



春卷



宫保鸡丁



最近热映的电影《欢迎来龙餐馆》里，战火纷飞的中东街头，一家中餐馆用灶火与炒勺撑起了一座庇护所。而现实中，中餐馆早已遍布全球。一道又一道中国菜，正以不可抵挡之势，征服着地球上不同经纬度、不同肤色、不同文化背景人的味蕾。那么，究竟是哪些佳肴获得了外国人的喜爱呢？

## 中式主食 让世界感受中国的碳水魅力

我国以大米、小麦等碳水类食物为主食，发展出了精彩纷呈的碳水主食文化。而在欧美及非洲地区，常以肉类、乳制品、豆类等食物为核心能量来源。中式主食打破了这种“主食文化差异”，让外国人感受到了农耕大国的碳水魅力。

### ■春卷

**流行地区:** 西方国家、日韩及东南亚国家

说到“出海”最成功的中餐，春卷被大家低估了。春卷是我国分布地区最广的传统小吃之一，各地做法大致相同：由薄面皮卷上馅料，或即食，或油炸后再食用。

春卷在欧美的中餐馆、外卖店都很流行，与当地饮食融合后产生了一些本地化特色，通常比亚洲的更大，馅料也更符合当地人口味。而在越南、菲律宾、新加坡等地，都有类似春卷的本地特色小吃。

### ■炒饭&炒面

**流行地区:** 北美国家、东南亚国家及秘鲁

若说哪种烹饪方式最能代表中国，那一定是炒，让外国人见识了“锅气”的魅力。

在秘鲁，有华裔血统的人口约占总人口的10%。在长期的生活中，中华文化与秘鲁文化相融合，创造出了独具秘鲁特色的中餐，炒饭和炒面就发展成了秘鲁的国民级美食。

### ■包子

**流行地区:** 西方国家、日韩及东南亚国家

饺子和云吞在外国人的中餐食谱中一直占有一席之地，但包子近年来掀起了新的热潮。在北美和西欧，小笼包是新晋中餐顶流；在日本便利店，猪肉馅等口味的“中华馒头”十分常见……

最近，在国外超火的拆包子盲盒视频，让包子在外国人中的知名度更大。

## 麻辣口味 最具挑战的口味，却最让人着迷

中餐的一大特点就是味型丰富、层次感强，这其中对外国人而言最具挑战的，大概就是麻辣味。但依旧有麻辣菜肴，凭借其“惊世骇俗”的美味，征服了怕麻怕辣的外国人。

### ■麻婆豆腐

**流行地区:** 北美国家及日本、澳大利亚

麻婆豆腐，以麻、辣、烫、嫩的口味稳坐川菜招牌菜之位，如今也是流行于各国的四川“代言人”。

论对麻婆豆腐最痴迷的，还要数日本人。上世纪50年代，麻婆豆腐就传到了日本。2024年，日本一知名网站开展了一项针对“最受日本人欢迎的中餐”调查，“麻婆豆腐”以48.6%的高人气值，荣登榜首！

### ■麻辣烫

**流行地区:** 日韩、西方国家

相较于麻婆豆腐，麻辣烫要柔和得多，并且出海后在“重口味”程度上大打折扣，更易被各地人接受。

麻辣烫出海后最大的吸引力是，不少喜爱减脂餐的外国人将其视为“热版沙拉”。另外，外国食客将其视作“一个人的火锅”，恰好符合他们“一人一份”的饮食习惯。

此外，与麻辣烫有着“血缘关系”的火锅和麻辣香锅也越来越受到外国人的喜爱。

有趣的是，辣椒在明末才进入中国，却在“吃商”极高的中国人手里演化出各种美食，如今在海外成为中华美食的一道味蕾标记。

## 甜口菜肴 外国人的味蕾舒适区

麻辣口味的食物对外国人来说有挑战，但甜口菜肴可是他们的舒适区。因此，甜口菜肴在国外有着更广的受众。

### ■宫保鸡丁

**流行地区:** 西方国家

宫保鸡丁有多受外国人喜爱？这可是一道被记入英语词典的川菜。“Kung Pao Chicken”在美剧中被频频提到，可见其在美国的国民认知度之高。原因就是鸡肉是美国第一大肉类消费品。

在外国经营中餐馆的中国人，因地制宜，让

宫保鸡丁的“糊辣荔枝味”更偏酸甜，正对当地人的胃口，奠定了这道菜的江湖地位。

### ■咕咾肉

**流行地区:** 西方国家、东南亚国家及日本

这道广东传统名菜本就是针对外国人发明出来的：18世纪广州十三行通商时期，因外商不喜欢吐骨头，糖醋排骨演变成了咕咾肉。

在西方国家，它是中餐的代名词之一，在英国是中餐外卖常见菜品；在日本，它演变为“酢豚”，直接用醋来提供酸味，更像是咕咾肉与糖醋排骨的混合体。

据《中国国家地理》



秘鲁炒饭



咕咾肉



麻婆豆腐

# 来看看哪一道中国菜让世界着迷

## “奔县游”发现不一样的精彩

**本报综合消息** 这个暑假，辽宁的李先生带着孩子来到浙江德清莫干山。白天他们溯溪而行，听山泉叮咚；入夜之后，看林间萤火虫点点闪烁，宛如星河洒落山林，孩子追逐微光，欢声笑语回荡林间。李先生感慨：“这种野趣，在城里花多少钱都买不到。”

和李先生一样，这个暑假，把旅行目的地定在县城的游客不在少数。赴浙江安吉体味采茶之趣，往内蒙古阿尔山享受山林清凉，到安徽歙县探访徽州古城……游客们走进一个个烟火氤氲的县城，于山野街巷之间，发现一个别样精彩的中国。

旅游消费观念的多样化，是“奔县游”走红的内在动因。不赶行程、不追热度，沉下心来感受一方水土，越来越多游客青睐鲜活的在地体验。

交通的便利和配套设施的完善，让“奔县游”从向往变成现实。早些年，不少藏着好山好水的县城，困于路途遥远、交通不便，去一趟费时费力。如今，全国约90%县级行政中心可实现30分钟上高速，50万人口以上城市高铁覆盖率达97%，密如蛛网的公路，把古村落、山野风光串联起来。路通了，阻隔就少了；配套完善了，出行体验就上去了。

近日，商务部等9部门联合推出18条举措，进一步激发下沉市场活力，活跃县域消费。“奔县游”能够持续出圈，就在于各地立足本土禀赋，不断优化文旅供给，挖掘县域消费潜力。一座县城被看见，或许始于一处风景、一道风味，但真正直抵人心的，是烟火人间，是实实在在的发展温度。

## 告别“特种兵式”打卡 年轻人爱上“慢充旅行”

**本报综合消息** 这个夏天，旅行的“打开方式”变了。前几年，“特种兵式”旅游以高强度打卡、高密度赶路为特征，用遍地景点打卡照定义旅行。而这个夏天，主打松弛治愈、深度体验的“慢充旅行”强势出圈。

所谓“慢充旅行”，是以低节奏、长停留、重体验、轻目标为核心特征，像无线慢充一样，在松弛的在地生活中为紧绷的情绪、透支的身心补充精神能量。游客在山野古村、滨海小城，在晨起的烟火、傍晚的晚风中，给自己疲惫的身心充电回血。“慢充旅行”为何成为新潮流？这场出游新风潮又会带来哪些新变化？

在四川从事定制旅游行业的导游徐妙琳，见证了大众旅游方式的蜕变，也读懂了游客心灵需求与精神追求的升级。过去5年，游客的开场白往往是：“5天能把九寨沟、黄龙、峨眉山、都江堰全走完吗？”行程排得越满，客人越觉得“值”。而如今，对话变成了“不用早起赶路，轻松一点就好”“想静下心来感受当地的烟火生活，不用赶行程”。

旅行博主谭诗梦对此也深有体会。过去几年，她的足迹遍及海南、新疆、湖北等地，从“city walk（城市漫步）”到盲盒旅行，谭诗梦总结自己的旅行心得：“睡到自然醒，逛老街、品小吃，旅行的意义在于舒缓情绪、安顿心灵，实现精神的休憩与成长。”

携程平台公布的最新数据也印证了这一消费迭代趋势：今年暑期全国1天-3天短途急迫打卡出游人次占比大幅下降，4天及以上深度慢游人次显著攀升；不赶景点、不购门票、主打沉浸式休闲的游客占比从23%跃升至41%。

业内人士指出，“慢充旅行”的走红，不仅是旅游消费模式的迭代升级，更折射出大众回归生活本真、追求精神滋养、向往品质生活的美好诉求。年轻人旅行的重心正从“看风景”转向“找自己”，从“证明自己去过”到“享受当下的体验”。