

【美】
乔治·索尔特
著

李昕彦译



The
Untold History

of

RAMEN

by

GEORGE SOLT

This book is essential reading for scholars, students of Japanese history and food studies, and anyone interested in gaining greater perspective on how international policy can influence everyday foods around the world.

国民料理与战后『日本』再造

文景

Horizon

上海人民出版社

HOW POLITICAL CRISIS IN JAPAN SPAWNED A GLOBAL FOOD CRAZE

拉面

国民料理与
战后日本再造

The
Untold
History

of

RAMEN

George Solt

乔治·索尔特
著

李昕彦译

拉面：国民料理与战后“日本”再造

[美] 乔治·索尔特 著

李昕彦 译

出品人：姚映然
责任编辑：周官雨希
营销编辑：胡珍珍
封扉设计：许晋维
美术编辑：安克晨

出品：北京世纪文景文化传播有限责任公司
(北京朝阳区东土城路8号林达大厦A座4A 100013)
出版发行：上海人民出版社
印刷：北京盛通印刷股份有限公司
制版：北京楠竹文化发展有限公司

开本：850mm×1168mm 1/32
印张：8.5 字数：155,000 插页：2
2022年1月第1版 2022年1月第1次印刷
定价：59.00元
ISBN：978-7-208-17245-6/K·3118

图书在版编目(CIP)数据

拉面：国民料理与战后“日本”再造 / (美) 乔治·索尔特 (George Solt) 著；李昕彦译. -- 上海：上海人民出版社，2021

书名原文：The Untold History of Ramen: How Political Crisis in Japan Spawned a Global Food Craze
ISBN 978-7-208-17245-6

I.①拉… II.①乔… ②李… III.①面食-饮食-文化史-日本 IV.①TS971.203.13

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第162295号

本书如有印装错误，请致电本社更换 010-52187586

献给贝弗莉

看一个人吃果冻糖的样子就大概可以知道他是怎样的人。

—— 罗纳德·里根 (Ronald Reagan)

目 录

引 言	日本的国民料理 ……1
第一章	街头生活：日本工人的中国面 ……17
第二章	不易之路：黑市经济与美国占领 ……55
第三章	转型再出发：飞速发展的推动力 ……97
第四章	推广与定位：拉面形象的重塑 ……167
第五章	“本月主打”：美式拉面与“酷日本” ……219
结 论	时间将会证明：反抗的食物 ……243
致 谢	……252
参考文献	……255

引言

日本的国民料理

大崎裕史 (Osaki Hiroshi), 54 岁, 平均每年要吃下 800 碗拉面, 以撰写拉面相关评论为业。大崎裕史在其著作《日本拉面秘史》中宣称自己曾造访日本列岛上 9 500 家拉面店, 品尝超过 20 000 碗拉面^[1], 而他同时也是日本拉面银行网站 (Ramen Bank) 的创办人。该网站提供日本 35 330 家拉面店的相关资讯。大崎如其他热心的拉面世代成员一样, 致力于改变大家对拉面作为劳动者 / 夜间饮食的印象, 他的贡献也让拉面成为日本饮食文化中不可或缺的代表元素。大崎与其他伙伴让拉面在日本不再只是食物而已, 而是成为观光收益的重要来源, 同时也是失业工人的理想避风港, 更是重新定义日本及其历史的重要依据。

只要谈到盐与猪油的用量、排队人潮、饮食指南、电视节目、博物馆, 以及那一碗让人难以忘怀的味道, 在日本就真的没有其他食物可以与拉面相提并论。拉面在年轻人心中的意义, 已是那些真人秀制

[1] Osaki Hiroshi, *Nihon ramen hishi* (Tokyo: Nihon keizai shinbun shuppansha, 2011), 223.

作人、漫画家与美食博主取之不尽用之不竭的创作泉源。如今，拉面已经成为日本的国民料理，而且也在海外饕客圈快速累积起人气。也许在海外人士的眼中，寿司、天妇罗与照烧料理更容易与日本饮食文化产生联结；不过回到日本国内，日式咖喱、饭团与便当这样的“B级美食”(B-class gourmet)才是伴随日本人度过那段战后时光的料理。不过，拉面也是自20世纪90年代起才被视为日本的国民料理。这其中的来龙去脉究竟如何？更重要的是，成因何在？为何日本媒体在过去二十年间将这道战后劳动者的代表食物视作国家认同的一种要素？另外，其与（特别是年轻族群）缺乏稳定工作机会的现象之间，究竟存在着什么样的关系？

即使是同样的人群，也可能对拉面抱持不同看法，认为拉面有不同的标志意义：文化的丧失（面食战胜米食）与维系（面条战胜面包）、劳动（建筑工人的午餐）与休闲（深夜饮酒后的碳水化合物补充）、衍生（中国影响）与发明（日式咖喱拉面），以及求快（速食面）与慢工（手作汤头）。如此一来，食物、国家认同与劳动之间的象征性联结就会不时呈现矛盾的情形，而且剪不断、理还乱。然而，任何企图讨论当代，尤其战后日本文化的议题，如果不先了解饮食，就没有办法看到全貌；任何对现代日本饮食文化的分析，若是忽视拉面在定义工人阶层方面的作用与其近年来对日本社会的重要影响，那也仅是只知其一不知其二。因此，本书在检视拉面历史的同时，也特别着重于拉面取得难易及普及程度的背后逻辑，还有其在劳动力再生产与重塑国家认同上发挥的作用。

拉面在日本有许多不同样貌的化身，每一次的普及都与当时的政治经济条件有关，而这同时也是拉面在象征意义与物质重现方面的基础。拉面在构成与功能上的改变，也就是材料、价格与制作过程上的变化，都与两种因素有着极为深远的关系：一是19世纪后期到20世纪初期，随着现代工业经济转型，日本餐饮业出现的大规模变动；二是新食物与不同国家、地区、阶层及性别角色的关联在象征意义上的变化。借由突出物质层面的历史变化，本书推论，拉面的发展史是日本劳动力再生产与重新定义国家认同的最佳证明。

何谓“拉面”？

尽管拉面种类就像拉面师傅一样多，但一碗拉面最不可或缺的要素就是面条、汤头与调味酱汁。

面条 (*men*) 由面粉、盐巴、水以及泡打粉混合水（碱水）制作而成。碱水是使拉面成色略黄、质地顺滑，既带有特殊气味又能增添嚼劲的关键。大致而言，越往日本西南部，拉面中的碱水比例就越少，而高碱水比重（水中含有30%—40%的泡打粉或碳酸氢盐）的拉面通常出现在日本的东部与北部。日本九州的博多拉面与冲绳群岛的冲绳拉面就不含碱水，而东京拉面与札幌拉面中的碱水含量就明显高了许多。

汤头 (*shiru*) 以小火熬煮肉类、海鲜与蔬菜而成的汤。其中肉

类多半来自鸡肉或猪肉（尤其是猪脚、猪背肉、猪肋排、猪肘，有时候也会用猪头肉），传统东京拉面店则会舍弃猪肉，只使用鸡肉熬煮汤头，而九州拉面店则会使用猪肉与猪骨来熬制。^[1] 海鲜汤头中含有贝类、鱼干（通常是沙丁鱼或鲣鱼）以及昆布。蔬菜汤头的标准用料则是洋葱、青葱、姜与蒜头，不过近来也有些店会采用日本南瓜与马铃薯，像是东京大井町站附近的“Ajito”。这家店甚至还在蔬菜汤头中添加了苹果。

调味酱汁（*tare*）通常有三种选择——盐味、味噌或酱油，它们可以丰富汤头的风味。有些拉面店拒绝使用任何调味酱汁，例如东京表参道的“Ramen Zero Plus”。不过几乎每位拉面师傅都拥有独家研发的调味酱汁，而且酱汁的秘方就像自家汤头的秘方一样，绝不外传。

独立经营的拉面店就像其他多数小型餐饮同业一样，也进入了挣扎求生的阶段。日本有超过 8 万家餐厅供应拉面，其中约有 3.5 万家专营拉面生意。每个地区都有其专属的汤头、面条与佐料，而且材料组合也不断推陈出新。业界亦有拉面店协会从中进行游说与协调，而上百万名拉面店的员工都得仰赖当地居民光顾以为生。拉面店的时薪标准目前是 800—1000 日元，相较于 1990 年时的 450 日元有一定提升；而一碗拉面的售价，在东京平均是 590 日元。^[2]

[1] 牛肉和牛骨也可以用来熬制汤头，尽管其使用并不普遍。东京北千住站附近的拉面店“Gyukotsu Ramen Matadoru”有这种做法。

[2] Japan Ministry of Internal Affairs and Communications, Bureau of Statistics, 2011 *National Survey of Prices*, www.e-stat.go.jp.

拉面的历史

如今，我们与历史之间的联结不再，拉面就成了为日本传统魅力再发声的工具。

——速水健朗（Hayamizu Kenro）

不论走到日本哪个地方，想找一碗拉面来吃并非难事。拉面价格虽不算特别便宜，但通常会在可以负担的范围之内。^[1] 拉面在日本战后时期所扮演的卓越角色，大概可与美国餐饮业中的比萨相媲美。正如其他深受日本人喜爱的食物一样，拉面本来也是一道来自异国的料理，后来才演变成为地道的日本美食。（长崎蛋糕源自葡萄牙的卡斯特拉蛋糕，咖喱饭源自英属印度，而意大利肉酱面则是由美国人带入日本的意大利美食。）拉面的发迹要溯源至中国，不过这道汤面料理在日本发扬光大，甚至成为日本人或非日本人心中的日本国民料理的象征，不论其普及程度还是受欢迎的程度，如今都已经不可与初传入时同日而语。

最早的时候，拉面在日本是一道便宜、美味又能填饱肚子的中华料理。尽管拉面的确切起源已不可考，不过它的确是在 19 世纪 80 年代由中国广东一带的移民引进日本的。当时，这些人主要在繁忙的横滨港口地区当餐厅厨师，烹煮食物供给外国人。那时候，中国厨师只

[1] 日本的拉面和美国的比萨有很多共性特点，主要包括异国来源、地方特色、遍布全国、物美价廉，以及与年轻人和劳动者的象征性关联。

有在招待来自同乡的工人与留学生时，才会端出这道汤面料理。到了19世纪90年代，聘雇中国厨师的日本餐厅才将这道料理转变成为美味的日常料理。其使用的材料也与原来的中国版本有所不同，添加了像是炖猪肉、酱油与笋干这些不同的材料。于是，不论是白班工人、夜班工人、学生还是军人，都成为了这道汤面料理的固定主顾。

拉面本身就很复杂，而谈到拉面发展史更是各说各话。这道料理在日本最常见的名称就是“拉面”(Ramen)，不过也有人以“支那面”(Shina soba)或“中华面”(Chuka soba)称之，而这两种名称的由来分别要追溯到20世纪初与20世纪40年代。“支那”这个名称与日本帝国时期的用语有关，其中交杂着日本现代帝国主义殖民侵略的历史背景(1895—1945)。直到日本在第二次世界大战中败给同盟国后，在中国政府的抗议之下，日本政府与主流媒体才停止使用“支那”一词。然而，比起“中国”(Chugoku)这样的中国中心主义用语，日本民族主义分子仍然偏执于使用“支那”。因此，尽管“中华面”在战后成为这道料理的主要名称，与“拉面”一词的交互使用也不会激起任何冲突，但是“支那面”仍然满载着过去的回忆(并伴随着政治理念上的冲突)。由此可知，仅仅是一道料理的名称，就包含了这么多的省略、修改与纠纷，在在为日本近代史增添了几分生气。

日本各地区都发展出了形态不同的拉面。在20世纪二三十年代快速发展的城市之中，无论是首都东京，或者北至札幌这样的区域中心，还是西南福冈市的博多区，中式汤面早已普及，成了现代都市生活形态兴起的标志性食物。这道便宜、快速的料理，含有盐分、动物

脂肪与经过加工的面粉，能填饱肚子，完全符合现代工业生活的结构所需。旧有的生活形态，诸如工作、饮食与娱乐方式早已被取代——19世纪末至20世纪初，日本工业化发展，同时城市化水平提高，中式餐厅与电影院逐渐取代原本城市样貌中的荞麦面摊与源自江户时代的传统落语^[1]表演。如此一来，制造与食用拉面，就成了日本现代都市劳动者生活在这社会经济与政治快速变化的时期所不可或缺的条件。

拉面的普及程度亦随着20世纪二三十年代日本都市工作人口的增长而持续扩大。然而在20世纪40年代，日本民众享用拉面的乐趣却因战争带来的物资短缺问题而消失——先是1937年中国的全面抗日战争，接着是1941年爆发的太平洋战争。当战事于1945年8月止戈散马之后，别说是拉面无从取得，所有粮食都在连年轰炸、运输封锁与作物歉收的情况下出现短缺，也因此造成了日本长达两年的饥荒。不过到了1947年，美军紧急出口小麦到日本，之后拉面的生产与消费便开始大规模复苏。从美国（以及加拿大与澳大利亚）进口小麦的政策在1952年同盟国结束占领日本之后仍然延续着，而这也为日本及其他于冷战期间与美军同盟的东亚国家的饮食习惯带来了决定性的改变。

20世纪60年代，拉面文化随着建筑业与重工业的扩张而在日本全国持续蔓延开来。后来到了80年代，拉面文化则因为受到引领潮流的年轻族群的喜爱，以及大众媒体的曝光而受到全国瞩目。知名地

[1] 落语，日本传统表演艺术。最早是指说笑话的人，后来逐渐演变成说故事的人（落语家）坐在舞台上，描绘一个漫长和复杂的滑稽故事。——译者

方店家也自行转型成为国内旅游景点。为因应那些想要一探究竟并讨论拉面汤头优缺点的读者的需求，不计其数的电视专题、杂志与旅游指南竞相报道最新、最棒的调配秘方。1994年开幕的东京拉面主题乐园以及相关宣传活动，更是为拉面成为日本国民料理打下基础。拉面于20世纪90年代开始出口全球，其在海外作为日本代表性饮食的地位渐渐巩固，而日本国内在此期间针对拉面的讨论，则是聚焦于地区性选材、技术与专有名词的差异，以及明星大厨的种种怪癖及他们各自参与的真人秀节目。

拉面是日本国内记载最为详尽的料理之一。拉面的历史光是在起源问题上就众说纷纭，与拉面相关的史料更是车载斗量，莫衷一是。撇开无数以拉面为主题的电视纪录片来看，有关拉面的文本从主题上大致可以分成八类。

第一类也是最普遍的一类，拉面店指南，介绍地方或区域知名的拉面店及其经营者或业主，还有该店的特色拉面与店家历史。第二类，针对预备创业者的介绍手册，旨在提供成功开创拉面店的经营方针。第三类是以精细的拉面制造或消费为背景的漫画小说，借此构建更戏剧性的故事情节。第四类是拉面明星大厨的自传，记录其白手起家的人生哲学与高尚思想，目的在于强调对手艺的坚持凌驾一切。第五类，关于料理的历史，其中牵涉选材与烹调手法的变化、区域性与地方上的差异、消费者对于调味喜好的新趋势、拉面与中国和其他亚洲国家汤面的相异之处，此外还有许多对知名拉面师傅与店家在风格方面的介绍。第六类文本将拉面历史视为文化变迁的指标，主要研究

这道料理所代表的流行文化，追溯其历来变化，借此标记拉面与国家历史上发生的重大事件与趋势之间的关系（堪比《阿甘正传》的主人公）。第七类文本以拉面作为评论社会议题的依据，像是性别区隔、美国化、资本集中、食品安全或是大众媒体的影响（举例来说，媒体可能将日本拉面与美国麦当劳做比较）。第八类，拉面的“秘史”，旨在通过分析某些议题，诸如国际小麦贸易与冷战的关系、日本中央政府在 20 世纪 70 年代补助国内旅游的政策、食物在 20 世纪 80 年代掀起的媒体风潮以及媒体与政治之间的关联，还有 20 世纪 90 年代与千禧年后建立在文化输出能力上的食物民族主义的发展。（此外，以速食拉面为主题的著作更是不计其数，这个类别虽然与拉面相关，却实属不同领域，而且还可以进一步划分成罗列各式创意食谱的著作，以及描述鼎鼎大名的日清食品创办人安藤百福 [Ando Momofuku]——速食拉面发明者——的故事。）

我决定撰写拉面历史的动机，是想窥探这道料理在文化与政治上的历史重要性，并且进一步诠释其在制造与消费上所衍生的意义。以上八类相关主题的文本皆依据其在本研究中的重要性逐一列出，而这些主题也形塑了史料证据的核心，不仅有助于完成这道料理的历史书写，同时也让我们理解国家认同在日本是如何通过食物获得新的诠释与展现。以此观之，我的拉面研究基础更加注重仔细阅读这道汤面与日本国家及劳动力观点变化相关的文件与影像，而非将重点放在消费与品尝。（我本身并不是拉面的拥护者，如果可以选择的话，我通常偏好吃一碗美味的荞麦面。）

拉面在日本与全球所造成的现象确实是一项严肃的研究主题，而且光是以纯粹品尝或消费者拜物主义（consumer's fetishism）的角度来检视是不够的，还要经由文化历史的角度加以检视才行。拉面制造在现代已经成为一门精致艺术，人们也可以通过拉面消费来重申个人的社群意识，不论是在区域、国家还是文化等各个层面。这并不是什么来自三十年前的议题，这些趋势的发展过程便是其背景历史的重要主题。拉面如今贵为日本传统不可或缺的一部分，过去却只是一道受到工人喜爱的料理，而当初让这道料理发展成型的形态，如今早已自动化或外包至海外。我认为这两项发展之间有着重要关联，而拉面的重要性也不仅是单纯的美味而已。

拉面店近年来不断在世界各地扩张，代表着以日本“软实力”在全球化时代的形象，宛如一位优雅的文化大使。不论在巴黎、伦敦、纽约还是洛杉矶，当地居民都可将本地知名的拉面店如数家珍地吹捧一番，而且现在就算到了迪拜、孟买与上海，甚至加州奥海镇（Ojai）这样的地方，都可以找到好几间拉面店。随着拉面在亚洲、欧洲与北美洲的普及程度渐渐提升，现在它的触角也开始向南美洲（巴西）与非洲（南非）延伸。在这样的扩展过程中，拉面建立起相当实惠、年轻与时髦的日本饮食文化形象，不像寿司那样，背负着完全不同的形象包袱。不论正式或非正式，拉面是外国人心中将“日本”塑造为一种消费品牌所不可或缺的要素之一。从这个角度来看，日本在20世纪90年代为拉面重建品牌认知的举动，便是拉面在2000年之后扶摇直上的序曲。如此一来，就算不为拉面神魂颠倒，世界各

国工业重镇的城市居民都会对这道来自当代日本蓝领阶级的料理感到更加熟悉。尽管其背景起源与中国有关，但毋庸置疑，一旦销售至海外，拉面就成为了日本料理的代表。

本书主要分为两大部分：前三章介绍拉面的历史，从 19 世纪末叶自中国传进日本讲起，直到 20 世纪 60 年代成为日本建筑工人的主食；后两章主要回顾拉面在 20 世纪八九十年代转型成为日本国民食物的发展过程，这一过程激起了平等主义者强调手艺而非盈利的怀旧论述，以及拉面在 2000 年后因为国际化而成为海外日本文化良性影响的代表因素。

总 结

本书第一章讨论在欧洲帝国主义、中国移民与日本经济工业化的背景下新食物的出现。日本拉面的诞生主要有两大背景：一是欧洲料理在 19 世纪 70 年代涌进日本后，造成的面食与肉类制品扩展；二是中国移民工人在横滨地区开设餐馆，为了给外籍工人提供伙食。等到工业经济活动在 20 世纪前二十年突飞猛进之后，日本与中国移民厨师便将这道料理以“支那面”为名加以推广，无论是中式餐厅、西洋造型的小饭馆，还是街头的推车摊位，都能见到其身影。这道汤面在“二战”之前以最早融入日本社会家常菜色的中式料理之姿出现，同期出现的中式料理还包括烧卖、猪肉炒饭与肉包子。当时，这道中式