】餐谋长您好：

我是一家快餐连锁店老板，我最近发现员工为了取悦顾客和增加小费，免费提供汽水和甜点，说是“我请客”，其实是我在付钱！我应该因为他们的偷窃行为解雇他们吗？



【答】千万不要这样做！因为这是不合法的。

你担心这个问题是对的。

员工这样做确实有点像偷窃，因为他们用你的东西换取自己的好处（更多小费）。这跟他们偷偷给朋友或家人免费东西，或者私自拿东西吃，没有区别。

你有权利惩罚他们，包括解雇，但在这之前，你应该告诉他们他们做错了，这样做违反了店里的规定。

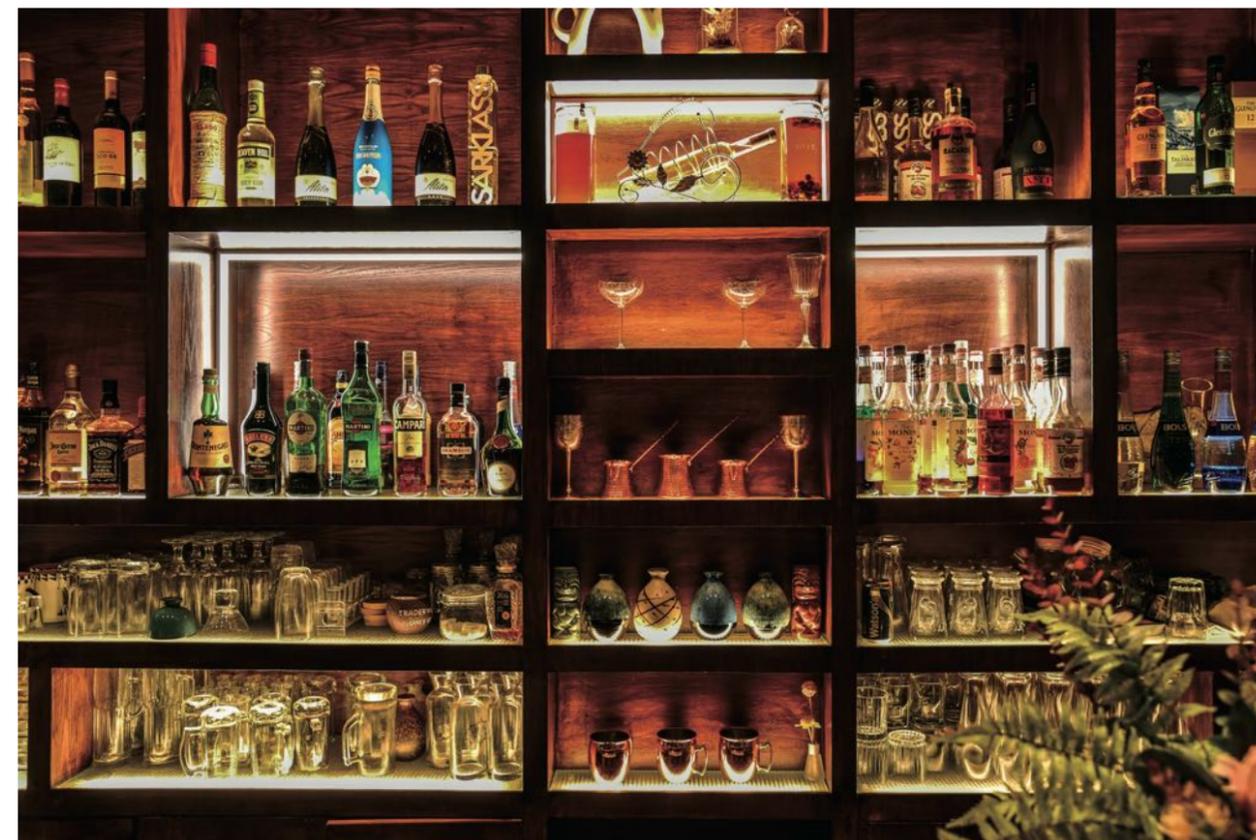
但是，这个问题也显示出你店里的管理和规则可能有问题。我建议员工在某些情况下可以免费给顾客东西，比如饮

料和甜点，特别是当顾客等得久或者订单出错时。但是，这些免费的东西应该通过收银系统记录下来，让管理层知道并有据可查。

对于比较贵的东西，比如整顿饭或者主菜，你可以要求员工必须得到管理层的同意才能免费提供。

现在看来，你的店里没有这样的规定。员工找到了这个漏洞并利用它。

所以，我的建议是，你应该解决的是整个系统性问题，而不只是它带来的一些小问题。如果你不改进员工培训和规定，只是解雇员工，可能会导致以后



出现同样的问题。

现在我们来谈谈，如果你的餐厅经常这样做，但没有正确记录下来，会怎样影响你的财务报表。

其实，如果你的员工经常免费送东西给顾客，但你没在财务报表上正确记录，这就会让你的收入和成本计算出错。

有两种常见的错误：

如果你没记录这些免费送出去的东西，你的账本看起来可能会平衡，因为你的收入和实际收到的钱差不多。但问题是，你的成本会被算得太高，因为你没把免费送出去的东西剔

除出去。这样你就不知道是不是你的菜单定价不对，或者是不是有人偷东西或者浪费太多。

另一个错误是，你可能把免费送的东西算作营销费用。这样做虽然可以让你的成本看起来正常，但实际上你的销售、成本和营销费用都被算多了。这意味着，除了成本之外的其他费用都被算少了，而且基于销售额的任何费用或负债（比如租金或销售税）可能被多付。

正确的做法是这样的：你需要从销售成本中减去免费提供（赠送）的东西的成本，并在其他地方记录这个

费用。同时，还要从你的销售和费用中去掉免费提供的东西的零售价值。基本步骤是这样的：

步骤 1：首先，把免费提供的东西（无论是食物还是饮料）按照它们在店里的正常卖价记录在销售类别里。因为这些东西是免费给顾客的，所以实际上你没收到钱，这部分损失就暂时记在营销费用账户里。

步骤 2：在会计期末，等你调整了销售成本（考虑到期末的实际库存），再来计算食物和饮料销售成本的百分比。

步骤 3：接下来，把这段时间内你免费提供的东西的零

售价值，乘以相应的销售成本百分比（比如食物的零售价值乘以食物销售成本的百分比，饮料同理）。这样算出来的结果，就是你免费提供的食物和饮料的成本。

步骤 4：最后，你需要在账本里做一个调整，把免费提供的东西的零售价值从销售和费用里去掉了。然后再做一个调整，把免费提供的东西的成本记作营销费用，并相应减少销售成本。

总的来说，作为老板，你需要确保你的员工不乱送东西，并且要正确记录所有的销售和成本。这样你的财务报表才会准确，才能正确管理你的餐厅。📌



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) | \$13,500 | \$54,000 | \$94,500 |
| 封三 (封三对页) Back-Cover-Inside (Back P3) | \$12,000 | \$48,000 | \$84,000 |
| Front P4-P9 Back P4-P9 | \$6,000 | \$24,000 | \$42,000 |
| 封面 Front Cover | \$90,000 | / | / |
| 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 |

餐飲家

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，是中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。

LITTLELABA
P.O. BOX 540899
FLUSHING, NY 11354

PRESORTED STD
US POSTAGE
PAID
GARDENA CA
PERMIT NO. 40



第  届
餐饮家金像奖

它不是“餐饮奥斯卡”
它不是“中餐米其林”
它是你的金像奖
它是我们的金像奖

主办：《餐饮家》杂志社
联合主办：美国中餐联盟
协办：美中餐饮协会

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