

普通高等教育“十三五”规划教材

园艺植物与美食

吴 澎 周 涛 主编

YUANYI ZHIWU
YU MEISHI



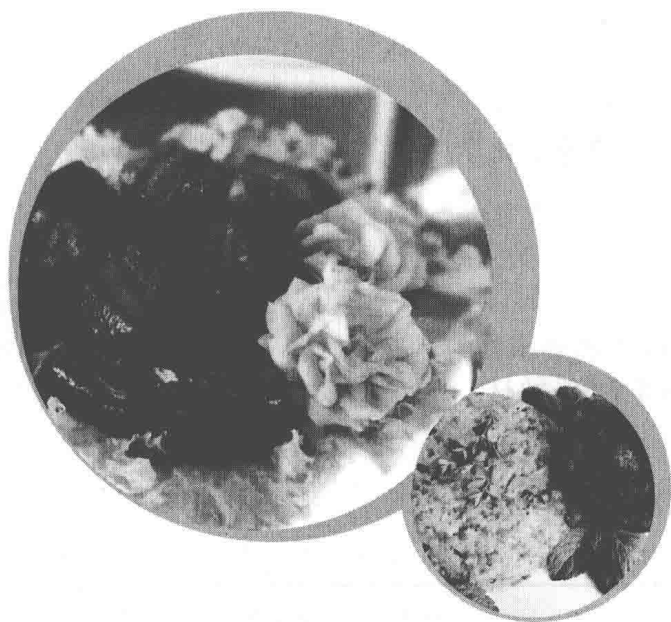
化学工业出版社

普通高等教育“十三五”规划教材

园艺植物与美食

吴 澎 周 涛 主编

YUANYI ZHIWU
YU MEISHI



化学工业出版社

· 北 京 ·

《园艺植物与美食》将园艺植物与传统美食知识有机融合,从食品资源开发和利用的角度来介绍园艺植物与食品的发展历史,在对园艺植物食用部分进行说明的同时,还概述了其食用价值,并以其食用部位为分类依据,对传统美食的食材选用、菜肴做法等知识进行说明。本书列举了常见的家居园艺植物美食与饮食禁忌,也对潜力园艺植物美食的开发进行了阐述,使读者在了解我国传统园艺植物美食的同时,也能更好地掌握其加工方式,以拓展食物资源的利用途径,提高其实际利用率。

《园艺植物与美食》内容深入浅出,难易适度,实用性强,学术性与普及性兼顾,主要适用于高等院校食品科学与工程、园林、园艺、烹饪和营养教育专业师生的选修课教材或作为相关专业的自学考试教材,也可供园艺植物、美食爱好者参考用书。

图书在版编目 (CIP) 数据

园艺植物与美食 / 吴澎, 周涛主编. —北京: 化学工业出版社, 2017. 9

普通高等教育“十三五”规划教材

ISBN 978-7-122-30350-9

I. ①园… II. ①吴…②周… III. ①园林植物-高等学校-教材②饮食-文化-中国-高等学校-教材
IV. ①S688②TS971

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第181286号

责任编辑: 尤彩霞
责任校对: 王 静

装帧设计: 史利平

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 三河市延风印装有限公司
787mm×1092mm 1/16 印张11¹/₄ 字数282千字 2017年11月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 35.00元

版权所有 违者必究

普通高等教育“十三五”规划教材

《园艺植物与美食》编写人员

主 编 吴 澎 周 涛

副 主 编 蓝蔚青 王丽玲

参 编 (按汉语拼音排序)

樊爱萍 傅茂润 黄梅桂 刘兴洋 刘亚平

刘永峰 苗 颖 彭 强 齐 丽 宋晓庆

杨凌宸 姚广龙 曾晓房 张宏康 赵西梅

郑鹏飞



前言

PREFACE

美食，顾名思义是指美味的食物。我国素有“烹饪王国”的美誉，美食种类繁多，加工形式多样，从最初的“羊大为美”到后来的色香味形俱全，美食已不仅仅是简单的味觉感受，更是一种精神享受。食材不论贵贱、加工不论繁简，只要符合现代食品安全营养标准、能引发个体身心愉悦的食品均可称之为美食。

近年来，随着科学技术的发展与生活水平的提高，人们已不再局限于餐桌上的山珍海味，逐渐开始将目光转向绿色、天然、发展前景广阔的园艺植物。园艺植物是一类供人类食用或观赏的植物，人们从生产管理、营销等角度考虑，将用途或生产等方面相同或相近的植物分别归纳为果树、蔬菜、观赏植物三类。绝大多数果树、蔬菜都是人类在长期的生产实践中选育出来可食用的产品。由于具有营养、医疗与保健等功能，越来越多的园艺植物被制成菜肴，加工成食品、饮料、香料与精油等。

《园艺植物与美食》侧重介绍常见而尚未进行大规模美食研发的园艺植物的花卉、叶芽、果实、根茎等，还包括有观赏性能兼具保健功能的药食同源植物，旨在总结探索一个崭新的天然食品研究领域。通过对园艺植物的概念与范围进行阐述，并对园艺植物从野生到食用美食的演变过程、文化与历史记载进行说明，介绍园艺植物的形态与可食用部位，对其美食功能与作用予以阐释，还对园艺植物传统美食、保健与功能性美食开发利用、饮食禁忌进行系统说明，以提高园艺植物资源的实际利用率，符合当前提倡的园艺植物美食的最新趋势和理念。

本书共分7章，由山东农业大学与上海海洋大学共同组织塔里木大学、齐鲁工业大学、山东省教育招生考试院、海南大学、西北农林科技大学、山西农业大学、南京林业大学、天津农学院、滨州学院、仲恺农业工程学院、红河学院、陕西师范大学、中国青岛香博园等十余所高校与科研院所的专业教师和专家联合编写。

由于编者水平有限，书中难免会有疏漏之处，恳请读者批评指正，编者将不胜感激。

编 者

2017年10月



目录

CONTENTS

第1章 园艺植物概述

1

1.1 美食的内涵、起源和发展	1
1.1.1 饮食美学的产生	1
1.1.2 饮食美学是社会需求的产物	2
1.1.3 饮食的生存性	3
1.1.4 饮食的审美特性	3
1.1.5 饮食的地域性	4
1.1.6 饮食的民族性	4
1.2 园艺植物及园艺植物食品的概念和范畴	5
1.2.1 园艺植物的范畴和特点	5
1.2.2 园艺植物的分类	6
1.2.3 园艺植物食品的范畴	8
1.3 常见园艺植物食品的原料特性	9
1.3.1 果蔬的原料特性	9
1.3.2 花卉的原料特性	14
1.3.3 茶叶的原料特性	16
1.4 饮食美学研究	19
1.4.1 国外饮食美学研究现状	19
1.4.2 国内饮食美学研究现状	20
1.4.3 饮食美学研究的意义	22
思考题	22

2.1 水果及其食品的历史	23
2.1.1 国内外的水果及水果制品发展历史	23
2.1.2 传统水果食品的文化历史	24
2.2 蔬菜及其食品的历史	26
2.2.1 蔬菜在我国的研究历史	26
2.2.2 传统蔬菜食品的文化历史	27
2.3 食用花卉及其食品的历史	28
2.3.1 食用花卉在我国的研究历史	28
2.3.2 我国传统花卉食品的文化历史	29
2.4 药食同源园艺植物及其食品的历史	32
2.4.1 药食同源园艺植物在我国的文化历史	32
2.4.2 药食同源园艺植物食品的文化历史	33
思考题	35

3.1 可食性花卉	36
3.1.1 食用花卉资源概述	36
3.1.2 常见的食用花卉	37
3.1.3 花卉食品的开发	42
3.2 可食性叶片	43
3.2.1 可食性叶片的营养特点	43
3.2.2 常见可食性叶片	44
3.3 可食性根茎	48
3.3.1 百合	48

3.3.2 仙人掌	50
3.3.3 玉竹	51
3.3.4 马齿苋	52
3.3.5 牛蒡	53
思考题	55

第4章 园艺植物的保健与功能性美食开发

56

4.1 金银花	56
4.1.1 食用价值	57
4.1.2 药用价值	58
4.2 梅	58
4.2.1 食用价值	59
4.2.2 药用价值	59
4.3 紫藤	59
4.3.1 食用价值	60
4.3.2 药用价值	60
4.4 黄花菜	60
4.4.1 食用价值	61
4.4.2 药用价值	62
4.5 玉兰花	62
4.5.1 食用价值	62
4.5.2 药用价值	64
4.6 茉莉花	64
4.6.1 食用价值	64
4.6.2 药用价值	64
4.7 栀子	65
4.7.1 食用价值	65

4.7.2 药用价值	66
4.8 南瓜花	66
4.8.1 食用价值	67
4.8.2 药用价值	68
4.9 常见蔬菜、水果的营养功效	68
4.9.1 常见蔬菜营养功效	68
4.9.2 常见水果营养功效	72
思考题	76

第5章 园艺植物传统美食

77

5.1 园艺植物之花菜类美食	77
5.1.1 菊花	77
5.1.2 玫瑰	79
5.1.3 桂花	81
5.1.4 槐花	83
5.1.5 梅花	85
5.1.6 栀子花	87
5.1.7 茉莉花	88
5.1.8 木芙蓉	90
5.1.9 其他花菜类	91
5.2 园艺植物之叶菜类美食	94
5.2.1 芦荟	94
5.2.2 红薯叶	96
5.2.3 桑叶	98
5.2.4 香椿	99
5.2.5 马兰头	100
5.2.6 马齿苋	101

5.2.7 其他叶菜类	103
5.3 园艺植物之果菜类美食	103
5.3.1 火龙果	103
5.3.2 菠萝	107
5.3.3 番木瓜	109
5.3.4 柠檬	112
5.3.5 酸木瓜	114
5.3.6 榴莲	116
5.3.7 葫芦	118
5.3.8 蛇豆	119
5.3.9 海棠果	121
5.4 园艺植物之根菜类美食	122
5.4.1 折耳根	122
5.4.2 牛蒡	124
5.4.3 螺丝菜	126
5.4.4 葛根	128
5.4.5 藠头	129
5.4.6 洋姜	131
5.5 园艺植物之茎菜类美食	132
5.5.1 百合	132
5.5.2 仙人掌	134
5.6 园艺植物之香草类美食	136
5.6.1 百里香	136
5.6.2 迷迭香	137
5.6.3 鼠尾草	137
5.6.4 薄荷	138
5.6.5 罗勒	138
5.6.6 香草	139
5.6.7 牛膝草	140

5.7 烹饪加工	140
5.7.1 生食与凉拌	140
5.7.2 炒食煮食	140
思考题	143

第6章

园艺植物的深加工食品

144

6.1 食用部位——花	144
6.1.1 花卉食品深加工	145
6.1.2 发酵制品	148
6.1.3 焙烤制品	150
6.1.4 果糕	151
6.2 食用部位——叶	152
6.3 食用部位——根	153
6.3.1 芹菜根	153
6.3.2 菠菜根	154
6.3.3 白菜根	155
6.3.4 芥菜根	156
6.3.5 甜菜根	157
思考题	158

第7章

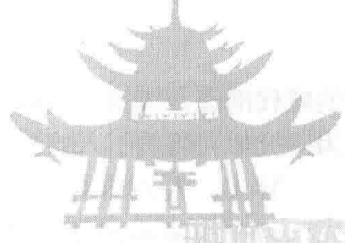
园艺植物的饮食禁忌

159

7.1 园艺植物饮食的性能归类	159
7.1.1 按食性归类	159
7.1.2 按食味归类	160

7.1.3 按归经归类	161
7.2 常见蔬菜食用禁忌	162
7.2.1 白萝卜	162
7.2.2 胡萝卜	162
7.2.3 芋头	162
7.2.4 菜花	162
7.2.5 番茄	162
7.2.6 大白菜	163
7.2.7 韭菜	163
7.2.8 芹菜	163
7.2.9 香菜	163
7.2.10 芥菜	163
7.2.11 菠菜	163
7.2.12 金针菜	163
7.2.13 马齿苋	163
7.2.14 莴笋	163
7.2.15 竹笋	164
7.2.16 藕	164
7.2.17 茄子	164
7.2.18 冬瓜	164
7.2.19 苦瓜	164
7.2.20 黄瓜	164
7.2.21 南瓜	164
7.2.22 丝瓜	164
7.2.23 黄豆	165
7.2.24 黑豆	165
7.2.25 绿豆	165
7.2.26 扁豆	165
7.2.27 豌豆	165
7.2.28 四季豆	165

7.3 常见水果食用禁忌	165
7.3.1 梨	165
7.3.2 橘	165
7.3.3 芦柑	166
7.3.4 桃	166
7.3.5 苹果	166
7.3.6 柿子	166
7.3.7 椰子	166
7.3.8 柚子	166
7.3.9 荔枝	166
7.3.10 香蕉	166
7.3.11 石榴	166
7.3.12 樱桃	167
7.3.13 葡萄	167
7.3.14 芒果	167
7.3.15 番木瓜	167
7.3.16 杨桃	167
7.3.17 西瓜	167
7.3.18 无花果	167
7.3.19 哈密瓜	167
参考文献	168



第1章

园艺植物概述

1.1 美食的内涵、起源和发展

人类文明源于饮食。人类首先必须解决饮食这个首要问题，才能谈社会生活的其他方面，所以饮食是社会生活的基础和核心，它决定或制约、影响着社会生活的其他方面。而美食其实是一种实用艺术，具有食用性与审美性双重特性。所谓食用性是指作为食品的美食必须具有一定的营养，符合一定的卫生标准，能满足人们生存与健康的需求；所谓审美性是指美食具有色、香、形、味、滋、器、意等多种审美因素，能使人们在品尝的过程中产生心理上的愉悦。所以，我们认为，不论食材贵贱，不论加工过程繁简，只要能够符合现代食品安全营养标准、能够引发个体身心愉悦的食品都可以称之为美食。

美食是以美学原理为指导，将美学与烹饪学、服务学、心理学、社会学、管理学以及艺术理论具体结合，形成有机统一的整体，是专门研究饮食活动领域审美及其审美规律的新兴交叉学科。其具体审美规律应涵盖两大方面：一是饮食审美过程中客体的形态美、主体的美感过程及在其基础上形成的范畴美；二是饮食制作过程中饮食美创造者的生存状态审美化，以全方位满足人们在饮食创造方面的生理需求和心理需求，直接体现美学“效用”。

1.1.1 饮食美学的产生

马克思在继承康德、黑格尔对审美主体的宣扬，深化康德“自然向人生成”的命题和黑格尔“理念的感性显现”命题的基础上，立足历史唯物主义的宏观视野，从人的本质规定性中引申出了美的本质规定，指出美是人类社会实践的历史产物，从而把美的根源归结为自然的人化或人本质力量的对象化，科学地解答了“美是什么”和“美从哪里来”的问题，形成了以“人也按照美的规律来造型”和“美是人的本质力量的对象化”两大命题为核心的实践美学观。这不仅揭示了人类实践活动趋真、向善、审美之间的内在联系，而且突出了人在自然和社会面前的主体地位，为探讨美的本质和审美创造的规律奠定了美学研究的科学理论基础，使美学成为一门真正的科学。

随着社会实践的不断深化，在实践美学观的指引下，人们逐渐将其审美视野从艺术领域投向了更为广阔的物质文化和现实领域之中，在注重基础理论研究的基础上，面向人类日益丰富的审美实践，重视如何将在精神领域得到充分发展的艺术再透射、凝练到实用艺术的规律性研究中，并开始对社会生活实践中的美、美的规律及其创造的实践经验进行研究，从而拓展美学的学科领域。饮食美学正是顺应历史的发展，迎合饮食与艺术、饮食与美学相融合

的时代潮流，成为专门研究市场经济时代饮食生活领域美、造美与审美活动的实用美学，成为研究如何将美引入饮食领域的实用学科。

其实，人类早期的历史，就是一部以食物资源及食品美的开发为主要内容的历史。首先，为食品美的开发提供物质基础的是火的发现与运用，使人类结束了茹毛饮血的蒙昧时代，进入了烤炙熟食的文明时代。接着，陶器的发明和使用，为人类主食的美化提供了基本条件。然后，经过长期的劳动实践，人类懂得了煮海为盐，这就有了最基本的调味品（图1-1）。随着调味品的不断发现，随着人类烹饪经验和技术的日益成熟、烹饪器具的日益丰富、烹饪方法的日益多样，人类对食物质地的好坏、味道的甘美、食物的色泽和形态等方面的认识便随之不断提高。在这一过程中，人类已将自己的审美意识注入食品。因此，据研究，人类的审美意识也首先是从饮食经验开始的，人类的童年在生理的直觉性驱动下选择了熟食方式，在反馈和思考下认识了健康，在饮食的社会化过程中，感受到了情感，再进而运用饮食的方式抒发情感。



图1-1 食品美的开发历史

1.1.2 饮食美学是社会需求的产物

首先，立足人类社会，从实现人类日常生活审美化的宏观层面看，随着生产力的发展和社会的进步，饮食生产实践不仅直接生产出包含着美的饮食产品，而且也在精神领域改变着人们的饮食生活方式和审美观念。人们自觉地运用美的规律去美化饮食生活和审视饮食过程中的美，获得审美经验的需求，而且这一过程表现得越来越突出、越来越强烈。对作为实用美学体系中最重要、最普遍、最直接和最广泛的实体部分的饮食美学进行研究与推广，将通过其陶冶性情、开启智力，发挥以美导真、以美储善等功能，形成一种全社会在饮食方面都遵循真、向往善、追求美的发展趋向，从而推动人类日常生活审美化的进程。

其次，立足现代餐饮业，从餐饮企业发展要求的微观层面看：第一，随着餐饮市场的发展和人民生活水平的提高，当今餐饮消费者需求不断升级——不但要求要吃饱、吃好，还要吃出文化、吃出品位。这一餐饮需求的发展趋势，表明中国餐饮业已开始进入体验经济的时代。在这个时代里，餐饮消费者购买餐饮企业产品，不仅仅是选择其质量、功能，还选择了产品中所蕴含的文化品位和审美情趣。消费产品的过程就是以审美和愉悦等精神享受为核心的活动过程。作为一个成功的餐饮企业，其所提供的产品必须突出体验的属性，并表现多重体验价值的综合，使餐饮企业在进行企业经营管理的过程中，实现餐饮企业产品与审美体验完美结合。第二，在餐饮企业产品开发延续层面，随着市场竞争的加剧，大量的新原料、新品种不断涌现，产品更新换代不断加快，市场寿命周期不断缩短，餐饮消费者对餐饮企业产品的深度挖掘与广度开发的要求表现得越来越突出、越来越强烈。任何餐饮企业所拥有的产品竞争优势都是暂时的，因为每个产品都有寿命周期，包括开发期、成长期、成熟期和衰落

期。因此,只有不断推出新产品,保障有稳定数量的新产品处于开发期、成长期,才能保证企业持续、稳定的发展。不断创新产品是餐饮企业生存与发展的重要任务,而创新的根本是实现人类饮食活动与饮食美学的完美结合。同时,由于餐饮企业产品创新是建立在广义产品概念基础上的、以市场为导向的系统工程,系统内各要素始终与外界进行着大量的物质、能量、信息交换,与外界存在着千丝万缕的联系,这种交换与联系使系统内要素以及它们之间的关系发生变化,进而影响系统的功能。所以,餐饮企业产品创新与饮食美学的结合研究必须从系统的角度出发,将餐饮企业产品创新看作集若干相互作用、相互依赖的要素结合而成的持续运动的一个系统整体,将饮食美学理论全面渗透到各个子系统中,才能把握餐饮企业产品创新的运作规律,并创造一个有利于创新的环境,以激励创新主体进行持续不断的产品创新活动。

1.1.3 饮食的生存性

西方观点认为:“世界上没有生命便没有一切,而所有的生命都需要食物。”我国也有俗语:“民以食为天。”可见,对于饮食的生存性这一特征,中西方的认识是一致的。食品首先要满足人类赖以生存的基本条件,才能进一步追求展现食品的“美”。饥求食,渴思饮,为人之常情,也是动物的本能。可以说,吃和喝是人最基本的生理需要,是人最本能的生命活动,是人维持自身生命存在的最根本方式。因此,饮食是人类生活的第一要素,它通过解饥止渴的功能来维系人类生存与发展的首要基础。

为了维持生命,人类自从出现在地球上,就必须不断地寻找食物,开发食物资源,进行饮食实践活动,这是一个长期的、发展的、逐步演变的过程。正是在这个过程中,人类逐步创造和发展了丰富灿烂的饮食文化;也是在这个过程中,逐渐形成了一定的社会结构,并促进社会向前发展,累积了丰富多彩的物质文明和精神文明。那么,由饮食所衍生的美食文化,自然也就成为了人类社会和文明存在与发展的基础。

1.1.4 饮食的审美特性

饮食生活的审美意识,就可以理解为人类对饮食生活“美”的感受和觉悟。而饮食审美思想,则是上述意识的丰富、深化、飞跃和系统完善,是人们对饮食生活美的感觉、领悟、思考、探求、创造,是对饮食生活中美的理解、认识和理论化。孔子有关“食不厌精,脍不厌细”的主张,不仅包含食品可口的意义,还有加工烹制精细的要求。东汉许慎的《说文解字》中:“美,甘也。从羊从大。羊在六畜主给膳也。美与善同意。”和“膳之言善也。羊者,祥也。故美从羊。”“羊大则肥美”说明古代人就是把又肥又大的羊当作美味;“鲜”字从羊从鱼,也说明古代人从羊和鱼中悟出了鲜味。这些均表明,我国先民正是在饮食的过程中,经由味觉器官感受到了莫大的愉悦感,形成了最初的美感,而后他们又将这种感受延伸到其他生活领域,形成了更为丰富的审美感受。在汉语中,有许多与“味”字合成的词语,如寻味、回味、意味、况味、体味、趣味、韵味、风味、余味、味外之旨、味同嚼蜡、津津有味等,均用以描述饮食的审美体验。这一现象也显示了饮食与审美之间有着难以割舍的紧密联系。这似乎也道出了中国古代直接来源于饮食生活实践的审美意识的一般规律。也可以说,在长期的中国饮食文化发展进程中,饮食活动自始至终充满着美学内容,遵循着美的规律。中华美食观从精神、物质两个方面双向发展,形成了完整而严密的中华美食制度。自甲骨文时代的“羊大为美”,到先秦时期的“强调美善统一”,经两汉时期的“形成综合性食美”、唐宋时期的“善均五味,追求意趣”,以及明清时期的“兼容并蓄”,直到今天的“饮食必意趣”,饮食美的追求无处不在。

1.1.5 饮食的地域性

中国地域广阔，地理环境不同，农作物种类多样，人们的饮食习惯具有鲜明的地域性特征。因此，一个地方的传统饮食和饮食习惯，与当地的食材和长期生活在这一地区人群的饮食需求有关。独具特色的美食，成了这些区域的名片。

餐饮产品由于地域特征、气候环境、风俗习惯等因素的影响，会在原料、口味、烹调方法、饮食习惯上存在不同程度的差异。正是因为这些差异，美食才具有了强烈的地域性。地理环境影响着人类生存活动的方式，人类为了生活和生存下去，不得不努力利用和改造环境，以便有效地获取必需的生活资料。不同地域的人们获取生活资料的方式和气候条件等影响因素各不相同，就产生和累积了不同的美食习俗，即所谓的“一方水土养一方人”，形成因地域不同而千差万别的美食文化。

美食的地域性，早在汉代就有记载。《黄帝内经·异法方宜论》中有：“东方之域，……其民食鱼而嗜咸，西方者，……其民华食而脂肥”“北方者……其民乐野处而乳食”“南方者，……其民嗜酸而食附”“中央者……，其民食杂而不劳”，但这仅仅是美食地域性特征的一个方面。另一方面，在一定的时间内，甲地的美食往往又会流行到乙地。例如，20世纪80年代以来，风行于我国各地甚至海外的川菜和粤菜，特别是粤菜，除了它的地域性原因以外，还与它在全国范围内文化面貌的时代超前性有关。今天，不同文化背景的人之间交往日益频繁，不同的饮食文化交流与融合也越来越普遍，尤其是在那些国际化大都市或交通、经贸、旅游发达地区，传统饮食的地域性特点正在被逐渐淡化，美食正面临着快速的融合与发展，且符合当代世界饮食发展的大趋势。

中国饮食文化学者赵荣光先生用“饮食文化圈”来表示饮食的地域性差别。他将中华饮食文化圈划分为12个小圈：东北地区饮食文化圈、京津地区饮食文化圈、中北地区饮食文化圈、西北地区饮食文化圈、黄河中游地区饮食文化圈、黄河下游地区饮食文化圈、长江中游地区饮食文化圈、长江下游地区饮食文化圈、东南地区饮食文化圈、西南地区饮食文化圈、青藏高原地区饮食文化圈和素食文化圈。各饮食文化圈有重叠，表示彼此既相对独立，又相互渗透影响。从这些饮食文化圈中，可以看到区域美食存在的文化差异和口味流变。例如，朝鲜族人民主要居住在东北地区，在长期生产实践中，他们除具有农耕民族饮食文化的共同特点外，也形成了带有本民族特点的饮食文化。他们常吃米、面，善制泡菜，爱做打糕，再加上米、糕制品做工精美，使其在色、香、味等方面都恰到好处，成为代代相传的美食佳品。再如，苗族等少数民族饮食的一大特点是喜好酸食，这也主要和他们居住的地域有关。苗族人民主要居住在西南地区，气候湿热，食物不易保存，在长期的生活实践中，他们逐渐学会了腌制食物以利于保存，且有助于健胃消食。布依族有“三天不吃酸，走路打偏偏”的说法；从猪、鸡、鱼、蛋到蔬菜和瓜果，苗族等少数民族均可腌制成酸食。

1.1.6 饮食的民族性

民族性这个术语的历史始于20世纪60年代。当时，这个概念是对后殖民主义地缘政治变化和许多工业发达国家少数民族运动做出的回答。对民族性的解释涉及各种现象，如社会和政治变化、民族自我认同形成、社会冲突、种族关系、民族建设和饮食等。不同的民族长期赖以生存的自然环境、气候条件、经济生活、生产经营的内容、生产力水平与技术等不同，以及各地区所索取的食物对象和宗教信仰存在差异，从而形成了各自不同的饮食文化、不同的美食特色。