

美食的个性特征

文 / 姚耀东

走遍东南西北中, 尝尽甜酸咸辣辛; 四海炊烟升游云, 敢问君梦哪朵虹?

上海已今非昔比, 星级宾馆鳞次栉比, 世界一流餐饮争先抢滩沪上, 蜂拥而入。奢华的装饰、气派的造景、雅趣的点缀、中西的风情, 为每一幢参天大厦、每一处豪华会所锦上添花, 却依然淡留寂寞的孤香, 似是曲高和寡而无欢愉的繁芳。相反, 在那曲径巷深的弄堂尽头小巧阁楼上, 在那些近郊农舍木屋乡风的吹拂下, 人们拥挤地等待餐位。小而简陋的店铺、摊座, 却常常迎来世界各地专程前来寻觅口福的富贾名流。闹市背后的小街上更聚集着各类食评行家的偏爱喜好, 总之, 在这并不富丽堂皇却是风味特异、乡情别具的食饮亮点, 总能常常遇上美食名家, 藏龙卧虎的“老古董”、“老克勒”以及餐厅老板和厨师们频频光顾, 偶尔也能听到专业高手品评如潮、趣味丛生。常言道: 三代方懂吃喝, 百尝略识一味。美食的寻觅实是人生最大趣事, 但要具有顺手择来的功力, 还得来自长期的见多识广和亲身的积累。而其中最重要的因素, 是要懂得去寻找什么样的目标要素。以下笔者将详细剖析构成美食的个性特征。

一、鲜

“鲜”字似乎很抽象, 因为它不需要“量”或者“数量”来表达或加强。怎样来描述它? 我想用“鲜”的近义词“爽”和反义词“钝”来进行提示, 但仍不易被清晰理解。现在我没法用天然糖和盐, 以及非天然人工



合成的糖精和味精来举例说明“鲜”度的概念, 就会很容易理解了。糖和盐在口腔中甜味和咸味很强, 但却消失得很快很彻底, 而糖精和味精在口腔中的甜味和咸味并不强烈却能逗留很长的时间, 而且一直余味不散。

二、烫

“一白遮三丑”是肤色白净女孩子的优势, 在餐饮界更有“一烫遮百丑”的专业建议。因为烫, 高温很容易把各种滋味完全地释放出来, 接近气化的状态使香气更多溢出而能掩盖材料本身和调制中的缺陷和不足。只要够烫, 只要热气腾腾, 再丑的菜也能从口感上过了及格的关口。而要制作美味绝伦的精品, 则必须使盛器和美食都保持最烫的状态。因为只有高温才能使食物完全溢出香气和鲜味, 并使实物的实体达到松、软、鲜、润、嫩、滑的最佳物

质形态。

三、松

“轻”是“松”的孪生兄弟, “松”的必然是“轻”的。就拿点心为例, 我常常喜欢对点心师傅开玩笑: “点心好坏的标准就是轻, 要把你的点心做到轻, 得能在二米距离内丢在脸上不感到痛, 就一定是很好的点心了。”要做到“松”, 既要膨化食物的质地, 又要让多余的水分尽量消失。有很多种处理的方法、设备和工序可以达到和采用, 但“松”的达到大多数不是简单的“减法”结果, 而一定是通过精细的“加法”逐渐完善。举个典型的例子, 这就是几乎人人都喜爱的千层酥、千层糕和千层肉。以精致和细腻所巧制的“松”, 实是美食的重要因素。

四、劲

和“松”的感觉相反, 食客们同



样乐于追求“劲”的口感。通常“有嚼劲”、“有弹性”也是美食的一个很重要的特性, 细细探求根源, 我想是由于牙齿的存在。“松”、“软”、“滑”、“细”、“嫩”都是口腔和舌头喜欢体验和鉴别的, 唯独“劲”是需要通过牙齿的功能让人们能够享受美好的感受, 使食物材料和制成品的强度和弹性是实现水分对材料深层次渗透和组合的结果。“劲”来自水和火的磨炼, 一张一弛足显劲韧本色, 与“松”一样同为精工细作的结晶。

五、肥

现代社会营养过剩, 几乎人人望“肥”兴叹、谈“肥”色变, 特别是苗条淑女, 更是视“肥”为姿色的杀手, 不共戴天。可是, 在我们美食领域食客眼中, “肥”绝不是 FAT, 而是 RICH。“肥”不是“肥肉”而是“肥滑

而不腻”。常言道, 不吃肉就是不会吃, 不吃肥肉等于没吃肉, 更谈不上懂美食。鱼虾蟹贝贵在一个“肥”字, 上好的蔬菜也经常被誉为肥美。可见“肥”永远是美食美味最基本的要素。

六、细

“食不厌精, 脍不厌细”是对材料和加工制作的最高要求, “食以细贵”是我们追求口感上的最佳触觉和享受。因为, 只要“细”一定是“嫩”的、“滑”的, 只要是“细”的加工就一定是“精”的。要能保持“细”的状态, 除了原材料、辅料、着料、香料、调料本身之外, 加工过程也必须精细, 加工的时间也必须紧凑合理。因为哪怕是细的材料、细的半成品及成品, 不被细心保护处理, 在空气中都会很快氧化、老化、干燥化, 从而失去“细”的状态。所以, 只有细心的人、细心的活, 才会获有细的口味, 尝到细的美味。

七、妙

中华食饮变化万千, 美不胜收; 取材之广, 方法之活, 举世无双。本文所述之六大要素: 鲜、烫、松、劲、肥、细, 已充分体现各大派系的名菜名点之中。如能有幸品尝到前无先例的美味, 当无愧于“妙”字呈上, 叹为观止。“妙”在于无先例、无规范、无形式。只要有新意、有创意, 只要有独具的一味, 或特异的味和, 食客们就会拍案称妙, 奔走相告。奇文共欣赏, 异义相与析, 醉语当歌, 人生几何!

荣耀九十年 人间佛手鲜(三)

技精质优 色香并美

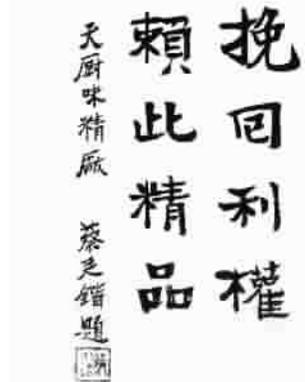
天厨公司自诞生起, 就非常注重产品质量和品牌声誉。当时的味精生产已经完全摆脱作坊习气, 标准的工艺流程共有二十余道。最后一道装粉工序, 漏斗每天要垫上洁白卫生的三角布, 凡稍有不洁或发黄, 必须立即更换。进厂的原料如达不到标准, 即使亲朋好友的也照样拒收。佛手味精的优良品质为世人所称道, 其包装也别具一格, 新颖独特, 用佛手味精烹调的菜肴更是色香味俱全, 受到广大消费者的欢迎。正如李宗仁先生所赞誉的, “色香并美”, 佛手味精当之无愧!

由于质量上乘, 佛手味精的信誉日益上升, 在国内多次获得展览会奖章奖状以及政府的褒奖。从 1925 年起, 佛手味精进军海外, 在南洋、欧美声名远扬, 并先后取得了英、法、美三国的专利, 这是中国轻工、化工产品最早获得的国际专利。

1926 年, 为纪念美国独立 150 周年, 美国费城举办世博会。佛手味精被选送参展。自 1851 年中国参加世博会起, 我国的展品几乎都是丝绸、茶叶、手工艺品等传统土特产。直到费城世博会, “佛手味精”第一次以中国现代工业产品高调亮相, 创造了世博会的一个纪录, 其纯正的品质和具有东方艺术色彩的装潢立即赢得了参观者青睐。大会评审团以卓越的“精神意识与民族意识”以及对“食品改善”所作出的贡献授予天厨公司展会最高奖——大奖。

1930 年, 天厨公司赴比利时列日产业科技世界博览会, 又获大奖。

1933 年, 美国芝加哥世界博览会, 主题为“一个世纪的进步”。天厨公司紧扣主题, 制作了“百年中国调味品之进步”的中英文宣传手册, 并特制了红木的展示台和红木包装的味精展品。由于产品品质优异、包装古朴典雅, 加上宣传到位, 佛手味精再获殊荣。消息传



来, 黄炎培、范旭东等各界知名人士纷纷表示祝贺。三次参加世博会, 在国内已属罕见; 三次获奖, 更是绝无仅有。佛手味精创造了中国在世博会历史上的一个奇迹。

1995 年至今, 天厨公司先后通过并保持了质量管理体系和食品安全管理体系的认证; “佛手”味精、鸡精连续被评为上海市名牌产品; 佛手商标是上海市著名商标, 不负“中国味精第一品牌”之美誉。

抗战救国 独树一帜

抗日战争, 风起云涌。天厨公司作为民族工业的佼佼者, 始终把国家和民族的利益放在第一位, 始终坚守民族大义和民族气节, 在中华民族生死存亡的紧要关头, 倾尽全力积极支援抗战, 顽强抗争不为敌寇所屈服, 在当时的实业界显示了独树一帜的爱国情怀。

九一八事变风云突起, 日本加快了吞并中国的步伐。1932 年“一二八”, 日军在上海又开战端, 天厨公司倾力相助十九路军抵抗



日军。公司的汽车频繁出入战线, 向前方源源不断地运送作战物资以及药品和食品。此外, 公司还收购了大批胡桃壳, 烧制活性炭, 制成防毒面具送给前方将士。

1933 年, 为抵御日本侵略, 国民政府发起航空救国捐, 希望全国人民集资捐献五十架飞机。天厨公司毅然捐资 12 万元, 购买德国容克战斗机一架, 命名为“天厨号”。此举轰动全国, 鼓舞了国人的抗战信念。在当时国内, 资产超过天厨者不在少数, 而单独捐献飞机的仅天厨一家。

七七事变, 抗日战争全面爆发。天厨公司为保存民族产业, 自愿分三路内迁。经过艰苦努力, 天厨终于在重庆和香港重建分厂成功, “佛手”味精重新面市。

抗战八年, 天厨公司多次捐款捐物, 支持抗战, 并主动离粤赴日向前线运输军需品和慰问品。1944 年 12 月, 中国军队在湖南重创日军, 取得湘北大捷, 公司捐资 10 万元犒劳胜利之师。第二次世界大战爆发后, 天厨香港

工厂向远东英军供应了大量漂白粉, 得到了盟军的高度赞赏。

天厨公司的抗日举动遭致日本侵略者的嫉恨, 必欲置之死地而后快。日军占领香港当天, 就将天厨库存物资全部抢走, 以充军用; 日本商社也借机公然侵占天厨厂区, 悬挂日本公司招牌。天厨公司员工进行了顽强的抗争, 不惜毁厂, 拒绝与日军合作, 在国内外赢得了崇高声誉。蒋经国先生专门致信吴蕴初, 并尽全力帮助天厨员工撤出香港返回内地。

抗战胜利后, 毛泽东同志赴重庆谈判, 希望会见工商界人士, 吴蕴初先生与王若飞同志联名发起会见。1945 年 9 月 17 日, 毛泽东在重庆桂园会见了刘鸿生、吴蕴初、章乃器、范旭东等人士, 谈了中国民族工商业的道路和前途。事后, 王若飞、邓颖超又亲往天厨公司吴蕴初家中访问致谢, 赠送了延安出产的小米、红枣、毛线毯等礼品, 进一步介绍了共产党人的主张。吴蕴初与共产党人的交往, 在天厨发展史上写下了光彩的一页。