

关于当前美国华人餐馆业处境的思考

郝洪梅 高伟浓

(广州暨南大学华侨华人研究所,广州,510632)

摘要 “凡是有海水的地方就有华人的足迹,凡是有华人的地方就会有中国餐馆”,此种说法或许有点言过其实,但自从中国人踏上美国的土地起,就与餐馆业结下了不解之缘,并一度将其发扬光大。尽管如此,华人餐馆业在美国的发展并非一帆风顺,在起伏颠簸中,可谓喜忧参半。本文重点分析了近20年来美国华人餐馆业的发展现状及其发展过程中的优劣势,并针对其劣势及发展前景提出一系列建议。

关键词 美国;华人;餐馆业

(一)

在《林语堂文选》中,林语堂先生曾十分幽默地说:“世界大同的理想生活,就是住在英国的乡村,屋子里安装有美国的水电煤气管子,有个中国厨子,有个日本太太,再有个法国的情妇。”尽管林先生说得有些夸张,但从他的话中,我们不难看出“中国厨子”的国际地位,而“中国厨子”所折射出的便是有着几千年历史的中华餐饮文化。时至今日,中华餐饮文化已随“中国厨子”传遍世界每个角落,华人的餐馆业也日益兴旺发达起来。

据1985年美国国华公司的征信调查及电脑统计,在美国及加拿大的中国餐馆及酒店共计21 000余家,投资总额约40亿美元,就业人员达24万人。到1990年代,散落于美洲、欧洲、大洋洲及亚洲(不包括中国)等地的中餐馆达数万间。其中德国有2 000余间,西班牙约1 000间,巴西约800间,荷兰1 988间。在加拿大,中餐(也称唐餐)受到八成以上的人士喜欢,拥有广大的市场。在英国,中餐业已成为华人的第一大产业,美国等地的中餐馆更是比比皆是。中餐业不仅给华人创造了大量的就业机会,还带动了各国华人经济的发展,因此,中餐业又被称为海外华人的“诺亚方舟”。

华人餐馆业最发达的地方要算美国,美国的华

人餐馆不仅数量多,规模大,质量高,而且分布广,影响深。1988年美国人口调查统计,全美餐馆387 280家,其中东方餐馆19 364家,中餐馆占绝大多数,约为16 000家。

到1995年,据统计,全美华侨大小餐馆已超过2万家。估计全纽约市内曼哈顿(Manhattan)、布朗市(Bronx)、皇后区(Queens)等地区,有大小中餐馆约5 000家。著名中餐厅有:银宫、帝国、怡东、金丰、致美楼、大上海、丰泽楼等。旧金山市约有中餐馆600家,其余分散于东湾各区的约有500多家,全市不下千家,可以容纳得下100席的大宴会厅布置辉煌如同宫殿。洛杉矶有大小餐馆约850间,规模较大的有香港、金钱、万国、新月等家,新近开设者规模更大。夏威夷有大小中餐馆约300家,多数在檀香山,少数散处其他各岛;著名中餐馆有:和发酒家、汉宫、平城、凤凰、麦架利、梅利利、金龙等,均属生意鼎盛。2000年美国《侨报》报道,目前全美约有3.5万家中餐馆。可见,在华人聚居的美国几大城市中,华人餐馆业兴旺发达。

(二)

在国际经济竞争激烈的环境下,华人餐馆业能在美国占有一席之地,说明它有着顽强的生命力和难以抵抗的魅力。

收稿日期:2004年1月

作者简介:郝洪梅,广州暨南大学2002级硕士研究生,研究方向为现代海外华人。

1.物美价廉,口味纯正,原料广泛,注重营养与健康相结合

在美国,华人餐馆的价格明显低于其他各国餐馆。据美籍华人王灵智教授说,华人餐馆最大的优点是便宜。到像样的西餐馆就餐每人至少10美元,若在巴黎法国酒店用餐,其价格昂贵不在话下,到马路旁边的半露天餐座去吃,吃得稍讲究点,就得8~10美元。在日本餐馆吃西餐则更贵。但在中餐馆多数在5美元以下便可饱吃一顿,价格几乎相差一半。其次,主要配菜来自中国,保证了口味纯正,来料广。以全美1万家中餐馆每家每年平均销货1万元计,全年可销国产食品至少1亿美元。再者,华人配菜讲求营养与健康饮食。美国医生希曼博士在加拿大《满地可日报》发表专论,说中国菜是世界上最合卫生的菜肴之一。他说,中国菜含有多种蛋白质,既有肉类、鱼类,还含有多种蔬菜和稻米,可帮助平衡饮食。

2.经营灵活,形式多样,已由单一的家庭式管理走向多样化,逐渐迎合世界经济发展潮流

华人餐馆经营类型多样,既有特色型的餐馆,如香满楼、海景翠亨村、金宝石酒楼等,又有豪华型的饭店,如1980年四位华侨在华盛顿集贤开设的第一家高级中餐馆湖南大饭店,还有简单快捷的快餐厅、小型外卖、饮食连锁店等。快餐连锁店在美国走俏。如美国著名的华人企业家张祥华,在美国创办了“起筷”餐厅,并拥有54家连锁店,还建立了自己的“配货中心”。再如,美国聚丰园快餐连锁店在美国拥有分店135间,雇员近3000人。这些中餐馆有的仅供中国菜,有的兼备中西餐,有的兼设酒吧,有的备有洋琴助兴,如新泽西州之明珠(China Pearl)及纽约市之凯宫(Hoy Kung)。有的备有乐队演奏,如新泽西州的新琼楼(Jade Fountain)、鲁契特的南太平洋(South Pacific)等。有的与旅馆合营,如新力桥的雅鲁哈与纽约州附近的得第酒家(Qacks Motel Rest)集旅舍餐馆于一家。

3.菜系丰富,香气浓郁,服务周到

中菜可以说色香味俱全,不仅取材广泛,烹调方法繁多,菜色变化无穷,而且,菜系丰富,口味独特。德国的金曼教授(Prof G.K. Kindermann)说:“中国饭是西方的交响乐,酸、甜、苦、辣、咸,烹、炸、炒、烩、煎,五味百法交揉而得到一大和谐,所以不怕德、日、法、意、美的各式饮食烹调,到这儿一齐等而下之,没

法相提并论。”如:广东菜以清淡、甜为主;四川湖南菜以麻辣为主;潮汕菜以酸甜为主;山东菜多葱蒜;福建菜有著名的汤;江西菜多炸肉炖肉;新疆菜则看重蒙古人的羊肉,另外,还有上海菜、北京菜等。

近几年华人餐馆正向着规模化、国际化发展。如纽约预设豪华的银官酒家可容纳客人1000人;第一酒家可坐500人;旧金山最大的四海(Four Sea)酒楼,可容纳650人,供应中国各种菜系;枫林小馆系彭氏兄弟经营,先创业于香港,继到台北投资,后发展至美国,并耗资五百万,在洛杉矶好莱坞影城山岗上兴建观光餐馆,土地约三万余平方尺,于1981年9月开幕,已发展为国际性的观光餐饮业。另外,华人餐饮业现代化、自动化有所发展,有的餐馆已运用了“餐馆电脑管理系统”,实行电脑操作,系统管理,统一配货,联网经营,如张祥华的“起筷”餐厅。近来,高服务、高层次、科学化、制度化也成为餐饮业追寻的目标。

(三)

但是,华人餐饮业这只华人的“诺亚方舟”,并非风平浪静。在憧憬之余,我们不免有些担忧:美国华人餐饮业在某些方面确实危机重重。

1.缺乏市场观念,多家族性保守经营,负担压力大,难担风险

海外经营中餐业者,多为厨师或餐馆从业人员出身,普遍缺乏市场营销观念。同时,营运规模不大,从业者或在厨房,或主持营业,日均工作10小时以上,即使有市场学识,亦无法分身来深入调查市场状况及趋势。又因大部分为家庭事业,为全家生活所依赖,不得不小心谨慎,不敢贸然从事。这样经营餐馆势必缺乏市场信息,导致经营的盲目性。此外,中餐馆数量虽多,但90%左右是中小型家庭营业,且以小吃为主,甚至没有能力提供大的酒席,招聘技术精湛的厨师。家庭经营的后果是“一荣俱荣,一损俱损”,没有外来的股份承担风险,一遇挫折,全家瘫痪。

2.“一窝风”的情况严重,同行竞争激烈

中餐馆无论在菜色变化、装潢设备,还是经营规模等方面,往往形成“一窝风”跟进情况,导致了同业间无谓的竞争。再者,中餐馆分布过于密集,仅旧金山的中餐馆就有五六百家,1995年时,大纽约地区已有1150家华人餐馆。中餐馆多,竞争力就减弱。

而且,中餐业也受到其它国家餐馆业的影响。近年来,法国、意大利、日本等国家的餐馆陆续涌向美国,吸引了不少白领顾客。因此说,中餐对高档消费阶层敌不过考究的西餐,对普通大众而言,其吸引力远逊于肯德基、麦当劳及意大利薄饼等。

3. 从业人员素质低,不善管理,经验技术缺乏

管理服务跟不上,店主为减少支出,尽量压缩服务员数量,忽视服务质量。更甚者,有些老板会把员工的小费收缴上来,使员工的服务热情大大降低。尤其一些既无资本又无厨艺的新移民以中餐为生,一味以价廉吸引顾客,导致恶性竞争,令华人餐馆业逐渐衰退。另外,缺乏具有专业水准的厨师,烹饪技术差。加之,中餐食谱一成不变,做起来费时费力,等菜时间长,也令顾客望而却步。

4. 资金薄弱,管理保守,推销路径窄,难经历史大风暴

由于未能突破家庭经营观念,多数中餐馆无法吸收更多资金,以支持事业扩展所需,往往竞争无力。管理制度往往“以人治代法治”,管理餐馆不是靠正规的经营制度,而是带有很大感情因素,往往以口头指挥为主。中餐馆一般多分布于华埠(唐人街),服务对象主要为华人,经济来源少,经营保守。在推销方面,由于资金、社会地位等方面的原因,宣传面很窄,推销路径较少。

5. 餐馆档次偏低,星级餐馆少,环境较差,卫生条件欠佳

尽管在美国也有一些知名的中餐馆,如纽约的银宫、帝国,洛杉矶的金钱楼,华盛顿的湖南大饭店等,它们不仅装潢独特,环境卫生、服务等方面也出类拔萃,但此类上档次的中餐馆为数很少。美国国际厨艺推广协会副主席汤富翔曾在美国报纸上刊登告示:凡经营中餐业的华人,谁的饭店能率先跻身四星级以上饭店行列,以汤家饭店投资相送,此说一直无人问津。

6. 受客观因素影响,尤其“9·11”事件以及SARS侵袭谣言的影响,美国华人餐馆遭受打击

当今世界在经济全球化的同时,灾难也日益全球化,恐怖事件、疾病、能源战争等开始蔓延全球。如“9·11”事件,打击的不单单是美国,也影响到世界的各个角落。美国是世界上最大的移民国家,打击美国势必影响到各国来的移民。“9·11”恐怖分子炸伤的

不仅是五角大楼,还有美国人甚至各国侨民的信心与经济。“9·11”事件后,许多华人餐馆至少停业一周,游客大减,亏损严重。华侨餐馆业协会首两个月反映该会会员的生意大致下跌了4成,60%的中餐馆营业额下跌了3~7成。中新网报道:美国纽约亚美商业发展中心的最新调查显示,尽管纽约华埠没有一例,但有关传言和人们对SARS的恐惧心理仍令华埠经济在经受“9·11”恐怖袭击的打击后雪上加霜。调查显示,华埠商家整体认为,SARS使得华埠的营业下降了30%,情况严重的商家说下降了50%~60%。由于SARS源起于中国,人们纷纷对美国的唐人街和亚洲人开设的餐馆避之不及,尤其旧金山、波士顿和纽约的唐人街生意萧条。以洛杉矶为例,这里有70万华裔人口以及全美最价廉物美的中餐馆,往日顾客盈门,如今生意减了一大半。过去,洛杉矶的半岛海鲜酒家以大龙虾2.99美元一磅(一磅合454克)最为出名,但2003年4月份有人散布谣言说这家饭店发现SARS患者,生意因此一落千丈。最后,甚至市议员和警察局长也出来为这家饭店辟谣。可见,SARS对华埠餐馆业的打击尤为严重,去华埠就餐者大为减少。

另外,中美饮食文化的差异也对华人餐馆造成了影响。中国菜尽揽天下可食之物,把珍禽异兽、生猛海鲜等都纳入盘中,如“龙虎斗”(蛇猫合烹)、“香肉煲”(狗肉)等,而在美国人眼中,狗猫之类乃宠物,怎能用来烹食。此种饮食着实让美国人“跌破眼镜”,哪敢再进中餐馆?况且,美国人认为不洁的东西也被华人摆在桌上,如鸡爪、猪蹄、动物内脏等,美国人一见此物便胃口全无,哪来勇气再咀嚼一番?

可见,中餐业在美国的发展并非想象中那样好,又由于美、日等国也开始进军中餐业,致使华人餐馆在很多地区受到排挤。当然,华人餐馆在美国出现的一系列问题,在其他国家也存在,如果能很好地解决这些问题,对华人餐馆业的发展将起到巨大的推动作用。

(四) 结语

华人餐馆业要在现有基础上取得更大进展,在激烈竞争中立于不败之地,应注意以下几点。

1. 确立适应顾客需要的经营观念,留意顾客取向及同行业(包括中国菜及其他各国菜系)的营运趋势,搞好市场调查研究,迅速有效地掌握市场需求信

息,最好聘请这方面的专业人才做顾问。同时,突破家庭经营观念,实行股份制,健全资本结构,吸收社会上的有效资金(如商业贷款等),来积累资金并分担风险,并且要迅速掌握国家经济政策信息,积极利用政府优惠政策。

2.建立餐馆前,首先做好投资环境的考察,如当地的地理位置、居民生活水平及数量、餐馆的分布及数目、附近有无停车场等,若在餐馆饱和的地区再建餐馆,必定竞争激烈,获利少。要坚决避免“一窝风”的做法,应以服务质量取胜,莫以价格便宜为上。要了解顾客人口结构的变化及其生活习惯,增加供应各类货色。

3.提高经营者及从业者的素质,注重专业人才(管理者、厨师等)的培训及聘任。管理人员要多与顾客交流,听取他们的亲身体会和意见,对于提出宝贵建议的顾客要有优惠政策,以调动他们的积极性。厨师们随时掌握烹饪潮流,是以“中”为主,还是“中西合璧”,做到“取其精华,弃其糟粕”,“师夷长技以制夷”,菜色要不断翻新,既要有自己的特色,又要迎合消费口味。同时,引入现代化、科学化的经营管理制度和先进的技术设备,如电脑管理系统、机器人参与服务等。

4.大力做好推销宣传工作,但要做到名副其实。运用特色的宣传方式,如中国传统的文化节目,当地先进的网络、电视传播等,还要扩大宣传对象,既要体现中国人的特色,又要符合当地人的口味。另外,应组建华人自己的餐馆同业总会及餐饮业研究机构,加强同行业的联系,交流经验技术,组织餐饮培

训班,扩大其经营力量。

5.创造自己的品牌,向国际化、高档次进军。要保证环境优美舒适、菜肴美味可口,餐厅、洗手间随时保持清洁,厨房符合标准,食品储放讲究卫生等。服务更是重中之重,无论是老板还是服务生要做到服装整齐雅洁、态度诚恳热情、动作灵活矫健、工作积极负责。再者,要提高餐馆的经营效率,运用联合采购与连锁店的有利模式,集团采购,降低成本,最好建立自己的配货中心,经营走向企业化,管理走向科学化。

6.要充分利用政府的经济援助政策,做好华人餐馆的重建工作。由于近年来美国成为恐怖分子的重点袭击对象,美国华人也不可避免地被波及到。尤其“9·11”事件,对华人社区造成较大影响,更甚者,SARS 谣言四起,致使华埠经济损失惨重,华人餐饮业更是遭受重创。因此,华人餐馆的重建工作显得尤为重要。

参 考 文 献

- 1 陈怀东.美国华人经济现状与展望.台北:黎明文化事业公司出版
- 2 赵海燕.中餐业——海外华人的“诺亚方舟”.侨园,1994,(2)
- 3 华侨经济年鉴.1981—1982
- 4 陈本昌.美国华侨餐馆工业.广西教育出版社,1995
- 5 陈怀东.海外华人经济概论.台北:黎明文化事业公司出版社,1986
- 6 华侨华人资料.世界日报,2002,(3)
- 7 联合早报,2003-04-19
- 8 颜亮.“非典”阴影笼罩美国华社.参考消息,2003-05-20

Thoughts on the Status of Chinese American's Restaurant-Industry

Hao Hongmei Gao Weinong

(Overseas Chinese Research Institute of Jinan University, Guangzhou 510632)

Abstract: “There are Overseas Chinese where there is seawater, and there are Chinese restaurants where there are Overseas Chinese.” Perhaps, this view is more than reality, but since Chinese set foot on the land of USA, they have been linked closely with restaurant-industry and got successful development of it. Nevertheless, the development of it isn't so easy and satisfying in America. During its development, it stays with success and failure. This article mainly analyses the development actualities of Chinese restaurant-industry and its advantages and disadvantages in America. Accordingly, it provides some suggestion about its disadvantages and development trend.

Keywords: America, Overseas Chinese, Restaurant-industry