

餐 饮 家

The Entrepreneur

专题
移民喂养美国
Immigrants
Feed
America

COVER
STORY
封面故事

他在法拉盛
建了一座城



<https://canyinjia.us>

ISSN : 2771-2680
定价 : \$8 Price : \$8



如意财商业信贷

没有套路
只有真诚“对贷”

至高500万
最快24小时放款



额度高

额度高达
500万

放款快

24小时
极速放款

放心贷

正规平台
放心申请

费率低

费率低
至5%

SBA贷款

政府担保
超低利率

定期贷款

中短期
固定利率

设备贷款

100%全款覆盖
分期买设备

商业地产贷款

租金变月供
自己当房东



免费咨询
646-887-9089



扫码关注

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

www.ezcapital.com

扫码关注



免费咨询
646-887-9089



烤

MULTIPURPOSE DUCK ROASTER SERIES

北京烤鴨爐

- 恆溫控制
- 三寸厚絕緣隔熱層
- 均勻加熱
- 超大空間
- 容易清潔
- 耐熱安全鎖
- 排煙管設計



恆溫控制儀表盤



三重保護
三英寸厚隔熱材料

匠心設計
輕松打造『星級美食』
● 北京烤鴨
● 烤雞
● 燒鵝
● 叉燒



炒

港式鼓風機爐

- 高速渦輪炒鍋爐腔
- 球墨鑄鐵爐腔
- 加大加高型尾撐
- 智能冷卻系統
- 廢物收集籃
- 自動出水旋轉水龍頭

1/4
加厚不銹鋼



MegaHeat®

超級猛火
鼓風機系統

五味架系列
● 優質重型不銹鋼
● 可調節底架
● 易于組裝



炙

MULTIPURPOSE PORK ROASTER SERIES

廣式烤豬爐

- 重型不銹鋼頂部滑軌
- 四寸厚耐火磚
- 四面環繞均勻加熱
- 超大空間
- 容易清潔
- 耐熱安全鎖
- 排煙管設計



● 叉燒
● 烤雞
● 燒鵝
● 酥香軟嫩



● 醇厚留香
● 烤全羊
● 烤牛排



● 恆溫炙烤
● 鮮美爆汁
● 脆皮烤豬
● 北京烤鴨

專業打造
還原『地道風味』



烤

ELECTRIC MULTIPURPOSE DUCK ROASTER SERIES

電烤鴨爐

- 超大容量設計
- 創新零油煙系統
- 自動清潔系統
- 均勻加熱
- 耐熱絕緣保護層
- 十六檔烤炙模式
- 一次設定
實現多種『地道美食』
- 北京烤鴨
- 烤雞
- 燒鵝
- 叉燒
- 烤乳豬



“宏”
一次可烤炙十六只
超大容量



“零”
油煙

L&T
紐約爐頭
RESTAURANT EQUIPMENT
專業品質，您的廚房定制專家



pandarange.com



ekitchensupply.com

917-204-1697
917-204-1705



October 2025

46

专题

移民喂养美国
Immigrants
Feed
America

《餐饮家》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)。这句话出自世界名厨何塞·安德烈斯 (Chef José Andrés) 之口，凸显了餐饮行业作为一个为人民提供食物的行

业，一个把人们通过食物连结在一起的行业，一个提供关怀鼓励分享的行业，其意义超越了单纯的利润，深远而美好。

亲爱的读者，我们希望您在阅读本期杂志的文章时，把这句话当作它们的旁白。

三个 喂养美国人民 的移民

20 他在法拉盛建了一座城



33 他想改变美国素食文化



39 他想让美国认识东北菜



CONTENT

14

三个被 ICE 突袭的中餐人

知名中餐馆被“抄家”，
合法员工遭集体抓捕

“镇上最勤奋的人”被抓走
中餐馆老板面临驱逐

中餐馆老板被 ICE 抓走，
保守小镇居民纷纷声援



MenuSifu × 小红书

正式成为跨境官方代理商

\$200

蓝V认证

\$600

抢先享, 仅限66个名额!

作为北美餐饮数字化领军企业，MenuSifu拥有 12 年行业经验，服务超过 15,000+ 家餐厅，提供全链路数字化餐饮解决方案。

专业支持 · 全链路服务

专注本地 · 唯一跨境营销代理商
官方背书 · 蓝V认证快速通道
数据驱动 · 转化率高于行业平均
全链路整合 · 从创意到投放一站式服务
长期陪伴 · 灵活模式助力持续增长
战略优势 · 直连北美年轻高消费群体

本次与小红书携手，将助力品牌

• 精准触达北美华人高价值消费群体
• 打造品牌口碑与影响力
• 降低营销门槛，高效获客转化
• 跨平台整合投放 (小红书 × Google × Meta)



马上开启小红书合作



Contact: Angie Chen
Email: angie.chen@menusifu.com



CONTENT

October 2025

46

11

酸甜苦辣

颤抖的手



餐饮是件伟大的事

——悼念餐饮家赵晗



42

餐盈之道 PROSPERITY RECIPE

时代在变，餐饮的本质始终不变



44

数据 DATA

每月 71.5 万人离职，美国餐饮业正在经历什么

46

餐饮秘笈 SIFU'S IDEAS

餐厅招人都有哪些靠谱渠道？

餐飲家
The Restaurateur

2022 年 1 月创刊 2025 年 10 月12 日出版

Vol. 10 Issue 46

出版发行
《餐饮家》杂志社
8 The Green, Ste A, Dover,
DE 19901

Email: info@littlilaba.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 / Shuhang / Yanran

Art Director
An Yang

Coordinator
Wenling Chang

ADVERTISING DEPARTMENT

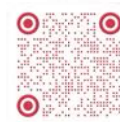
Business Development & Partnerships Director
Angie Chen

CONTRIBUTORS

Daisy Shao / Yixiao Ren / Xiaolan Tou
HaiqiangLyu 吕海强 WWW.HAIQIANGLYU.COM



Instagram



rednote



微信公众号



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

专供餐馆用高品质点心麵食, 冷冻运输可送达全美, 欢迎索取样品

High Quality Dim Sum/Appetizer

Made for Restaurants & Foodservice Industry. We provide free sample (not include shipping) 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



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



奶皇包
Egg Custard Bao
Net weight: 21 lb, 180 pcs



素菜包
Vegetable Bao
Net weight: 20 lb, 144 pcs



白菜虾饺
Bokchoy Shrimp Dumpling
9 lb, 100 pcs per case



小笼包
Shanghai Pork Dumpling
11 lb, 160 pcs per case



叉烧包
Charsiu Pork Bao
21 lb, 144 pcs per case



黑芝麻流沙包
Sesame Lava Bao
Net weight: 21 lb, 180 pcs



红豆椰奶包
Red Bean Cream Bao
Net weight: 21 lb, 180 pcs



香兰叶包
Pandan Bao
Net weight: 21 lb, 180 pcs



芋头包
Taro Bao
Net weight: 21 lb, 180 pcs



榴莲包
Durian Bao
Net weight: 21 lb, 180 pcs



鸡肉包
Chicken Bao
21 lb, 144 pcs per case



生煎素饺
Vegetable Dumpling
11 lb, 100 pcs per case



生煎韭菜粿
Chives Dumpling
11 lb, 100 pcs per case



潮州蚵蜆
Chaozhou Shrimp Cake
9 lb, 140 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



牛肉煎包
Beef Jian Bao
Net weight: 18 lb, 180 pcs



韭菜盒子
es Pocket
11 lb, 80 pcs per case

从火锅到快餐

BOTRISTA 助力知名连锁品牌、打造饮品新体验

知名连锁火锅店

Annual Net Profit

\$25K - \$28K

Avg. CSD

30

Gross Margin

56%

海底捞是一家全服务火锅餐厅，主打高品质的堂食体验和个性化服务。用餐环境热闹而温馨，适合家庭聚会，并提供酒水和饮品，陪伴顾客度过悠长的用餐时光。Botrista 饮品则为顾客带来更轻盈、清爽的选择，平衡火锅浓烈辛香的口味。



国际连锁炸鸡品牌-Jollibee

Annual Net Profit

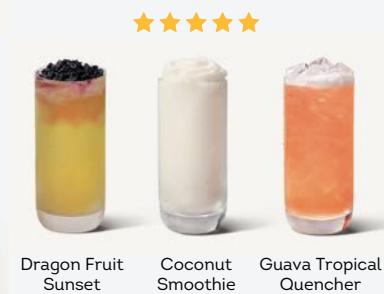
\$68K - \$70K

Avg. CSD

56

Gross Margin

61%

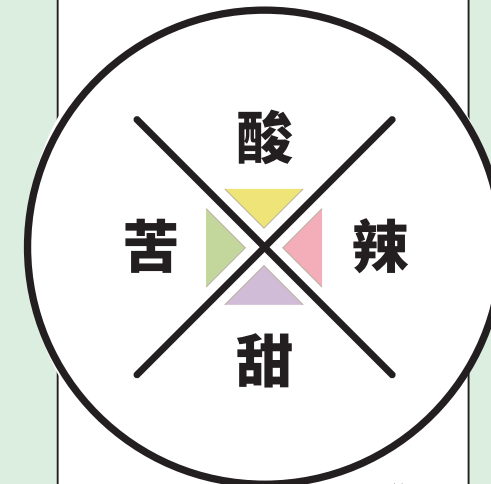


Jollibee 是一家快时尚的亚洲快餐品牌，以现代化的饭碗和舒适餐食为特色，采用快捷的服务模式。它兼顾外卖与堂食需求，主打高效与广泛的受众群体。Botrista 饮品则通过时尚、可定制化的特色，为其精简的菜单增添亮点，进一步提升整体用餐体验。



► 了解更多详情，请扫描二维码

Botrista, Inc. - 让每一杯饮品都成为利润增长点



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。

如何找到我们

电邮：
editorial@littlaba.com

扫描二维码
填加餐饮家小助手或餐谋长微信



在《LittleLaba 餐饮家》
社交媒体留言





本文作者蒋文涛大厨应邀参加 2025 年 9 月 9 日在曼哈顿举办的“味承东方：中国美食征服纽约”活动，现场展示拿手好菜。图为正在准备薄如纸巾的鱼片。

(Wentao Jiang, New York, NY)

颤抖的手



金牌鱼卷。
国粹麻将冰淇淋。

我很小的时候，手就开始颤抖。三岁那年，爷爷看着我，叹息说：“这孩子，将来怕是做不得厨师。”于是，在四代同堂的餐饮世家里，我成了那个被判定要离开灶火的人。

可命运的趣味，往往比人的安排更深情。我在餐馆里出生，在酒店里长大。灶火的香气与锅勺的碰撞声，早已写进我的血脉。小学一年级，我便偷偷学做烤烧，还能变出十二道鸡蛋菜。只是，这双颤抖的手总与我作对：切菜时，总会划破自己的手指；洗碗时，必定要摔碎几只碗碟；斟酒时，酒水常常洒到别人衣襟上。

读初中时，亲戚们担心我患了帕金森。直到我走入社会，辗转各地求医，才得知这只是“特发性震颤”。最后在上海华山医院，医生对我说：“这颤抖不会影响寿命。”我这才真正放下了心里的石头，原来我还能做下半生的餐饮人身份。

这些年，手上布满了刀痕和烫印。于是我随身带着指套，只为少一分意外。许多人看我做菜时摇头：“手抖的人，做不了厨师。”可我不信。即使旁人眼中尽是怀疑，我依旧一次次走进厨房，与师傅们交流切磋。尽管手抖下盐总不准，我仍未想过放弃。哪怕全世界都看到我的笨拙，我也要一次次练习，把鱼片“抖”得如纸般轻薄。

手抖，是我四十年的事实。但我愿意用余下的四十年，把颤抖化为热爱，把热爱化为技艺。学习或许缓慢，动作或许笨拙，可对美食的文化领悟总是温柔。

感谢 Tom、北辰、Jeffery、Veiveilalala、Lee、Cathy，以及所有曾经鼓励我的人。你们让我明白，一个手抖的“小学生厨师”，也能在炉火间站立，坚定而微笑，把颤抖的手，变成一段有意义的坚持。📍

本文作者蒋文涛为第三家餐饮家金像奖杰出厨师·楚菜大师，著有《千年楚菜》。图片由作者提供。

(Beichen Hu, New York, NY)

餐饮是件伟大的事 ——悼念餐饮家赵晗

赵晗走了。消息传来时，身边很多人心里都一阵空落。各大媒体纷纷报道，人们以不同的方式缅怀他。而我想写下的，不只是新闻里的光环与头衔，而是那些鲜活的片段——纪念他曾经给这个世界留下的真诚与美好。

他常说自己是个“大 P 人”，做事总带着心血来潮的即兴。印象最深的一次，是在纽约的清晨六点半，接到他从 JFK 机场发来的语音，我还在困倦中以为有紧急会议，却原来他正在赶飞机，一时兴起，突然把中美两地的合作伙伴临时拉进微信群开会。最开始只有三四个人，后来大家越聊越兴奋，他不断把人拉进来，直到这场“会议”变成了一场热闹非凡的“赶飞机直播秀”。更有意思的是，会议结束后，他随手就把这些人留下，干脆组了个群，取名叫“赵晗各地餐饮好友”。慢慢地，这个群像滚雪球一样壮大，最后竟拉进来了全球各地的 385 人。群里的对话也是即兴的、热烈的，天南海北，正像他本人一

样——永远无法预测，却总能带来意外的火花。

和他初识时，也是一段别样的场景。那天我们和一位友人在法拉盛的一家苍蝇馆子小聚。那里的江湖川菜，麻辣奔放，烟火气十足。酒喝得微醺的时候，他忽然坚持要把店里既是老板又是大厨的人请出来。大厨满头油光，正忙得不可开交，却还是被他硬生生请到桌边。他简单自我介绍后，不等别人多说，便热情洋溢地邀请这位老板去参加国内版《黑白大厨》的节目，说导演还是他的同学。我一时惊讶，却又忍不住被他的真诚打动。那种毫无预兆的邀约，不是出于浮躁，而是发自内心的热情与执着。他不想这么好的手艺，这么有趣的灵魂，被埋在法拉盛的一隅。

在很多人眼里，他可能显得“不按常理出牌”。但在我眼里，他是待人最真诚、对事最有感觉的人。他有种特殊的敏锐，能从一盘菜里感受到手艺背后的灵魂，能从一次偶遇里捕捉到人与人之

2024 年 9 月，赵晗跟我们一起在餐饮家俱乐部在纽约的活动中分享他对中餐出海的见解，他呼吁中国的餐饮企业家团结起来，不要“内卷”。



间的温度。他不喜欢条条框框、一板一眼的严肃，更不喜欢在讨论商业模型时被预设的路径束缚。他更像是一名云游四方的诗人，怀揣着热情与真诚，以食物为笔，以故事为墨，把生命活成了一段段生动的行吟。

你若回国出差，路过他的地盘，他总会很认真地给你推荐那些藏在沧山洱海间、被他亲自打卡过的小店。店面或许简陋，不见奢华的装修，却总是味道极佳，特色鲜明。他像在讲述一段秘密，带着骄傲与真心，让人不只是去吃一顿饭，而是与食物、土地和人情建立起一种难得的连接。这些推荐，本身就是他对生活最真诚的注解。

赵晗身上有一种“燃”的力量。他可以在最随意的场合，把所有人都点燃。他的语速，他的眼神，他那种不计较成败的执念，总是能让你在某一刻相信：餐饮是件伟大的事。不是因为开了多少店，不是因为做到多大规模，而是因为它让人和人

之间的距离被瞬间拉近。就像他拉群那样，三个人变成三百人，缘分在他的手里，总能开出意想不到的花。

如今，他走了。但他留下的不是空白。他留下的是一种姿态：坦率、真诚、无所畏惧；是一种力量：哪怕没有计划，也要即兴去燃烧；是一种痕迹：就像他随手拉起的群，最后竟连接了全世界。

纪念赵晗，并不是纪念他拥有的头衔和成就，而是纪念他那份稀有的真诚与洒脱。我们会怀念那个在凌晨六点半突然拉你开会的人，那个在苍蝇馆子里硬要拉厨师出来的人，那个在沧山洱海下认真推荐小馆子的人，那个用心血来潮串联起世界各地朋友的人。

他像云游的诗人，来时喧嚣，去时寂静。但他留下的那些故事，会在人们的心里，长久回响。📍

本文作者胡北辰为 WEFOOD 餐饮咨询平台高级顾问，ESSENT CAPITAL 创始合伙人。



逸品湯包 • USDA 認證食品加工廠

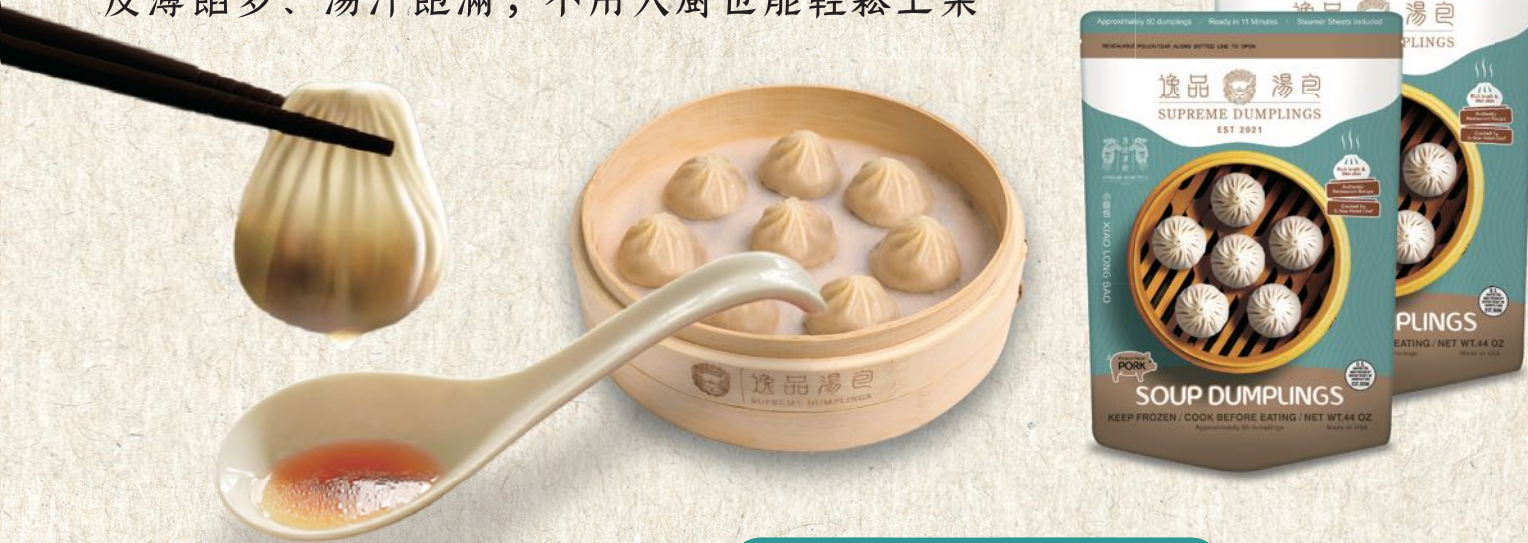
頂級小籠包冷凍批發商

助您攻下市場的秘密武器

► 五星主廚配方，9分鐘快速上桌

5-Star Chef's Recipe. Ready in 9 Minutes.

皮薄餡多、湯汁飽滿，不用大廚也能輕鬆上桌

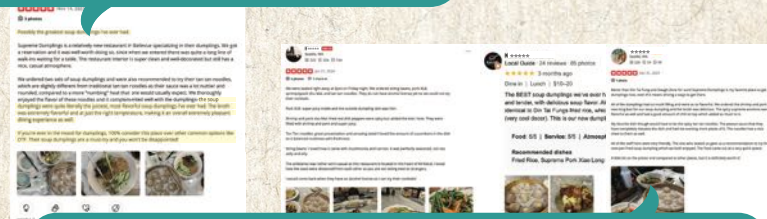


我們的成功，
來自市場實證的美味實力

Our success comes from
the proven deliciousness validated by our customers.

品牌源自餐廳，回流客口碑保證，
助力合作夥伴穩定營收及提升競爭力

這應該是我吃過最棒的小籠包



數不清的5星★★★★★好評：『比鼎泰豐好吃』

經典匠心，創造難忘美味！
Experience the legacy, one bite at a time.

立即訂購！Supreme Dumplings 頂級冷凍小籠包
助您餐廳生意火爆！

Let's connect and bring Supreme Dumplings to your menu!

Contact Information / 聯絡方式：

執行長 CEO	MOBILE	+1-206-313-0449
丁懿辰	EMAIL	brandon@kizuki.com
Brandon	LINE	amazon1023
	WeChat	GMT-ii1023

►► More varieties and flavors available!



餐飲要聞

Chinese
Restaurant
News

知名中餐馆 被“抄家” 合法员工 遭集体抓捕

9月2日，密苏里州圣查尔斯郡 (St. Charles County, MO) 一家知名中式自助餐厅 Golden Apple Buffet 遭联邦执法部门突袭。警方同时突袭了餐厅附近的住所，据称有数十名员工被带走。这场行动令当地社区倍感震惊。两名华人餐馆老板事后被控庇护无证客重罪，但代表部分被拘留工人的移民律师表示，他的所有客户都是合法居住在美国的。

荷枪实弹特工突袭中餐厅

被突袭的这家餐厅位于当地繁华地段，一直以客流量大、菜品丰富而颇受当地欢迎。9月2日清晨，餐厅门口突然停满了警车，荷枪实弹的联邦特工封锁了现场，让前来用餐的顾客和附近居民目瞪口呆。一位常客惊讶地说：“这家餐厅一直生意很好，没想到会出事。”

执法行动范围不仅限于餐厅，还涉及周边两处住宅。现场视频显示，联邦特工甚至出动无人机进入 Park Charles Boulevard South 的一栋住宅，带走多名疑似餐厅员工。邻居表示，当天大约有二十人被拘押。

同日，位于 Bruns Lane

Court 的另一栋住宅也遭突击搜查，车道上停着来自纽约、乔治亚、俄亥俄、弗吉尼亚和德州的外州车辆。邻居透露，该房屋同样有 15 至 20 人被带走。记者探访时，一名男子开门后仅用手势确认“有人被逮捕”，并表示不会讲英语。

附近居民认为这也许是餐厅员工的集中宿舍，因为每天都有车辆接送大量人员上下班。

餐厅随后张贴暂停营业的告示，原计划开设的第二家分店也可能因此搁置。圣查尔斯县警方证实，他们在行动当天协助 FBI 执行了法院授权的搜查令，但具体调查细节仍未披露。

两华人老板被控重罪

突袭当日，FBI 与美国移民及海关执法局 (ICE) 特工逮捕了该中餐厅的两名华人老板——叶国良（音译，Guo Liang Ye）和叶得金（音译，De Jin Ye）。联邦大陪审团对他们提出起诉，两人 9 月 3 日在密苏里东区联邦法院被控重罪。检察官指称，两人涉嫌隐匿、庇护及保护没有合法身份入境的外籍人士。检方表示，若两人罪名成立，最高可面临 10 年监禁及 25 万美元罚款。

9 月 8 日，两名华人老板叶国良与叶得金在联邦法院出庭。他们对窝藏非法移民的指控均表示不认罪。媒体从法庭上获悉，两名被告均已

在美国居住十多年，并持有有效绿卡，合法居留。法官还指出，他们至少在其他两个州经营着其他餐厅。一名翻译表示，他们不理解针对他们的刑事指控。两名被告计划在获释后尽快重新开放 Golden Apple Buffet。被告的家人和朋友也到庭支持，其中一些人甚至从外州赶来。

两名被告的律师在法庭上表示，得知 ICE 计划在未来七天内驱逐部分被捕的餐馆工作人员，他们很惊讶。因为如果律师没有机会访问证人，势必对辩护调查造成消极影响。两位律师主张下达命令，以确保他们能够访问这些证人。

工人有合法证件仍被无保释拘留

9 月 10 日，据 FOX2 的报道，代表部分被拘留工人的移民律师表示，他的所有客户都是合法居住在美国的。

“这些人没有做错任何事，他们遵守了规定。他们不应该被拘留。”律师吉姆·哈金说，联邦特工“把他们从卫生间拖出来，从床上拖起来，并检查了他们的证件，确认他们有资格在这里居住，但仍然决定继续对他们进行无保释拘留。”

FOX 2 联系了 ICE，询问哈金的客户既然合法居留，为何仍被关押。一位发言人

回答说，ICE 正在遵守联邦法律，无法对正在进行的调查发表评论。

该发言人表示：“在执行搜查令期间，ICE 可能会暂时拘留个人，以确保安全并保持对行动的控制。”

哈金评论道：“因此，原本应该因房屋内居住人数过多而违反住房规定的行为，却变成了驱逐出境。”

两名华人老板的律师则警告法官，迅速驱逐他们的员工可能会削弱他们的辩护能力或导致案件被驳回。Q



www.mimap.com

miMap茶饮解决方案

让餐馆每天多卖300杯饮料

\$399 /month 无需押金



一键出品23款热销饮品

鲜奶茶、果茶、柠檬茶、咖啡、纯茶



智能饮料机

ETL认证、占地面积小、一键出品、一键清洗



热销饮料配方

基于市场数据和反馈研发热销产品和口味趋势，满足不同类型餐馆食客的需求



原料供应支持

精选品质茶饮原料，和专业茶饮制备所需工具及设备，为您提供渠道低价，一键全部买齐。



市场物料支持

提供多种形式的节日/季度物料持续更新，辅助商家顺利上线新品，提高销量，增加客流。



Phone: 917-450-9090 Email: bd@mimap.com Website: www.mimap.com

IL Office 935 W Chestnut St ste 303, Chicago, IL 60642

← 预约现场参观 Book your visit to miMap showroom in IL, NY, CA, FL, GA

“镇上最勤奋的人” 面临驱逐

现年56岁的中国公民杨有臣在纽约州佩里镇(Perry)经营“香港餐厅”(Hong Kong Restaurant)。7月14日,在家人以为他只是例行移民报到时,被美国移民与海关执法局(ICE)特工拘留。

杨有臣在怀俄明县(Wyoming County)生活了30年,事发时正处于申请绿卡的过程中。ICE布法罗办公室声明称:“办公室于7月14日根据2002年移民法官签发的驱逐令逮捕了中国公民杨有臣。”声明还说:“在总统和国土安全部部长诺姆(Kristi Noem)的领导下,ICE专注于驱逐对社区安全构成威胁以及已收到最终驱逐令的非法移民。杨目前被拘留,等待执行驱逐出境。”

尽管有驱逐令在身,杨一直定期与移民局保持联系,按时报到,并持有工作许可证。杨的女儿伊丽

莎白(Elizabeth Yang)告诉WHAM-TV,她父亲刚刚获得绿卡申请的第一步批准。

“他问过律师,律师说‘没问题’,因为他刚通过了绿卡申请的第一步审批。”她说,“所以他就以为没事,在接到移民局电话要求他到办公室面谈后,像往常一样去报到。”

杨在将近一年前从餐馆退休后,一直积极推进合法身份的办理。律师曾向家人保证,这次报到会像以前一样正常进行。

杨先被关押在纽约州巴达维亚(Batavia)的ICE拘留中心,在那里等待执行驱逐出境。

他的家人一直通过电话与他保持联系,并有家人前往探视。他们正与律师合作,寻求法律途径解决此事。

约什·马克斯(Josh

Marcks)大约八年前认识杨有臣。他表示杨是镇上最勤奋的人之一。“在我看来,他一直是这个社区的重要成员。他正是你希望留在社区里的人,在这里养家,融入社区。我和佩里镇的许多人一样,是通过‘香港餐馆’认识他的。”

马克斯说。“我在脸上看到这条消息时,感到非常震惊,”

马克斯表示,“对于经历这一切的家庭来说,这是非常糟糕的事情,”伊丽莎白说,“让人难过的是,我的家庭因此被拆散了。”

川普总统在竞选中主张大规模驱逐无证移民,尤其是有暴力犯罪记录的人。他自今年1月重返白宫以来,加大了移民执法力度。然而,近期民调显示,一些美国人开始反对川普的移民政策,原因是越来越多没有犯罪记录或仅涉及非暴力违法行为的人遭

到拘捕。

川普政府表示,在其第二任期的头几个月里,已驱逐约10万名移民,其中许多人是根据总统援引的1798年《敌国侨民法》(Alien Enemies Act)被驱逐的。这部法律的使用受到了批评并被法官阻止。Q

中餐馆老板被 ICE 抓走 保守小镇居民纷纷声援

6月27日清晨,纽约州卡姆登镇(Camden)的中餐馆China Moon老板,56岁的张健豪(音译,Jian Hao Zhang)被美国移民和海关执法局(ICE)带走。他的妻子和两个已经成年的孩子站在餐馆外的停车场上,陪着他们的是同样困惑的小镇警察局长肖恩·雷登(Sean Redden)。

“我是接到镇民打来的电话才过去的,”局长解释道,“联邦政府并没有提前通知我。我不知道他被带去了哪里,也不知道他接下来会去哪。”

据悉,张被关押在纽约州巴达维亚(Batavia)的ICE拘留中心。根据移民法庭的“神秘机制”,公众无法用姓名查询案件,只有案件编号有效。而即使找到了他的案号,案件页面也没有说明理由、罪名,甚至没有开庭日期或律师信息。

ICE在回应媒体询问时表示:张于1990年持虚假签证入境,1999年被纽约一位移民法官下达离境令,要求他在2000年7月前离美。但他没有执行。“这名外籍人士已被下达可执行的最终递解令。”

如今,在川普政府的命令下,联邦政府被要求动用一切资源,寻找并驱逐所有在美“非法居留者”。

在全美各地的小镇,人们正亲眼看到政府在拘留那些为他们做饭、采摘蔬菜、修剪草坪的“无证移民”。在纽约州乡村地区,一名无证母亲因撞上一只鹿而被送往路易斯安那州的拘留中心。

张于2013年以5万美元购入China Moon所在的建筑,每天上午11点营业至晚上9点,周日休息。

“我确实支持ICE的执法任务,”镇长杰弗里·奥特

曼(Jeffrey Oatman)表示,“但他们抓走张,让镇上的一家中餐馆关门,这可不是我期望的样子。我的孩子是和张家的孩子一起长大的。这就是我们理想中的美国梦家庭。我们镇失去了一位非常友好、非常正派的居民,太让人难过了。”

卡姆登镇是一个仅有2100人的农村小镇,镇民大多数是白人。2024年总统选举中,这里有73%的选票投给了川普。

理发师米奇·梅里特(Mikey Merritt)也投票支持川普。他在本地报纸《Queen Central News》的头版看到标题:《ICE突袭China Moon》,感到十分失望。

“他们又没伤害谁,没惹谁。”米奇说,“社区都喜欢他们。他们不是那种大家说该被遣返的人。”

张的妻子和女儿告诉前来

采访的记者:他们不愿发声,也不希望社区为他们呼吁、募款。他们已有律师。他们甚至请全镇不要公开谈论此事。卡姆登Facebook社区管理员也发公告表示将删除任何讨论China Moon事件的留言。但一些镇民认为,这个故事必须被讲述。否则,只剩关于“谁才有资格留在这里”以及“什么才算合法”的空泛争论。

“ICE资源不应该用来追捕拿BB枪抢劫便利店的小孩吗?”一位居民说。

镇民向前来采访的记者表达了对China Moon的支持。萨迪·斯金纳(Sadie Skinner)说,“他们一重开,全镇人就都去吃中餐。我们要把他们家的饭全买光。”

但是,两个月后的Google Map上显示,China Moon“永久关闭”。Q

专题

移民喂养美国
Immigrants
Feed
America

COVER
STORY
封面故事

敦城

有法拉盛
一座城

文 | JM Tou
摄影 | Haiqiang Lyu 吕海强 WWW.HAIQIANGLYU.COM





1920 年的法拉盛街道。By Internet Archive Book Images - 图片来自《纽约市皇后区，1910-1920 年；住宅和工业区》(Queens Borough, New York City)

Vlissingen Flushing 法拉盛

法拉盛其实是美国最古老的城市之一。它比美国建国还要早 130 多年，1645 年就已正式建镇。彼时的中国，清军大举入关，中国最后一个帝制王朝刚刚拉开带着刺鼻血腥的序幕。

法拉盛同时也是最新的。《法拉盛传》（罗慰年、邱辛晔著）写道：它是“美国历史上前所未有的的一座‘新中国城’”。“与法拉盛一起成长的新华人，在美国政治舞台，也开始扮演重要角色。法拉盛改写了华人移民美国的历史，重新定义了华人在美国社会的经济和政治地位。”

很久很久以前，法拉盛曾经是一片水草丰美之地。这里的居民是马塔因科克 (Matinecock) 部落的印第安人。

直到差不多 400 年前，1628 年，荷兰人来到了这里（不，不是荷兰人发现了这片水草丰美之地，他们只是这块土地的第一批“无证移民”），他们用自己家乡的港口城市命名了这里，Vlissingen，意为咸水草地。

1645 年，英国人来到了这里。他们把 Vlissingen，改成英语的 Flushing。Flushing 由此得名。

接下来的 300 年里，世事变迁，美国建国，美国内战，世界大战……而 Flushing 的居民更迭也映照这些历史巨变：德国人来了，爱尔兰人来了，意大利人来了，犹太人来了，自由黑人也来了。

不过，直到 1965 年，美国现代移民制度的分水岭——《移民法改革法案》出台，开启移民潮，Flushing 才开始书写新的历史。

此后，自 1882 年《排华法案》起被美国结构性排斥近百年的华人，终于得以重新进入这个矗立着自由女神雕像的国家。Flushing，也开始有了中文名字：法拉盛。

作为纽约这座世界最大城市的卫星小镇，法拉盛开始迎接台湾人，香港人，然后 80 年初，大陆人来了。

60 年间，华人开始源源不断地涌入这里，迄今这股人潮依然汹涌：温州人、福建人、四川人、上海人、东北人……来自中国各省的方言在法拉盛的街道汇聚成新的移民之声。

在新的世纪到来之际，法拉盛完成了历史性的变迁，从一个安静的白人中产阶级郊区变成了一片喧闹躁动、野心勃勃、充满生机也



充斥着混乱的多元文化社区中心：2000 年的人口普查数据显示，法拉盛的亚裔美国人数首次超过了非西班牙裔白人的数量，每五个人中就有两个认为自己是亚裔美国人。

而到了 2020 年代，法拉盛的亚裔人口已经占到七成。2025 年《金融时报》的一篇报道这样描述走进法拉盛的情形：“感觉就像跨入了一扇通往亚洲的大门”。作为亚洲以外规模最大、发展最快的唐人街，法拉盛“是美国少数几个长着亚洲面孔却不会显得与众不同的地方之一”。

今天的法拉盛，是“华人的曼哈顿”，是“美国华人的首都”，甚至，“宇宙中心”。

物换星移是法拉盛的日常，法拉盛是一代一代移民他乡成故乡的地方，每一代法拉盛的居民都在重新定义“法拉盛”。

唐贵兴 (Kwai Hing Tang), 也是“法拉盛”的新定义者之一。

兴哥与敦城

唐贵兴先生，江湖人称“兴哥”，1988 年从香港来到纽约，2004 年创办了敦城海鲜酒家 (Asian Jewels Seafood Restaurant)——法拉盛规模最大历史最悠久也是最受欢迎的粤菜酒楼。

兴哥向来低调，从不接受媒体采访。但敦城可谓久负盛名。法拉盛人宴请亲朋、缔结婚约，总要来敦城；逢年过节，盆菜、捞生、团年饭，得早早在敦城预订；推荐法拉盛餐厅的榜单，无论中英文，大报网站还是社交媒体，敦城一定名列其中……

2025 年 5 月 17 日，第三届餐饮家金像奖宣布，将敦城 (Asian Jewels) 列入“经典中餐厅”的殿堂之中，以铭记其在传承中餐文化方面所做出的杰出贡献。

在获奖辞中，专家评审高度赞扬了这间在法拉盛屹立 20 年依然兴旺的餐厅：

“在美国最大的华人社区法拉盛，敦城海鲜酒家以其卓越的粤菜传统和精致的服务，成为中餐文化的璀璨明珠。敦城不仅是粤菜的传承者，更是中餐文化在北美发展的积极推动者。二十年如一日对品质的坚持、对服务的用心以及对传统的尊重，使敦城经受住了时间的考验，在众多餐厅中脱颖而出，成为食客心中的经典之选。”

在一个盛夏的下午，《餐饮家》在敦城大厅里见到了这位低调的餐饮家。来美国之前，兴哥已经在香港餐饮一线摸爬滚打了 10 年。在此期间，他随粤菜名厨潜心学艺，与后来名震天下的“鲍鱼教父”杨贯一同门相承。日复一日磨炼，技艺渐臻成熟，奠定了他在高端粤菜领域的深厚功底。

兴哥从香港来到美国的 1988 年，正值华人开始大量涌入法拉盛。那时的法拉盛还都是台湾移民的天下，有“小台北”之称。兴哥看着擦肩而过的路人从说台湾腔，说粤语的华人变成说温州话福州话的华人，再到操着京腔、吴语、川音，南腔北调的华人川流不息拥挤在法拉盛街头。“我看着法拉盛的华人增长了 20 倍。”

因为华人移民潮，法拉盛成了世纪之交的纽约变化最大的一片热土。当时的法拉盛议员朱莉娅·哈里森 (Julia Harrison) 把法拉盛描述为“一个永不停歇的城市”，而华文媒体则用“一日千里”来形容法拉盛的发展热潮。随着蓬勃发展而来的是商务宴请的需求，在高端粤菜餐饮已有数十年经验的兴哥，当仁不让地创办了敦城海鲜酒家。

敦城选址在离 7 号线缅街地铁站仅 6 分钟步程的 39 大道靠近王子街处。王子街现在已经成为法拉盛最重要的餐饮一条街，兴哥回忆，敦城刚刚建立时，王子街都还是一片泥地。

法拉盛缅街地铁点是 7 号线的终点站。这条将皇后区与全球经济和金融中心曼哈顿打通



2004 年，兴哥创办了敦城。受访者供图



的大动脉，在 1928 年竣工通车，而直到上世纪 70 年代后，韩国人与华人纷纷迁入，才终于引来法拉盛的兴起。7 号线进入皇后区的路段，被《法拉盛传》的作者称之为“联合国号地铁线”，沿线居住着来自全世界各地前来追寻美国梦的新移民。大法拉盛地区的居民来自 70 多个国家，而来自中国大陆的华人是其中人口最多的。

在美国，鲜少见到法拉盛这样日新月异的景象。法拉盛不仅外表酷似中国的一片飞地，骨子里似乎也带着中国内地那种不停追逐发展的紧张气质。不断涌来的移民推动着法拉盛成为纽约乃至美国变化快的地区之一，而这种变化，已经延续了几十年，仍在继续。

而敦城，稳重如城，不急不徐，以其稳定的经典滋味，二十年如一日，安抚着焦虑的法拉盛人。兴哥说，他当初起名敦城，就是取其四平八稳之意。餐厅是一座单层建筑，外观端庄有如礼堂，入口宛若城门。客人步入餐厅，仿佛置身于流动的盛宴，灯光明亮，桌布洁白，阿姨推着点心餐车巡回，客人们言笑晏晏相谈甚欢。敦城的茶市一直开到下午 4 点，除非错过用餐时间，否则总要排队等待。

在敦城必点的，一定是最经典的早茶“四大天王”，虾饺、凤爪、烧麦和豉汁排骨。虾饺作为四大天王中的“头牌”，讲究刀工与火候，是点心师傅手艺的试金石。敦城的虾饺通体玲珑剔透，夹起时软糯不破，咬下去弹牙鲜甜。没有过多调味，看似轻描淡写，却暗含精密内功。

凤爪则汁香味浓，皮骨略分，入口却又不过于软烂粘牙。兴哥说，敦城的客人已经有了三代，当年跟着跟着爹地妈咪来吃饭的小朋友，长大了带着“老外”朋友一起来吃，再后来又带着妻子孩子来。凤爪一开始只有华人吃，“老外”来了主要是点饺子，但近些年敢于尝试甚至迷上凤爪的“老外”客人，也不在少数。

兴哥强调开餐厅就要做好最基本的，对客人

有交代，然后在这个基础上去创新。“四大天王”是敦城每天从开门到关门都要保证供应的。不过最被忠粉心心念念的榴莲酥就只能限量供应了，“榴莲酥工序繁琐，想吃榴莲酥的人一定是爱吃榴莲的，所以我们都用百分百榴莲，不加配料。客人的确喜欢，但没办法充足供应，做多少卖多少，卖完就没有了。”

而最能显出敦城的粤菜基本功的，自然是必点的干炒牛河。“粤菜馆家家都是干炒牛河，香港招工，大厨试菜，肯定都要让你试干炒牛河。”敦城的干炒牛河生猛有“镬气”，河粉油而不腻，滑中带韧，入口隐隐的焦香，令人回想起香港老店吃到的味道。

谈及近年川菜在纽约的流行，兴哥感叹道：“世界上最繁复的菜式就是粤菜，我们的祖师爷把粤菜搞得太复杂了。川菜有很多 sauce，粤菜是没有 sauce 的。商业社会要控制人工和成本，我们这方面就处在下风，难怪王子街开满了奶茶店。我们就是做粤菜的，其他菜系勉强做也做不地道，做好自己那一款。”

但敦城其实从来没有停止过创新。近年最大的动作应该就是著名点心大师伍永恒 (Joe Ng) 的加入。

Joe 也是香港人，14 岁已经移民美国，如今是西方餐饮界最受推崇的中餐大厨之一。进入敦城之前，Joe Ng 常年跟纽约最著名的“中餐通”埃德·申菲尔德 (Ed Schoenfeld) 合作，后者被《纽约时报》称为“中国饮食文化的知名诠释者和代言人”。上世纪七八十年代，正是华人移民潮涌之时，他开了好几家著名的中餐馆（例如 Uncle Tai’s Hunan Yuan, Auntie Yuan and Pig Heaven），把湘菜、川菜、上海菜介绍给大多数对中餐还很陌生的美国人。而到了 21 世纪，Joe Ng 开始与他搭档，在“红色农场” (Red Farm) 担任主厨，因对传统粤式点心的创新诠释轰动了当时的纽约美食界。

疫情后期，2022 年 1 月埃德·申菲尔德因病去世。兴哥与 Joe 早在 2007 年一起去北京





著名点心大师 Joe Ng (右) 新近加盟敦城, 与兴哥合作



参加世界中餐大赛时就已相识，互相欣赏。2024 年，Joe 加入了敦城。

Joe 说，“进入敦城后，我把一些怀旧和 new style 的点心供给市场，尝试用更多样化的食材，例如羊肉、黑松露、羊肚菌，以及鲍鱼、海参来做点心，希望给客人新鲜的感觉。”

20 年让敦城成为很多法拉盛人情感记忆的载体，让这座单层建筑变成了粤味的时间城堡。当年在这里因为吃蜜汁叉烧把课本弄得粘糊糊的小女孩长大后成了记者，会回到这里，满怀深情地写下她对食物和人情的记忆；当年跟着父母在这里学会啃凤爪的小男生，会带着其他族裔的女朋友回到这里，教她吃这一道外表“吓人”但“不

可思议地好吃”的独特食物。

当然，还有不少，带着从敦城学到的技艺离开，把它的味道带给更远方的人们。敦城实际上还是一间粤菜的黄浦军校，东岸不少家餐厅的主厨，都由曾在敦城的人掌勺。

但是敦城将来呢？兴哥没有直接回答接班人的问题，只是笼统地说，敦城要像它的名字一样，稳稳地走下去。敦城这 20 年最坚持的，就是以客为先。我们这个行业，客人永远都是对的。

他望向窗外，又望回满堂的食客。饭香四溢，粤语与各族裔的语言交织，这是一座城的记忆，也是他亲手建起的“城”。❷

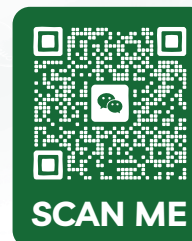


25年制造经验 助力品牌升级
专业值得信赖 专注定制包装

Custom Packaging

From Concept to Creation

*Solution to your custom packaging needs!
Restaurant, Cafe, Hospitality & Retail, and more.*



917-886-1181

info@myagmtrading.com

130-30 31st Ave, STE.705, Fulshing, NY 11354

www.myagmtrading.com



专题
移民喂养美国
Immigrants
Feed
America

美国素食文化的
一间想改变
中餐厅

文 | Chalsea Chen 摄影 | Xiaoan.Tou

素食餐厅的第三条道路

走进加州 Fountain Valley 这家名为“秀色可餐”(Taste of Beauty) 的素食餐厅，第一感受是一种令人瞬间放松的宁静。

传统素食餐厅往往过于关注食材替代，而忽视了整体用餐体验。“秀色可餐”不再局限于单纯的肉类替代品，而是创造了一种独特的美食艺术体验。在这里，你吃不到九层腰花，蚂蚁上树，取而代之的是诗情画意的菜品：金银岛，沙丘，海洋。每一道菜都是一幅色彩斑斓的画作，让“秀色可餐”这个名字有了最贴切的诠释。

这样一家将美食与艺术、文化融合的餐厅，诞生的时机恰逢其时。美国素食人口在过去十年增长了近 300%，目前已有超过 1200 万的长期素食者。更值得注意的是，约 37% 的美国消费者表示正在尝试增加植物性饮食的比例。在这样的大环境下，素食已不再是单一的代餐选择，而演变为一种充满创意与格调的餐饮方式。

目前，美国的素食市场呈现出明显的两极分化。一端是以豆制品和面筋为主打的传统中式素食，恪守“素菜荤做”的理念；另一端则是以 SweetGreen、Crossroads Kitchen 为代表的西式轻食，推崇“返璞归真”的理念。而“秀色可餐”选择了一条截然不同的路径——将东方美学与西方创新完美融合，打造一种全新的素食体验。

“‘秀色可餐’这个名字来自一个很有意思的思考，”餐厅主理人郭隽引用孔子的“食色性也”，阐释了一个出人意料的观点：“在中国传统文化中，‘食’被放在‘色’之前，这个顺序本身就很耐人寻味。当一个饥饿的人面对美食和美人的选择时，他一定会先选择美食——这说明‘食’比‘色’更重要。”

“但我们对‘秀色可餐’的理解更进一步，”郭隽继续说道，“它不仅暗示了视觉与味觉的完美统一，更寓意着素食本身的美好。想想看，在端上餐桌之前，这些食材本身就是大自然最纯粹的馈赠——绽放的花朵、翠绿的

叶片、舒展的根茎。我们要做的，就是让这份自然的美好完整地呈现在餐桌上。”

餐厅的空间设计也体现了这种追求。挑高的天花板让人不自觉地挺直脊背，原木色与竹青色的优雅搭配则让紧绷的神经即刻舒展。薄荷绿色的立柱既让空间显得清新，又与餐厅随处可见的青瓷器皿相互呼应；精心设计的灯光像是晨曦般温柔地洒落，与自然花艺相得益彰。

茶具和餐盘也是如此，郭隽拿起一件青瓷解释道：“在中国古典美学中，宋朝的美学成就就是登峰造极的。这种被称为‘隐青’的颜色，是‘隐隐约约的青’的意思。它不张扬，不突兀，却在细微处见真章。”

素食海鲜

在“秀色可餐”的八道纯素套餐中，“金银岛”(The Island) 最能体现这种东西方美学的完美融合。金黄色的南瓜汤端上餐桌时，蒸腾的热气中散发着香气，汤面如同宁静的海面，由薄如蝉翼的米纸制成的“莲花”，犹如一座白玉雕琢的小岛，轻盈地漂浮其上。点缀其上的嫩绿豆苗，则像是岛上初生的植被，为纯白的“岛屿”带来了生机与活力。

这道菜的灵感来源于《金洲之梦》(Dreams of The Golden Island) 一书。正如这本书通过苏门答腊的故事展现了艺术如何跨越时代与文化的藩篱，郭隽也在尝试通过美食这一最直观的艺术形式，向西方食客讲述一个关于东方美的故事。

“金银岛”不仅是一道汤品，更是一次文化的对话。汤的选料和熬制方法遵循着中国传统养生之道，而其精致的呈现方式，则得益于郭隽在上海法租界的童年记忆。

“我从小在静安区长大，那里是原来的法租界，”他回忆道，“从喝牛尾汤到享用各种精致的法餐，这些经历无形中影响了我对食物的审美和要求。”意想不到的，这间素食餐厅竟然还提供了



“金银岛”的灵感来源于《金洲之梦》一书。
图 | Taste of Beauty



“海洋”挑战了人们对海鲜的固有认知。
图 | Taste of Beauty

海鲜的选择。“海洋”(The Ocean)挑战了人们对海鲜的固有认知。这道菜仿佛一座精致的海洋微景观：最上层的海葡萄晶莹剔透，如同翠绿的珍珠串点缀其间；挺立的海芦笋犹如从海底生长出的嫩芽；红珊瑚藻与蒟蒻的搭配创造出丰富的质地层次；而奶白色的秋葵泥则如同柔美的浪花，为整道菜增添了韵律感。

“很多人以为海洋的珍馐必定是鱼翅、鲍鱼这些昂贵的海产，”郭隽解释道，“但人们往往忽略了一个事实：这些海洋生物之所以鲜美，恰恰是因为它们以海藻等植物为食。我们何不直接选用这些真正的‘海洋之味’？”说到这里，他拿起一片珊瑚海藻继续解释：“当你品尝这种海藻时，会发现它的口感与鱼翅极其相似。为了一碗鱼翅汤就要牺牲一条鲨鱼的生命，这值得吗？我们完全可以用珊瑚海藻达到相似的口感。这不仅是对生命的尊重，更是一种智慧的选择。”

心灵之旅

“所有的顿悟，都始于一次看似平常的际遇。”十年前的郭隽，是一位事业有成的企业家，彼时的他怎么也想不到，一座太湖边的小岛，会让他与素食结下不解之缘。

2013年的冬天，在太湖的一座200亩小岛上，一个看似平常的选择永远改变了他的人生轨迹。刚从繁忙的轮胎企业离职的他，来到这座幽静的小岛寻找人生的下一个方向。“最初完全是为了享受生活，我在岛上种茶、养殖家禽。那时候的想法很简单——自己养的一定更健康、更安全。”

头六个月，一切都像是一幅田园牧歌图。每天清晨，他会把鸭子赶到湖边觅食，给羊圈添加新鲜草料。慢慢地，这些动物与他建立起了深厚的感情。“那些羊特别亲人，它们会认得我的脚步声。每天早上我一去喂食，它们就会欢快地叫着，把头伸出栏杆等待抚摸。每只羊都有自己的性格，有的活泼好动，有的安静羞涩。”

转折发生在那个异常寒冷的冬天。当岛上的牧草渐渐枯萎，储备的饲料也所剩无几时，一个残酷的现实摆在了郭隽面前：要么让这些朝夕相处的动物挨饿，要么将它们送上餐桌。

“那一刻的感受很难形容，”回忆起当时的心情，郭隽的声音略显哽咽，“我看着它们雪白的羊毛，想着它们从出生就被我照顾到现在。每一个眼神，每一次互动，都让我无法下手。那一刻，我突然明白了什么是真正的慈悲。”他笑言：“我读过无数经书，但真正的顿悟却来自这些小动物。它们教会了我学佛三十多年都没能教会我的东西——发自内心的慈悲。”

然而，选择素食后的现实并不如想象中简单。在经历了对生命的深刻领悟之后，郭隽希望能与更多人分享这种生活方式，但每次与朋友相聚，那些曾经轻松愉快的餐叙总会变得尴尬。

在高端餐饮领域，素食选择竟是如此稀缺。对于那些习惯了精致用餐体验的朋友们来说，简单的素食料理难免显得单调。这种反差不仅影响了聚会的氛围，更让这位素食者看到了一个亟待填补的市场空白。

“那时我就在想，为什么不能创造一个空间，让素食者能够从容地邀约亲朋好友，不必担心美食的品质，也不必为饮食习惯的差异而困扰？”郭隽说。在这样的思考下，秀色可餐的理念逐渐成形。

带着这样的理念，郭隽在常州开设了第一家“入门”高端素食餐厅。这家后来发展成为“秀色可餐”的餐厅很快引起轰动，不仅成为当地最受欢迎的网红餐厅，更让团队看到了高端素食的无限可能。“常州的成功给了我们极大的信心，”郭隽说，“这证明人们对精致素食的追求是超越地域的。”

温柔邀约

2021年，“秀色可餐”跨越太平洋，在洛杉矶落户。



郭隽



“最初的挑战远超预期，在中国，我们半年就能影响一个城市的饮食文化。但美国不同，这里的每个族裔都有自己根深蒂固的饮食传统。”然而，这种文化的差异反而创造出了意想不到的惊喜。每个族裔对同一道菜都有自己独特的解读——亚裔客人从“金银岛”中品味到传统的养生智慧，而西方客人则感受到了法式料理的浪漫优雅。

“美食只是开始，”郭隽说，“当人们愿意为一道菜驻足，他们也会对这道菜背后的文化产生好奇。这种好奇心，正是文化交流的最好契机。”

这里定期举办各类文化体验活动，主题丰富多样。例如与 DIMSUMX 联合举办的“玉见历史”活动中，知名玉器收藏家带来了一场精彩的文化盛宴。参与者不仅能近距离欣赏博物馆级别的珍贵玉器，更能深入了解中国古代文化的深邃内涵。从秦始皇的历史故事到玉器背后的文化寓意，每一次分享都让不同文化背景的游客对中国传统文化有了更深的理解。

“未来我们还会举办更多形式的文化交流活动，”郭隽充满期待地说，“禅坐、冥想、插花、品茶、焚香……这些传统文化的精髓，都能在美食的陪伴下得到更好的传承与发展。”

在郭隽看来，推广素食更像是一次别开生面的“温柔邀约”。“素食不应该只是一种健康的选择或道德的追求，”他说，“它应该是一种优雅的生活方式，一种对美的追求。”这种理念正在收获越来越多的认同。从最初的困惑与质疑，到现在越来越多的年轻人愿意尝试素食，时代的变迁清晰可见。

对于餐厅的未来，郭隽既有远大的理想，又保持着谨慎的态度。“我们希望在更多城市开设分店，但不是简单的复制，而是要让每家店都能融入当地文化，成为连接东西方的一座座桥梁。”在这条跨文化交流的道路上，他始终相信：真正的改变往往来自于润物细无声的影响，来自于一道道美味佳肴背后传递的生命理念。❷

【记者手记】

中餐高端化探索的全新路径

当夜幕降临，坐在“秀色可餐”的露台上，看着远处城市的灯火，不禁让人想起一个古老的中国寓言：庄子与惠子游于濠梁之上。这个关于“鱼之乐”的对话，在千年后的今天，似乎找到了新的注解。在这里，美食不再局限于口腹之欲，而成为了一种跨越文化的语言。每一道菜都是一个故事，每一次用餐都是一场心灵的对话。

“秀色可餐”的成功，不仅是一个餐饮品牌的崛起故事，更是美国高端餐饮市场变革的缩影。在美国主流社会长期以来的刻板印象中，中餐往往与“价廉物美”画上等号。即便是在蓬勃发展的高端餐饮市场中，中餐也很少能与米其林星级、精致餐饮等概念建立直接联系。然而，“秀色可餐”开创性地选择了一条与传统中餐截然不同的道路——通过将素食与高雅艺术的结合，为中餐的高端化探索出一条全新路径。

这种突破极具启发意义：当摆脱了传统中餐给人的固有印象，专注于展现中国饮食文化中最精致优雅的一面，一个全新的可能随之打开。素食反而成为了这种转型的绝佳载体——它让餐厅能够更专注于艺术性的呈现，更自如地在传统与创新之间寻找平衡。在“秀色可餐”的成功经验中，我们看到了中餐高档化的一个重要方向：将传统文化元素与现代美学完美融合，用艺术性和文化内涵重新定义“精致中餐”的概念。

随着消费者对健康、环保和文化体验的需求持续增长，这种融合创新与传统的餐饮模式，正为整个行业开辟着新的可能。从太湖畔的一座小岛，到加州的这家餐厅，郭隽的故事告诉我们：文明的碰撞可以在餐桌上化解，文化的差异可以在美食中融合。而这，或许正是“秀色可餐”最动人的寓意——在这个充满分歧的世界里，美食依然是最温暖的桥梁，连接着不同的文化，抚慰着每一颗寻找美好的心。而这种美好，不仅来自于对生命的尊重，更来自于对美的不懈追求。

专题
移民喂养美国
Immigrants
Feed
America



东北人吃啥？

文、图 | Daisy Shao

小众东北菜

东北菜发源于中国东北三省，地理环境与历史背景赋予了它鲜明的性格。漫长的冬季与高寒的气候，造就了东北菜“量大、味厚、重油重盐”的特点——菜肴往往分量十足，以炖、烧、炸为主，讲究一个“实在”。在食材上，既有黑土地出产的土豆、茄子、大豆、酸菜，也吸收了渔猎文化中的江河湖鲜；更因为与俄罗斯、日本、朝鲜的历史交错，东北菜带有独特的“杂糅”气质：锅包肉原本就是御厨为俄国人研发的菜式，红肠则源于苏联工艺，延边风味又夹杂着朝鲜民族的辣与酸。正因如此，东北菜被称作“最国际化的中国地方菜”之一。

然而在美国，中餐的主流永远是川菜与粤菜。火辣的水煮鱼、精致的点心早已征服了本地人的味蕾。相比之下，东北菜显得冷清而小众。即使在华人最多的纽约也是如此。

曼哈顿曾有过两家东北菜餐馆，一家是辽宁饭店，一家是中街大串，一度是东北人在异乡的口腹依靠，但这两家餐馆都在今年春天相继关门。

辽宁饭店已在曼哈顿开了十年有余，在小红书上发了一条深情的告别视频，隐晦地解释关店这个举动：“关店的决定，是我们思考了很久的结果。也许是现实的考量，也许是人生下一阶段的召唤。”

今年初，曼哈顿还有一家东北基因的餐馆开张，就是发家于中国黑龙江鹤岗的饺子连锁店喜家德。出海美国的喜家德 Dumpling Xi 主打水饺，虽然也卖数道砂锅热菜，但跟东北菜几无关系，甚至菜名突出的都是贵州凯里。

现在，曼哈顿只剩一家东北菜，名字就叫“DONGBEI 东北”。

在曼哈顿 Hudson Yards 附近，闪烁的摩天大楼与购物中心把这里塑造为纽约最新的繁华地标。高端餐厅和连锁咖啡铺随处可见，但在其中一条并不显眼的小街上，伫立着一块黑底白字的招牌——“东北”。



锅包肉

其实，“东北”在曼哈顿开了两家：一家在 Hudson Yards，一家在哥伦比亚大学附近。店主 Kevin 来自哈尔滨。

从哈尔滨到纽约

十多年前，Kevin 以留学生的身份来到美国，在纽约完成了研究生学业。毕业后的第一份工作程序员，这是许多留学生共同的轨迹。对他来说，这并不是所谓“寄托一生”的职业，而只是进入社会的起点。

后来，他机缘巧合进入电商行业，见证了行业的起伏。风口来时，机遇无数；风口退去，市场趋于饱和。他并未因此停下脚步，而是继续寻找下一个方向。

2023 年，他尝试成为探店博主，在小红书上传纽约各类餐馆的短视频。起初只是兴趣，却慢慢积累了大量粉丝和经验。正是这段经历，让他意识到餐饮行业或许蕴藏着新的可能。

2024 年，他把资金投入到了餐饮，在长岛开了他的第一家东北菜餐厅。他笑着说：“最初的原因其实很简单，就是我想吃一份正宗的东北盒饭。纽约遍地是三菜一汤，但我更想吃到家乡的味道，也想解决自己的饮食问题。”2024 年秋天，Kevin 在哥伦比亚大学附近开了第一家“东北”，因为反响不错，2025

年夏天在曼哈顿中城又开了第二家。

目前，纽约周边的东北菜还是只分布在法拉盛和新泽西 Fort Lee。纵观全美，东北菜馆也多散落在华人社区，以满足老乡口味为主，真正进入主流市场的屈指可数。原因一是受众有限，东北移民群体不像广东、四川人那样庞大；二是认知度低，锅包肉之外，美国人对东北菜认知有限；三是传统大盘菜式与美国快节奏饮食习惯不符。

Kevin 说：“大家对东北菜的认知，还停留在几个菜的名字。但哈尔滨风味的东北菜其实更国际化，当年锅包肉就是清朝道台府御厨为远道而来的俄国客人研发的。本来就是给‘老外’吃的。”

这让他看到了机会。东北菜与美式中餐天然相通——大量使用蒜末、酱油，强调厚重口感和炸制工艺。锅包肉和美式餐桌上的甜酸鸡，简直是隔着文化互为镜像。Kevin 相信，东北菜并不真的“小众”，它只是被低估了。

不是厨师的老板

Kevin 从未想过要成为掌勺的大厨，而是把自己定位为管理者。他反复强调：“餐馆老板不需要自己就是厨师。”餐饮对他来说，是一个需要拆解和优化的系统，就像电商一样。

在前厅，他最关注的职位是服务员——流动性大、培训难、态度难控。于是，他干脆采用“从底层培养”的办法：每个入职的年轻人不管后续在什么岗位，必须先当服务员，熟悉流程，才能进入其他岗位。只有真正了解日常痛点的人，才知道如何改善。

在后厨，他反对“厨房老大”制度。Kevin 认为一旦形成山头，容易滋生任人唯亲，甚至“架空老板”。他更愿意亲自管理后厨，确保出餐品质和成本透明。

锅包肉、地三鲜、尖椒干豆腐、酸菜炖排骨，是“东北”的招牌菜。每道菜他都亲自和厨师调整口味，直到满意为止。

“餐饮和电商都是商业的一种，本质都是管理。”Kevin 总结道。这种理性和冷静，贯穿在“东北”的每一个细节里。

“东北”最初的定位是中式快餐。不是因为妥协，而是现实选择。Hudson Yards 附近的可负担得起的餐厅空间有限，无法支撑大规模堂食。快餐则能保证效率，同时保留家乡风味。

Kevin 希望近期可以将小鸡炖蘑菇、哈尔滨红肠、蒜泥血肠等加入菜单。“出新菜不容易，进货、处理工序都要考虑。但我们不看成本，重点是让大家吃到那口家乡味。”

于是，“东北”的午餐盒饭成了曼哈顿少有的东北风味中式快餐。Kevin 将东北菜与流行的川菜、粤菜和美式中餐进行搭配，适合大众口味。即便在纽约餐饮最冷清的淡季，“东北”的营业额依然稳步上升，Uber Eats 上的回头客比例超过六成。

“外卖和电商其实是一个逻辑。”Kevin 说，“流量进来，产品够稳定，就会形成转化——下单。”

让东北菜被更多人看见

Kevin 已经在筹备 Jersey City 和金融区的新店。在选址上，他有一套务实逻辑：不过分挑剔，只要满足设定的条件就拿下；租金要在计算的可承受范围内；必须考虑外卖配送与交通便利。

“我们在 NYU（纽约大学）附近试过寻找合适的店面，但不是租金太高就是位置太偏。”他坦言。

随着其他东北菜在曼哈顿的关店，“东北”的存在的确有一种孤独感。或许，东北菜在纽约仍是小众。但正如 Kevin 所说：“东北菜和美式中餐有很多相似点，它只是还没有被足够多人发现。”让东北菜被更多人看见，就是他想要做和正在做的。📍



— 本期专栏作者 —



侯亮

由《餐饮家》记者 Lily Qin 访问整理

1982 年出生于辽宁沈阳，是中国鲁菜烹饪名师，现任青岛新食号餐饮管理有限公司及波士顿“好食光”行政总厨。他也是鲁菜暨青岛本邦菜工匠传承人、齐鲁最佳行政总厨金鼎奖得主。

自 2002 年开始，侯亮先后于多家知名酒店担任厨师长及行政总厨，凭借扎实功底一步步在业内赢得声誉。2004 年，他拜入中国烹饪大师王金奎与董书山门下，系统研习辽菜、东北菜及传统鲁菜，逐渐融汇各家之长，形成既尊重传统、又大胆创新的个人风格。

时代在变， 餐饮的本质始终不变

我叫侯亮，光亮的亮。2024 年 3 月，我踏上了美国的土地，如今在波士顿“好食光”餐厅担任行政总厨。

很多朋友知道，“好食光”早在 2022 年 8 月就已开业。但很少有人了解：从第一道菜开始，所有出品，皆出自我手。

在来美国之前，我其实一直以一种特别的方式维系着“好食光”的味道——透过屏幕，远程授艺，可以说是“人未至，味已达”。然而视频终究隔了一层烟火气，做出来的菜品，离我心中的标准还是差了几分。因此，我到美国后的半年时间里，最重要的一件事就是沉入厨房，把每一道菜调整到应有的样子。

这条路，走起来并不轻松。

其一，美国的厨师体系与国内截然不同。从背景资历、工作习惯到沟通方式，皆差异显著。为寻得合适、肯学、有韧劲的厨师，我们费了不少精力。

其二，食材也不同——无论是肉质的口感还是保存方式，都需要逐一调整。

最终，我选择了“标准化”作为解决方案。所谓标准化，就是把每一道菜的用料、调味、火候悉数量化至克与秒，让厨房的运作如钟表般精确、如流水线般可靠。只有这样，味道才能稳定，客人才愿意留下，口碑才立得起来。事实证明这条路是对的。经过一年多的磨合，“好食光”已经跑出了属于自己的节奏：2025 年 7 月的营业额相比去年同期增长了一倍多，堂食贡献了七成以上的收入，而且还在稳步提升。对我来说，这不仅仅是数字的增长，更是我们用心和坚持换来的结果。

或许有人会问：既然要坚持地道的中餐风味，为何还要千里迢迢来美国？这背后的故事，说来话长……

赴美：对经济下行的前瞻

人生中有些选择，往往在很早时就埋下了伏笔。还记得高考前，我对自己说：考上大学，就去读书；考不上，就随舅舅学厨——后来的结果，你们知道了。小时候看他翻锅掌勺的身影，觉得特别帅，所以真正踏上这条路时，我心里没有遗憾，只有笃定与欢喜。

有幸师从董书山、王金奎两位烹饪大师，我的厨艺逐渐获得了业内的一些认可。2022 年，我拿到了“齐鲁最佳行政总厨”金鼎奖，同年又以一道“老葱烧鲍鱼”在“第三届中国鲁菜厨师节”上获评优秀传统特色菜。坦白讲，如果继续留在国内，我依然能在这条路上走得顺风顺水。但这对我来说并不够，我一直渴望去更广阔的世界闯一闯。

2005 至 2012 年间，我在一家烤肉店担任厨师长。当时的合伙人后来去青岛创立了“新食号”，我也跟着过去。2016 年，他又在波士顿买下一块地，计划开拓海外餐饮市场。几经周折，2022 年，“好食光”终于落成开业——我也正式加入。

之所以坚定地来到美国发展，背后是现实的考量。国内的经济环境，其实早在 2016 年就已显露出下行趋势——并非许多人以为的“疫情之后”。我清楚地记得，即便是在旅游旺季，我们的营业额仍逐年下滑，而人力成本却持续攀升，生存与发展空间迅速收窄。

更不必说国内餐饮业那近乎惨烈的竞争生态：价格战之后，是优惠战、附加值战……无止境的内卷，令人疲惫。而在美国，餐饮竞争虽然同样激烈，却仍具备两个显著

优势：一是更低的房租成本，二是更稳定的客源。比如“好食光”所在的波士顿区域，主要客群来自周边高校的中国留学生——对他们而言，想尝一口地道家乡味，这里几乎是唯一的选择。同样一道菜，即便增量出品，毛利率依然远高于国内。

经营之道：对外靠口碑，对内靠管理

每次推出新菜，我都会邀请客人试吃，真诚聆听他们的意见。

我也一直关注国内餐饮的动态，将受欢迎的新菜品引入，再依据本地口味细心调整。

我们坚持每日推出一款半价特色菜，不为别的，只为用诚意吸引新朋友推开我们的门。

在团队管理上，我向员工明确三个底线：卫生要到位、菜品质量要保证、毛利率要控制。这三点做到，其他方面，我鼓励自由、尊重个性。

我更相信沟通的力量。用真心，才能换真心。员工有了归属感，才会把餐厅的事，当成自己的事。

时代在变，但餐饮的本质始终不变：用美味传递心意，以食物打动人心。每一位餐饮人都应当牢记这个根本——只有坚持优质的菜品和真诚的服务，才能让一家餐厅持续发展、长久经营。👤





每月 71.5 万人离职，美国餐饮业正在经历什么

数据来源：NRA

餐饮业曾是美国疫情后复苏的领跑者，但最新数据显示，2025 年以来，美国餐厅的用工增长趋于平缓。与此同时，全服务餐厅岗位仍未恢复至疫情前水平，而咖啡、快餐等细分领域却逆势增长，这一轮“冷热不均”的餐饮就业格局，折射出行业深层的转型挑战与机遇。

新增岗位停滞

近几个月，餐饮业的用工水平趋于平稳，尽管整体劳动力需求依然相对强劲。

根据美国劳工统计局（Bureau of Labor Statistics, BLS）的初步数据，经季节性调整后，8 月份餐饮场所净新增 1.1 万个就业岗位。在此之前的两个月，就业人数基本持平——7 月新增的 5800

个岗位被 6 月减少的 5900 个岗位所抵消。

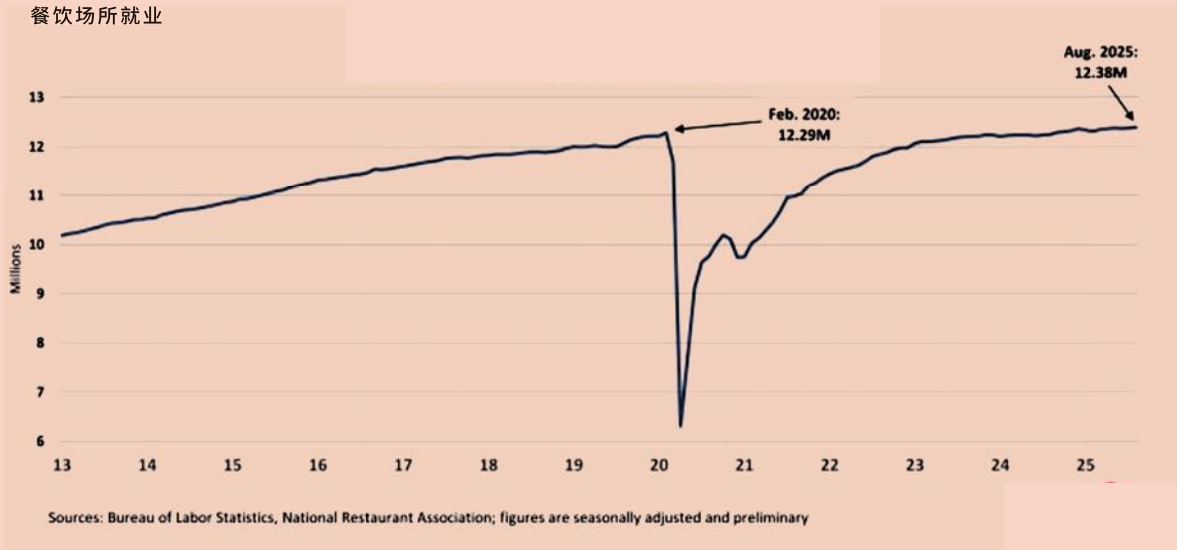
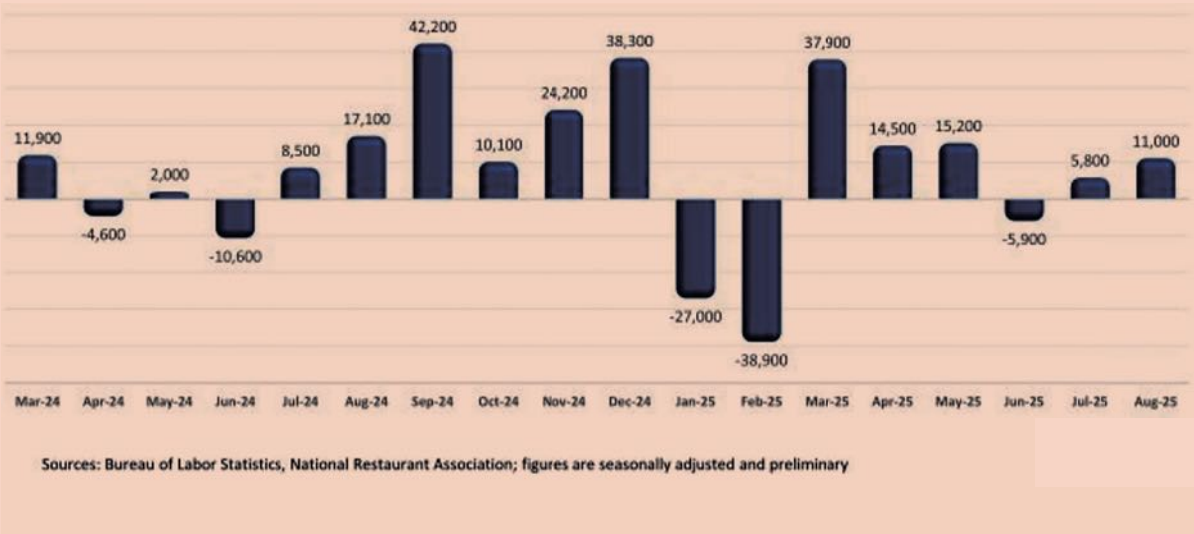
2025 年上半年（前 8 个月），餐饮业的总体就业水平基本保持平稳，年初至今新增就业岗位不足 1.3 万个。而在此之前的四年多时间里，餐厅行业经历了显著增长：该行业新增了近 610 万个就业岗位。

其他经济指标继续表明，增长平缓并非由经营者对

员工的需求减少所导致。事实上，在过去 4 个月中，酒店业每月招聘的员工数量均超过 80 万人；而在此前的 11 个月里，该行业仅一次达到这一招聘规模。

真正拖慢增长的是员工离职率的上升。2025 年 5 月至 7 月期间，酒店业平均每月有 71.5 万名员工辞职，这一数字比此前 12 个月的月均辞职人数高出 15 万人。

餐饮场所就业月度变化



尽管过去几个月就业数据表现起伏不定，但餐厅行业的劳动力规模仍高于疫情前水平。截至 2025 年 8 月，餐饮场所（含堂食与饮品店）的就业人数较 2020 年 2 月增加了近 9.3 万个岗位，增幅为 0.8%。

就业两极分化

在餐饮业内部，有限服务类餐厅持续引领就业增长。

在疫情导致就业岗位流失后的整个复苏过程中，咖啡与小吃始终处于领先地位。截至 2025 年 7 月，小吃及非酒精饮品店（包括咖啡店、甜甜圈店和冰

淇淋店）的就业岗位数量较 2020 年 2 月增加了 17.9 万个，增幅达 22%。

快餐和休闲快餐厅的员工数量较疫情前水平增加了 10.5 万个，增幅为 2.3%。

与之形成对比的是，截至 2025 年 7 月，全方位服务餐厅的就业岗位数量仍比疫情前少 22.2 万个，降幅为 4%（注：就业数据滞后一个月，因此 2025 年 7 月的数据是目前可获取的最新数据）。

各州增长不均

在疫情暴发逾 5 年后，全美仍有 17 个州及哥伦比亚

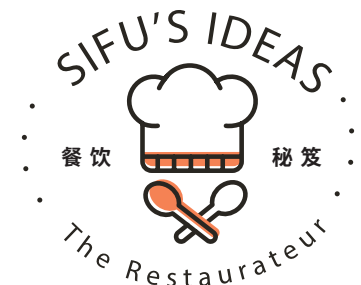
亚特区的餐饮业人员就业水平未恢复至疫情前。

其中，马萨诸塞州和西弗吉尼亚州的情况最为突出——2025 年第二季度，这两个州的餐饮场所（含堂食与饮品店）就业岗位数量较 2019 年第二季度减少约 5%。马里兰州（-4%）、伊利诺伊州（-3%）、加利福尼亚州（-3%）、佛蒙特州（-3%）以及密歇根州（-3%）的餐饮业就业水平，同样也远低于疫情前。

相反，一些山区州的餐饮业就业已远超疫情前水平，其中爱达荷州（+17%）、犹他州（+15%）、南达科他

州（+14%）和内华达州（+13%）增幅最为突出（注：州级分析以 2019 年为疫情前基准，而非 2020 年 2 月，因为并非所有州都有季节性调整后的就业数据）。

餐饮场所（含堂食与饮品店）是整个餐饮服务行业的核心组成部分，其吸纳的就业人数约占餐饮服务行业总劳动力的 80%；目前该行业总劳动力规模已超过 1570 万人。📍



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。



扫码加餐谋长

餐厅招人都有哪些靠谱渠道？

问 餐谋长您好，现在餐厅找人成了一件头疼的事情，想咨询一下，哪些渠道请员工比较靠谱？

答 开餐厅招工这件事，说简单也简单，说难也难。简单是因为美国的招聘渠道五花八门，随手一搜一大把；难就难在找到靠谱、稳定、合适的人。

尤其对中餐老板来说，厨房需要手艺，前厅要有服务意识，这些都不是随便招几个人就能顶上的。更别提法律法规、工时薪酬、文化差异这些隐形门槛，

稍有疏忽就可能带来用工风险。

下面说一下圈内老板们招工几个常见的来源：

优先考虑熟人介绍

在餐饮行业，熟人介绍是最稳妥、最高效的招聘方式。相比于在网上盲搜简历安排面试，同行推荐和熟人介绍往往更精准。

很多厨师、经理、店长等核心岗位在开店前期都是通过人脉挖来的，因为推荐人对候选人的工作能力和性格有一定了解，这能

帮助餐厅在起步阶段减少很多试错成本。甚至，挖一个靠谱的员工还可以帮助餐厅快速积累供货商、同行、老顾客等上下游人脉。

熟人不仅仅局限于正在餐饮行业工作的人，一些其它行业的人脉比如供货商机，外卖员每天在各个餐厅穿梭，经常能第一时间掌握哪些厨师想换店。

如果你是一个餐厅老手，不妨也咨询一下你的熟客，老顾客熟悉你的餐厅风格，也可能推荐合适的服务员。平时维护好人脉资源，在

紧急需要用人时通过身边的人或许能帮你快速找到靠谱的员工。熟人推荐的稳定性也更高，因为有推荐人做信用背书，新员工对餐厅的适应速度快，离职率低，这对小型餐厅来说尤其重要。

好好利用华人招聘网站

对于中餐老板来说，华人社区的招聘平台是老板们的必备工具。一些常见的招工网站如 US 华人 168、华人资讯网、美国找工作网等每天都有大量更新，求职者多为华人餐饮从业者，

熟悉行业节奏且沟通无障碍，能快速上手。

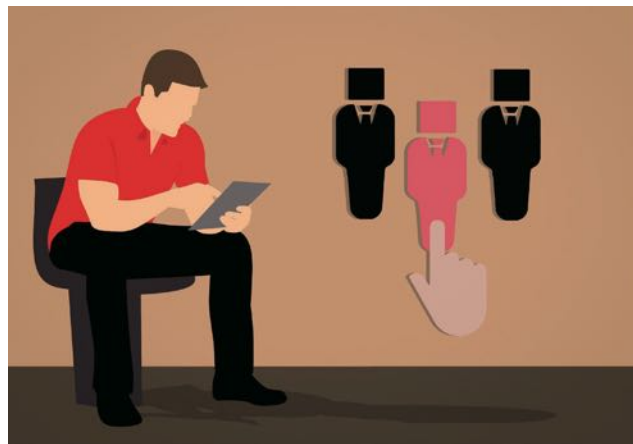
作为北美最大的华人餐饮媒体，《餐饮家》的网站（canyinjia.us/forums/jobs/）和微信公众号（每周五固定推送招工信息）都设有招工版块，覆盖面广、针对性强，已成为不少餐饮老板和求职者的首选平台。多年来，我们已帮助上千位读者成功找到适合的人才，从后厨骨干到前厅管理层，几乎覆盖餐厅各个岗位。

在这些网站发布招聘广告时，最好将岗位职责、薪资范围、工时安排、餐厅地理位置，以及是否提供住宿或员工餐等细节一并写清楚，信息越全面，就越能减少无效咨询和反复沟通，从而提高招聘效率。

除了线上华人招聘平台，本地华人社区公告栏以及华人商超张贴区也是非常实用的低成本宣传渠道。虽然这种方式看起来有些传统，但在求职者集中、消息传播快的社区环境中，它往往能取得不亚于大型网站的效果。

社交媒体和微信群

随着社交平台的发展，餐饮行业招聘已经不局限于传统网站。微信群、Facebook 招聘群组、小红书等社交媒体已成为重要的求职信息流通渠道。



本地微信群消息传播速度快，精准度高，能直接触达圈内同行和潜在求职者。对于年轻人和兼职人员，小红书、Instagram、TikTok 等社交平台的帖子也有招聘潜力。如果你有预算，还可以做定向广告，把招工信息推送给餐饮专业人群。老板们可以预先建立自己的招聘体系。比如录一段简短的厨房或门店视频，展示工作环境和团队氛围，在互联网时代，这可比冷冰冰的文字更有吸引力。

不要局限于华人

新手老板常常会陷入一个误区，以为餐厅招聘一定要找华人员工，事实上，这种思维很容易限制用工选择，让你错过许多优秀的候选人。美国的餐饮行业多元化程度极高，墨西哥裔、南美裔、东欧裔乃至本地年轻人，很多都有丰富的厨房或服务经验，尤其是老墨们，更是中餐

后厨的常客。

如果要招非华裔员工，Craigslist 是美国最常用的蓝领招聘网站，用户量庞大，尤其在快餐、酒吧、小型餐厅招聘中非常有效。此外，像 Culinary Agents, Snagajob、Poached Jobs 等网站都是专门面向餐饮行业的招聘平台，这些平台可以帮你快速找到合适的人选。

像 Poached Jobs 在美国各大城市的餐饮圈的口碑其实不错，上面活跃着许多有经验的厨师和调酒师。如果餐厅在开业初期急需临时支援，也可以通过这些平台短期雇人，灵活度很高。

与华人招聘网站不同，这类平台的受众更广，尤其适合想打造多元团队的餐厅。发布职位时要注意明确要求，比如英语沟通能力、食品安全认证等，以免招来不符合岗位需求的应聘者。

兼职或更有性价比

尤其考虑到餐饮行业本身的流动率极高，对于餐饮行业来说，临时的兼职是一个性价比非常高的选项。

学生或年轻的兼职非常适合在高峰期填补前厅岗位、外卖打包、服务员助理等灵活性强的职位。年轻员工虽然工作经验不足，但只要提供清晰的培训流程和灵活的排班制度，他们往往能快速上手，并成为团队中不可或缺的力量。利用暑假、寒假或节假日高峰期，提前与学校建立合作关系，还能保证旺季人手充足。

此外，年轻人擅长社交媒体和新兴消费趋势，他们的加入不仅缓解用工紧张，还可能为餐厅带来创新思路 and 新鲜活力，是值得长期经营的人才储备方向。

招工从来不是一锤子买卖，而是餐厅运营中最需要长期经营的环节之一。无论是靠熟人推荐稳住核心岗位，还是借助华人网站和社群快速补充人手，抑或通过 Craigslist、兼职平台和学校资源拓展多元人才渠道，最终的目标都是建立一支高效稳的团队。

老板们常说“菜是餐厅的灵魂”，但我想提醒大家，团队才是餐厅运转的根基。与其在旺季临时抱佛脚，不如提前布局招聘体系，在人手紧张的北美餐饮业，这才是打赢长久之战的关键。📍

广告价目表 Advertising Rates

Wechat Article	\$1,000 / content		
Wechat Banner	\$980 / 3 month (* at least 10 posts per month)		
	单月 Month	半年 Half Year	全年 Year
▼彩色内页 4-color Inside Page			
1Page	\$2,800	\$11,200	\$19,600
1/2 Page	\$1,750	\$7,000	\$12,250
1/3 Page	\$1,260	\$5,040	\$8,820
1/4 Page	\$980	\$3,920	\$6,860
封二 (封二对页) Front-Cover-Inside(Front P3)	\$9,450	\$37,800	\$66,150
封三 (封三对页) Back-Cover-Inside(Back P3)	\$8,400	\$33,600	\$58,800
Front P4-P9 Back P4-P9	\$4,200	\$16,800	\$29,400
封面 Front Cover	\$63,000	/	/
封底 Back Cover	\$9,800	\$39,200	\$68,600

每年发行 10 期;
全面覆盖北美 11.2 万家华人餐饮企业

Published 10 issues yearly;
The magazine covers more than 112,000
Chinese restaurants across the United States.

Online social media coverage 社群平台矩阵 覆盖全平台的内容网络

微信: 微信群近百个, 覆盖餐厅经营者和管理者近万名; 公众号粉丝 **5 万+**, 平均单篇浏览量 **6000+**, 平均每月新增粉丝 **300+**

小红书: 总浏览量 **50 万**, 赞和收藏 **1.3 万**, 平均每月新增粉丝 **100+**, 单篇浏览量平均 **5000+**, 单篇最高 **14 万**

网站: 月均线上活跃用户 / 流量超 **10 万**, 用户覆盖全美 **50 州**

WeChat: Nearly 100 WeChat groups, covering nearly 10,000 restaurant operators and managers; public account has more than **50,000** followers, an average of more than **8,000** page views per post, and an average of more than 300 new followers per month.

Rednote: **500,000** total views, **13,000** likes and favorites, **100+** new fans per month, **6000+** views per post, and **140,000** views per post.

Website: Average monthly online active users/traffic exceeds **100,000**, with users covering all **50** states in the U.S.

The Chinese Restaurateur Awards 餐饮家金像奖 中餐界最具指标性的年度荣誉

Exclusive Club 餐饮家俱乐部 华人餐饮人的线下交流场



餐飲家

The Restaurateur

餐饮人的精神家园
FEEDING THOSE WHO FEED US

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

646-982-7289

FOR ADVERTISING INQUIRY,
PLEASE SCAN THE QR CODE OR CALL
646-982-7289



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 boundries, 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



rednote



微信公众号



LITTLELABA
P.O. BOX 540899
FLUSHING, NY 11354

PRESORTED STD
US POSTAGE
PAID
GARDENA CA
PERMIT NO. 40

L&T
紐約爐頭
RESTAURANT EQUIPMENT
誠信品質，您的廚房設備專家

一次烘烤
十六只



ekitchensupply.com



pandarange.com

豪華北京電烤鴨爐

