

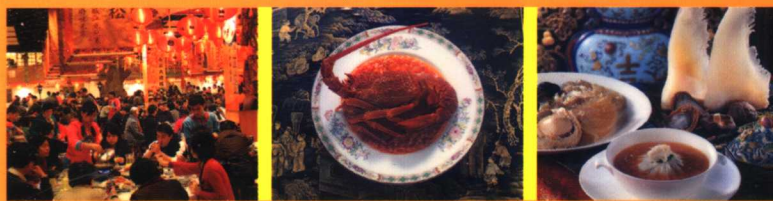
时尚中国

FASHION CHINA



美味王国

Food in China



广西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美味王国 / 钟离图美编著. —北京: 五洲传播出版社, 2007. 7
(时尚中国)

ISBN 978-7-5085-1089-7

I. 美… II. 钟… III. 饮食业—概况—中国 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 064542 号

美味王国

撰 文: 钟离图美

图片提供: China Foto Press 东方 IC

责任编辑: 郑 磊

封面设计: 缪 惟 林国霞

内文设计: 东方文博图文设计制作公司 张纯

出版发行: 五洲传播出版社 (北京海淀区北小马厂 6 号 邮编: 100038)

网 址: <http://www.cicc.org.cn>

承 印 者: 北京画中画印刷有限公司

开 本: 787 × 1092mm 1/16

印 张: 7.5

字 数: 35 千字

图 片: 90 幅

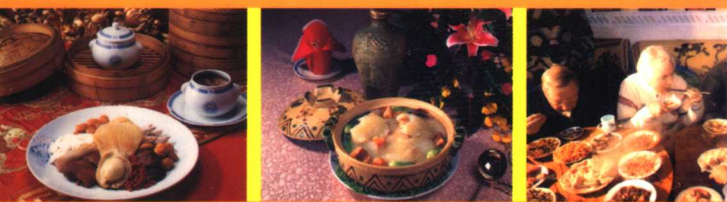
版 次: 2007 年 7 月第 1 版

印 次: 2007 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 26.00 元

时尚中国

FASHION CHINA



时尚
中国

FASHION CHINA



艺术部落

Art in China

品牌中国

Brand in China

创意中国

Creativity in China

美味王国

Food in China

人居中国

Living in China

书香飘飘

Reading in China

求学中国

Studying in China

时尚中国

Food in China

美味王国

钟离图美 / 文

山东人民出版社

目 录

7

美食生活

- 8 红红火火餐饮业
- 14 中国菜系
- 24 小吃的诱惑
- 30 围炉而坐年夜饭
- 34 早茶、消夜和甜品
- 44 异域美食风情



49

流行风向标

- 50 怀旧味道
- 54 火锅进行时
- 60 神秘私家菜
- 64 美食融合主义
- 68 素食新时尚
- 72 网上餐饮



82 北京

86 上海

90 广州

92 成都

96 武汉

100 重庆

104 昆明

106 南京

110 长沙

112 杭州



引言

饮食,是中华文化的重要组成部分。中国人有一句耳熟能详的古语:“民以食为天”。自古以来,吃,对中国人来说特别重要。相识的中国人一见面,往往要先问一句:“您吃了吗?”无论逢年过节还是喜庆寿筵,公务交际还是朋友聚会,请客吃饭都是中国人比较常见的一种交际方式。若要在家请客,更是需要提前准备,菜肴要新鲜,作料要齐全,菜肴要有荤有素、有鱼有肉、有甜有咸、有酸有辣、有冷盘有热炒,摆满一桌,惟恐怠慢了客人。中国人对吃的喜爱也造就了高超的烹饪技艺和丰富的文化内涵,让中国饮食文化享誉全球。

另一方面,随着近年来中国经济的蓬勃发展和老百姓生活水平的迅速提高,吃饱穿暖、丰衣足食早已不再是今天的中国人所追求的目标。物质资源的日益丰足不仅充分满足了人们物质生活的需求,也在很大程度上改变了他们的饮食观念、习惯和结构。在餐桌上的菜肴日渐丰盛的同时,中国人开始讲究科学饮食,追求绿色食品,注重健康健美。同时,随着国际交流的不断加深,世界各地的美食如日本料理、意大利匹萨、美国汉堡、韩国烤肉等也相继出现在中国,进一步丰富了中国人的饮食选择。

现代中国人社会经济交往活动的增加,促进了餐饮业的发展。特别是近几年来,居民生活节奏的加快和消费观念的更新,使外出就餐成为时尚。加上饮食观念的转变,消费档次也逐年提高。不少地方政府也十分重视餐饮业拉动内需和繁荣市场的作用,制定了以餐饮业促进地方经济发展的相关政策,加大了对餐饮业的扶持力度。一些颇具地方饮食文化特色的举措,如兴建美食城、小吃一条街和举办饮食文化节等,都取得了很好的效果。此外,

休闲餐饮、旅游餐饮、喜庆餐饮、节假日餐饮等也赢得了人们的青睐，推动了中国人的休闲活动和消费热情，更促进了市场的进一步繁荣。



随着中国经济的飞速发展，中国餐饮行业也面临着巨大的机遇，成为拉动国内消费需求的重要力量。





美食生活

红红火火餐饮业

20 世纪 90 年代以来，随着中国国民经济的稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，中国餐饮业一直保持强劲增势，成为拉动国内消费需求的重要力量。近五年来，中国餐饮业每年都以 18% 左右的速度增长，是同期 GDP 增速的两倍。商务部网站提供的数字显示，2006 年，中国餐饮消费全年零售额达到 10345.5 亿元，比上年增长 16.4%，连续 16 年实现两位数高速增长，与改革开放初期的 1978 年相比增长了 188 倍。餐饮业占社会消费品零售总额的比重由 1991 年的 5.2% 提高到 2006 年的 13.5%。中国目前有各类餐饮网点 400 多万家，从业人员超过 2000 万人。这说明中国居民收入水平在不断增长，社会的服务系统发生了很大变化，更多的人喜欢在外吃饭。

城市化的加快、城镇居民生活水平的提高、旅游经济的蓬勃发展，是推动中国餐饮发展的三大动力。中国加入 WTO 后，国际交往活动也急剧增加，商务、旅游、会展活动逐步增多，推动了餐饮业快速发展。一些地方特色的家常菜馆、小吃街、美食广场、中西式快餐遍地开花，异常火爆。目前，旅游餐饮、家宴、婚庆消费已成为中国餐饮业的经营亮点，经营特色化和市场细分化更加明显，大众消费进一步成为餐饮业的消费主流。

同时，中国餐饮企业之间的合并重组趋势增强，企业改制步伐加快，异地扩张和餐饮集团化、连锁化成为发展潮流。主要体现在连锁经营、品牌培育、技术创新、管理科学化为代表的现代餐饮企业，逐步替代传统餐饮业的手工随意性生产、单店作坊式、人为经验管理型，快步向产业化、集团化、连锁化和现代化迈进；大众化消费越来越成为餐饮消费市场的主体；饮食文



节日里红火的中国餐饮业

化已经成为餐饮品牌培育和餐饮企业竞争的核心,现代科学技术、科学的经营管理、现代营养理念在餐饮行业的应用已经越来越广泛。

专家认为,随着中国经济的迅速发展,中国餐饮业在今后的一段时期内,更将是一个大有可为的朝阳产业。快速发展的经济,生活水平的提高、消费观念的更新、生活节奏的日益加快、人们生活条件和生活方式的不断改变,意味着外出就餐的人员将进一步增多,下饭馆将会成为人们的“家常便饭”。



中式快餐近年来也取得了长足进步。

经过各类主题餐厅、娱乐餐饮等新型经营理念的冲击，经营业态细分的趋势较以往更加明显，追求个性、新奇的消费逐渐被社会所宽容，将时尚元素与饮食结合的餐厅进一步扩张，餐饮市场也因此更加丰富多彩。同时，中国餐饮在菜品创新、就餐环境和服务水平上，也在越来越多地吸取西方元素，中西合璧的趋势进一步加强。

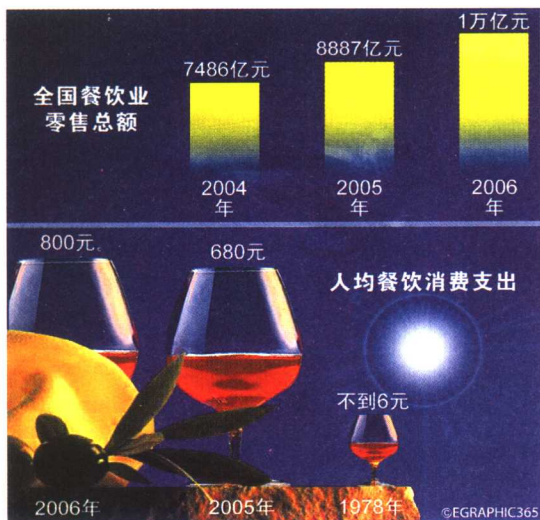
根据国际经验,人均 GDP 达到 1000 美元左右时,居民消费结构升级步伐加快。目前,中国人均 GDP 刚刚突破 2000 美元,而人均餐饮消费才达到 100 美元,与美国的 1600 美元、法国的 1050 美元相比,中国的餐饮市场仍有较大的发展空间和潜力。当前中国餐饮业的消费需求主体还是来自城镇居民,而农村餐饮这个庞大的市场还没有真正启动。从餐饮市场的连续性和可开拓性看,巨大的农村餐饮市场将为中国餐饮经济提供更广阔的发展空间。

丰富多彩的美食菜肴为餐饮业的迅速发展奠定了基础。



相关资料链接:

《2007年中国餐饮业分析及投资咨询报告》指出，中国餐饮行业持续发展，营业额和就业人数都有所增长；中国餐饮企业开始重视品牌优势的塑造，注重企业规模的扩大，注重利用连锁经营和特许经营的方式进行扩张，市场的需求中体现出科学饮食的时尚。中国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，但目前规模尚小；快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。随着中国经济及旅游业的发展，餐饮行业的前景看好，在未来几年内，中国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚。



中国餐饮业近年发展概况



毫无疑问，中国老百姓饮食消费观念的愈加开放也促进了餐饮业的进一步发展。