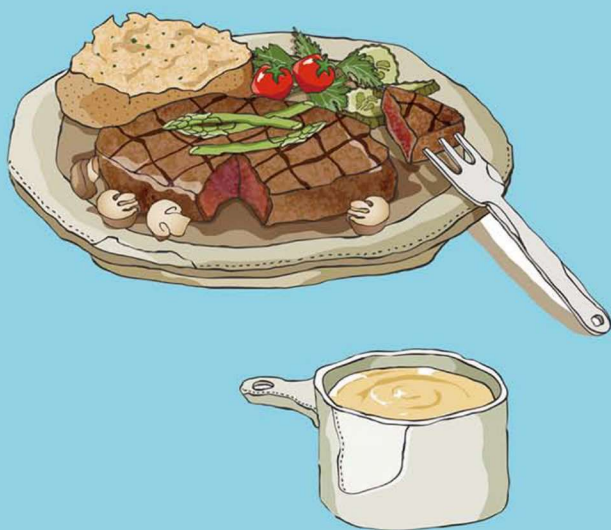


寻味 舌尖上的世界

搜狐吃货自媒体联盟……主编

行走不止，
在漫长的岁月中探索味觉的边界



吃遍世界，品美食中的风土人情
打开味觉，让舌头与心灵一起尖叫



世界美食森林中
优秀的美食猎人

带你尝遍五大洲、四大洋数百种新异美食

搜狐吃货自媒体联盟重磅打造
多国驻华使馆倾力配合

蔡澜
董克平
二毛

等2000多位美食家
联袂推荐



时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

寻味

舌尖上的世界

搜狐吃货自媒体联盟……主编



时代出版传媒股份有限公司
北京时代华文书局

图书在版编目 (CIP) 数据

寻味：舌尖上的世界 / 搜狐吃货自媒体联盟主编. —北京：

北京时代华文书局, 2014.9

ISBN 978-7-5699-0501-4

I. ①寻… II. ①搜… III. ①饮食—文化—世界

IV. ①TS971

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第203144号

寻味 舌尖上的世界

著 者 | 搜狐吃货自媒体联盟

出 版 人 | 杨红卫

责任编辑 | 李 争

封面设计 | 闫薇薇

版式设计 | 琥珀视觉

出版发行 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>

北京市东城区安定门外大街136号皇城国际大厦A座8楼

邮编：100011 电话：010-64267120 64267397

印 刷 | 鸿博昊天科技有限公司

(如发现印装质量问题, 请与印刷厂联系调换)

开 本 | 880×1230mm 1/32

印 张 | 8

字 数 | 200千字

版 次 | 2015年12月第1版 2015年12月第1次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5699-0501-4

定 价 | 36.00元

※ 版权所有 侵权必究

※ 图片版权声明：本书部分图片来源于网络，因故无法直接联系到图片原创者，但均已备案，并无意侵权。图片作者可通过电话（010—64227955）与我们取得联系，一经确认，将及时支付您的图片稿酬，特此说明。

编委会名单
(按拼音排序)

“搜狐吃货书系”由吃货自媒体联盟组织编写

主编

董克平

执行主编

童 佟

副主编

王 勇 杨 璐

美食顾问

边 疆·大嘴米高·董振祥·二 毛·范庭略·古清生·劳毅波·老波头
李 韬·刘广伟·食家饭·孙兆国·王老虎·向 东·闫 涛·张新民

编委会成员

阿 敏·巴 陵·白 玮·白 煜·陈大咖·陈继铭·陈 蕾·陈一多
大 菜·大吃包·蝶 儿·范 凡·嘎 兰·高兆蕾·郜 杰·葛世阳
宫俊英·郭励静·海鲜大叔·韩 韬·韩 伟·侯胜才·胡 军·黄尽穗
黄 乔·姜龙滨·九色鹿·兰云宇·李 健·李 菁·李孟泽·李文忠
刘 潇·柳已青·陆 一·罗 志·毛 勇·孟繁颖·梦 瑶·茉 莉
沫 沫·倪 静·潘潘猫·彭 蕊·蒲 芯·齐国晖·祁瀛涛·慕小栋
秦少油·秦帅超·上官小鹏·申宇卉·食尚小米·宋 志·孙华军·孙 敏
田 雷·王少安·王诗武·王 晓·王 怡·王颖辉·吴 冰·吴茂钊
小可疼·邢学军·徐 媚·许 劼·薛旻锋·嫣 紫·严 艳·阎晓文
杨 光·杨 艳·妖 哥·耀 婕·张 斌·张丹豫·张馨尹·张 雪
赵 艳·周 果·周 毅·祝 俊·Nicole

搜狐吃货自媒体联盟简介

集结最专业的美食家，搜罗最好吃的美味佳肴，传播最有味道的饮食文化，搜狐自媒体平台凝聚着中国最优质的美食内容生产者！

搜狐吃货自媒体联盟是中国最大的美食类自媒体联盟组织，覆盖全国170多个城市，拥有近2000位专业美食家成员，会长董克平，副会长二毛，总顾问边疆。

了解大千世界无奇不有的吃法，探寻美食背后意蕴深长的文化，推荐最具代表性的地方美食，分享自制美食里的生活暖意…… 搜狐吃货自媒体联盟愿与你携手，成为有情怀的吃货！



陈蔓蔓· 陈 艳· 种静华· 冯孟娇· 冯志新· 刘 彬· 刘运昌

刘 铮· 谭小雪· 王 勇· 杨 璐· 姚 贞· 张 玉

◎ 搜狐吃货书系总序

吃喝是一件天大的事

董克平

人生在世，吃喝算是件大事。古代圣贤说：“王以民为天，民以食为天，能知天之天者，斯可矣。”这段话的意思是国家稳定的基础是老百姓，而老百姓安居乐业的首要条件是吃饭，解决好老百姓的基本需求，才是一个合格的统治者。封建社会里，吃喝这件事与国家命运紧密相连，老百姓的基本需求就是穿衣吃饭，解决好老百姓的基本问题，政体也就基本安定了。

社会发展到今天，吃饱饭已经不是问题，吃喝对于现代人来讲，已经从生存层面升华到存在层面，从形而下的为了活下去吃饭，升华到从吃喝中得到生理满足与精神愉悦，从而有了形而上的意义。

古往今来，无论是贫困还是富足，吃喝总是在进行着，虽然“辟谷”的新闻时有出现，但是绝大多数人活下去还是离不开吃喝的。吃喝是恒定的，富足之后，人们需要解决的就是吃什么、怎么吃、哪里有好吃的等问题了。

20 世纪 90 年代中期以后，各类美食书籍大量出现，通过阅读纸质书籍获得资讯，为人们觅食提供了方便；进入互联网时代，获得资讯更加便利，打开电脑，海量的信息迎面而来，筛选实用资讯成为恼人的乐事；而移动

互联网的普及、自媒体的大量涌现，有效地解决了在海量资讯中定制自己所需要的实用信息的问题。按照权威定义，“自媒体是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后，一种开始理解普通大众如何提供与分享他们自身的事实、新闻的途径”。

不同于报纸、杂志、广播、电视等传统媒体，互联网时代每一个人都可以是发布者，每一个观点都可能通过互联网传递到互通互联的每一个角落。移动互联网更让不分时间地点、迅速及时地发布和传递信息成为可能。这其中，美食自媒体提供了大量有意义的、实用的、和食物与吃喝有关的资讯，无论是私家菜谱、饮食心得，还是一城一地的风味探寻，为大众解决吃什么、怎么吃、去哪里吃等问题提供了便捷有效的通道。

自媒体有效传播需要一个强有力的助推器，只有这样，自媒体的观点与内容才能传达给更多的受众。搜狐吃货自媒体联盟的成立，把分散的自媒体个体整合成一个集团，利用网站自身超强大的影响力和推广能力，整合自媒体资源强势集体推广。这一渠道的建立，让本来分散的、多数只有地方影响力的自媒体人，拥有了更为广泛的影响力。

“搜狐吃货书系”的出版，展现了自媒体对美食的发掘与探寻，为网友、读者提供了帮助，或许可以成为一部分人的工具书或指南；同时丛书的出版把线上线下勾连起来，自媒体人从网络走进现实，对信息传播和个人品牌都有很好的提升作用。

在此需要提请注意的是，自媒体作为自我意见的表达，每一个观点都是用自己的诚信、良心背书的，内容真实与认真写作是每一个自媒体人必须保证的。

Part A 亚细亚的古早味



岂止寿司 @ 日本 / 03

精味时鲜活和食 @ 日本 / 08

炸鸡啤酒思密达 @ 韩国 / 16

漫话韩国美食 @ 韩国 / 20

恋上牛肉河粉 @ 越南 / 24

吃货的清迈一日食 @ 泰国 / 30

调料在舌尖上跳舞 @ 泰国 / 36

吃遍狮城 @ 新加坡 / 42

约会多民族美食 @ 新加坡 / 47

去印度吃家常菜 @ 印度 / 53

重口味素食 @ 印度 / 59

肉！肉！肉！ @ 伊朗 / 66

伊朗美食纵横谈 @ 伊朗 / 69



Part B

欧洲美食诱惑



哦，我的薄饼 @ 俄罗斯 / 77

啤酒，只是饮料 @ 德国 / 82

美食国 @ 比利时 / 86

用美食宠爱自己 @ 比利时 / 89

“方度”与美酒 @ 瑞士 / 94

“腐国”也有美食 @ 英国 / 100

吃是一门艺术 @ 法国 / 105

卡布奇诺牛角 @ 意大利 / 111

它帕与海鲜饭 @ 西班牙 / 115

“懒人”的美食 @ 西班牙 / 119

酒香不怕巷子深 @ 葡萄牙 / 125

世界边缘的美妙仙境 @ 葡萄牙 / 130

闪电的女儿：松露 @ 克罗地亚 / 137

荟萃海陆，融贯东西 @ 克罗地亚 / 141

传说中的“菲达” @ 希腊 / 145



Part C

吃完非洲吃澳洲



非洲盖浇饭 @ 阿尔及利亚 / 151

喝啤酒，吃苏亚 @ 尼日利亚 / 155

正宗阿蒂盖 @ 科特迪瓦 / 158

悉尼的巴西烤肉 @ 澳大利亚 / 161

左鱼蟹，右牛羊 @ 澳大利亚 / 165

太平洋上的新鲜风味 @ 新西兰 / 174



Part D

新大陆，探索味觉边界



肉食者的天堂 @ 阿根廷 / 185

肉非烤不能吃也 @ 阿根廷 / 192

烤肉和马黛茶 @ 乌拉圭 / 196

烤肉的巴西式吃法 @ 巴西 / 204

非鼠即虫的“黑暗料理” @ 厄瓜多尔 / 208

国菜黑豆饭 @ 哥斯达黎加 / 212

玛雅的味道 @ 洪都拉斯 / 216

玉米肉汤 @ 墨西哥 / 221

美国人怎么吃 @ 美国 / 225

自然的味道 @ 加拿大 / 233

寻味加拿大 @ 加拿大 / 239



Part



亚细亚的古早味

The Nostalgic Taste of Asia



岂止寿司@日本



◎ 大雄简单菜

美食专栏作家，倡导平民美食，在多个平台均有专栏，2014 年阅读量超过 4.5 亿，同时为多家杂志供稿。

符号

日本的美食被几款风靡全球的食物符号化了，以至于提起“寿司”和“刺身”，大家就会条件反射般地想起日本。日本诸如寿司这样的食物，简单、符号化强，同时少油健康，符合当今流行的饮食观念，所以很容易被大家接受。

这也是我们传承百年的中华料理比较可惜的地方，可能是因为菜品太多，菜名复杂，所以九转大肠、宫保鸡丁等名菜，都很难像日本的寿司那样让人吃一次就能记住。期待未来我们中餐可以发展出一两种类似寿司一样能风靡全球的食物。

误解

正是因为被符号化，所以日本料理和日本人的饮食文化被很多人误解。

最常见的误解——“日本人很喜欢吃生冷食物”。这一误解是“生鱼片、寿司都不是热食”造成的。其实日本人里也有很多是吃不了生鱼片的，而且几十年前生鱼片在日本属于贵族食品，一般家庭很少吃，后来随着冰鲜技术的发展才慢慢普及。现在寿司已经相当便宜了，在日本的超市就可以买到，一份的价格折合人民币几十元不等。

还有一个误解就是“日本料理就是寿司”，我想很多小女生都有这个概念。寿司其实只是日本料理中很小的一部分，在日本家庭中也



并非每天都吃。日本料理还有很多其他品种，如寿喜烧、天妇罗、荞麦面等。

代表

这个代表是代表性菜式的意思。说说我喜欢的日本料理的代表菜——姑且就叫“菜”吧。

寿司：谈日本料理，第一个必须得说寿司，要不然对不起我自己下午刚吃的碳烤三文鱼寿司。我们心目中最常见的寿司，大致是一个小饭团上面盖着一片鱼肉或虾肉，可能还有一片紫菜包裹。这种在日本被叫作“握寿司”和“卷寿司”，区别就在于用手握还是用竹帘卷。

我前一段时间对握寿司非常感兴趣，还跑去料理店找师傅学，但





我做出来的握寿司形状像条虫，寿司饭的密度也掌握不好。美食看似简单，但简单的背后是“台下十年功”。

寿司这种食物在日本也不过两百年的历史。日本最初的寿司是用发酵后的鱼和米饭一起做成的食物，与我国南北朝时期“鱼鮓”的做法十分相似。

寿司做起来很简单，但对选材要求较高。寿司米，其实就是珍珠米，我国东北就有出产，容易买到。寿司醋，有卖现成的，但高手一般都会自己调配糖的比例。米饭蒸熟倒寿司醋搅拌均匀，然后放一会儿，据说用木盆吸收得最好。是握还是卷、用什么材料，就自己配搭好了。