

CCTV  
官方授权

自然经手，文化过喉；舌品天下，胃知乡愁



历史、现实、人情世故中的美食找寻

# 舌尖上的中国

## A Bite of China

中央电视台纪录频道 编



光明日报出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

舌尖上的中国 / 中央电视台纪录频道编. —北京: 光明日报出版社, 2012.6  
ISBN 978-7-5112-2657-0

I. ①舌… II. ①中… III. ①中华文化—研究  
IV. ①G122

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第121024号

本书收入的文字作品稿酬已委托中国文字著作权协会转付, 敬请相关著作权人联系。  
电话: 010-65978906 地址: 北京市朝阳区京广中心商务楼4层(100020)  
E-mail: Chinacopyright@yahoo.cn

## 舌尖上的中国

编者: 中央电视台纪录频道

出版人: 朱庆

终审人: 温梦

责任编辑: 高迟

封面设计: 门乃婷工作室

特约编辑: 齐文静 张庆

内文版式: 孙倩

责任校对: 陈晓丹 郭慧红

国画创作: 许钦松

责任印制: 曹净

图片创意: 张发财

出版发行: 光明日报出版社

地址: 北京市东城区珠市口东大街5号, 100062

电话: 010-67078253(咨询), 67078270(发行), 67078235(邮购)

传真: 010-67078227, 67078255

网址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: [gmchs@gmw.cn](mailto:gmchs@gmw.cn) [gaochi@gmw.cn](mailto:gaochi@gmw.cn)

法律顾问: 北京市洪范广住律师事务所徐波律师

印刷: 北京尚唐印刷包装有限公司

装订: 北京尚唐印刷包装有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开本: 720×1000 1/16

字数: 274千字

印张: 18

版次: 2012年6月第1版

印次: 2012年6月第2次印刷

书号: ISBN 978-7-5112-2657-0

定价: 50.00元

版权所有 翻印必究



## 《舌尖上的中国》纪录片主创名单

出品人 胡占凡

总 监 制 罗 明

总 编 导 陈晓卿

总 顾 问 沈宏非 蔡 澜

执行制片人 朱乐贤

执行总编导 任长箴 张铭欢 闫大众

编 导 任长箴 程 工 胡迎迎 马羽洁

张铭欢 刘艺乐 邬 虹 杨晓清

摄 像 白 波 董向阳 王成龙

何建军 李万华 张 华

前期调研 龚 瑜

解 说 李立宏

作 曲 阿 鲲

音频制作 九方名座

国画创作 许钦松

平面设计 张发财

责任编辑 李 瑶 张 梵 王 超

制 片 刘梓峰 佟一平

制片主任 李 慷

运营管理 杨海莉 刘 茜 韩 雯

包装设计 周 俊 白 晓 张 鹤

宣传推介 李艳峰 王文静 王春丽

节目营销 李京华 杜袁腾

技术支持 王 珮 刘 新

技术统筹 栗小斌 李跃山 尚德学

技术监制 徐 进

总制片人 刘 文

制 片 人 周 艳 史 岩 石世仑

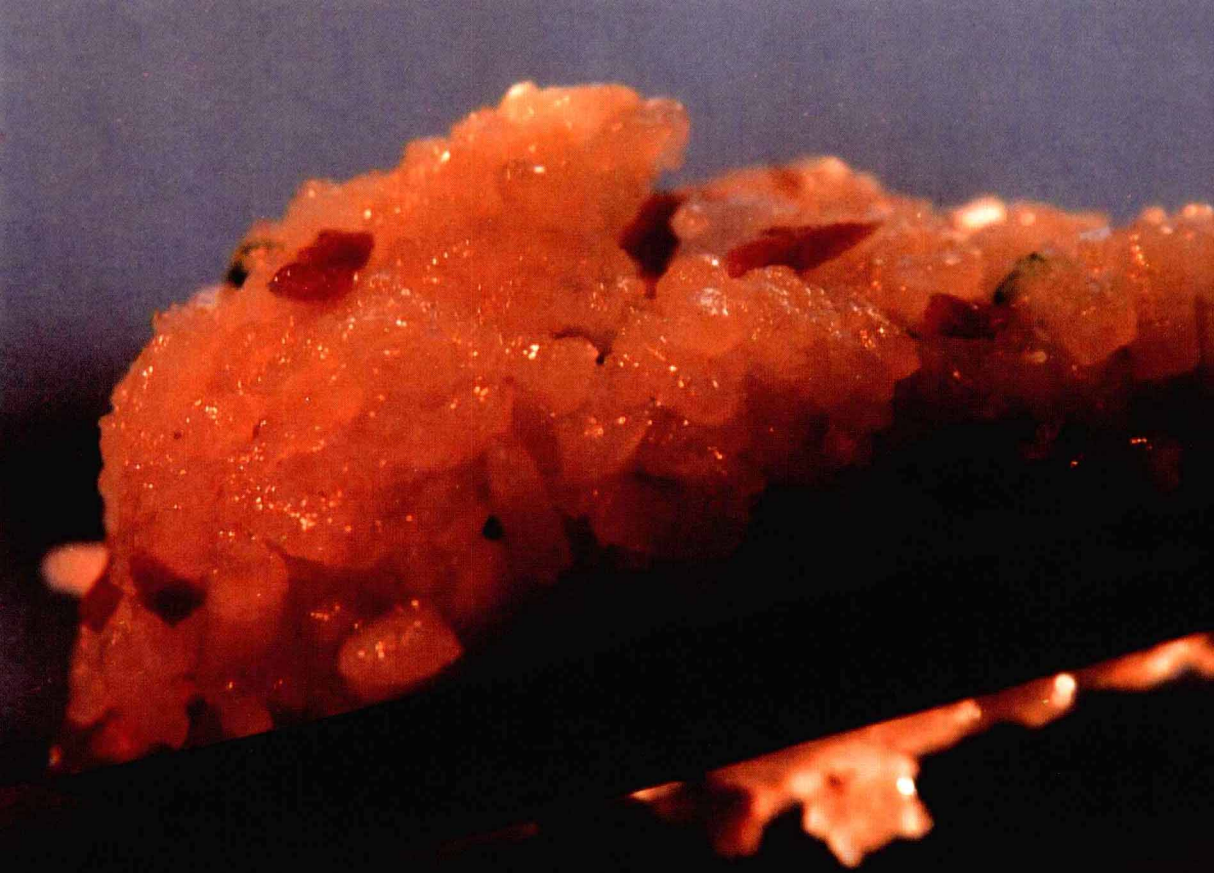
监 制 张 宁 刘 文



A B I T E O F C H I N A



A B I T E O F C H I N A

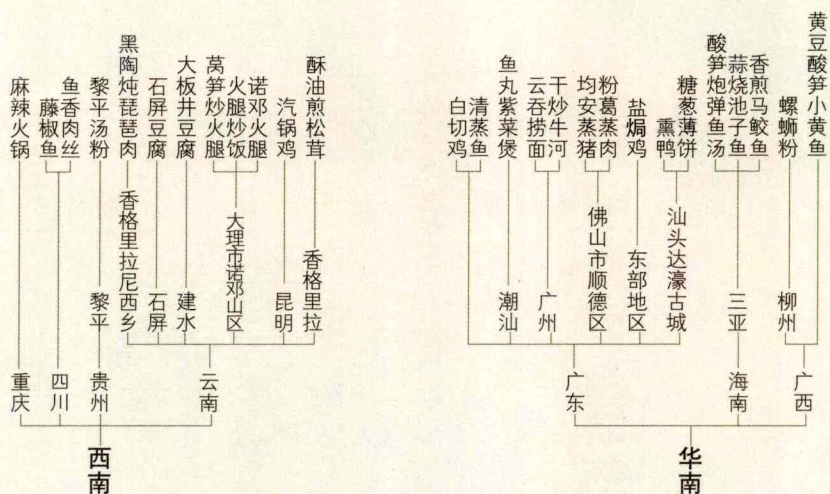


# 舌尖上的中国

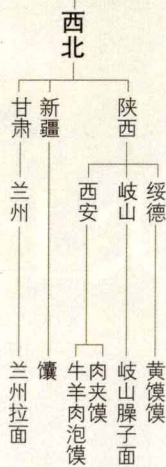
## A Bite of China

中央电视台纪录频道 编

光明日报出版社



## 舌尖上的中国



# 目录

Contents

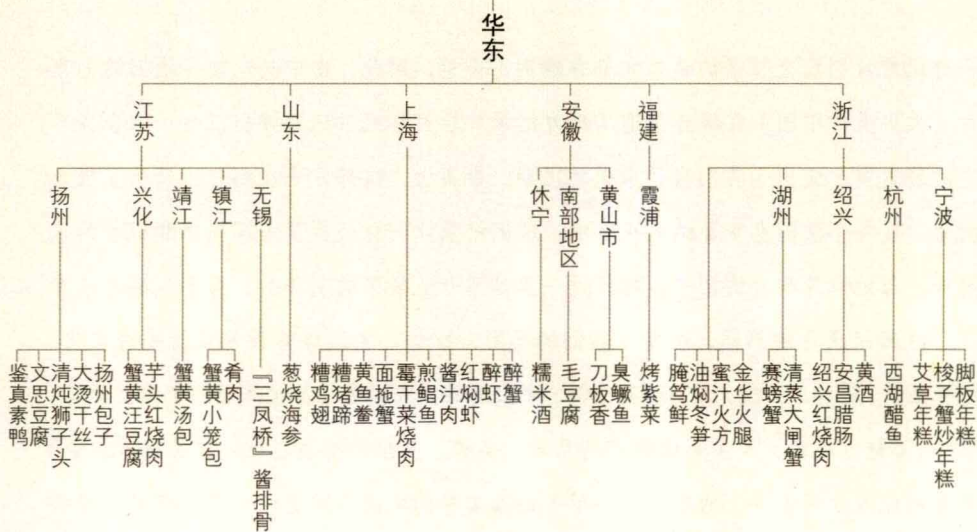
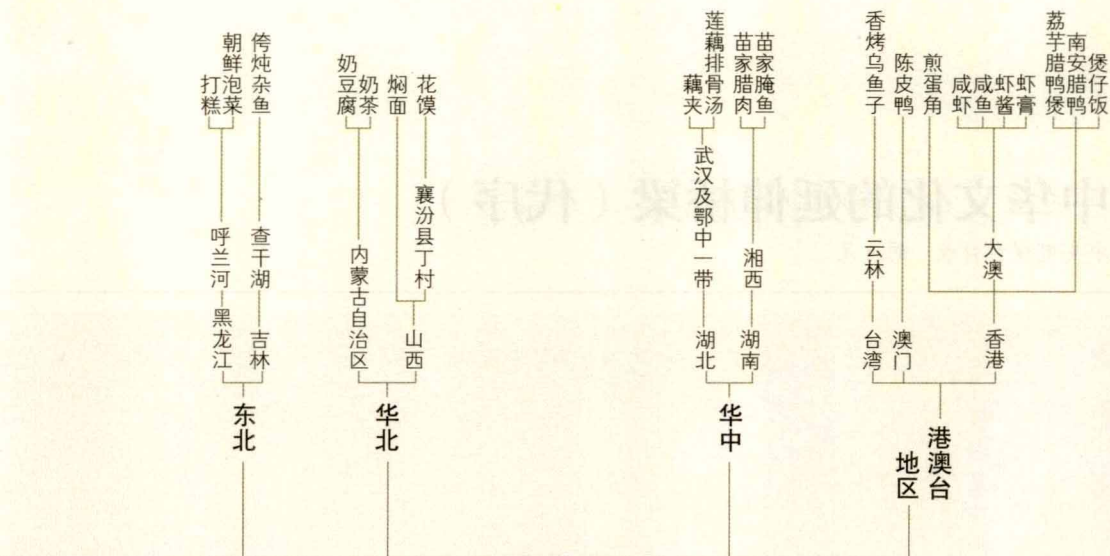
中华文化的延伸桥梁（代序） / 006

第一章 自然的馈赠 / 010

第二章 主食的故事 / 050

第三章 转化的灵感 / 082





第四章 时间的味道 / 122

第五章 厨房的秘密 / 162

第六章 五味的调和 / 204

第七章 我们的田野 / 244





# 中华文化的延伸桥梁（代序）

中央电视台台长 胡占凡

一部纪录片引发全社会的追捧和赞誉确实不多见，因此，由中央电视台摄制的七集纪录片《舌尖上的中国》在综合频道《魅力纪录》栏目和纪录频道播出以后，社会各界给予它的赞美多少超出了我们自己事先的预期。事实上，这部片子在海外也产生了极大的影响力。在今年法国春季戛纳电视节中，这部纪录片同样获得了多国媒体和机构的认可和好评。与纪录片配套的图书，在经过一段时间专业紧张的制作后，终于也要与读者见面了。这部纪录片的热播，引发了我们的思考，比如，主流媒体如何弘扬先进文化，如何坚持品质、品格、品位，如何以更生动、更亲近的方式促进中华优秀传统文化走向世界等。

第一，《魅力纪录》是主流媒体坚持品质、品格、品位的有益尝试。在《魅力纪录》栏目首播的纪录片《舌尖上的中国》展示了内涵丰厚的中国传统文化，是一部具有民族气派的影像作品。片子播出后，一时间成了人们街谈巷议的公共话题，“舌尖体”也迅速在网络上流行起来，由这部纪录片引发的“蝴蝶效应”仍在扩散，凸显了社会主流文化作品的吸引力与传播力。从收视调查结果来看，纪录片《舌尖上的中国》大大超过了以前同时段播出的各类电视剧和综艺节目。这一现象引人深思。从2012年4月16日开始，

中央电视台在综合频道晚间黄金时段开播了《魅力纪录》栏目，取代了过去在这个时段播出的电视剧。我们的考虑是，作为国家电视台必须坚持以文化和品质为先，尤其是综合频道作为旗舰频道在栏目设计与节目编排上更要优先考虑国家风范、文化品质、社会影响、观众口碑和美誉度等指标，弘扬社会主流文化，凸显媒体的社会责任。事实上，真正坚持高品位、高品质的好节目，收视率往往也会有不俗的表现。比如，《魅力纪录》栏目开播以来，收视率反而超过原有电视剧时段 30%，并且随着品牌的培育和影响力的提升，增长的空间仍然很大。《魅力纪录》先后播出了《生命》、《人类星球》、《东非大裂谷》、《天启》等国际一流水准的纪录片，提升了国家电视台的文化品格、品位和品质，优化了央视主频道的节目结构，丰富了节目形态，满足了观众多样的文化需求，尤其是吸引了越来越多的青年电视观众回归电视荧屏。《舌尖上的中国》作为《魅力纪录》栏目第一部首播的中国原创优秀纪录片，借助优质平台播出实现了经典作品的品牌叠加效应，大大提升了纪录片在全国电视观众中的传播影响力，也证明纪录片这一高端主流文化产品正在日益彰显出社会主流文化价值的凝聚力和吸引力。

第二，纪录片《舌尖上的中国》是创新中华文化对外传播方式的一次积极探索。《舌尖上的中国》不仅展示了中国改革开放以来的巨大变化，表达了中国人在新时代中积极

向上的精神风貌，更以独特的人文视角传递出中国的文化价值理念。因此，有境外媒体评价称《舌尖上的中国》是一次成功的文化传播范例。同时，“中国题材、世界表达”这一国际化的传播理念又一次得到了国际市场的验证。《舌尖上的中国》贴近真实，以情感人，充满浓郁的人文关怀、家国情怀和乡土情结，成功跨越了语言、社会、价值观等传播障碍，为中华文化“走出去”探索出许多珍贵的经验和启示。“口水加泪水”是观众尤其是海外观众对片中传递的爱国、思乡之情最生动的描述。

第三，纪录片《舌尖上的中国》是中央电视台现实题材纪录片创作的一次成功实践。《舌尖上的中国》通过一个人、一个家庭和一个村庄这些微观的元素来表现，其表达方式可亲，注重展现细节，温情故事穿插其间，让人有亲近感，易于接受，较好地实现了中国文化等宏大主题的当代表述。

作为国家文化软实力的重要体现和价值传播的最佳媒介形态，纪录片的 social 影响和独特魅力正在日益显现。与此同时，中央电视台联合光明日报出版社和北京凤凰联动文化传媒有限公司将纪录片的文化价值延伸，推出了图书版的《舌尖上的中国》。本书不仅真实完整地呈现了整部纪录片的信息，以新颖精美的编排方式让读者耳目一新；又提供了主要食材的相关资料，如产地、选购标准、营养价值、保健功效和烹饪方法等；且精

心挑选了数十篇名家说美食的随笔散文，让读者对于中国美食有了更深入的体会。图书利用深度阅读的方式展示了纪录片的内在气质，与纪录片之间形成了独特的延伸和互补关系。

我们需要打造更多像《舌尖上的中国》一样面向国际、制作精良、品质一流、有口皆碑的精品纪录片，为传播中华文明和传统文化、传达中华文化价值发挥国家电视台应有的引领作用。

胡凯



舌 尖 上 的 刺 A B T E

## 第一章

# 自然的馈赠

中国拥有众多的人口，也拥有世界上最丰富多元的自然景观：高原、山林、湖泊、海岸线……这种地理和气候的跨度，有助于物种的形成和保存，使得中国比其他任何一个国家都拥有更多潜在的食物原材料。人们在这片广饶的土地上采集、捡拾、挖掘、捕捞……以各种方式领受这份自然的馈赠。

穿越四季，我们即将看到美味背后人和自然的故事。

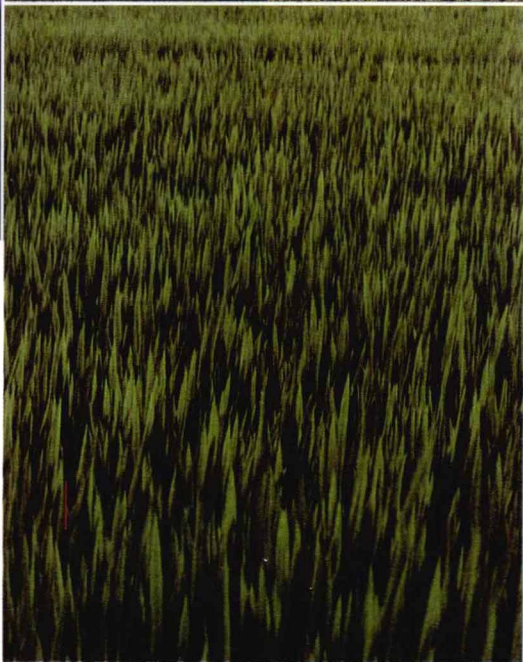


Nat



A B I T E O F

China



在我们走进厨房、走向餐桌之前，先让我们回归自然，跟随生活在海洋、草原、山林、盆地和湖泊中的个人、家庭和族群，感受他们截然不同的饮食习惯和生活方式，寻找大自然带给我们的最初馈赠。



# 松茸，野生菌中的贵族

1

