

本書的精髓，
是道出了美國飲食文化，
由量變到質變所引發的美食新風潮。



美食新風潮

美國飲食文化的魔幻蛻變

楊本禮◎著

臺灣商務印書館

美食新風潮

美國飲食文化的魔幻蛻變

楊本禮◎著

新萬有文庫

美食新風潮

——美國飲食文化的魔幻蛻變

作者◆楊本禮

發行人◆施嘉明

總編輯◆方鵬程

主編◆葉軾英

責任編輯◆徐平

校對◆鄭秋燕

美術設計◆吳郁婷

出版發行：臺灣商務印書館股份有限公司

編輯部：10046台北市中正區重慶南路一段三十七號

電話：(02)2371-3712 傳真：(02)2375-2201

營業部：10660臺北市大安區新生南路三段十九巷三號

電話：(02)2368-3616 傳真：(02)2368-3626

讀者服務專線：0800056196

郵撥：0000165-1 E-mail：ecptw@cptw.com.tw

網路書店網址：www.cptw.com.tw

網路書店臉書：facebook.com.tw/ecptwdoing

臉書：facebook.com.tw/ecptw

部落格：blog.yam.com/ecptw

局版北市業字第993號

初版一刷：2014年1月

定價：新台幣 220 元



ISBN 978-957-05-2898-5

版權所有 翻印必究

萬卷書籍，有益人生

——「新萬有文庫」彙編緣起

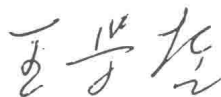
台灣商務印書館從二〇〇六年一月起，增加「新萬有文庫」叢書，學哲總策劃，期望經由出版萬卷有益的書籍，來豐富閱讀的人生。

「新萬有文庫」包羅萬象，舉凡文學、國學、經典、歷史、地理、藝術、科技等社會學科與自然學科的研究、譯介，都是叢書蒐羅的對象。作者群也開放給各界學有專長的人士來參與，讓喜歡充實智識、願意享受閱讀樂趣的讀者，有盡量發揮的空間。

家父王雲五先生在上海主持商務印書館編譯所時，曾經規劃出版「萬有文庫」，列入「萬有文庫」出版的圖書數以萬計，至今仍有一些圖書館蒐藏運用。「新萬有文庫」也將秉承「萬有文庫」的精神，將各類好書編入「新萬有文庫」，讓讀者開卷有益，讀來有收穫。

「新萬有文庫」出版以來，已經獲得作者、讀者的支持，我們決定更加努力，讓傳統與現代並翼而翔，讓讀者、作者、與商務印書館共臻圓滿成功。

台灣商務印書館董事長



自序

《美食新風潮——美國飲食文化的魔幻蛻變》一書，是老饕過去四十年來的親身經驗談。為什麼要用「魔幻蛻變」這四個字呢？它的目的不是「譁眾取寵」，而是美國變得太快了，讓人有如幻似真之感。

——寫這本書的主要目的，是希望讀者透過老饕的筆觸，去了解美國飲食文化的變化，在在都和美國社會脈動息息相關。國內有不少美國問題研究專家，但沒有一位是像老饕一樣，從飲食文化這個角度切入，從而找出美國社會問題出在哪裡的關鍵。

吃得健康，自然活得愉快；吃得不健康，哪有快樂可言。目前美國的社會問題，都和美國人吃得不健康、活得不愉快而直接畫上等號！老饕在本書相關各章中，就把問題因果，以由淺入深的寫法，一一點出來！

不要小看飲食文化，它才是一個國家國力盛衰的表徵！

老饕在本書中一再強調，美國人是一個很懂得自我調適的民族。當問題一浮現之後，他

們很快就找出解決問題的方法，因而才會有「魔幻蛻變」的現象出現；不過，美國人也是一個很容易失憶的民族，因而同樣的錯誤，一犯再犯！

《美食新風潮》一書的內容，除了老饕親眼目睹的第一手資料之外，它還融入了仔細審閱的事實報導和聆聽專家的高見，務必使本書的內容，翔實而可信。

老饕在美國堪州大學新聞研究所就讀時，曾選了一門「歷史方法論」(The Method of History)，它讓老饕養成了保存和蒐集資料的習慣。在本書內有不少「遠古」照片，保存達三、四十年之久。它們不但可以讓老饕勾引起一些珍貴的回憶，也可以讓本書生色不少！除了「遠古」照片之外，還有不少現代的照片，它們都可以說是二十一世紀美國飲食文化蛻變的見證。因為，圖片可以說明一切。豐富的圖片，也是本書最大的特色！

最後，老饕要感謝「臺灣商務印書館」慨允出版本書，可以讓它和讀者見面。同時也要感謝內子嘉川和小女智媛，為本書拍攝了不少生動照片，才能讓本書活化起來！

美食新風潮：美國飲食文化的魔幻蛻變／楊本禮

著. --初版. --臺北市：臺灣商務, 2014.01

面；公分. --(新萬有文庫)

ISBN 978-957-05-2898-5 (平裝)

1.飲食風俗 2.美國

538.7852

102023128

目 錄

自序 / I

第一篇 食尚文化

1. 引言：由量變到質變 / 2
2. 企業化耕作 v.s 農夫市場 / 8
3. 就地食材運動的興起 / 14
4. 從超級市場到社區農產品運送 / 20
5. 高級餐館的興起，給就地市場找到活路 / 26
6. 回歸到基本面，悠然美食的運動 / 34
7. 「電視餐桌」逐漸消失，美國家庭重新享受溫馨晚餐 / 40
8. 自製罐頭食品和貯存食物又成時尚 / 46
9. 時尚節食菜譜，永遠不會落伍 / 52
10. 從烹調處方卡片到美食頻道 / 58

第二篇 出外飲食

11. 自助餐，美國餐飲業的「另類」 / 64
12. 從單一烹調到融合烹調 / 70
13. 美國新烹調風格的誕生 / 76

- 14. 蔬材是明日之星：蔬菜餐點取代肉食餐點的緣由
／82
- 15. 細看美食法則／90
- 16. 鄰居餐館的再生／96
- 17. 你在中國城，找不到道地的中國菜／102
- 18. 開放的觀念，餐廳廚房做菜透明化／110
- 19. 很特別的美國普羅甜食／116

第三篇 飲料和美酒

- 20. 波本威士忌：美國人的烈酒（精神）／124
- 21. 美國葡萄酒事業的蛻變／130
- 22. 雞尾酒文化再生和新款酒吧問世／138
- 23. 星巴克王國的興起／146

結語：四十年風水輪流轉／152

第一篇

食尚文化

1. 引言：由量變到質變

老饕是1964年7月到美國留學。那正是一個「大量生產」的時代。飲食文化業專注於在多不在精。

大量生產這個名詞，源自於二十世紀初葉的老福特大量製造汽車的哲學。美國人稱「大量生產」是第二次工業革命。大量生產發揮到極致的時代應是二次大戰期間，因為美國本土沒有受到戰火的波及，它變成全球的「生產中心」。於是，二十四小時工作不停的生產線，讓美國的產品——從軍火到民生救濟物資——源源不斷送到大西洋和太平洋兩岸，以應燃眉之急。二次大戰結束後，美國的救濟物資的產量，要比戰爭時期還來得多。因為歐亞兩洲哀鴻遍野，成千上萬戰火餘生的難民都等待美國的救援。為了應付迫不及待的需求，美國的生產事業也就朝著重量不重質的方向前進。在這種以量取勝的哲學思維下，美國人的日常生活品質也被諸事求多的繩子牽引著走。

老饕進住校園之後，發現日常生活的周邊，都是以量取勝，而非以質優為先。譬如說，跟

同學到餐館吃飯，最讓老饕驚訝的是，各式菜餚，其量之多，實非一般人的胃口所能接受。老饕常看到，能把一盤菜吃得精光的顧客並不多。即使是身材壯碩的大漢，也很難把一大塊牛排吃完，其後遺症則是養成浪費食物的不良習慣。再者，烹調技術在求多不求精的引導下，它就變成食物造製機，毫無烹調藝術的因子。於是，食物佐料也變成大量生產的一環。老饕看到食客們用牛排佐料 A-I Sauce 來增加牛排的「鮮味」，用大量番茄醬來調適味蕾。餐館每張餐桌上都擺滿了各式各樣的調味品，任由顧客取用。因為有了各種不同的人工調味料，廚房的廚師們自然也就不會花功夫去追求烹調藝術的最高境界。這是老饕體會到重量不重質的美國 1960 年代到 1970 年代飲食劣質文化發展的極致。

老饕在美國求學時，學校的外國留學生顧問（Foreign student advisors）常常鼓勵外國留學生要利用週末假日到美國家庭短住，多和美國家庭接觸，以深入了解美國人生活的真實面。外國留學生顧問經常在佈告欄中張貼有意願接受外國留學生到家度週末短住的家長姓名、電話和地址，讓學生們直接聯絡。老饕可以說是這種交流方式下的受益者。因為在交談溝通中，才能拉近雙方文化背景不同的鴻

溝。最讓老饕留下深刻印象的是，老饕住過的每一個美國家庭，它們都有兩個冰箱，一個是放在廚房裡，另一個是放在儲藏室裡，而後者好像是一個大冰庫，裡面全是放著大塊的肉類，和現成的大壺果汁精（Fruit essence），其中以橘子果汁精為主。只要在喝之前一天把它拿出來解凍，就變「新鮮果汁」了！這種生活方式，也可以說是大量生產下的必然結果。記得有一次在一個美國人家庭週末小住，主人特別請了他的鄰居好友來和老饕見面，那天晚上的盛宴是烤漢堡。漢堡的做法非常簡單，先把冰庫內的碎牛肉解凍，然後做成漢堡式的牛肉餅，在漢堡還沒有上烤爐之前，主人一面燒火，一面和客人們喝啤酒聊天，其樂融融。等到爐火燒旺之後，主人才將準備好的漢堡肉放在烤架上燒烤，等到兩面燒焦，再用钳子一個個钳起來放在盤子上，讓客人們隨意挑選。因為漢堡是沒有佐料的，客人把桌上的現成佐料塗在漢堡肉上，加上大量的洋蔥，隨吃隨喝啤酒。宴席終了，主人對老饕說：「本禮，這就是美國庶民大眾的飲食文化，重情、重量，不重質。」他這句話，老饕至今仍烙印在記憶痕跡裡，永遠不會忘記。

走過1960年代和1970年代之後，歐洲共同市場從1980年代開始，在世界舞台上重新定位為一個優質的經濟

實體，而亞洲也擺脫了窮困的形象。日本首先崛起，亞洲四小龍也成為世界另一個經濟群體的明日之星。於是，歐、亞的興起，也直接影響到美國大量生產的哲學。

1980年代和1990年代，老饕有很多機會前往美國訪問。如前文所述，老饕最關心的莫過於美國飲食文化是不是會受到歐、亞經濟體的興起而有所改變。因為後者不再是「受援國」，他們重質不重量的悠閒生活方式，直接給美國帶來衝擊，美國人也試圖走著重質不重量的道路。其中反應最直接的，自然是餐飲文化。

1960、70年代，美國的餐館，即使是五星級的餐館，都是走著咖啡壺文化的路子，只要是客人一坐定，服務人員就會拿著一壺咖啡過來，問客人們要不要先來一杯咖啡？可是從1980年代末期開始，這種咖啡壺文化已經消失，代之而起的是一杯現磨、現煮香噴噴的咖啡。不要小看咖啡文化的改變，它是啟動整個美國飲食文化改變的基因。見微知著，美國餐館菜餚，也朝著重質不重量的方向前進。質變，也可以說是美國餐飲事業的第二次革命。

美國餐飲事業的第二次革命，也要歸功於地球村的形成和國際觀光互動的兩大動力。地球村形成，讓美國變成

世界家庭的一份子，各人自掃門前雪，故步自封時代已經過去。觀光互動，讓美國人的味蕾得到解放，品嚐到世界其他各地重質不重量的美食。

美國是一個觀光大國，美國外出觀光客和入境的國際觀光客互動，也帶動了美國本土餐飲業的改變。於是，來自世界各國的名廚，紛紛在美國掛牌營業。外來的移民，也把他們的家鄉口味介紹給美國食客。其中值得一提的是，老饕在二十一世紀的頭十年裡，每年都會到美國參觀訪問，從太平洋的西海岸到大西洋的東海岸，都有老饕的足跡。讓老饕印象最深刻的是，不論是大餐館或小餐館，菜肴的內容，都以精緻為主，而餐館所提供的掛牌酒精飲料，不再限於美國本土的產品，世界其他國家的葡萄酒、烈酒，甚至是啤酒，也列印在酒單上。

美國是一個改變得非常快的國家，就以飲食文化而言，從量變到質變，也只不過是短短三十年間的事。老饕會在往後諸章中，細數各類改變的緣由，以期和讀者諸君分享。

老饕是在美國中西部八大名校（BIG 8）之一的堪薩斯州州立大學新聞研究所深造的^①。那時正值1960年代中葉，也是大量生產的時代。記得有一次老饕為了要寫一份「外國留學生看美國大量生產」的深度報導，於是前往堪大的農學院，採訪該院的農經系教授哈利·布萊克門博士（Prof. Dr. Harry Blackman），所採訪的主題內容是企業化耕作（Industrial Farming），因為在老饕的認知裡，對一個亞洲留學生而言，這的確是一個新鮮寫作題目。

布萊克門教授對老饕說，企業化耕作，是一種現代化的農業生產制度，它使用科技方式的優點，以取代傳統的農業生產和耕作方式，以達到最高的經濟效益。在企業化耕作的制度下，製造了不少新的大型農業產品消費市場。譬如說，美國人日常生活所需要的肉類、奶製品、蛋類、水果、蔬菜等等，都可以在超級市場內買到。而這些農牧產品，就是企業生產方式下的日常必須消費品。布萊克門的一席話，讓老饕茅塞頓開，因為在亞洲國家的國度裡，

①八大名校現已改成十二大名校（BIG 12）。