新交流 EXCHANGE

Magazine

2015 夏季刊

专题报道
食品与媒体
FEATURE
FOOD & MEDIA

美国美食与餐饮
American Food & Drink

FARMING 种植
COOKING 烹饪
FOOD & MEDIA 食品与媒体
DINING 餐饮

EXCHANGE
新交流 *Magazine*
2015夏季刊

美国国务院 U.S. Department of State
美国驻华大使馆 U.S. Embassy Beijing

北京美国大使馆新闻文化处 U.S. Embassy Public Affairs Section

公共事务官 Public Affairs Officer 耿欣 Lisa K. Heller
文化副参赞 Deputy Public Affairs Officer 谷安妮 Anne Grimes
新闻官 Spokesperson 魏博 Benjamin Weber
副新闻官 Deputy Spokesperson 博依丽 Mary Beth Polley

编辑主管 Supervising Editor 薛珍莉 Jennifer Schueler
执行主编 Editor 孟杰克 Jake M. Miller
艺术总监 Artistic Director 章蒗 Zhang Ju
发行主管 Circulation Director 陈英 Chen Ying
联系人管理 Contacts Manager 程燕平 Vivian Cheng Yanping
审阅 Quality Consultant 尚顺安 Cheryl Schaefle
李佳佳 Li Jia Jia

印刷 Printer
廊坊市恒泰印务有限公司 Langfang Hengtai Yinwu Co. Ltd.
平面设计 Designer
苏莉敏 Su Limin

翻译提供商 Translation Service
北京运驰翻译服务有限公司 Beijing Yunchi Translation Services Ltd.

北京美国大使馆翻译团队
U.S. Embassy Beijing Translation Team
廖昭颖 Liao Zhaoying 牛晓牧 Niu Xiaomu 赵桐 Zhao Tong
丁鹿鹿 Ding Lulu 于丽 Yu Li 于萌 Yu Meng 高同瑞 Torrey Goad

媒体团队 Media Team
陈二 Chen Er 邬涛 Wu Tao
张天歌 Zhang Tiange 康丽佳 Lika Peterson

项目团队 Program Team
吴晓华 Wu Xiaohua 顾宇 Gu Yu

投稿者 Contributors
Charles Guo Jay Todd Richey Eric Bratt Christopher Bernlein Kelsey Dott
Jimmy Nguyen Fan Yibo Erin Shull

国际信息计划贡献者
Bureau of International Information Programs Contributors
Andrzej Zwaniecki Sasha Ingber Juan Castillo Jeff Baron
Jeanne Holden Jennifer 8.Lee

内容顾问 Content Consultants
张芳 Amy Zhang 柯佳珊 Jennifer Argueta Clever

封面设计/插图：李菁 Jake M. Miller

刊头题字：胡云复
刊号：ISSN 1052-55X

《新交流》是以文字和图片与中国读者分享关于美国社会、价值和思想见解季刊。文中所表达的是作者的意见，并不一定反映美国政府观点和政策。美国国务部不为期刊内容和期刊中网络链接的持续可访问性承担任何责任；该等责任全部由那些网站的发布者承担。若无明确的版权限制，文章、图片和说明可以在美国以外复制和翻译；否则，杂志的文章、图片和说明文字的复制和翻译必须征得版权所有者的同意。

Xin Jiao Liu Magazine is a quarterly publication that shares insight about U.S. society, values, and institutions for a Chinese audience. The opinions expressed in these articles do not necessarily reflect the views or policies of the U.S. government. The U.S. Department of State assumes no responsibility for the content or the ongoing accessibility of internet sites; responsibility resides solely with the publisher of those sites. Articles, photographs and illustrations may be reproduced and translated outside the United States if they do not carry explicit copy right restrictions, in which case permission must be sought from the copyright holders noted in the magazine.

官方博客 Blogsite http://blogs.usembassy.gov/xinjiaoliu/

Subscription Inquiries Contact xinjiaoliu@state.gov

美国大使馆微博 Embassy Weibo weibo.com/usembassy
欢迎关注我们的新浪微博和微信公众号
Please follow us on Sina Weibo and WeChat

新浪微博 Sina Weibo 微信公众号 We Chat

目录 CONTENTS

编者的信 / EDITOR'S LETTER

种植 / FARMING

4..... 培养新型农户 / Nurturing New Farmers
6..... 慢食 / Slow Foods
7..... 来自美国农业部的问候 / Message from U.S. Department of Agriculture
8..... 大豆家农场故事 / Soybean Farm Stories
12..... 蜂之谜 / Bee Mysteries
14..... 都市农耕 / Urban Farming
16..... 加州葡萄酒的悠久历史 / Rich History of California Wine
18..... 气候变化 / Climate Change

烹饪 / COOKING

20..... 地方美食展现美国多元异彩 / The Many Flavors of America
22..... 自酿啤酒：美国传统 / Homebrewing: An American Tradition
24..... 烧烤：像棒球、苹果派一样的美式特色 / Barbecue on the Grill
26..... 素食透视 / Vegetarian Perspective
27..... 时代新潮流：美国的宴客风尚 / The Next Best Thing: Entertaining Trends in America

专题：食品与媒体 / FEATURE: FOOD & MEDIA

30..... 美食与社交媒体 / Food & Social Media
32..... 美食博主的故事 / Food Blogger Story
33..... 技术加强食品安全 / Technology Enhancing Food Safety
34..... 饮食和电视 / Food & Television
36..... 食物改变我们说话的方式！ / Food Changing the Way We Speak!

餐饮 / DINING

39..... 辣酱、热狗和家庭传统 / Hot Dogs and the Family Legacy
42..... 有志开餐馆的创业者从流动餐车起步的成功要素 / Dream of owning a restaurant? Get a truck!
44..... 美国幸运饼 / Fortune Cookies
46..... 打击餐厨垃圾 / Fighting Food Waste
48..... 美食旅游 / Food Tourism

主编寄语 / EDITOR'S LETTER

作为一个上世纪八九十年代出生在中西部地区的孩子，我最早接触的就是各种相当无聊的食物。我们吃土豆沙拉、焗烤鲔鱼面、奶油水果沙拉。上中学时，我们给父亲订了一年的«纽约时报»，从那以后，我们的味蕾开始天天不重样。报纸上每天都登有全国各地和世界各地的美食食谱。我父亲开始在厨房里试着做，而我们也迫不及待地尝试他用新调料、蔬菜和蛋白质准备的菜肴。美味的沙拉、烤肉和面食，从来都不嫌多。

刚上高中时，我家住进了一位来自法国的交换生大卫，他声称在美国的第一个月只想吃“美式美食”。第一周为了迁就他，我们吃了一个星期的披萨、汉堡、玉米棒、碎巧克力曲奇等典型美国食物。到第二周，我父母宣布我们要回归到我们的“丰富食谱”上来。我可以看得出他有点失望，但他从未抱怨并且很快就开始赞誉我父母的厨艺。

那年夏天，大卫周游了美国多地。他在回到我的家乡后说道：“谢谢你们给我准备了真正的美式美食。直到我走遍美国，才发现你们给我介绍的才是美国人喜欢吃的东西，所有的都是。”他的话让我陷入思考，事实上并没有哪种是真正的美式食物。汉堡和薯条当然可以说是具有特色的美式食品，但是鱼肉卷饼、蛤肉汤也能算是吧。美国的烹饪方式就像其人口一样，拥有令人难以置信的多样化。

在本期«新交流»杂志中，我们将重点介绍美国食品和饮品的丰富多样性，探讨种植和农业的发展现状以及美食、饮品制作的流行趋势，分享各种美食之地和美食的故事。本期杂志的主题将关注媒体在美食世界中所发挥的作用，从电视到推特，很显然美食已在娱乐和社交媒体中占据显著的一隅之地。

谈到社交媒体，我们在此很高兴地推出“新交流博客”网站：blogs.usembassy.gov/xinjiaoliu。杂志内容以及更多故事和多媒体文件都将在这一网站上呈现。另外往期内容也可在这一博客中找到。我们希望听到你们的意见。欢迎访问我们的博客并期待你们的建议。

美食和饮品是一个吸引我们所有人的话题。我们很高兴在此与大家分享这些故事，也希望你们在博客上与我们分享你们的故事。

Jake M. Miller

孟杰克 - Jake M. Miller
《新交流》杂志主编

新交流杂志官方博客

《交流》杂志创刊于1979年
Magazine Issues Since 1979

Farming
种植

密苏里州艾尔玛郡。Neal Bredehoeft 在一片大豆田中检查作物有无虫害或疾病迹象。

©AP Photo / T. Rob Brown

加利福尼亚州萨利纳斯市，前农场工人 Maria Luz Reyes 正在摘取欧芹。通过农业和基于土地的培训协会，Reyes 学会了在租赁的土地上自己经营农场，并克服小规模农业经营模式所面临的困难。Reyes 自己刚刚购置了一个 10 英亩大的农场，满足了她在加利福尼亚 17 年来的梦想。

培养新型农户
Nurturing New Farmers

教学农场，也被称作孵化中心，帮助移民及其他人群学习务农并营销他们的农产品。这类农场伴随着农民人口老龄化以及消费者对本地种植的有机农产品日益增长的兴趣而出现。2011 年，美国农业部长 Tom Vilsack 倡议由 100,000 名新型小农户代替退休者，孵化中心可以帮助实现这一目标。这一信息来源于内布拉斯加的一家政策研究机构——农村事务中心。

文 / Andrzej Zwaniecki

亲临市场压力

孵化中心服务于三大群体——移民，获得非农业学位的有志青年以及想要从城市工作岗位转行创建农场的跳槽者。Viva 农场的联合创始人、总裁 Sarita Schaffer 称，大多数初学者认为小规模农业不仅是一项收入来源，还是“一种为世界带来变化的途径”。该农场位于华盛顿州，是一家屡获殊荣的孵化中心。他们认为，美国的食品体系现已过度依赖于大型农业产业集团、化学企业和远距离生产商。按照他们的说法，小型农场可以解决这一问题。

现有的 120 家孵化中心在目标客户群、入学要求、费用、市场准入和毕业要求方面各有不同。所有孵化中心均提供灌溉土地、农场基础设施、共享设备和培训指导。大多数孵化中心倡导用有利于环境可持续的方式生产粮食，并直接将其销售给本地购买者。提供这一信息的是来自塔夫斯大学（Tufts University）“新人门可持续农耕项目”的 Jennifer Hashley，该项目为孵化中心提供支持。孵化中心是非盈利机构，其运营部分依赖于志愿者的工作和农业部发放的津贴。

在 Viva 农场，新手农户在加入之前必须先提交一份商业计划。一旦被录取，他们会参加关于可持续农耕和商业规划的课程。他们在其它创业者周围租用土地并且自己运营农场。孵化中心收取使用费，并作为中间方通过自己的农产品摊位安排出售农户的产品，收取小额报酬。此外，孵化中心还帮助农户获得本地信用合作社提供的不超过 10,000 美元的信用贷款，并协助农户填写复杂的申请书，以获得政府提供的更高额度的贷款。

Schaffer 认为孵化中心是“一个让人们在真实的市场压力下边运营、边学习的地方”。

北卡州普罗沃市，Maira Nez 正在 La May Farmer 农场中为顾客采摘农产品。

© AP Stanley Herga/Daily Herald via AP

骄傲与生菜

现年 33 岁的 Salvador Morales 和弟弟 Misael 两次创建了自己的农场。他们在位于墨西哥瓦哈卡州的一个生活农场长大，在美国田间工作了 20 多年，学到了很多东西。他们第一次尝试在一片租来的土地上耕作时，生产出了大量的蔬菜。但是他们不懂得销售他们的产品。他们只能说米斯泰克方言，无法用英语或西班牙语交流，也不知道该如何营销自己的产品。

2009 年，Morales 在华盛顿州的伯灵顿看到了 Viva 农场的公告，于是他和弟弟决定再次尝试一下，在孵化中心的支持下建立一个农场。Morales 说，他们当时已经“厌倦了给别人打工的日子。”

孵化中心帮他们兄弟俩了解市场，销售给更多购买者。在 1.5 公顷的土地上——他们命名为 NW 绿色农场——他们种植了生菜和其它绿色蔬菜，通过 Viva 农场的分配渠道和他们自己的关系进行销售。

自己当老板很难，Morales 坦承。但是他为自己所在的大家庭所付出的辛勤劳作而感到骄傲，他们为社区生产出了营养丰富的新鲜食物。他形容自己农场里长出的一簇簇生菜为“美丽的”。

“我悉心照料着它们，”他说，“我爱它们，它们也爱我。”

每个季节都很重要

在生产季节，Viva 农场早上 5 点钟左右开工，农民们前来收割鲜美的绿叶菜、树莓和草莓。一名来自合作农场的工人前来打包并用货车装载成箱农产品运送至订购的客户们。6 点钟左右，农场摊位管理者开始更换并更新农产品货架。

Schaffer 在早上 4:30 到 7:30 之间抵达农场。如果太阳已经升起来了，她就可以在开始着手运转 13 家农场的核心工作前欣赏一番斯卡吉特河谷的壮丽景色。

Viva 农场的员工可以说两种语言，并提供西班牙语讲授的课程，这吸引了许多墨西哥移民，以及大量的跳槽人士。这两个群体有着互补的技能。移民农工们有着大量的实践经验，但是少有商业管理或计算机技能。跳槽者们精通商业，但是鲜有或没有务农背景。

这两个群体的合并目前是成功的，Schaffer 说。

Salvador Morales 在孵化中心经营 NW 绿色农场，他与我们分享了一些跟孵化中心的其他农户一同耕种的秘密，当他需要建立自己的农场网站并考虑营销他的农产品时获得了他们的帮助。

“Viva 为我们开启了许多扇大门，” Morales 说。

孵化中心对成功的衡量从让学成者“为自己所种植的作物感到骄傲”到过渡到拥有自己的农场，不一而足。在 Viva 农场，在四大种植季，所有的农户都会扩张、租用额外的土地，也有少数农户会离开这里，建立他们自己完全独立的运营。

对于成功的终极衡量是农场在离开孵化中心以后的存亡。“务农有着最难的学习曲线之一——每年只有一次机会，” Schaffer 说，“每个季节都很关键；每一年都很重要。”

宾夕法尼亚州威尔克斯巴里市，在开市日的公共广场农贸市场上，顾客们从 O'Malia 的摊位上购买农产品。

© AP Mark Moran/The Citizens' Voice via AP

新泽西州西港岛，Angie Trombley 抱着一箱出产于 Squire Tarbox 农场毛主型温室里的“Iduster”紫色原生品种辣椒。该农场的温室通过一场名为“慢收”的全国活动而获得了一笔资助。“慢收”活动把消费者和企业家们联系在一起，共同建立本地的食物体系并予以经济发展。

© AP Photo/Robert F. Bukaty

Slow Foods 慢食

别理睬那些美国快餐传闻；许多美国人现在喜欢慢食

人们经常会把美国同大量生产的快餐联系在一起。但是近来，许多美国人走向返朴归真。厨师和食客都在重新发现家常料理，简单随意，并且使用最新鲜的原料。

西雅图市，在位于市区的市集广场农贸市场上，工人们正往货架中补充新鲜的农产品。

加利福尼亚州伯克利市，Alia Ghalen 拿着一把用食品募捐来的木质代币，打算去农贸市场用。“慢食”的成本可能会急剧增加。但是慢食运动——也就是只吃本地生长的、以环保的方式种植的最新鲜的、未混和工过的食物——的领导者们认为慢食并不一定会增加你的预算。

这种转变部分要归功于大约 25 年前从意大利开始、2000 年传入美国的“慢食”运动（Slow Food movement）。一个叫做 Slow Food USA（美国慢食）的网站，一开始只是一小部分人，而今已经拥有 200 个分支和 12000 名会员。

慢食运动提倡本地食品，弘扬饮食传统，同时也提倡分享和可持续的饮食方式。越来越多的美国餐馆采取了慢食原则，在轻松舒缓的氛围下，提供来自本地农场的新鲜应季食材。

美国人也越来越关心他们的食物在哪里以及如何养殖或种植的。这也部分解释了为什么 100 年前常见的农贸市场如今重新出现。今天在全美国有 8000 多个农贸市场。

农贸市场成为农场和城市之间的重要纽带。它们使顾客能获得本地种植、直接从农场运出的农产品，同时也使农民能够与他们的顾客建立起个人联系。

随着更多的美国人希望获得自然生长的食物，有机食品运动也在迅速发展。有机食品已经在美国成为一个 350 亿美元的行业。

任何人要出售被称作有机食品的产品必须遵照美国农业部（U.S. Department of Agriculture，缩写 USDA）制定的严格标准，并得到认证——包括每年接受实地检查。

带有美国农业部有机验证标志“USDA Organic”的蔬果，保证在生产过程中没有使用转基因生物或离子放射，也不曾使用违禁杀虫剂，人工化肥或污水物。标准还规定，不得给牲畜使用抗生素或生长激素。

最初由美国国务院国际信息局发表于Share America.gov 网站上。

美国农业部副部长
克里斯塔·哈登

Message from USDA 来自美国农业部的问候

美国农业部常务副部长哈登女士的致辞：

我代表美国农业部（USDA）向大家表示问候！我叫克里斯塔·哈登，是美国农业部副部长。自19世纪初以来，我家已经有三代人在美国东南部的佐治亚州从事农业了。

作为农民的女儿和毕生致力于代表农民福祉的人，我最关心的事情之一就是农业在美国和全世界的未来。这就是为什么我作为副部长的首要工作之一就是培养新一代农民，确保妇女、年轻人、移民、退伍军人和其他人可以获得成功从事农业所需要的项目和支持。不仅如此，在面对日益稀缺的资源、全球气候变化和不断增长的世界人口的情况下，我们还需要确保新手和经验丰富的农民拥有工具和技术，满足全球对食物日益增长的需求。

我非常自豪地向你们介绍一些美国女性农民，她们致力于种植有益健康和安全的产品，不仅供养了他们自己的家庭，还提供给世界各地的顾客们。您可以访问www.usda.gov，了解更多美国农业部的丰富历史及女性农民的故事。

USDA United States Department of Agriculture

在哥尔和威尔农场的部种植着100英亩的黄豆，这里是美国农民爱国者农场方范围列美里根尔农场中部的一个培训场所，该农场有部用于试验种植的方法尔有机农场白平，一部分产平的，平均分布着美格兰全境行为技术使用的多项建种试验种。

©图片来源于美国农业部 Lance Cheung

大豆家农场故事
SOYBEAN FARM STORIES

我的名字叫Nancy Kavazanjian，我与丈夫的农场坐落于美国中北部的威斯康辛州。这片850公顷的农场是由我和丈夫的姓氏共同命名的，它就像我们的一个孩子，在精心的呵护中已经走过了35年。我们的大家族世代生活在这里已经有150年的时间，我们是这片土地的第四代传承人。农场是我们工作和生活的地方，这里充满了见证我们亲情和爱情的欢声笑语。

这是我们的小家庭(见左下图片1)，中间穿绿色T恤的是我和丈夫Charlie Hammer，左边穿红色衣服的是我新婚的女儿和女婿。最右边是我的小儿子和他的女朋友，还有他们的顽皮宠物狗。除了女婿Tim，我家所有的成员都在农场上工作。Tim在农场附近的一家种子公司上班，他们主要经营大豆和苜蓿的种子。

我们的农场主要种植大豆和玉米，但大部分还是大豆。除了传统的大豆种子，我们还有很大一片土地种植转基因大豆。相比如传统大豆，改良基因的大豆种子在种植中减少了很多农药的使用。管理一片850公顷的现代化农场，我们完全依靠这些自动化的设备和技术。通过GPS系统，我们可以精确地播种和施肥，距离误差在1英寸以内。这是我们的谷物仓 (见左下图片2)，所有的

图片1：I Nancy一家

图片2：谷物仓

Nancy家 < 农场

大豆收割之后就被运送到这里储存。大型的联合收割机是每年秋天大豆成熟季节的最佳帮手。

2014年夏天，27岁的女儿在我们的农场上举办了十分特别的婚礼，整个仪式都在我们一台大型的农用拖拉机上进行，婚礼那天刚好是美国的国旗纪念日，所以我们还在拖拉机上插了一面国旗。女儿女婿和他们的朋友都很难忘这个新颖的农场婚礼。农场陪伴她一起长大，如今又见证了她的爱情。我们都爱这片土地。

图片：soyfarms.com

我是Sara Ross.来自艾奥瓦州，我和丈夫农场的名字是Ross Land&Cattle.作为第六代继承人，丈夫Kevin非常幸运地接管了他父亲和母亲两个家族的农场，一个有140公顷，另一个约为120公顷。两个农场相距9公里左右。农场主要由Kevin打理，我负责协助Kevin.忙碌的时候，父母，叔叔和其他的兄弟姐妹们也会来帮忙。

我们有两个小儿子，快5岁的Hudson和两岁的Axton。

我们在农场上种植了40多公顷的大豆，全部为转基因大豆。有了生物技术的帮忙，大豆产量得到了很大提升，目前每公顷大豆产量为20.25吨左右。每天夏天的大豆田，在晴朗的天气下衬托得格外美丽。这是一年里大豆生长最好的季节。等到了秋天，豆子们开始脱去水分，变成焦黄干瘪的样子，那就离收割的时候不远了。

农场上还有我们养的几十只母牛，大豆压榨后的豆粕是它们最美味的食物。每年三月母牛们会产下牛宝宝，等小牛长大后，我们会卖一部分给社区。

农场全部被GPS系统覆盖，Kevin还在我们的大型农用拖拉机和收割机上配备了自动巡航装置，这样能帮助他更精准地播种，并且在收割的时候更一目了然地了解产量。在现代化设备和科技的帮助下，我们广阔的农场上没有很多的劳动力，只有每年收割的季节会请一些朋友和志愿者来帮忙。

Sara家 < 农场

孩子们在农田上玩耍，与作物们和牲畜们一起长大。跟着爸爸开收割机和拖拉机，是孩子们最爱的活动之一。每年秋收的时候，小家伙们在农场上忙得不亦乐乎。

在农场上野餐是最快乐的时光，烤肉，甜玉米，豆奶，奶酪，吃着自己家农场上的食物，营养健康又十分安心。其中，蒸毛豆是我们的最爱。每年秋天收割之后，我们会全家开动开始做一些食物罐头，都是来自农场里新鲜的原料，放在冰箱和储藏室里，这是接下来我们一整年的美味。

图片：soyfarms.com

大家好，我是LaVell Windsor，来自美国中部的堪萨斯州。我们的农场面积有160多公顷。农场上生活着我们四世同堂的大家庭。坐在最中间的是祖母，在1940年的时候，她和祖父结婚，开始经营我们这片农场，然后一代一代传承下来。祖母右边的是我丈夫的父亲，他现在还会在农场上帮我们做很多事情。丈夫和他的弟弟负责看管农场，丈夫在大学的时候读的就是农学专业，非常了解如何更好地利用土地，预防杂草和虫害等，他负责所有耕种的事项。丈夫的弟弟的专业是畜牧学，他照看我们饲养的牲畜。两兄弟之间相互帮忙，很有默契。

这是我们的四口之家，16岁的大儿子和快四岁的小儿子Bray。这是刚刚一个月大的转基因大豆，绿油油的一片，这是它们生长的好季节。丈夫说在过去的十几年中，转基因技术已经成为农场上我们最有力的助手，被改良基因的大豆能够更好地抵抗除草剂和害虫的侵蚀，产量显著地提高了，并且我们不用一次次地翻耕土地，土壤得到了更好的保护，这样我们才能继续把这片农场传给子孙后代，真希望Bray和他的哥哥能够成为这里的下一代主人。

农场上收获的季节是离不开这些大型联合收割机的，收割之后我们把作物卸装在谷物车里，然后将谷物车开到农场边上装在在卡车里，再运到农场上的谷仓，作物从那里将会被运往全美国各地甚至出口。

小Bray就这样在农场上慢慢长大，每天在蓝天和大地的陪伴下，他对大自然有更深的感情，也更加懂得每一样食物都从何而来。作为母亲，我为他，也为我们的农场感到骄傲。农业是整个人类的母亲产业，我们必须生产健康营养的食品，为了所有相信我们的消费者，也为了我们自己，我们必须对每一滴水每一寸土地负责，确保整个生态系统不被破坏，确保它们能够可持续地传承下去。大自然赋予我们的，我们也要回馈给它。

LaVell 家 < 农场

Kristin 家 农场 >

我的名字叫Kristin Reese，来自美国俄亥俄州。我有一个幸福的四口之家，我的丈夫Matt，7岁的女儿Campbell，还有5岁的儿子Parker.

孩子们从小在农场上长大，对农场上的植物和动物们都有很深的感情。Parker告诉我，他的理想是长大了当一个农民。每年春天播种好大豆种子后，他每天都惦记着它们，精心地呵护着每一颗小生命。Campbell则很喜欢帮我们照料饲养的牛羊。她与一头小牛犊是很好的朋友，每天都训练它，现在已经能够带它去参加一些社区里组织的比赛了。孩子们最爱的就是在农场上野餐，我会在农场上采摘新鲜的食物直接做给孩子们吃。

我们在农场上的房子，已经有100多年的历史。100多年以来，大家族每个经营农场的家庭都这在这里，丈夫已经是农场的第四代继承人。

大豆家农场故事
SOYBEAN FARM STORIES

我们的农场上种植转基因的大豆，玉米，这些大豆和玉米很多被直接做成饲料喂养农场上的牛和羊。转基因生物技术在美国商业化已经有将近30年了，我们很安心地使用这些生物科技的种子，放心地食用转基因的食物，也把他们提供给社区的消费者。

农场里还有一片单独的小菜园，是种植蔬菜和水果用的。我经常带着孩子们去采摘新鲜的蔬菜拿回来做成他们爱吃的美味。他们最爱的就是由大豆做成的醇香豆奶。我很喜欢用这样的方式，让孩子们从小就了解自己吃的食物从何而来。

业余的时间，我会在农场上经营美式农家乐，用农场上的蔬菜，大豆，玉米和新鲜冷冻的牛羊肉为食物原料，款待来自四面八方的朋友。

蜂之谜 Bee Mysteries

文 / Sasha Ingber

北美地区（North America）有 400 种没有名字的蜂。

美国地质调查局（U.S. Geological Survey）蜂种储备和监测实验室（Bee Inventory and Monitoring Lab）的实验室负责人萨姆·德罗奇（Sam Droege）说："我们对它们知之甚少，但又如此不可思议地依赖它们。"

2006 年，当养蜂人开始发现他们的蜂箱除了一只孤独的蜂王外空空如也时，甚至连这种人人皆知的蜜蜂也让科学家们感到困惑不解。没有人知道为什么这些蜜蜂飞走去给农作物授粉但却没有返回。科学家称这种现象为蜂群崩溃紊乱（colony collapse disorder）。

这些发出嗡嗡声的授粉者以花粉为食，在花朵之间飞来飞去传播颗粒。我们每三口食物中就有一口的背后是它们的辛勤劳作—主要是水果、蔬菜和坚果。但美国蜜蜂的消失率——作为商业性农作物授粉的主要物种—在去年冬天达到创纪录的 45.1%，危及美国的农业生产率。

全球各地都有着共同的脆弱性，这不仅是因为南美洲和中美洲以及欧洲也报告了其蜜蜂数量下降的情况，而且因为很多国家依赖这些授粉者生产农作物。

蜜蜂并非美国唯一受到威胁的蜂种。德罗奇认为，一些大黄蜂种群已经大幅减少，因为现在科学家能观察到它们的频次降低了。其他蜂种，如曾经有规律地出现的采集油脂的宽痣蜂属（Macropis），现在几乎完全看不到了。

美国国务院（U.S. State Department）海洋与国际环境和科学事务局（Bureau of Oceans and International Environmental and Scientific Affairs）生物多样性事务的负责人芭芭拉·德罗莎－乔恩特（Barbara DeRosa-Joynt）说，责任不能归咎于任何单一因素。一系列变量导致了蜜蜂的减少，从外来蜂被带至美国时传入的新型疾病到过度使用杀虫剂（施用两年后毒性可达到最强），再到寄生虫、杀真菌剂、干旱和风。

威胁美国蜂群的另一个因素是栖息地的丧失。德罗莎－乔恩特说："'罪魁祸首'可能是房屋所有者。"约有 60% 的蜂种专门为某些植物授粉。任何时候某个住户的园丁拔掉一株原生植物为另一株外来植物腾出空间，就会有一类蜂种失去潜在的食物来源。各个社区、城镇和城市的这类损失叠加在一起，授粉者就开始挨饿了。德罗奇说："每当你建造房子—所谓的'市郊栖息地'，你就毁掉了它们的家园。"

目前尚没有任何研究监测野蜂的居住。事实上，由于有 400 个蜂种没有名字—而另一些蜂种因为分类学家混淆了雄蜂和雌蜂之间视觉上的差异而有了两个名字—生态学研究根本无从下手。

德罗奇正致力于改变这种状况。他于 1998 年开始收集蜂种，现在他的实验室团队已鉴别出约 275000 个样本。他们在 2013–2014 年度冬季开始进行北美本土蜂调查（North American Native Bee Survey），预计需要 10 年的研究才能了解野蜂种群的变化。

作为鉴别蜂种的一种方法，团队使用微距镜头给样本拍照。多达 300 幅图像被拼接成一幅照片。蜜蜂色彩斑斓的翅膀上每一条翅脉以及它的隆起物和绒毛都变得肉眼可见。

让德罗奇兴奋不已的原因之一是，随着春天、夏天和秋天的到来，他可以在自己的后院里有所发现。他说："这有点探险的味道。那种昆虫叫什么？你处在这样一个位置，即你所记下的任何东西都可能会变成一个巨大的贡献。"

最初刊登于美国国务院 2013 年 12 月出版的《美国电子期刊》（eJournalUSA）上。

"它们不仅是对农业生产至关重要的传粉者，为水果、坚果和蔬菜的授粉提供了价值数十亿美元的服务，从而促进健康膳食，它们还是自然生态系统的重要成员，为作为许多其他生物食物和栖息地的植物进行授粉。" —安·巴图斯卡博士（Dr. Ann Bartuska），生态系统学家，美国农业部研究、教育和经济学助理副部长。

图为辛辛那提动物园的蜂箱中的蜂王治疗。管理员正为其检查并进行日常维护。这是辛辛那提动物园和位于俄亥俄州梅森的 Cincinnati Twelfmayr 蜜蜂公司共同开展的一项合作。

Cody Hamilton Mason

都市农耕
Urban Farming

从纽约布鲁克林区的布鲁克林海军船坞里的布鲁克林农场屋顶菜园可以远望曼哈顿天际线。布鲁克林农场是一家商业性质的农场，目前在市内运营着两家屋顶农场，面积均在1英亩以上，向当地的餐馆、杂货商供货，也在农贸市场摆摊销售。

Tara Kolla 正在检查一个育苗容器，旁边是其他蔬菜秧苗，这些秧苗将于今年春季被种植在她位于洛杉矶银湖区家里的菜园中。

Sharon Powell 正在展示她在加利福尼亚州圣塔莫妮卡市的市属圣塔莫尼卡社区菜园里种植的红花菜豆，此外，她还在这里种植了几种其他蔬菜、药草和花卉。市长 Jerry Brown 签署了一项州法律，支持各市在城区内发展社区菜园和小型农场。这一自发项目为各城市建立不依赖于公共土地或大量慈善支持的"城市农业促进区"提供了方便。

前职业篮球运动员 Will Allen 正在密尔沃基市的一个市区蔬菜农场中观察生菜，这个农场是他由一个花卉中心改造成的。

文 / Andrzej Zwaniecki

2010年春天的一个早晨，天尚未大亮，二十几个形形色色的人携带铁锹和大剪刀聚集在位于纽约市皇后区（Queens, New York）北方大道（Northern Boulevard）庞大的标准汽车用品大厦（Standard Motor Products Building）外面。

过路的人不安地看着这群人，或许在想这片街区可能很快要面临修路带来的烦心事了。

但这些工人却另有任务：造一座屋顶农场。这项工作历时6天，在这期间，一架吊车将1,360公斤装满土的麻袋吊到7层楼高的屋顶上。伴着往来车辆的嘈杂声，工人们推着装满土的推车来来往往，并用铁锹铲土。

布鲁克林农庄（Brooklyn Grange）就是这样诞生的。今天，这座屋顶农场是美国最成功的此类企业之一，也代表着一种趋势，即利用都市里空置和边缘的空间种植蔬菜和水果。

从庭院到屋顶

据联合国粮农组织（U.N. Food and Agriculture Organization）统计，2000年，全世界约有8亿人在城市和周边地块耕作。在发展中国家，自给自足型农耕帮助贫困的城市居民维持生计。

在战时和经济危机期间，美国人普遍依靠在城市中耕作获取食物。当环境意识与提高新鲜蔬果的可及性的愿望相遇时，便有了最近向庭院、后院和社区耕作的转向。位于俄勒冈州（Oregon）波特兰州立大学（Portland State University）的城市研究学教授内

旧金山市，在一场旧金山巨人队棒球赛开始前，人们正在参观位于AT&T公园中心的蔬果园。该蔬果园中有20多个先进的竖塔，可以充分节省空间，而且对土壤和水分的需求量也小得多，此外，还有以相对传统的方式培植的栽培床和播种盘，让这个公园已经不仅仅是旧金山湾沿岸一个喧闹的球场中间一个微不足道的地点，而是成为了一个户外教室，可以教儿童、青少年甚至是成年人关于健康饮食、新鲜食材和城市农场的有关知识。

森·麦克林托克（Nathan McClintock）认为，21世纪末期发生的大衰退（Great Recession）加速了这个趋势。他还提到另外一个原因，即"有些人就是喜欢到园子里，重新和大自然相联结"。

菜园在全国各地的居民区中涌现。就连第一夫人米歇尔·欧巴马（Michelle Obama）也在白宫（White House）草坪中开辟了一个菜园。但大部分努力侧重于贫困居民区，那里有空置地块，但几乎没有超市。麦克林托克说，除了增加新鲜蔬果的供应，菜园和农场还增加了绿化、绿荫并能吸收雨水。为了获得这些好处，许多城市正在改变区划、许可和其它规定来为都市农耕提供便利。

为赚钱还是为结交朋友？

麦克林托克认为，都市农业不大可能对整个食物供给有大的贡献。只有如布鲁克林农庄等几个企业是以营利为目的；大多数都是依靠志愿劳动和捐赠的小本经营。位于波特兰的都市农场合作社（Urban Farm Collective）负责人珍妮特·卡登（Janette Kaden）说，农场的生存是首要任务。她告诉麦克林托克的学生们说："我们在废物堆中寻找（用品和设备），找不到就去借，最后不得已才去买。"

除了营养和环境方面的益处，都市农耕还使邻居们更容易相互联系。一些团体安排新来的难民和移民参加他们社区的蔬菜和水果种植，以此帮助他们结识其他人并在新的国家扎根。

越来越多的城市学校将菜园种植作为一个教育手段予以支持。由于城镇化导致农田和餐桌脱节，都市菜园是使美国人重新参与食物体系的一个至关重要的途径。

由于一些城市放松了禁止在居民区或商业区饲养昆虫和牲畜的规定，城里人开始把它们——蜜蜂、鸡鸭和小山羊——请进自己的后院或菜园。

如今，鸡和蜜蜂已是布鲁克林农庄屋顶农场的一部分，该农场成功地将蔬菜、蛋和蜂蜜销售给餐厅和零售商。据农庄农耕总管本·弗莱纳（Ben Flanner）说，由于在北方大道屋顶农场之外又增加了一个地块，农庄的产量自第一个种植季节以来已翻了一番有余。弗莱纳说，虽然都市农耕与大型农业企业相比似乎微不足道，但他希望它能够"激起连锁效应，大幅改变我们对于种植者和食物消费的涵义的文化理解"。

"有些人就是喜欢到园子里，重新和大自然相联结"。

播种 成长 繁茂

当威尔·艾伦（Will Allen）于1993年在密尔沃基（Milwaukee）一个贫困居民区买下一处废弃的苗圃时，他只是想利用它的几个温室种植一些反季节蔬菜。后来当地一所学校请他帮忙去建一个学校自己的菜园，从而促使他扩大了他的计划。

艾伦的早期经历——作为一名佃农＊的儿子、职业篮球运动员、公司经理和农民——促使他产生了建立一个优质食品中心的设想，以此来改变社区。他在他的著作《优质食品革命》（The Good Food Revolution）中写道，内城区的营养健康的食品供应有限，"我想要努力完善内城区问题重重的食品体系"。

如今，艾伦创办的"生长的力量"（Growing Power）农场是美国最成功的都市农场之一；它通过农场里的零售店、菜篮子补贴、餐厅、学校食堂、农夫集市以及订菜服务为1万名居民提供食物。艾伦运用创新技术最高效地利用他那1.2万平方米土地中的养分，生产出150种不同的作物，此外还有鱼、蛋和蜂蜜。

"生长的力量"已将蔬菜种植和牲畜养殖扩大到密尔沃基和芝加哥（Chicago）市内及周边的其他城市和乡村地区，并参与了全美和全世界各地的70多个教育计划。艾伦十分乐意与人分享他的知识。正如他在其农耕讲习班中讲到美国时常说的："我们需要再有5,000万人来种植粮食。"

＊佃农：为土地所有人种植粮食的农民，他们的报酬是拿到售出作物所得的一部分钱，多见于美国南方。

最初刊登于美国国务院2014年1月出版的《美国电子期刊》（eJournalUSA）上。

Rodger Phillips 是 Grow Hartford 的一名可持续农民，图中他正在位于康涅狄克州哈特福德市公园大街和帕园街街角的一片属于 Grow Hartford 的土地上找寻成熟的日本白茄子。Grow Hartford 是哈特福德市的一个食物体系项目，运作着五个位于该市不同地点的菜园，种植了大量的蔬菜。

加州葡萄酒的悠久历史
RICH HISTORY OF CALIFORNIA WINE

文 / Charles Guo

相比于东海岸，加州的葡萄种植要晚了100多年。1701年，耶稣会的修道士们把葡萄带到了下加州，再一路向北到了现在的加州。19世纪20年代，法国人让 · 路易斯 · 维涅（Jean-Louis Vignes）最早在洛杉矶栽培欧洲种葡萄，先驱们奋斗不止，即使如此，葡萄在加州也仅限于零星分布，还不成气候。

1848年的美墨战争，墨西哥败了，国土面积因此缩小了一倍，美国抢得了几大块地盘，其中就包括加利福尼亚州。美国人真是走了狗屎运，就在美墨战争结束的第二年，加州突然发现了金子。这个秘密没能隐藏多久，各国人民开始远渡重洋，络绎不绝地赶往旧金山，曾经寂寞的港口瞬间变得忙碌异常，人口增加了几百倍，不仅仅是欧洲人，华人也跨越太平洋，来到美国西海岸，加入了淘金的大潮中。

旧金山一带的淘金热

淘金热最大的贡献就是带来了大量的人口，有了人，才会有劳动力，有了人，才会有消费，才会有市场，葡萄酒产业才会向前发展，淘金热带来了所需的一切。

金子改变了加州，也改变了世界。

洛杉矶被旧金山取代

加州的葡萄酒中心曾经是是洛杉矶。淘金热之后，局面就不同了。商品会流向贸易最便利的地点，葡萄酒也不例外，旧金山，不但成为了种植中心，也成为了贸易的中心，此时的葡萄酒的产区包括索诺玛谷（Sonoma Valley）、纳帕谷（Napa Valley）、和埃尔多拉多（Eldorado），再加上洛杉矶，四足鼎立。

Courtesy of California Wine Institute

加利福尼亚葡萄酒厂数量
2,843
加利福尼亚酿酒葡萄种植者
4,600
加利福尼亚种植的酿酒葡萄品种
超过 110 种

淘金热只持续了短短的四年时间，有些人刚刚赶到，金子已经挖尽了。先来的发了财，后到的悬了梁。对于大多人来说，他们还没有衣锦还乡的荣光，只有无家可归的惆怅。发财的寥寥无几，生存下来的是卖水的、开餐厅的、卖工具的等等，再次漂洋过海，这次的目的地是意尔本，那里发现了新金山。这与加州的淘金热仅仅相隔三年。那留下来的人怎么办呢？这里有土地，种点粮食、水果活命吧，葡萄，也是其中的作物之一。

人口暴增贸易繁荣的旧金山

但是，加州的葡萄酒在那时并没什么好名声，尤其是与丝绸民的饮料，因为根本还没有酿酒这个职业，也没有酿造好酒的酒窖，葡萄酒的质量堪忧。留下来的欧洲人，也仅仅限于会种葡萄而已，大家只不过为了混口饭吃。

纳帕谷的葡萄酒贸易

加州是块风水宝地，气候宜人，资源丰富，葡萄在这里如鱼得水，这其中，最有代表性的产区，就是这个长30英里，宽仅5英里的纳帕谷。淘金热之前，纳帕谷只有区区几百人。说到纳帕谷葡萄酒的成功，与方便的水运条件密不可分。纳帕谷里有纳帕河，这条河便是重要的运输通道，葡萄酒驶向San Pablo湾以及相连的旧金山湾直达贸易中心旧金山。港口城市的葡萄酒产区历来都是欣欣向荣，比如法国的波尔多、西班牙的Jerez雪莉酒，葡萄牙的波特酒（Port），无一不是靠着海洋的便利。

1889年，加州的葡萄酒便起航驶出太平洋，航向目的地——巴黎世博会。加州葡萄酒在此次盛会上总共获得34个奖项，来自纳帕谷的葡萄酒大放异彩，获得了其中20个奖项，还包括四个金奖，这是美国葡萄酒曾经到达的巅峰。19世纪末，美国葡萄酒风生水起，开始出口到英国、加拿大、墨西哥等地，澳大利亚那时的酒还不行，也是进口美国的葡萄酒。不幸的是，接下来的天灾、人祸连连重创了年轻的美国葡萄酒。

加州葡萄酒的多舛之途

1869年，洲际铁路的开通，又是一个里程碑，此前，欧洲的移民来到美国西海岸，必须先从大西洋往南航，绕过合恩角走南太平洋，这样得绕一个大大的圈子才行。铁路贯通以后，便可走大西洋一路向西来到美国东海岸，再来个火车，吃着火锅唱着歌就来到了美国西部。巴拿马运河更是个极大的利好，运河贯通了大西洋和太平洋，欧洲至美国西海岸的航线缩短了好几倍，全球的贸易格局瞬间剧变，美国人也因此狠狠地发了一笔横财。这一切，都似乎在向着好的方向发展，可是老天偏偏让加州的葡萄经历了一番磨难。

19世纪晚期，霜冻袭击了加州，雪上加霜的是，席卷欧洲的葡萄根瘤蚜也在加州爆发了，大面积的葡萄园重建使酒农们血本无回。即使是邻近的旧金山，也面临着供应不足的问题，库存卖光的酒商陷入经济困境，数以万计的商人相继退出葡萄酒的生意。1906年，发生了旧金山大地震，房子都垮了，葡萄酒更不用想，所有的库存都埋没在残垣断壁之下，损失极为惨重，雪上再次加霜。

1919年美国颁布《禁酒令》法案

1919年，《禁酒令》出台，美国人只好通过各种渠道贩运私酒，《美国往事》中借助水路走私酒的行为在现实中并不鲜见——货物下面拴一块子丝，上面拴着浮力球，警察来了就扔水里，警察走了再等货浮上来。长达14年的《禁酒令》被废止的第二年，加州葡萄酒协会成立，开始缓慢的复兴之路。

葡萄酒美国梦的实现

1976年，美国造访法国的一个旅游团，飞越大西洋来到巴黎，捎带了35瓶纳帕谷的葡萄酒，这些酒，是帮助英国人Steven Spurier带到巴黎做一场美国法国酒的盲品赛的酒样，之后便是那个老掉牙的故事——1976年”巴黎的评判”盲品会，来自美国纳帕谷的这些酒打败了法国名庄酒，无论红的还是白的葡萄酒，美国酒都获得了第一名。

1976年”巴黎的评判”盲品会现场

从此，法国葡萄酒被拉下神坛，美国葡萄酒扬名世界，飞行酿酒师的职业也应时而生，这些身怀酿酒绝技的人穿越各大洋，活跃在各大洲，促进了葡萄酒技术的交流和融合，

加利福尼亚是美国主要的葡萄酒生产州-葡萄酒产量占全美的90% - 现在在全部的50个州均设有葡萄酒厂。 加利福尼亚是全球第四大葡萄酒生产地，仅排在意大利、法国和西班牙之后。加利福尼亚的葡萄种植面积为52.6万英亩，仅占总农业用地面积的1%不到。使全世界尤其是新兴国家的葡萄酒产业获得了飞速的发展。历时四个世纪，美国葡萄酒的美国梦。

作者注：本文已刊载于《LEVIN环球美酒》10月刊

600-800 颗葡萄或2.8磅
1瓶（750毫升）葡萄酒内的葡萄量

约 5 瓶
一根葡萄藤所生产的葡萄酒瓶数

55.4% 女性购买者的比例
美国所售葡萄酒中

2070万
每年加州葡萄酒产区的访客数量

Climate Change 气候变化

气候智能型农业联盟将促进粮食安全

欧巴马政府发起气候智能型农业全球联盟（Alliance for Climate-Smart Agriculture）

作者：约翰·克里、汤姆·维尔萨克和拉吉夫·沙阿

从堪萨斯州（Kansas）的破纪录的干旱到加利福尼亚州（California）致命的野火，美国正感受到气候变化的影响。同样的情形也对发展中世界造成严重的影响，特别是对贫困的小农，因为每当发生降雨迟缓，洪涝淹积或气温急剧上升的时候，他们的生存就会受到威胁。

到2050年，全世界人口预计可达90亿。届时为人们提供粮食至少需要农业生产提高60%。为了满足这方面的需求，最大的挑战莫过于气候变化。气候变化对全世界大多数最贫弱群体的生计和维持我们生存的地球构成了前所未有的威胁。为了避免数百万人一出生就陷入营养不良和饥饿的恶性循环，我们必须设法应对气候变化构成的迫在眉睫的威胁。

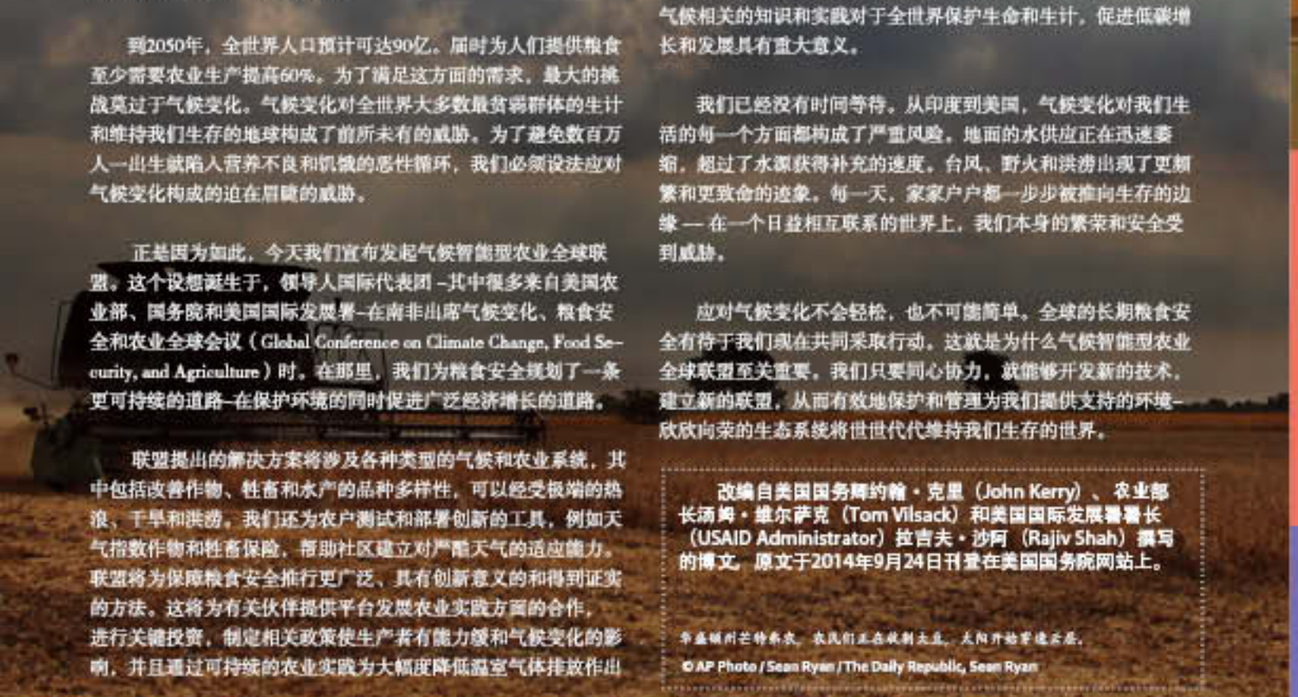
正是因为如此，今天我们宣布发起气候智能型农业全球联盟。这个设想诞生于，领导人国际代表团–其中很多来自美国农业部、国务院和美国国际发展署–在南非出席气候变化、粮食安全和农业全球会议（Global Conference on Climate Change, Food Security, and Agriculture）时。在那里，我们为粮食安全规划了一条更可持续的道路–在保护环境的同时促进广泛经济增长的道路。

联盟提出的解决方案将涉及各种类型的气候和农业系统，其中包括改善作物、牲畜和水产的品种多样性，可以经受极端的热浪、干旱和洪涝。我们还为农户测试和部署创新的工具，例如天气指数作物和牲畜保险，帮助社区建立对严酷天气的适应能力。联盟将为保障粮食安全推行更广泛、具有创新意义的和得到证实的方法。这将为有关伙伴提供平台发展农业实践方面的合作，进行关键投资，制定相关政策使生产者有能力缓和气候变化的影响，并且通过可持续的农业实践为大幅度降低温室气体排放作出贡献。这还将为农民 — 特别是妇女 — 提供更多的经济机会。加入联盟体现了美国迈出了有胆略的步伐，努力将气候变化领域的政策纳入我们各领域的工作。联盟将协同美国全球气候变化行动（U.S. Global Climate Change Initiative），吸取后者在全世界50多个发展中国家应对气候变化挑战的专长和经验。今天开创的与气候相关的知识和实践对于全世界保护生命和生计，促进低碳增长和发展具有重大意义。

我们已经没有时间等待。从印度到美国，气候变化对我们生活的每一个方面都构成了严重风险。地面的水供应正在迅速萎缩，超过了水源获得补充的速度。台风、野火和洪涝出现了更频繁和更致命的迹象。每一天，家家户户都一步步被推向生存的边缘 — 在一个日益相互联系的世界上，我们本身的繁荣和安全受到威胁。

应对气候变化不会轻松，也不可能简单。全球的长期粮食安全有待于我们现在共同采取行动。这就是为什么气候智能型农业全球联盟至关重要。我们只要同心协力，就能够开发新的技术，建立新的联盟，从而有效地保护和管理为我们提供支持的环境–欣欣向荣的生态系统将世世代代维持我们生存的世界。

改编自美国国务卿约翰·克里（John Kerry）、农业部长汤姆·维尔萨克（Tom Vilsack）和美国国际发展署署长（USAID Administrator）拉吉夫·沙阿（Rajiv Shah）撰写的博文。原文于2014年9月24日刊登在美国国务院网站上。



华盛顿州兰特米农。农民们正在收割土豆。太阳开始要建云层。

© AP Photo / Sean Ryan /The Daily Republic, Sean Ryan

©AP Photo/Antonio Calanni

Cooking 烹饪

在意大利米兰，美国第一夫人米歇尔·奥巴马在詹姆斯·彼尔德美国餐厅与意大利和美国的中学生共同参加厨艺展示活动。

“我十分关心这个国家的孩子们。不仅作为第一夫人，也作为两个孩子的母亲。我爱他们，我也像爱他们一样爱你们。所以对我来说确保我为自己女儿们所做的事情成为这个国家每个孩子都有机会获得的事情，这很重要。这也是为什么我们一直以来努力工作，帮助家庭在家里制作健康餐食，让更多的食品杂货店进入我们的社区，让公司向孩子们出售更健康食品的原因。” —— 第一夫人米歇尔·欧巴马 (Michelle Obama)

地方美食展现 美国多元异彩
The Many Flavors of America

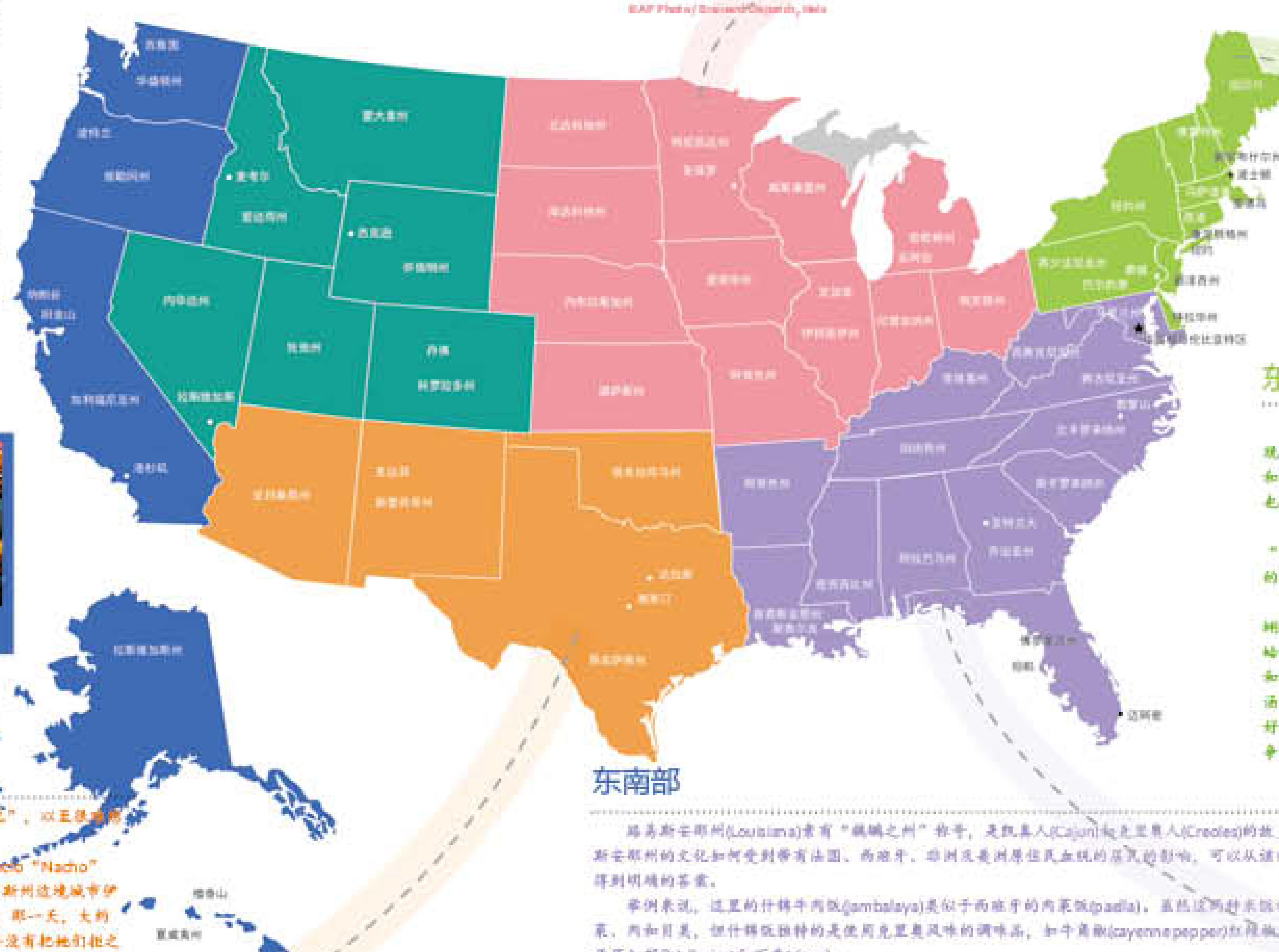
美国是一个移民的国家；只有印第安人（Native Americans）才能将北美洲称为故土。其他美国人或其先辈来到这片土地，形成了众所周知的“大熔炉”。这些移民带来了他们故土的传统——包括他们的农耕习惯、饮食喜好以及烹饪方法。

美国的种族大熔炉创造了同样多样化和多元化的美食。大部分被称为“美国风味”的美食是来自其他国家的传统佳肴，但已在全美各地广受欢迎。

虽然对于传统的美国烹饪没有精确的定义，但大多数美国菜单上都会包括以下一些菜肴，例如蛤蜊浓汤、辣豆肉酱、海鲜秋葵浓汤、炸鸡、蟹饼、龙虾卷、布法罗鸡翅、玉米棒、土豆沙拉、汉堡包、热狗和苹果派。

美国各地的烹饪独立发展，它们往往受到早年来殖民地定居的移民祖籍的影响并带有地方食材的特色。因此，每个地区都有其独特的食材、风味和特色佳肴。

最初刊登于美国国务院2013年4月出版的小册子。



中西部

肉馅饼

©AP Photo / ...

来自英国康沃尔的矿工移民到美国时，他们带去肉馅饼。肉馅饼是用面皮包裹住肉、土豆和蔬菜，然后烤制成的一个半圆形油酥面饼，它易于包装和处理。

“肉馅饼”这个古老的英文单词，是指无需烤盘而烤制的肉饼，它在欧洲有着悠久的历史，19世纪随开采威斯康星、密歇根和宾夕法尼亚州丰富矿产资源的矿工而进入美国。例如，在拥有丰富铜矿的密歇根北部地区，来自芬兰的矿工也追随英国矿工，接受了肉馅饼。

虽然采矿业在很多地区已经衰落，但美国人不舍的肉馅饼则延续了下来。在位于密歇根北部半岛的卡柳梅特，肉馅饼甚至有了一年一度的节日－ 包括巡游和烤肉馅饼比赛等庆祝活动。

西北部

发酵面包

©AP Photo / Eric Risberg

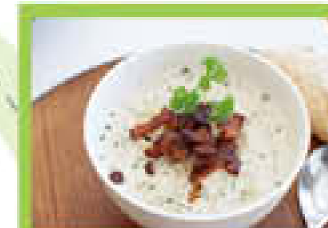
1848年至1855年数以千计的淘金者拥到加利福尼亚时，他们靠吃什么维生？

答案：发酵面包（Sourdough）。

在苏打粉和酵母在商店问世之前，早期的西部移民用面团作酵头，烘制发酵面包。酵头是用面粉、水、糖合在一起，经几天发酵形成。这个过程使野生酵母菌相结合，呈现酸性，进而使做出的面包有一种浓郁的风味。

向淘金者出售发酵面包的旧金山的波登面包店（Boudin Bakery）是在加州淘金热（California Gold Rush）中发家的企业，至今仍然生意兴隆。它保持着传统的制作方法，并向全美各地对发酵面包情有独钟的顾客邮寄面包。

东北部



海鲜杂烩浓汤

©AP Photo / Matthew Mead

第一批欧洲殖民者登上今天的美国东北部海岸后发现，那里盛产鱼、蛤蜊和牡蛎。由于海鲜杂烩浓汤在法国和英格兰沿岸渔村中颇为流行，这些美洲大陆的新人很快也煮起了自己的内容丰富的海鲜汤。

英文“Chowder”一词可能源自法文的“Chaudière”——“大锅”；也可能源自古英语词“jowter”，即“鱼贩”的意思。

海鲜杂烩浓汤有许多不同种做法，但大部分都包含蛤蜊。现如今常见的海鲜浓汤有新英格兰（New England）蛤蜊浓汤，它以奶油或牛奶为基底，再加入马铃薯、洋葱和蛤蜊；还有曼哈顿（Manhattan）蛤蜊浓汤，它以清肉汤为基底，放入蛤蜊、番茄和其他蔬菜。海鲜杂烩浓汤爱好者们常会为这些不同风味的海鲜浓汤究竟谁为上乘一争高低。

西南部

烤干酪辣味玉米片

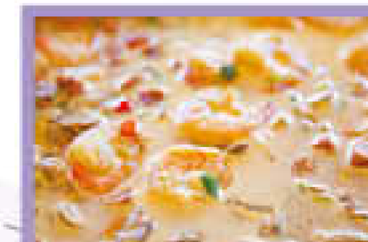
MorguéFile.com

烤干酪辣味玉米片（Nachos）已经如此之“美国化”，以至很难辨认它其实是一个相对新近的墨西哥“进口”。

这道小吃点心是伊格纳西奥·“纳乔”·安纳亚(Ignacio “Nacho” Anaya)于1943年发明的。当时他经营着位于美国得克萨斯州边境城市伊格尔帕斯（Eagle Pass）对面的一个墨西哥小镇的餐馆。那一天，大约十几位美国军人的妻子在餐馆打烊后走进来，安纳亚并没有把她们拒之门外，而是找来一些玉米薄饼(tortillas)，切成小三角，再把它们跟乳酪和尖辣椒切丝一起烘烤。他把这道点心叫作“nachos especiales”，也就是“特制nachos”。

这种点心很快就在得克萨斯州流行起来，而后又传到了美国的电影院、运动场和学校。今天，在全美国的任何地方人们都能找到带有各种不同滋味的nachos，如回锅豆、辣沙司、酸奶油和番茄酱等不一而足。

东南部



品味路易斯安那州佳肴

©AP Photo / Colin Young-Wolff/Invision for LouisianaTravel.com

路易斯安那州(Louisiana)素有“鹈鹕之州”称号，是凯郡人(Cajun)和克里奥人(Creoles)的故乡。路易斯安那州的文化如何受到带有法国、西班牙、非洲及美洲原住民血统的居民的影响，可以从该州的美食中得到明确的答案。

举例来说，这里的什锦牛肉饭(jambalaya)类似于西班牙的肉菜饭(paella)。虽然这两种米饭都含有蔬菜、肉和贝类，但什锦饭独特的是使用克里奥风味的调味品，如卡宴椒(cayenne pepper)红辣椒(chili)粉、牙买加胡椒(allspice)和丁香(clove)。

与之类似，秋葵汤饭(gumbo)是法国传统食物中带有凯郡风味的一个变种。法国的植物性调味香料中包含胡萝卜、芹菜和洋葱，而凯郡烹饪中的铁三角则是灯笼椒、芹菜和洋葱。这一小小的不同对口感有着很大的影响。

创造于新奥尔良的香蕉福斯特(Bananas Foster)火烧冰淇淋是另一种受法式菜肴启示的美食。点心师利用“浇酒点燃”(flambé)的技术将香蕉制成焦糖，然后浇在香草冰淇淋上。

路易斯安那州位于南方且毗邻墨西哥湾，盛产海鲜，尤以小龙虾最为闻名。

Homebrewing:
自酿啤酒：美国传统
An American Tradition

文 / Jay Todd Richey

在早期创新精神的指引下，美国人其实一直以来是一个致力于凡事都亲自去做的民族。这种态度渗透到美国人生活的方方面面 – 当然也包括酿酒艺术。

沁凉美味的啤酒是美国文化的主流，是棒球场、后院烧烤等美好时光的象征，是美国历史的重要组成部分。一些国父们曾经酿造过啤酒，20 世纪初的禁酒令造成过轰动，现代啤酒公司也在“超级碗”期间不断地制作出一些最令人难忘的商业广告。我们毫不奇怪，根据 AdAge 公司的分析，美国人每年的人均啤酒消耗量约为 20.8 加仑。AdAge 是对 2010 年美国的啤酒购买量进行分析后得出的这一数字，啤酒仅排在水（28.3 加仑）和软饮料（44.7 加仑）之后，位列第三位。另外，据“美国酿酒商协会（American Brewers Association）”估计，仅 2014 年一年啤酒销量达到 197,124,407 桶，市场价值达到 1015 亿美元。啤酒在美国的发展几十年来一直如此，但是发展趋势显示，各大啤酒企业正逐渐被赶下对啤酒制造的垄断，取而代之的是啤酒酿造更多地融入到美国人的日常家中。

自酿是啤酒文化中的一个新热点。顾名思义，字面上的意思就是这类啤酒是在自己家中酿造的。它为美国啤酒文化注入新的活力，使得普通美国人有机会对其所知所爱精心制作，甚至能自由发挥。马凯文是一位在家自酿啤酒的美国人，他说自酿啤酒是他的主要爱好之一，他不仅知道如何酿造出具有自己特色的啤酒，还可以与朋友、同事分享他的创造，这令他相当自豪。“一旦成功酿造出第一杯可喝的啤酒，你就会欲罢不能，你会认识到自己有这个能力酿造出大家可以喝的、用来度过好时光的啤酒，这实在是一种美妙的体验。”

不同于通常以追求批量生产、快速产出和利润率为特点的大啤酒公司，自酿啤酒让人们酿造出适合自己口味的优质啤酒。马凯文说，他最爱酿造的是英国人创造的“印度淡啤酒（Indian Pale Ale）”。他用了四川的花椒，这样使得啤酒不仅味道鲜美，还给人口舌发麻的感觉。

马凯文在谈到啤酒和著名的中国调味品的融合时，他认为“将味道与啤酒花结合实在是太妙了”。他承认，他只是啤酒爱好者中的一员，即成千上万的其他啤酒爱好者喜欢各式各样口味和味道的啤酒。这些啤酒可能包括不同比例的典型原料、或加了如花生酱、茶甚至水果等独特作料。马凯文说，啤酒的口味“可以有无穷无尽的种类”，因此自酿啤酒正通过增加啤酒种类和口味改变着整个啤酒世界。

自酿啤酒者不仅仅执著于酿酒的无尽可能性。很多像马凯文这样的自酿啤酒者还渴望了解丰富的酿酒历史。马凯文说：“人们对啤酒的历史知之甚少。我们并不关心我们是如何得到啤酒的，在酒吧里，它不过就那样出现在我们的手里。”啤酒的历史可追溯到古美索不达米亚时期的书面记载，甚至出现在有着 6000 年历史的苏美尔人石碑图案中。马凯文解释到，纵观历史，水在很多时候是非常不卫生和不干净的，所以将水变成啤酒对很多人和人群来说是“卫生的事物”。美国工业革命推动了啤酒的批量生产，这些啤酒至今仍出现在货架上和人们的冰箱里。

自酿啤酒在上个世纪经历了一段不平坦之路。20 世纪 20 年代的禁酒令摧毁了小啤酒厂，只有百威这样的啤酒巨头坚持到了禁酒令的解除。喜爱在家酿造啤酒的爱好者只能等到 1979 年吉米·卡特（Jimmy Carter）总统签署法案，实现了自酿啤酒合法化。马凯文希望自酿啤酒通过人们对现代方式的实验和研究以及未来的不断改进，能够使人们更好地了解啤酒酿造的丰富历史。

对各地的自酿啤酒者来说，当作为啤酒爱好者的奥巴马总统在白宫内首次设立酿酒厂以酿造特色啤酒时，这确实是一个历史性时刻。“白宫蜂蜜棕色艾尔啤酒（White House Honey Brown Ale）”采用了直接来自白宫南草坪的原料制作而成，如蜂蜜。虽然这个啤酒厂是白宫内首个啤酒酿造厂，但奥巴马并不是首位酿造自己美酒的美国总统。乔治·华盛顿（George Washington）在弗农山酿造啤酒和威士忌，托马斯·杰弗逊（Thomas Jefferson）在蒙蒂塞洛酿造葡萄酒。但是，奥巴马总统开启了宾夕法尼亚大街 1600 号的自酿啤酒潮流。

自酿啤酒的一个优点在于其令人惊讶的低廉成本。啤酒是由水、大麦、啤酒花和酵母组合制成，所有必备的原料都可在网上和超市里买到。马凯文说，只要花大概 100 美元拿到“基本设备”– 初学者套件 – 和购买原料就可以开始自酿啤酒了。在这其中，啤酒花是最贵的，品质不同价格也会有所上升。当然，同任何爱好一样，大家可以随时升级设备，购买更多更优质的设备，但是正是价格合理的自酿啤酒设备鼓励人们购买这些设备来体验自酿啤酒的乐趣。

这种平易近人的价格也使自酿啤酒厂从一开始开在自家起居室发展到大小餐厅和酒吧里，在这里自酿啤酒为了卖啤酒获利而不是为了爱好。马凯文介绍了一系列新的啤酒酿造场所，包括家庭自酿、纳米酿酒厂、自酿酒啤酒馆、小型啤酒厂和大型啤酒厂，它们各有特色和自己的目标消费者。对每位啤酒爱好者来说，在行业中都有合适的位置，对于只想追求一种爱好或摆弄自己喜欢事物的人来说，自酿啤酒再合适不过了。

自酿啤酒不仅是美国的一种潮流，而且正在向世界扩展。来自世界各地的人们正向传统德国制造的经典麦芽啤酒和贮藏啤酒中加入自己的创造和当地原料。马凯文说啤酒市场的不断壮大发展让他印象深刻。“任何人都能找到适合自己口味的啤酒。”因其在创意和探索上无穷尽的选择，这种趋势将会继续丰富我们的味蕾和提升我们的兴趣。

© AP Photo/The Northwest Herald, Sarah Nader

在伊利诺伊州阿尔冈琴的焦土酿酒公司（Scorched Earth Brewing），酿酒师 Dan Payson（图左）和生产助理 Mark Gees 在酿酒过程中正在从大麦麦芽中提取糖分。这一程序结束后，会剩下用于酿造啤酒的酒糟。为了避免丢弃酒糟，当地的酿酒师们与农民们一道，为酒糟创造了另外一种用途。根据啤酒的类型，大约每个批次会用到 1,000 磅谷物。

当走进得州奥斯丁，人们为吃到富兰克林烧烤店（Franklin Barbecue）的食物排 4 到 5 个小时的队。该店是 Matthew Odam 排名中在奥斯丁位居前 10 的烤肉店。

烧烤：像棒球、苹果派一样的美式特色
Barbecue on the Grill

文 / Juan Castillo

阿尼·塞维哥亚（Arnie Segovia）依旧像每年在这个爱国节日所做的那样来到这里：户外，在烟熏火燎的烧烤炉前，烤着肉。肋排、T 骨肉排、鸡肉、牛胸肉是他最爱的一些烧烤美食。

塞维哥亚这位 52 岁的房地产经纪人来自德克萨斯南部的韦斯拉科小镇，以前几乎每天都会烧烤。现在没那么频繁，但在大多数的周末，他会和妻子泰瑞一起开着车，拖着烧烤架，穿越广阔的德克萨斯州去参加奖金很高的烧烤比赛。最高奖能有 1 万美元甚至更多。

塞维哥亚大笑着说："我可以说是烧烤迷啊。"

爱达荷州博伊西市，296 地方水管工和管道工协会成员 Larry Yardly 正在为协会支持者们及其家人烤汉堡，他们在一个市政公园野餐庆祝劳动节。博伊西中央交易和劳工委员会为这一活动提供赞助，并为当地的政治候选人们提供了一个与公众对话的平台。

他拥有多家公司。对美国人来说，户外烧烤就像棒球和苹果派一样，是庆祝、聚会或节日必不可少的一部分。但对他来说，烧烤并不需要什么特殊的场合。塞维哥亚说："烧烤就是让人们聚在一起，和朋友、家人一起烤烤肉、闲逛闲逛，这就是相当特别、文艺的事了。"

在德克萨斯州，烧烤是一年四季的消遣，但根据一家贸易机构 –"烧烤协会（Hearth、Patio & Barbecue Association）"的调查，在美国任何节日的烧烤都比不上 7 月 4 日这天。

对烧烤爱好者来说，烧烤的魅力并不仅仅在于美食。烧烤协会的女发言人苏·克罗斯比（Sue Crosby）说："它更多的是一场聚会。和家人、朋友一起走出户外玩乐，真正地放松一会。"她敏锐地指出，全美 80% 的家庭至少有一个烧烤架或烧烤炉。

取决于肉类或蔬菜类、木柴类或炭烤类，以及所用酱汁的不同，美国各地的烧烤或"户外烧烤"也种类繁多。田纳西州孟菲斯市、卡罗莱纳州以及其他南部州的一些城镇常常吹嘘它们的烧烤。但德克萨斯州给烧烤桌带来了特别的炫耀。在这里，牛肉是烧烤之王，当地人开玩笑说，烧烤代表着德克萨斯州的"州宴"。

36 岁的亚伦·富兰克林（Aaron Franklin）是德克萨斯奥斯汀一家休闲烧烤餐厅 –"富兰克林烧烤店"的老板，他开玩笑说，"在德克萨斯人看来，我们有着全国最好的烧烤。"这家餐厅深受食客的青睐，很多人本身就是相当专业的烧烤能手。人们甚至天不亮就开始排队，以争取成为餐厅 11 点开门时的头拨客人。

最近，来自新墨西哥州拉斯库鲁塞斯的狂热烧烤爱好者凯西·斯托特（Kathy Stott）和城里的一些亲戚排在队首，准备庆祝家庭聚会。她后面有约 250 人耐心地等待着品尝富兰克林烧烤店的牛胸肉，她说，这个肉是用烧烤粉而是酱料来腌制准备的，她在家也正是用这种方法来烧烤的。

斯托特说："我的丈夫和孩子们给我准备一套全尺寸的烧烤炉和烤架，可想而知烧烤对我们来说是何等的重要。"

德克萨斯的烧烤历史可追溯至几千年前，当时的卡多印弟安人用木头烧火来烤制猎来的野味。在富兰克林看来，德克萨斯的制胜烧烤配方仍然很简单。他说："就是原始的烹饪方式，在德克萨斯人看来，只需要肉和火，烤至它熟了就可以了。"

富兰克林在全国电视烹饪秀和商业广告中的频繁亮相，也将对富兰克林烧烤店的热情追捧推动至全国乃至更远的地方。排队的人群中除经常光顾的常客外，来自泰国的吃客居然在这里与邻居相遇，着实令人惊讶。

富兰克林说："这又回到了烧烤一直以来的样子，它真的将我们聚在了一起。"

蔬菜会代替烧烤吗？

在德克萨斯州可能很难找到烤蔬菜，但据专家所言，除素爱肉食的南部地区以外，美国人也享受创造一种比肉类更健康的饮食选择。在谷歌中输入"蔬菜 – 烧烤 – 美国"，就这一主题有将近 5100 万条链接，内容从"如何制作"菜谱到"素食者在烧烤季的生存指南"不等。在美国人的烧烤桌上一般有烤玉米和烤土豆，但近来更多的蔬菜（有时候甚至是水果）占据烧烤炉，如青椒、茄子、洋葱、西葫芦等。曾合作撰写过素食烧烤食谱的卡罗·亚当斯（Carol Adams）说："世上什么都可素食化。"所以 7 月 4 日的菜单上也会出现豆腐汉堡、菜花做成的水牛"鸡翅"以及作为充当甜点的烤桃子。

本刊刊登于美国国务院 2014 年 5 月出版的《美国电子期刊》（eJournalUSA）上。

橄榄球明星小理查德·Rodney Reed（图左）正在他的协助组织公园的 26 号烧烤点会和协助组委会成员"吉斯烤肉"。

素食透视
Vegetarian Perspective

该图摄于2012年8月27日，新泽西州尔州森科德，图片中完美展现了烤西葫芦配土沙。

© AP Photo/Matthew Mead

为了环保、为了健康！

文 / Eric Bratt

为什么愈来愈多的美国人吃素呢？除了保持健康之外、许多美国人要保护自然环境、保护动物、也要培养良好的生活习惯，从我们的角度来看，素食主义有百利而无一害。最近几年，美国人更重视身体健康和环保主义，因此素食主义和纯素食主义慢慢受到美国社会的欢迎。小时候，我基本上没遇到过一位素食主义者，到大学我开始听朋友、同学和老师介绍这种绿色生活方式。2009 年念大四时，我也开始吃素，到现在我发现更多朋友和同事也开始吃素或决定少吃肉，这些变化让我很开心。

“那吃素的美国人到底吃什么呢？”美国和中国朋友以前都曾逗我说，“兔子和吃素的人只可以吃沙拉！”美国牛排馆和烧烤店当然非常多，但专门的素食餐厅也越来越多，现在吃素的美国人可以吃到各种各样非常好吃的素餐。其实大部分美国餐厅都有素食选择，包括前菜、套餐、甜点等。如果你到一家素食选择很少的饭馆，你可以问服务员、厨师是否可以做一下调整，把荤菜换成素菜。有些饭馆可以接受，有些不接受，反正你在美国礼貌地问服务员是可以做的事。

随着素食主义受到美国社会的欢迎，更多素食主义者也注意到菜的质量、来源、是否有农业公司用过农药等，因此很多素食主义者决定在家里做饭。开始吃素几个月之后我发现我不仅可以做非常健康的菜，而且我还可以学更多菜的做法，也可以保证身体得到充足的营养，到现在我一直尝试吃健康简单的菜。早上常常吃麦片和水果也喝一两杯咖啡，中午在办公室热一下昨天晚上做的菜。晚上有更多时间，我可以花一两个小时做晚饭。想吃特简单的我就做一碗来自中东的哈木撕（hummus），它配上生蔬菜或全麦面包可太好吃了，想吃西餐我就做黑豆汉堡或素食墨西哥卷，想吃泰国椰子咖喱、越南河粉或中国炒菜则要花费更长的时间，但吃这些好吃的菜非常值得！

嗞，我又开始流口水了，要尽快吃昨天炒的香菇油菜！希望读者也会考虑培养类似环保的、健康的生活习惯！

©AP Photo/Matthew Mead

The Next Best Thing: Entertaining Trends in America
时代新潮流：美国的宴客风尚

文 / Jay Todd Richey

Liz Haenle 是美国前总统的前任社交秘书兼官邸经理，先后随史到哪儿，都经持续地关于当代宴客的知识。她是演讲者及活动咨询公司 SAGE Worldwide 的总裁兼联合创办人，是 Elizabeth Haenle Weddings and Lifestyle 公司的总裁。

当你宴客时，“你简直可以用新设计改造任何一个地方——任何地方——甚至是白宫”Liz Haenle 说到，她是精通最新款食物、饮品以及最热门装饰潮流的专家。作为美国副总统的前社交秘书兼官邸经理，Haenle 掌握着关于宴客主要潮流的第一手信息，她认为创意和创新是美式宴客的核心要素。

跟所有好客的东道主一样，Haenle 坦承，食物和饮料对于举办一场令人难忘的宴会极为重要，她期待食品界的新想法和新概念。“美国的烹饪界现在百花齐放，充满了各种美妙的新式食谱和烹调方法。”在烹饪界，“创意是关键，但是也有一点科学元素在里面。我们很高兴地看到美国有这么多人都在变身大厨”，Haenle 说。烹饪界越来越具科学范儿，这一特质不容夸大。新的烹调肉类、装饰甜点甚至是削水果的改良方法持续涌现。这甚至吸引了一些活动专业人员和普通美国大众们发挥想象，充分利用自己的味蕾，开展属于自己的烹饪试验。

除了关于食物的新式烹饪和呈现方法以外，Haenle 认为令人兴奋的饮料也是宴客的必备之物。“这对于宴客而言确实是一个很重要的部分。如果在人们抵达活动场所的时候为他们奉上一种有意思的饮料，会让他们即刻放松下来，”她说。在各类场合中，这些特别的饮品正在取代陈旧的、传统的饮品。“我们总是会奉上一些新品，而我也总会给客人准备一种特别的饮料……这些都是大家现在对于有创意的宴请所期待的内容。”即便是经典的冰水也不能一成不变。现在东道主会在其中加入水果或蔬菜提味。小黄瓜配水是新潮流。”

州长烤肉餐厅和酒吧（STATE Grill and Bar）

©AP Photo/Donald Traill/Invision for Patina Restaurant Group

Haenle 解释道，关于宴客的新潮流可以追溯至我们的历史：“即便是对于最早期的美洲居民来说，食物和饮料也是至关重要的”。回顾美国的感恩节起源，Haenle 说道，殖民者和美洲原住民都会仔细斟酌如何在社交活动和场合中使用食物和饮料。“我们可以确定的是，清教徒们刚一抵达美洲，就开始自己酿酒了。说明在我们的文化中，食物的大量供应是很重要的，”她补充道。

Haenle 还总是尽量采用与历史悠久的传统相匹配的主题，尤其是在为她自己的家人准备活动时。“在我们家宴客时可能会遵循一些传统，但是我们总是会尽量增添一些不一样的内容。”例如，她的儿子每年的生日派对都有一个不同的主题，但是却总戴同一顶生日帽、用同一个蛋糕底座来纪念传统。

现代的美式宴请素来都很重视食物和饮料的重要性，但是 Haenle 说，自二十世纪末以来，人们对于呈现和设计的态度却发生了根本性的改变。“八九十年代用的亚麻制品都大同小异，而现在我绝对不会让同样的戏码上演两次。我办的活动永远都会有主题，没有任何两场活动是雷同的。这仅仅是因为我们想更加有创意，而且我们现在把宾客也稍稍纳入到了这一过程中来。每当有客人们到来，我总会试着从他们身上找到一些值得庆祝的地方，或者是可以突出的主题。这样做既是出于个人关系，也是职业所需。”此外，

“每当有客人们到来，我总会试着从他们身上找到一些值得庆祝的地方，或者是可以突出的主题。这样做既是出于个人关系，也是职业所需。”

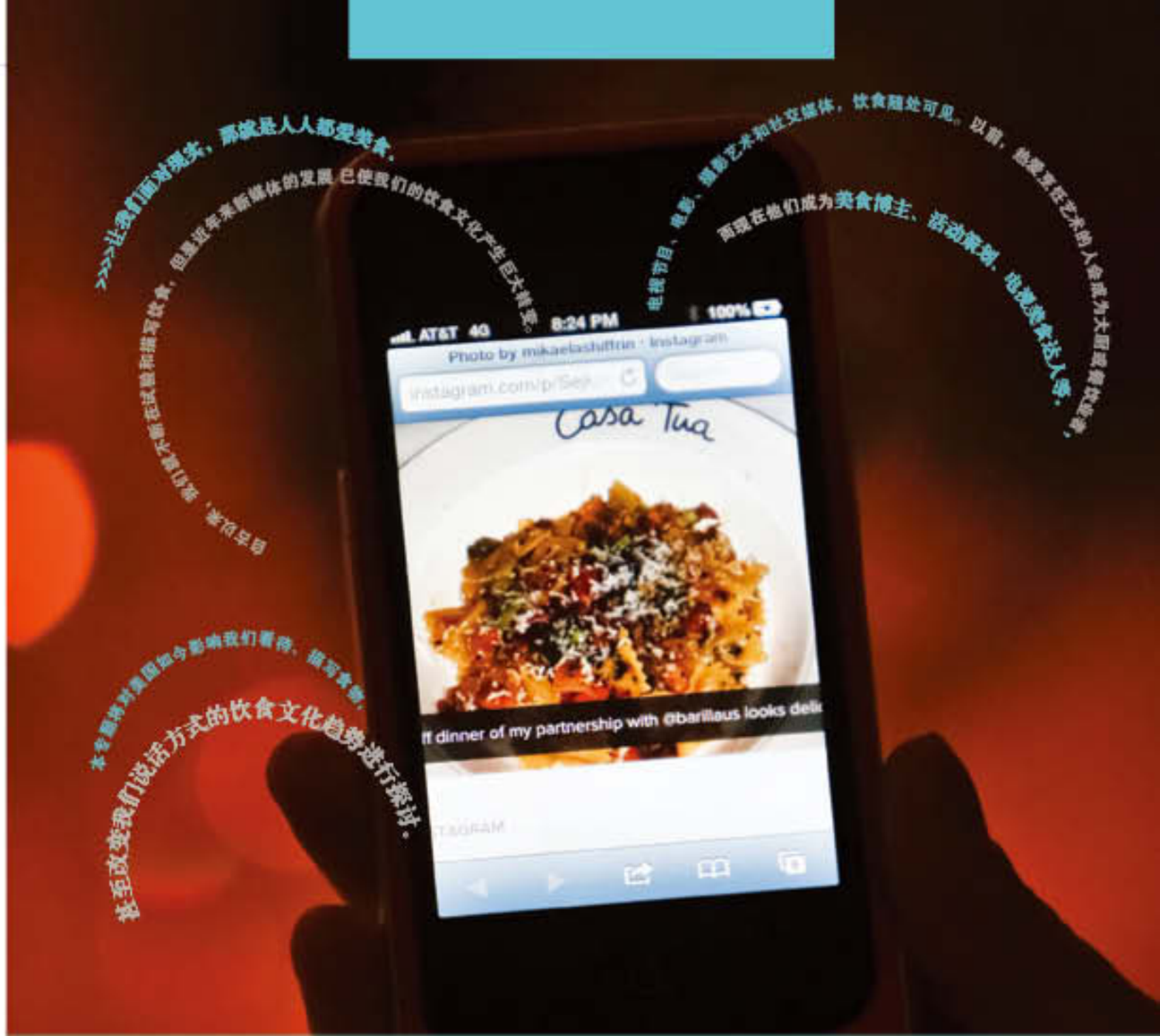
Haenle 把对于主题的热衷带入了自己的职场生活。“在副总统的白宫官邸，我会为一切活动想出一个主题。我不仅能通过烹饪展示新想法，还可以通过花艺设计、字体、亚麻织物、蜡烛、玻璃器皿、餐具、食具、纸巾和椅子展现一些新想法。美国的宴客器皿行业正处于绝对的蓬勃发展阶段。”

©AP Photo /Todd Williamson Invision for The Hollywood Reporter

Morguefile.com

尽管并非所有的美国人都能够享受到华盛顿的顶级政界人士们奢华的生活方式，Haenle 说到，即便是普通美国民众，也在实践一些新的宴客理念。美国的中产阶级现在会专门为了宴客而定制后院和露台。“人们实际上正在把自己的家延伸至室外。现在已经不再是一张野餐桌就能解决一切了，取而代之的是新潮流——露台家具、火炉、成千上万的灯光产品、户外加热灯，任何你可能想象得出来的户外宴客用具。”

从白宫到家庭的后院，饮食创新对美国人来说极其重要。有了美国东道主展示出的极大的热情和探索，很显然，美国的娱乐潮流一以及迎合这些潮流的社交活动一都将继续给来自全国的客人带来惊喜。



Feature: Food & Media
专题：食品与媒体

在科罗拉多州阿斯彭的卡萨图阿一家意大利餐厅中，
美国滑雪运动员Mikaela Shiffrin用手机展示一条推特。

©AP Photo / Nathan Bilow/Invision for Barilla

ColumnFiveMedia.com 网站的一项研究发现，49% 的消费者通过社交媒体来了解美食，25% 的消费者经常拍摄自己的美食照片上传社交媒体，22% 的消费者在网上记录他们的美食创作。如此浓厚的兴趣意味着在涉及美食与社交媒体的领域有着无数的就业机会。

为更好地了解社交媒体中的美食世界，《新交流杂志》（Xin Jiao Liu Exchange Magazine）与美食博主 Katie Q 就当前的趋势进行了交流：

《新交流杂志》：能谈谈美食在社交媒体中的作用吗？

Katie Q: 美食与社交媒体简直是天作之合！社交媒体将人们联系在一起。美食将人们联系在一起。所以人们喜欢在社交媒体平台上谈论美食，这是自然而然的事！人们不仅仅是谈论美食，而且还喜欢观看有关美食的视频一而这正与我所做的有关！人们通过对美食发表看法来鼓励人际交往：评论、点赞、分享等。社交媒体上的美食区是非常活跃的，而且也充满乐趣！

《新交流杂志》：普通美国人怎么发关于美食的信息？

Katie Q: 他们把自己做的或是在外面餐厅吃到的美食照下来上传，或者是分享在网上看到的让他们流口水的美食照片！因为大家都喜欢看漂亮、让人垂涎的美食吧！

《新交流杂志》：作为一名摄像记者 / 美食爱好者，你在职业生涯中是如何使用社交媒体的？

Katie Q: 社交媒体占据我职业生涯中相当大的一部分。我使用社交媒体来保持我的粉丝群和业内同行群，让他们了解我正在制作的视频项目的进展和我的旅行动态等。Facebook、YouTube、Instagram、Snapchat 等社交媒体我用得很频繁。

《新交流杂志》：为什么专注于美食呢？

Katie Q: 美食是我的热情所在—我可以去做、去吃、去谈论它，任何时候都乐此不疲，从不厌倦！另外，我前面也谈到，世界各地的人们都热爱美食，喜欢看美食视频。所以我知道从现实角度讲这种努力是可以成功的。

《新交流杂志》：谈一谈摄影 / 视频，为什么它们这么重要？

Katie Q: 重要，到底有多重要？它对我所做的专业工作来说很重要，因为烹饪是一件非常直观的事情—对于菜谱中的各个步骤，很多人觉得看到它是怎么做出来的比自己研究菜谱要容易得多。“一张图片胜过千言万语”，所以在数字化时代，使用优质的照片来使一道菜活色生香地呈现出来是至关重要的。

《新交流杂志》：菜谱、评论、建议等，美食在社交媒体中占了相当大的比重。你认为美食与社交媒体的未来发展如何？

Katie Q: 我觉得未来将更多地走向移动接入。所以像我这样的内容编辑，应该想想怎样拍好视频、拍好照片，好让它们更好地呈现在移动设备上，这点是很重要的。而且就像对待社交媒体和技术的任何事一样，我很兴奋也很期待未来将如何呈现！但是不管未来如何，我坚信人们永远不会对社交媒体上的美食感到厌倦！

Katie Q 是一位来自纽约布鲁克林的摄影记者。每周二和周五，她会在 YouTube 上发布新视频（https://www.youtube.com/user/TheQKatie/）。Katie Q 此前曾工作于美国全国广播公司“今日秀（Today Show）”、Today.com 网站和 NowThis News 视频新闻。

美食博主的故事
Food Blogger Story

萨南 · 兰伯恩（Sanam Lamborn）和许多人一样，在社交媒体上表达她对美食的热爱。

文 / Jeff Baron

“我刚完成研究生学业，找不到相关领域的工作”，作为一名英语教师的兰伯恩在位于洛杉矶的家中说。而我一直都喜欢写作，也很喜欢做饭。在我毕业前的几个月，我注意到还没有关于波斯美食的博客，所以当我发现自己找不到工作时，于是就想，‘好吧，我为什么不能开个波斯美食的博客呢？’”

兰伯恩的素材首先来自她的母亲，尤其是在孩童时代曾一起生活过的祖母。她说：“我祖母做的所有东西都绝对好吃。说实话，我从来没有真正尝试过去做波斯菜，实在是太费时了，甚至令人生畏。”

直到大概在 15 年前，兰伯恩收到一本波斯菜谱作为生日礼物，她才开始尝试做这些从孩童时代就喜爱的美食。约 9 年前，她开始和男朋友（后来成了她的丈夫）约会。她丈夫第一次接触到波斯美食—虽然是在一家餐厅里—就喜欢上了它。兰伯恩说，“所以最后我越做越多，开始写博客后就更加停不下来了。”

兰伯恩说她的博客“我的波斯厨房（My Persian Kitchen）”不仅仅分享美食菜谱，“对我来说，重要的是在展现我们丰富且美味的菜肴的同时，呈现我们在媒体中所失落的一部分文化。没有人谈论波斯美食，没有人谈论波斯文化。大家谈的是政治、中东局势以及所有负面的事情。而这一切使得我们文化中的积极而美丽的一面黯然失色。”

兰伯恩对她的博客跨界涉猎，努力将它发展为全职职业生涯的基础。现在她的博客的每月阅读量达到 8 万左右，同时她已经开始教授烹饪班并展示各种厨具。博客上的广告也给她带来一些收入。另外，她已经完成一部关于波斯美食的小说—《非常有趣》，并希望找到出版商出版。

您可以访问兰伯恩的博客：www.mypersiankitchen.com
内容改编自美国国务院 2010 年 12 月份资料。

Technology Enhancing Food Safety

技术加强食品安全

'FoodKeeper' App: 智能食品贮存新工具

文 / Christopher Berntein

你有过多少次走进食品储藏室或打开冰箱门，却发现想使用的食材已经变质了的经历？美国农业部、康奈尔大学和食品营销研究所希望通过一个新的应用程序——FoodKeeper 来帮您避免今后再遇到这种问题。

在美国，每年都会由于居家做饭的人不确定食物的品质和安全性而白白浪费掉几亿千克品质尚好的食物。根据美国农业部的估算，美国约有 21% 的可食用食品浪费在了消费者手中。每个月，零售环节和消费者浪费掉的食物人均共计 16 千克。

我们的这款新应用程序会帮您了解不同的贮存方法如何影响产品的保存期限，从而帮您尽可能地延长家中食品和饮料的贮存期。此外，这款应用程序还能在食物快要变质的时候提醒您尽快使用。

应用功能

FoodKeeper 应用程序可以为使用者提供 400 多种食物和饮料的重要贮存建议，包括各种各样的婴儿食品、奶制品和蛋类、肉类、家禽、农产品、海鲜等等。有了这款应用，你就可以：

依据产品性质为冰箱、冷冻箱和食品储藏室找到具体的贮存时间表；

获取肉类、禽类和海鲜产品的烹饪方法与技巧；

在你的设备日历中标记产品的购买时间，并在产品建议存贮期濒临到期时收到提醒；

通过滑动手势或语音控制搜索应用程序；

通过该应用程序的“Ask Karen”功能向美国农业部提问。“Ask Karen”是美国农业部的全天候虚拟代表。这一系统可以提供预防食源性疾病以及如何处理、贮存并安全加工肉类、禽类和蛋类产品的信息。

应用详情

FoodKeeper 起初是一本刊物，为消费者们提供有价值的建议，帮他们了解贮存在食物储藏室、冰箱或冷冻箱里的产品的保存期限。2015 年，运营该刊物的合伙人将刊物的指导信息转变成了应用程序。

这一应用程序适用于安卓和苹果设备。程序所提供的贮存时间仅作实用指南，而非硬性规定。部分食物的变质时间可能会早于或晚于程序建议的贮存期限。

最初发表于 blogs.usda.gov.

美国农业部的食品安全检验局（FSIS）是美国农业部的公共卫生机构，负责确保肉类、禽类和加工蛋制品是安全、健康且有准确标识的。在这个日新月异的世界上，食品安全检验局依靠创新的技术和方法，更好地保护公众健康。食品安全是一个全球性问题，消费者可以放心，食品安全检验局检查过的产品都可以安全食用。

——阿尔弗雷德·阿尔曼扎（Alfred Almanza），负责食品安全的副次部长

饮食和电视

Food & Television

文 / Kelsey Dott

多年以来，电视行业一直与饮食有着重要关系。早期的美食节目注重教人们如何通过教育类节目学会烹饪；这些电视节目针对想要学习烹饪美味佳肴的具体步骤的家庭厨师。而近几年，重点已转移到美食娱乐上来了。现在，不只是针对烹饪的人群，制片人正在创造能够吸引任何美食爱好者的节目。这种类节目在美国各地已经受到美食爱好者的广泛欢迎，而观众人数 – 以及他们的食物娱乐选项 – 已经暴涨。

传统上，美国电视频道注重制作通过促进美食教育抓住观众注意力的美食节目。对许多美国观众来说，早期最流行的美食节目提供者之一是非营利性的电视分销商，公共广播公司（PBS），他们播出烹饪节目及其它许多类型的节目。这些节目通过一步步的教学过程来向观众传授烹饪技艺。像 Julia Child 和 Jacques Pépin 这样的主持人以其有富有见地和富含信息的节目而备受全国各地观众的喜爱。

这些烹饪节目主持人承担了一些新角色，在短短的几年内从师傅转而成为地道的名人。

过去 20 年里，美食娱乐有了明显的转变。这种转变的最好例证之一可以从美食网的节目中看出。美食网成立于 1993 年，是个有线和卫星电视频道，顾名思义，它是个只关注美食的电视节目。刚开始，这个频道走传统教程式烹饪节目的路子，由包括 Bobby Flay, Emeril Lagasse, Rachel Ray 在内的许多其他厨师主持。没过几年，这些主持人开始担任新角色，从师傅转化为完完全全的名人。他们最初只在整个烹饪界闻名，后来很快成为"名人厨师"，他们本身及产品的名声吸引了全国观众。

美食网成为 Rachel Ray（一位名厨和一个家喻户晓的名字）的跳板，她于 2001 年与美食网签订了第一份合同。她的烹饪节目《烹饪 30 分》开启了她收入丰厚的烹饪和品牌生涯，并于 2006 年赢得了日间艾美奖的最佳杰出服务类节目，Ray 利用她从节目上赢得的教育资历优势，建立了一个帝国，现在包括集团化的每日脱口秀节目、一些美食网的系列、一本杂志、超过 20 本烹饪书和一系列炊具、烤盘、刀和小工具。

加利福尼亚州旧金山，明星厨师 Tyler Florence 在贾斯汀·赫尔曼广场上的牛奶胡子移动之旅活动中为他的烹饪书签名。Florence 加入"即时牛奶"巡展活动，以庆祝家庭晚餐时间，鼓励妈妈们在餐桌上放置牛奶，让全家人更健康。

© AP John Storey/Ap Images for National Got Milk

纽约城，Anthony Bourdain 和 Nigella Lawson 在《早安美国》节目上为《味道》第三季做推广。

© AP Credit: RW/MediaPunch/IPX

真人秀厨师 Roblé Ali 在纽约南安普顿的一场慈善午宴上准备食物。

© AP Photo by Scott Roth/Invision/AP

另一位著名的美食发烧友，英国畅销书作家和电视名人娜杰拉·劳森，也开启了她在美国的电视烹饪教育节目事业，但后来转向了新的模式。她的烹饪节目《Nigella 盛宴》于 2006 年首次在美食网上亮相，并让她成为家喻户晓的名字。以轻松的方式给家庭厨师一些相关小提示，劳森立即抓住了在美国各电视频道上看她烹饪和生活方式节目的美国观众。2013 年，她参加了"品味"节目的评审团，这是"好声音"节目的副产品，这是可在今天美国电视市场上找到的不断增长的各类美食娱乐节目的又一个例证。

一些电视厨师通过比赛的方式来提升自己的职业技能。Bobby Flay 的首秀《Grillin' & Chillin'》（1996 年）是一个展现他美式烧烤知识和实力的载体。而随着他的职业发展，Flay 接受越来越多比赛风格的烹饪节目，在这些节目中，烹饪选手参与比赛，由裁判来决定谁在烹饪挑战中获得成功。Flay 是经典节目如"铁厨"的热门选手，他现在出现在《挑战 Bobby Flay》（2013 年）中，在这个节目中，他与其他厨师竞技，看谁能做出最美味的食物。

与此同时，其他厨师们也完成了从师傅到烹饪比赛主持人的转型。Alton Brown 首次出现在电视观众面前是在 1998 年的《美食》节目。在该节目中，他向观众传授烹饪科学。该节目播出了 14 季，最后一集在 2012 年 2 月播出，但多年来，Brown 作为专家评论员和主持人也越来越多地出现在美食比赛节目中。2011 年，他赢得了詹姆斯·比尔德基金会奖的最佳电视美食节目主持人。现在他是美食网最流行的《美国铁厨》和《绝味厨房》等比赛类节目的主持人、评委。

尽管烹饪比赛节目大热，许多厨师并没有忽略教育的重要性。美食博客和畅销书作家 Ree Drummond 因她的《女性先锋》博客、电视节目和烹饪书而出名。她是许多邀请粉丝走进她们的日常生活、展现如何为自己的家人和朋友们准备日常饮食的烹饪达人之一。这些烹饪达人支持美食教育和娱乐并不互相排斥这一理念。真人秀电视烹饪节目像《美国厨房试验》、《蛋糕战争》和《杯形蛋糕之战》也允许其参赛者展示自己的烹饪创意，同时以参与和互动的形式从已经成名的专家身上学习。

娱乐融入烹饪节目是一种持续的趋势，名星厨师和他们的电视节目似乎要继续存在。但观众和食客，时刻准备接受新的东西。我们已经看到了社交媒体对更传统娱乐方式上的影响力；独立的声音更容易被听到，并且新的口味和风味进入市场比以往任何时候都有更多的渠道。有了这些新增的机会，烹饪娱乐下一件大事可能指日可待。我们最好确保我们有胃口！

在这幅摄于纽约的照片中，厨师 Spike Mendelsohn 证明只要具备好厨具，任何人都可以成为顶级大厨。

© AP Photo by Amy Sussman/Invision for Spectrum Brands

Giada De Laurentiis 和 Bobby Flay 主持《美食网明星》（Food Network Star）节目。 © AP PRNewsFoto/Food Network

电视节目主持人 Rachael Ray 在参加《俄亥俄美食秀》节目时笑着准备食物。 ©AP Photo The Dayton Daily News, E.L. Hubbard

烹饪大拿 Julia Child 在其位于马萨诸塞州坎布里奇市家中的厨房里手握几只西红柿。在她去世十多年后，她所创建的基金会设立了一项以她的名字命名的烹饪奖。 © AP Photo/Jim Chase

厨师 Marc Murphy（图左）和 Mario Batali 参加在纽约举办的福祉惠儿厨师慈善活动。

© AP Photo by Amy Sussman/Invision for Spectrum Brands/AP Images

Food: Changing the Way We Speak!

有句俗话说，要从胃才能通到人心。也许正是这个原因，美国人的语言中有许多同食物相联的表达法。 例如，一个不够成熟的想法被形容为 "half-baked"（未完全烘烤熟的/半生不熟的）；而一个特别好的主意被称为 "the best thing since sliced bread"（自从有切片面包以来最好的事/最妙的主意）。

这里介绍的是美国人常用的另外五个跟食物相联的习惯用语：

Cry over spilled milk
（为打翻的牛奶哭泣）

含义: 为过去无法改变的事而忧伤。

对话举例: "There's no use worrying about a test you didn't pass. You can't make it up, so stop crying over spilled milk." （为没通过的考试而心烦意乱毫无意义。你不可能改变结果，所以不要再无益地后悔了。

Piece of cake
（一块糕饼）

含义: 轻而易举的事情。

对话举例: "When Roger studied Spanish, it was a piece of cake. But he found that learning Japanese was very hard." （罗杰学西班牙语的时候，轻而易举，但他发现学日语很难。）

Bring home the bacon
（给家里带回腊肉）

含义: 挣钱养家/养家糊口。

对话举例: "Leo became ill and couldn't work anymore, so his wife went back to work. Now she's the one who brings home the bacon." （利奥生病了，无法继续工作，所以他太太重新出门做事。现在是她在挣钱养家。）

Pie in the sky
（天上的饼）

含义: 不现实的或者无法实现的事。

对话举例: "The salesman promised Amy that the wrinkle cream would make her skin as soft as a baby's, but she knew not to believe him. It was pie in the sky." （推销员向艾米保证，去皱霜会让她的皮肤变得婴儿般细嫩，但她不会信他的话。那是不可能实现的。）

Have egg on one's face
（脸上挂鸡蛋）

含义: 丢脸，出丑。

对话举例: "Andy sure had egg on his face when he realized he had made a fool of himself at the party." （当安迪意识到自己在聚会上现丑了时，他感到很没面子。）

原刊由美国国务院国际信息局发表于
Shareamerica.gov网站上。
图片：www.morguefile.com

Dining
餐饮

这盘餐是第一夫人米歇尔·奥巴马在白宫举办的第一次“儿童国宴”午餐中提供的食物之一，其特色是美味的卷心菜捲人汉堡和烘焙南瓜薯条。

EAP Photo / Pablo Martinez Monsivais

74 岁的 Virginia Ali 是华盛顿传奇餐厅（Ben's Chili Bowl），在华盛顿的餐厅就为首像在挥舞着。

© AP Photo / Joquin Sarmiento Martin

文 / Jeanne Holden

本氏热狗店（Ben's Chili Bowl）是在华盛顿哥伦比亚 D.C. 的一家盛名在外的小餐馆。它创办于 50 多年前，创办者是一名来自西印度群岛的移民，现在餐馆由他的儿子经营。

有人问尼扎姆·阿里（Nizam Ali）他为什么决定子承父业、经营本氏热狗店，他回答说：“一切都是为了人，从来都是如此。我的本意是帮助我的家庭，但后来我认识到我家的餐馆对那么多的人都很重要。”

尼扎姆并非从小就想要经营父母 50 年前创办的、已经成为 D.C. 标志之一的这家辣酱热狗店。事实上，他到近 30 岁才真正理解父母的成就的意义。

尼扎姆的父亲马哈布·本·阿里（Mahaboob Ben Ali）于 1945 年从他的出生地西印度群岛的特立尼达来美国。尼扎姆说，父亲有贫穷移民那种必须成功的抱负。他说：“爸爸家里的人是生意人。” 而美国是充满机会的土地。本·阿里做过多种工作，从进出口业务到牙科学校到在餐馆当侍者，什么都干过。

1958 年 8 月 22 日，他在美国首都华盛顿一个叫做 “黑色百老汇”（"Black Broadway"）的闹市区开办了一家辣酱热狗店，该街区最初因美国一流的非洲裔表演家在此表演而知名。本·阿里得到了后来成为他的妻子的维吉尼亚·罗林斯（Virginia Rollins）的帮助。维吉尼亚当时在位于 U 街的华盛顿工业银行（Industrial Bank of Washington）工作，这是非洲裔美国人拥有的历史最悠久和规模最大的银行机构之一。

"妈妈崇尚勤奋工作，具有她所说的‘南方人的热情’，这与父亲在生意上的精明恰好相辅相成"。

维吉尼亚在距华盛顿 D.C. 东南约 100 英里的弗吉尼亚州昌斯（Chance）的一个农场长大。尼扎姆说：“妈妈崇尚勤奋工作，具有她所说的‘南方人的热情’，这与父亲在生意上的精明恰好相辅相成”。他们相亲相爱，但是谈婚配嫁娶可没那么简单。本·阿里是南亚人，而维吉尼亚则是非洲裔美国人。那时候，异族通婚在有些州属于非法行为。经过无数努力，本·阿里和维吉尼亚·罗林斯在本氏热狗店开张两

个月后终于在华盛顿一家法院举行了结婚仪式。

街头小吃店

阿里用 5,000 美元开办了他的街头小吃店，以简单可口的饭菜和友好的服务扬名。U 街是黑人聚居区，有办公楼、商店和餐馆。本氏辣酱碗深受欢迎，它吸引了各阶层人士，包括黑人艺术家、专业人士和普通百姓。早年，像杜克・埃林顿（Duke Ellington）和贝西・史密斯（Bessie Smith）这样的爵士音乐家都是本氏热狗店的常客。

本氏热狗店有过辉煌时期，也曾经历了困难的日子。在民权运动领袖马丁・路德・金博士（Dr. Martin Luther King Jr）1968 年被暗杀后，很多城市发生了暴乱。在华盛顿，U 街的大多数商家关门停业，但本氏热狗店坚持开门营业。1980 年，U 街因地铁扩建被挖掘，街区内凌乱不堪，但在历时数年的施工过程中，本氏热狗店继续开门营业。

尼扎姆说，他父母的人生哲学使餐馆得以幸存。他把这种人生哲学总结为：“善待每一个人——你的朋友、雇员和顾客。如果你善待社区，人们就会在必要时帮助你。”

22 岁的 Monique Najjar（前左）和 22 岁的 John Schwartz 跟朋友们一起在华盛顿的本士红辣椒碗餐厅吃午饭。

© AP Photo/Jacquelyn Martin

职业选择

阿里有三个儿子，最小的尼扎姆生于 1970 年，在餐馆中长大。尼扎姆回忆说：“我刚刚有桌子高，就开始抹桌子了。”尼扎姆在放学后和暑期都在餐馆里帮忙，但是餐馆并没有占用他所有的时间，他也参加夏令营和其他活动。他说：“我从不介意我们家是经营餐馆的，带朋友到店里很酷。”

尼扎姆的大哥哈伊达（Haidar）有一小段时间在餐馆帮忙，但是他始终想当一名音乐家。他现在与妻子住在加州。二哥卡马尔（Kamal）比尼扎姆大八岁，大学毕业后直接到餐馆工作。他向本・阿里许诺说他将继承这份家业。因此，家里人并没有一定要尼扎姆参与经营，这使得他有机会尝试各种选择。

尼扎姆在上大学期间发现自己很喜欢广播。他曾在三个大学广播电台当音乐节目主持人，并曾在两个商业电台做实习生。尼扎姆说，20 岁时“我一只脚在餐馆，一只脚在电台。二者我都喜欢，但我在哪一方面都没有尽最大的努力。”因此，尼扎姆大学毕业后先休息了一年，然后在本氏热狗店工作了一年。

尼扎姆了解到，餐馆的工作是难以想象的辛苦。他说：“我们每周七天营业，一年只有两天关门——圣诞节和感恩节。一周中，我们早晨 6 点开门，夜里 2 点关门。星期五和星期六夜里 4 点关门。星期天工作时间最短，但也要从上午 11 点做到晚上 8 点。”

我们每周七天营业，一年只有两天关门——圣诞节和感恩节。

尼扎姆仍然难以确定生活的方向。他的长兄哈伊达建议他列出自己的目标：自己经营公司、游历世界、结婚成家。然后他们商量如何实现这些目标。哈伊达被说服，法学院是实现所有这些目标的途径。尼扎姆被马里兰大学法学院录取，但是他担心自己是否有足够的动力再念三年的书。他的哥哥态度很坚决：如果你有机会和经济条件读法学院，那么你有责任去读。

庆典和顿悟

尼扎姆通过了马里兰州的律师考试，于 1996 年 12 月宣誓成为一名律师。他在 1997 年和 1998 年初从事法律工作。随着夏天的到来，尼扎姆意识到 8 月 22 日将是他的父母创办餐馆 40 周年的纪念日子。

尼扎姆想要举行 40 周年纪念活动。他说：“届时，父亲已经 71 岁，母亲 65 岁。我有一个主意。我们可以把餐馆前的路封掉，举行一个新闻发布会。我们将邀请市长和市府官员，庆祝本氏热狗店成立 40 周年，向历尽艰辛把生意维持下来的父母表示敬意。”尼扎姆和他的哥哥卡马尔开始张罗，订计划、打电话、发布新闻和张贴海报等。

但是，尼扎姆和卡马尔没有想到，他们的一位顾客也将帮助传播举行庆祝活动的消息。这位顾客认为，本氏热狗店的历史是一个很好的报道题材，而他的妻子在有线新闻网 CNN 工作。因此，在临近周年纪念日之际，CNN 记者来到本氏热狗店采访阿里一家。

我们的员工就像一家人一样。我们的顾客则是我家的客人。我们会结识他们。

尼扎姆说，“突然间，本来是一个表示感谢的小型活动变成一个规模大得多的事件。”庆祝活动获得巨大成功。市府官员和顾客一起前来庆祝这个非凡的街头小店。市里给阿里夫妇颁发了一份奖状，奖状现在就装在镜框里，挂在餐馆的墙上。周年纪念活动后的两个星期，光顾餐馆的顾客队伍排到了餐馆门外。

尼扎姆说：“40 周年纪念活动一结束我便出去度假。但是我每天都打电话回家，家里告诉我天天顾客盈门，从来没停过。所以我度假一回来就直奔餐馆，从那时起就一直在餐馆里干。我从未想过不做，也从来没有后悔过。”

尼扎姆说，餐馆的 40 周年纪念活动使他认识到，有那么多的人如此喜欢本氏热狗店。他说：“我们得到那么多的称赞，所以我知道餐馆必须继续办下去。我也意识到，我哥哥一个人应付不了，每天都得有人在那里维护质量、诚信和清洁的环境。就是现在，我们两人仍然一星期工作六天。”

经营家里的餐馆原本不是尼扎姆的打算，但是他心里知道，这样做是对的。他的父亲本・阿里则感到比较矛盾，他一方面惋惜尼扎姆放弃了律师工作，但另一方面他对儿子继承这份事业感到自豪。

现在，尼扎姆与妻子约蒂卡（Jyotika）有一个三岁的儿子。他的二哥卡马尔和妻子有一对八岁的双胞胎。尼扎姆希望其中一个孩子将来能够继续经营餐馆。

尼扎姆说，餐馆的一些方面永远不应改变。他说：“我们的员工就像一家人一样。我们的顾客则是我家的客人。我们会结识他们。”很多人建议把本氏热狗店办成一家连锁店。但尼扎姆说，眼前没有这个打算。他和卡马尔还得考虑他们自己的生活质量。尼扎姆问道：“如果我们发放本氏经营特许权，我们会成为百万富翁，可是我的儿子会认识我吗？这远远不只是关系到钱的问题。”

他说，“本氏热狗店是旗舰。我最担心的是了解和喜欢本氏热狗店的人说，本氏不是过去的本氏了。我们对传统的尊重正是人们如此喜欢本氏热狗店的原因。”

最初刊登于美国国务院 2008 年 12 月出版的《美国电子期刊》（eJournalUSA）上。

巴拉克奥巴马总统在华盛顿的本士红辣椒碗餐厅吃饭。

© AP Photo/Gerald Herbert

© AP Photo/The Messenger-Inquirer, Jenny Sevcik

Drew Whitten 把他的大魔神怪物卡车停在肯塔基州欧文斯伯勒市第24街和弗雷德里卡街街角的一个停车场等候客人。大魔神怪物卡车是一辆食品车，改造后安装了一个冰箱和多种烹饪设备，通过一个发电机运转。Whitten 从事这项新事业已经三周了。他说自己正在"试图寻找一个黄金位置"售卖食物。他在城区的很多地方都曾去过，也与特殊活动运营商和资金筹集活动举办人合作过。

© ... /Times Record News via AP

在德克萨斯州威奇托福尔斯市市区的一个新食品卡车公园 The Yard，顾客们吃着 Davenport's, Don Jose's 和 Stone Oven 披萨的食物。其他的食品卡车和拖车也会巡回驶过。

有志开餐馆的创业者从流动餐车起步的成功要素

Dream of owning a restaurant? Get a truck!

马丁·塞田托寇（Martin Setiantoko）曾在印度尼西亚玛琅（Malang）的餐饮学校学习，一心想要开办自己的餐厅。他 24 岁移民美国，立志要在餐饮业碰碰运气。他在怀揣区区 150 美元来到纽约（New York）时，举步维艰。在这个新的国度，他举目无亲，没有人可以帮他立足，只能靠洗盘子赚取的薪水勉强度日。他每个月都将自己工钱的一小部分存起来，经过将近 5 年时间，终于攒够了开餐馆的钱。他选择在弗吉尼亚州（Virginia）创业。

万事开头难。塞田托寇说，在一开始的 6 个月里，"我几近破产，而且因为工作太辛苦，浑身都疼"。三年后，他终于看到了盈利。

他继而将自己的生意扩大到运营两辆流动餐车。他说正是这项决定让他获得回报，因为现在他的大部分收入都来自流动餐车。在附近的华盛顿（Washington）市，越来越多的年轻的专业人士在路边购买午餐。哪里有顾客，塞田托寇就可以把自己的餐车开到哪里。

塞田托寇不只是把餐车停下来销售食物。他还在露天烹饪，烹制他认为是自己最拿手的食物——沙嗲（saté），其香味引来很多人驻足。这是一种风靡东南亚的料理，制作方法是将肉以酱汁腌制后烧烤。这种做法几乎是他所需的全部宣传。他说："这就是流动餐车的魅力所在。你不用去打广告。"

如今，塞田托寇在空间和时间两个方面仍面临巨大挑战。他经营的一间餐厅和两辆餐车的食物都靠一间厨房供应，他还要三个地方来回跑。做企业主虽然有压力，但塞田托寇说，"看到那么多人排长队就为尝尝我做的食物"，这是值得的。

商业经营的要素

当克莉西雅·扎伊翁茨（Krysia Zajonc）几年前离开社会媒体巨头脸谱网（Facebook）时，她想在餐饮业创业。2012 年，她与人一起共同创办了"地方餐饮实验室"（Local Food Lab），这个与餐饮有关的初创企业的孵化器建立起了一个由来自 60 个国家的 2500 名企业家组成的网络，其中大多数人是餐馆经营者或食品生产者。

扎伊翁茨最近登上了《福布斯》（Forbes）杂志 2015 年"30 名不满 30 岁的社会企业家"排行榜，并在这里同读者分享她的一点经验。

你的餐饮经营应当……确保有人需要你提供的产品。这一点看似明显，但很容易被人忽视。问一问你自己："人们想买我卖的产品吗？还是我只因为自己喜欢就想卖产品？"有很多时候，人们出于对一份祖传秘方的钟爱，在还没有了解市场需求之前就急于销售产品。

不要误以为…… 在餐饮业能发大财。餐饮业的利润不高。 正如上文提到的塞田托寇看到人们排长队等着买他做的菜颇感欣慰，你必须喜欢做饭做菜并喜爱调制各种味道才行。 不要因为想成为亿万富翁而从事餐饮业，这不是一个良好的出发点。

一个不用承担风险就能试销你的产品的方式是…… 在公开场合或在别人的餐馆里举办一次活动。塞田托寇在餐饮车外露天烹饪的想法非常好。我还见过有人借用其他商家的餐饮车，换上自己的菜单试卖一天。举办一次活动试卖一下菜品对于了解顾客的反响很有帮助。如果你做的菜好吃，很快就能吸引到顾客。

如果你没有网络渠道，还可以请你的朋友的朋友品尝菜品（这些人最好跟你不太熟，能实话实说地评价你的手艺）。他们的反馈会给你带来灵感。大型食品公司的市场经理都说，如果他们有 100 万美元预算，会把其中百分之八十用在公众品尝活动上。

你可以依赖的最好的筹资方式是…… 众筹。学学怎样管理好一个早期的电邮通讯录。以后你可以在这个基础上开展众筹。全世界大约有 1,200 个众筹网站。

力行环保，例如…… Exo 利用蟋蟀粉中的蛋白质制作蛋白棒，他们发现这种原料成本合理而且有利于环保。Exo 在一个已有几百种品牌的蛋白棒市场中开创了一片天地。为力行环保而革新原料或制作方法的食品公司往往能吸引到忠实的顾客。

请时刻谨记……任何一个初创企业都会有失败的教训。 创业没有一帆风顺的。当你历经大起大落的时候，不要忘记你热爱餐饮文化的原因。这正是马丁·塞田托寇取得成功的一个重要原因。

本文由美国国务院国际信息局发表于 Shareamerica.gov 网站上。

莫里斯卡车的 Ben Latham 与奶酪公司 Arla Dofino 合作，提供免费三明治，开启了在纽约举办的国家烤奶酪月。

© AP Photo by Diane Bondareff/Invision for Arla Foods/AP Images

Flirty Cupcakes 食品卡车的所有者 Tiffany Kurtz 在芝加哥市向顾客们出售食物。芝加哥市市长 Rahm Emanuel 提出的一项法令将最终允许在卡车上烹饪并提供食物。现在芝加哥的街道上已经允许出现这类卡车了，目前的规定甚至连商贩们往顾客的墨西哥卷饼上涂抹酱都不禁止。

© AP Photo/Sitthixay Ditthavong

图片：MorgueFile.com

文 / Jennifer 8. Lee

美国人喜爱幸运饼。

幸运饼种类繁多：圣诞节幸运饼、婚礼幸运饼、情人节幸运饼、献殷节幸运饼等等。连爱犬也有自己磨牙的幸运饼。

幸运饼为外形弯曲、散发着黄油香草味的薄饼，饼内藏折着签语条，美国人对它情有独钟。饼屋卖幸运饼杯形蛋糕。甚至还有幸运饼珠宝。高档百货商店 Niemen Marcus 就出售 14K 金并镶有宝石的幸运饼，售价为 1100 美元。更有甚者，某些电脑的外形，设计得酷似幸运饼。你可买到幸运饼硬盘驱动器。还有幸运饼收集册，颇似影集，但主要是用来珍藏从幸运饼内抽出的签语条。

美国人对那些小纸条上的只言片语十分狂热，对上面常印着的幸运抽奖号码更是到了迷信的地步。2005 年 3 月，全美有 110 人中奖，一共赢得 1900 万美元，他们靠的就是幸运饼内签语条下方的一串不起眼的数字。两个月后，又有 84 人在同一天主要靠此中奖。

有趣的是，大部分美国人以为幸运饼产于中国，因为这些小饼子是中餐馆打发的。我曾经就是这么认为的。我毕竟出生在纽约城，小时候，我们常在中餐馆吃饭时拿到幸运饼。可我知道什么呢？我直到 20 出头，才第一次走进中国。

念中学时，我读了谭恩美（Amy Tan）的畅销小说《喜福会》（The Joy Luck Club），原来幸运饼并非产于中国。书中的华裔女性人物在旧金山一家幸运饼工厂拿幸运饼说笑。

我一时目瞪口呆。幸运饼不是中国的？

就仿佛是知道了自己是被领养的，同时又听说圣诞老人根本不存在。这简直颠覆了我的世界观。

这一震惊却激起了我对幸运饼的好奇心。十年后，我开始寻访美国各地，足迹甚至遍及遥远的世界他乡：秘鲁、巴西、印度、中国和日本。我想了解这种神秘饼干的由来。

我终于发现：幸运饼在美国得到普遍承认，但在中国却令人迷惑不解。如果你给中国人幸运饼，他们则会发愣。他们先会问你，“这是什么？”你跟他们说，这是美国产的，他们会点头。于是，他们拿起来咬一口，不过，一旦发现口中或饼干中有张小纸条则会大吃一惊。他们会问你那纸条是何物。你告诉他们：“是幸运语。”他们便嘀嘀地说：“美国人真怪。他们为何将纸条夹在饼干里？”

幸运饼在美国得到普遍承认，但在中国却令人迷惑不解。

追溯幸运饼的故事说来话长，就像忽然扯开一根长长的纱线。我从加州上世纪初开业的日本移民老字号饼屋那里找到幸运饼的线索，其中一些饼屋今天仍在营业。

更令我惊诧的是，我发现幸运饼的源头在日本，而且时至今日京都古城的一些家庭小饼店还在做幸运饼。有一幅作于十九世纪晚期的日本画上再现了一名穿着和服的男子，那人好像在制作幸运饼，而幸运饼在美国被人知晓，还是几十年后的事。

日本幸运饼名叫“辻占煎餅”（tsujiura senbei）和“喇叭煎饼”（suzu senbei），比美国黄灿灿的幸运饼要大、颜色要深。日式幸运饼含有芝麻和豆面酱，散发着浓郁的坚果味儿。

历经三年时间，我弄清了我如此着迷的真正原由：我对幸运饼的探源，实质上是对自我的探寻。

中国是全世界历史上最大的移民输出国。美国则是全世界历史上最大的移民接纳国。我和我从小就吃的中餐一样，横跨这两股文化流。

幸运饼象征着华裔融入他们的第二故乡。美国人过去一般会理所当然地相信这些具有异国情调的幸运饼来自遥远的中国，然而饼中的签语并非出自中国哲人，中国人则乐意出力，生产数百万的幸运饼，将来还会达到数十亿。若干年后，当中国人看着幸运饼迷惑不解时，那也无伤大雅，毕竟这一外型像新月的香脆小饼已得到美国人的普遍青睐。

美国人瞧着幸运饼，自然会联想到“中国”。事实上，幸运饼最初源于日本，后被华人推而广之，但最终享用它们的还是美国人。

我们在美国老说：“这是美国传统，就像苹果派一样。”不过我们应该扪心自问，如果我们衡量美国传统的尺子就是苹果派的话，那么我们多久吃一次苹果派？我们又多久碰一次幸运饼？幸运饼的年产量为 30 亿个，也就是说全美的成人和儿童平均每人 10 个。

有时人们看着我就认为他们巧遇了一个华人。他们问：“你是哪里人？”（答曰：纽约人，生于斯，长于斯，仍居于斯）。但如果他们只闻其声不见其人的话，则会听到一个地道的美国人在说话。

最初见于美国国务院 2009 年 2 月发表的“美国今天的多元文化文学”。

珍妮弗·李是美国记者，曾就职于《纽约时报》。她是文学工作室 Plympton 的联合创始人兼总裁，也是纪录片《寻找“左宗棠鸡”》的制片。该纪录片在 2014 年的翠贝卡电影节首映。

图片：MorgueFile.com

Bob Freeman 在佛蒙特州伯林市的路旁餐厅装载食物垃圾。该州在强制实行全州范围内的回收事业上又迈进了一步，包括食物垃圾混合堆肥，建立了一种可用于十年和累积的食品垃圾混合、回收的运行模式。立法机关去年通过的一项法律规定到 2015 年实现全州范围内的回收，到 2020 年禁止食品垃圾填埋。

© AP Photo/Toby Talbot

打击餐厨垃圾

Fighting Food Waste

文 / Jimmy Nguyen

超市、餐馆和家庭中有百分之三十一的食物不会被食用——这些食物从田地里培植、收获而来，最终却作为垃圾被填埋掉。食品加工厂、食品经销公司、超市和餐馆对于减少、重获和回收这一切被浪费掉的食物的认识逐渐加深。随着越来越多的人着手处理这一问题，并采取行动避免让好食物沦为垃圾，解决这一问题的势头日益增长起来。

为什么在零售阶段的浪费现象如此严重？在商店里，消费者们很自然地倾向于只挑选那些外表最光滑的苹果以及最新鲜的牛奶。那么，那些可能跟你自己菜园里的蔬果看起来差不多——“其貌不扬”、奇形怪状或者略不规整——的水果和蔬菜都去哪里了呢？那些接近保质期尾声或最迟销售日期的盒装牛奶或长条面包会被作何处置？

全国各地的超市和餐馆都在采取一些新办法，以避免上面所说的那只苹果或那盒牛奶最终被弃置垃圾堆或下水道。人们通过一些创新性的方法来减少未被售出的食物，将更多的合乎卫生标准的未售出食物捐赠给需要的人，回收食品废物进行能源生产或堆制肥料。

在美国，食品杂货制造商协会（代表食品和饮料企业的协会）、食品营销研究所（代表食品零售商 / 杂货店）、以及国家餐饮协会（代表餐饮服务行业的协会）共同组成了减少食品废物联盟。通过改进食品标识、订购和存货管理，营销“难看”的农产品，与食物银行和采集机构建立伙伴关系，堆肥和生物能源生产，各超市和零售商们正在为减少、重获和回收食品废物贡献自己的力量。

在火奴鲁鲁的 Duke's Waikiki 餐厅，厨师 Keith Kong 把绿色垃圾倒进一种新型食物混合机中。Duke's Waikiki 餐厅面临着一个让大多数饭店都头疼的麻烦：这家位于 Outrigger Waikiki 海岸度假区的餐厅历史悠久，经营很是成功，但是高客流量也意味着食品垃圾量很高，每天约产生 400 磅的垃圾，因此 Duke 餐厅决定想办法减少食品垃圾。六个月前，该餐厅购置了两台 Ecorim 食物混合机，每台价值 25,000 美元。

©AP Photo/Honolulu Star-Advertiser, Craig T. Kojima

终结校园食品废物的创意解决方案

美国人每天浪费的食物足够填满一个 90,000 座席的大型足球场。在零售环节和消费者手中浪费的食物约占全部食物的三分之一。尽管研究表明美国儿童浪费食物的情况与美国的其他人群大同小异，但是各学校可以通过很多种方法减少食物浪费，让学生们了解食品废物对环境和社区所产生的影响。

在弗吉尼亚州麦克林市的 Chesterbrook 小学，每一个学生都会学习如何对废物进行分类，如可回收类、可捐赠食物、提升改造垃圾箱和一般垃圾。由该学校六年级学生组成的环保小组（Eco Team）会确保同学们把对废弃物的分类正确。之后，小队会收集、称重、分类，把待捐赠食品分别放进几个由“食物公车”（Food Bus）捐赠的冰箱里，食物公车是一家非营利性组织，与学校合作，把那些原本变为废弃物的食品捐赠出去。

周末，家庭教师协会成员们或社区志愿者们会把食物运往当地的食品储藏室。在 2013–2014 学年，与食物公车合作的 12 家学校为当地的食品储藏室提供了 6124.7 千克（13,502.6 磅）食物。这些捐赠的食物包括包装好的花生酱果酱三明治、香蕉和苹果、酸奶、纤丝奶酪、盒装苹果酱和切成薄片的桃子、燕麦棒和盒装牛奶。在食品储藏室，牛奶尤为受欢迎，因为缺乏其他可靠的牛奶来源。

“在过去的两年里，我向食品储藏室运送了无数盒牛奶，在我把牛奶放入储藏室的冰箱之前，妈妈们就会急不可待地把牛奶从袋子中拿出来，当场打开，递给孩子们。牛奶是很贵的。”食物公车的创始人 Kathleen Weil 说道。

食品废物和重获也被并入了科学课程的教案中。按照 Weil 的说法，除此之外，这么做还有一些其他的重要意义，“小学生们不仅学会了不随便丢弃食物，给国家增添已经泛滥成灾的垃圾，而是会认识到这些食物可以为饥饿的人们所用。他们对于社区服务有了一点领会，而这可能会对他们的人生产生一定的影响，进而在他们长大以后也会影响到身边的人。”

亚历山大市公立学校食品和营养服务部主管 Becky Domokos-Bays 午餐期间在弗吉尼亚州亚历山大市的柚树里克·亨利小学举着一托盘的食物。从下一学年开始，学校里的意大利面等谷物制品必须是全粒的，或者是谷物含量过半的产品。

© AP Photo/Susan Walsh

伊利诺伊州弗雷尔市，东北重点小学（Northeast Elementary Magnet）的学生们在吃午餐。

通常，通过食物公车建立一个食物重获项目需要六到八个月。这一过程中需要准备设备、建立志愿者体系并与一家当地的食物储藏室建立联系。此外，还需要了解当地与捐赠有关的规章制度。

与此同时，学校可以通过一些简单的校规控制食品废物，尤其是餐厅中的食品废物。研究表明，在休息时间过后提供午餐可以至少减少 30% 的食品废物。在餐厅里，为蔬菜起名字（例如“奶香玉米”）可以使其被挑选率上升 40% 到 70%。另一项由智能食堂运动（Smarter Lunchrooms Movement）进行的研究发现，引入“纯粹健康选择”便餐可以将营养丰富的食物的销售量提高 35%。

学校餐厅可以通过很多种方法减少、回收、重获食品废物。学校在施行这些方法的同时为减少食品所占据的宝贵的垃圾填埋空间起到了关键作用。更重要的是，如果学校将食品废物转变为学习机会，就可以帮年轻人养成良好的习惯，进而让他们发展为有公德心和社会责任感的成年人。

如弗吉尼亚州 Haycock 小学的科学专员 Anne Rosenbaum 所说，“有一些小孩十分热衷于食物捐赠。他们希望去食品储藏室看看这件事是怎么运作的。他们的父母会来帮助志愿者，因为孩子们对此非常感兴趣。我们会笑，因为我们的环保小组和环保巡逻队成员会戴上蓝色橡胶手套，如果发现有人扔错了垃圾箱，就可以把废弃物放进正确的垃圾箱里。他们对待自己的工作十分严谨。”

Jimmy Nguyen 是美国农业部食品浪费挑战的成员。这份文章最初分别于 2014 年 8 月 26 日和 2014 年 9 月 17 日发表于 blogs.usda.gov 博客。

纽约农场的神奇晚餐

Food Tourism

文 / 范毅波

一直记得那部脍炙人口的电视剧《北京人在纽约》，片头壮阔的楼宇丛林，那是非常经典的纽约形象。但纽约不仅有密集的高楼大厦，也有悠闲的田园生活。

九月的一个下午，从纽约出发不过几十分钟的时间，来到了纽约几十公里之外的Stone Barns*农场*，这里其实是洛克菲勒的家产，森林环抱着一座古旧的庄园，周围是一片片宽阔丰收的田地，呈现出一派世外桃源般的景色。这里可以种植200种有机蔬菜。猪啊，羊啊，鸡啊，鸭啊，都快乐地生活在大自然里。而这里的“农夫“们，也都是大学毕业的帅哥美女。总之，不仅养眼，而且还养心养胃。

农场只是通俗的称呼，正式的名称是斯通巴纳食品和农业中心（Stone Barns Center for Food and Agricultur），是一家非赢利机构。建立的宗旨是为了促进可持续农业，当地食品和社区农业发展。这里一年四季都可以种植生产，严冬种植是在大棚中进行。

这里为纽约市区和市郊居民提供了一个体验农业的工作农场。Blue Hill at Stone Barns 是该中心内的一个*餐厅*。餐厅的食材，包括各种蔬菜和肉类，均取自农场。而餐厅的工作人员同时参与中心的教育项目。很多纽约市民，都会带着孩子来这里走一圈，体验一下农业生活的乐趣，也算是农家乐的一种吧。

在农场走了一大圈，看过了田地，大棚，各种散养的鸡鸭猪还有火鸡。黄昏来临，来到了农场中的Blue Hill at Stone Barns，准备晚餐。

来之前已经得知，这是一家世界闻名的餐厅。我在想，可能是以用料的新鲜和有机食品为特色的农家饭吧。殊不知，却是如此惊艳和富有形式的一顿晚餐，可以说，是我经历过的最神奇的用餐经历之一。

*菜谱*是一本精致的书，每月都有不同的菜单，根据季节时令的不同提供当月最应季的食材和菜品组合。那些菜名很难理解，当然也无需理解，因为在这里你不需要点菜，一切都是安排好的。坐在那里，仿佛是一场大戏即将开演。

惊艳的感觉，从赠送的几款*前菜*开始。仿佛是爱丽丝漫游仙境般的气氛，置在美食的丛林中探索向前，惊喜不断。食物的组合，有些离经叛道，根本无法叫出每一道菜的菜名。坐在那里，我在想，这是有生以来最“有机”的一餐了吧。

难能可贵的是，保持高度形式美的同时，口味丝毫不差而充满创意，几乎每一道菜都是一次新鲜的体验。

如果喜欢传统的纽约馆子，多得是！说到美国的美食，*牛排*是当仁不让的吧。前一天晚上来到纽约布鲁克林区最著名的牛排馆之一，看到周围的人那个吃法，的确有些心虚，到底是吃肉的民族，窈窕淑女也是一大盘！这里的风景，是来回穿梭的服务员，不知怎的，想起了《教父》中的场景，很穿越！

范毅波，中国旅行博主和摄影师，拥有近10年、遍布7大洲90个国家的旅行经历，他的博客(blog.sina.com.cn/qiseditu)每天有5万人访问，至今累积了超过8900万的点击量。2012年9月，范随北京美国使馆农业贸易办公室赴美参加美食之旅，这篇博文受美食之旅启发，最早出现在他2012年10月的博客中。

图片：blog.sina.com.cn/qiseditu

美国驻华大使馆 U.S. Embassy Beijing

美国国务院 U.S. Department of State