



窗 口

台灣不僅應該定位為「認識中華料理的窗口」，甚至還可以挑戰台灣沒做成的「亞洲金融中心」，讓台灣成為「中華料理研發暨推廣中心」呢。

牆上掛著「緊事寬辦、喫飯優先」，顯示台灣人對於飲食的重視

文圖／徐仲

「你」說台灣是美食之島，台灣的食物肯定很精采，不知道是哪個國際機構或組織喊出這個口號的？」我的美國好友查爾斯（Charles）在Skype上問著。

查爾斯爲了到台灣看我，正努力搜集各種台灣的美食資訊，生在台灣、長在台灣的我，自然成了他的活字典；然而，這個簡單的問題，卻讓我自動進入搔頭模式。

「呃……，我自己喊爽的不行嗎？你到了台灣，自然就知道我爲何稱台灣爲美食之島囉！」我嘴上理直氣壯地回答，內心卻有些底氣不足。

相對於日本、法國、義大利等以美食聞名的國家，台灣美食的吸引力似乎弱了一些，好吧，是弱了很多很多。這一點，從我身邊朋友對於美食觀光的想法，就能瞧出一些端倪。

如何定位

我認識不少對食物狂熱的朋友，他們旅行的動機只有「吃」這碼子事。比如自台灣飛到日本停留一天，只爲了想吃國寶級大師小野二郎捏的壽司；爲了吃西班牙的分子廚藝餐廳「El Bulli」，二年前就開始預約排隊；到巴黎旅遊，只爲了想品嚐米其林餐廳的星

級滋味。然而，在我的國際友人中，僅僅爲了「吃」這個理由想來台灣的…，到目前我還沒遇見過呢！

雖然我承認「台灣是美食之島」這句話有點自爽的意味，但這並不代表台灣的食物不值得國際人士專程前來。相反地，在歐洲旅居一段日子後，我反而認爲台灣的食物精采極了，絕對值得觀光客特地前來品嚐；只不過，就我目前找得到的資訊來看，似乎台灣在推廣「飲食文化觀光」時，少了個說法。

想誘引其他國家對吃有興趣的觀光客前來，僅僅強調自己的食物「好吃」、「好好吃」等做法太淺薄了，必須要發展一套有深度的



到眷村區走一走，許多濃厚中國味道的食品四處可見



如果僅以小吃做為觀光推手，能夠拉高觀光客的檔次嗎？



神仙鴨鍋

飲食文化觀點，尋求與國際接軌的介紹法及語彙。觀光是一種賺取外匯的機制，要如何發展？發展的方向為何？如何讓觀光有持久及永續性？這就取決於我們如何定位「美食之島」。

該如何定位「美食之島」呢？這樣的想法，在我腦海中盤旋了一陣子。在諸多想法纏雜不清、找不到頭緒下，我再次打電話給查爾斯，希望聽聽他印象中的台灣美食。

「台灣食物有什麼特色？我記得在電視上看過臭豆腐、珍珠奶茶…。嗯，想起來了，夜市就是台灣飲食的特色，對吧！」查爾斯說。

「誰、誰、誰說台灣飲食的特色只有夜市小吃？」我一臉悲憤，天曉得我這些老外朋友都看些什麼資料，台灣擁有這麼多元的飲食文化，他竟然只對夜市小吃有印象！

當然了，這並不表示我討厭台灣的夜市文化，只是站在「定位美食之島」的立場，我認為夜市文化只能代表某項特色，不應該是讓人印象深刻的主軸。理由有兩點：

第一，發展國際觀光要先鎖定對應市場，若只是以夜市小吃為號召，那就免不了和「低價及多元性」扯上關係，這樣一來，

台灣的競爭對手就要考慮周遭國家如泰國或馬來西亞，這些國家的小吃，知名度不僅不比台灣差，價位更是迷人呢。

第二、夜市的特色就在於高度變動的多元化，想將之簡化為有文化深度的觀光語言，難度非常高。但是話說回來，相對於法國以米其林評鑑經營高價美食市場、日本以精緻飲食經營東方美食市場，台灣難道無法找出一個有號召力的定位嗎？

菜系起源

「說的也是啦，反正都是飛上10幾個小時，要吃便宜的小吃，我寧可選泰國、越南等國家；要了解亞洲飲食的國際化，我會選香港；要品嚐中國菜，我會選擇上海或北京；要知道禪風和食，當然選日本。如果單單要拜訪台灣，還真的想不出她的飲食特色呢！」查爾斯聽了我的觀點後，非常沒義氣地起鬨。

對於查爾斯這種找人鬥嘴鼓的言論，我只能以說溜口的方式表示，讓沒有飲食特色的美國人來談論亞洲的飲食文化，這件事情本身就很好笑。

「誰、誰、誰說美國人不懂得吃？有研究的人都知道，我們的菜系可多了，比如具有亞洲特色的加州菜（Asian Fusion Cuisine）、有墨西哥特色的德州菜（TexMex Cuisine）、有法國及西班牙特色的路易斯安那菜（Louisiana Cuisine）、東部的英格蘭菜（New England Cuisine）及紐約菜（New York Cuisine），我們的菜系就代表了我們的移民史，這可以是有很大深度的文化融合探討哩。反倒是你們的台灣菜系和中華菜系有什麼不同，這才讓人搞不清楚吧！」查爾斯一邊為自己的品味辯解，一邊狠狠地反擊。就查爾斯的想法，如果台灣飲食和中華飲食的區隔度不高，那麼要如何說服他不去中國，而選擇到台灣呢？

「嘖，台灣菜系和中華菜系的不同呀…。」被他這麼一問，我還真的愣了一下，掰著手指將我心中的台灣菜系算了算，比如原住民菜系、客家菜系、閩南菜系…。突然間，他剛剛說的「移民史」、「深度文化融合」等字句，讓我的內心浮起一個想法：

「為何不將台灣定位為『認識中華料理的窗口』呢？」

近幾年來，世界吹起了一股中國熱。我有許多歐洲朋友對於自家小鎮的中國餐館已經不再滿足（雖然我從不認為那是中國菜）。在我和他們通信時，有些人向我要食譜，有些人開始探究菜系起源，可以這樣說：從現在開始，想研究中華料理的人只會愈來愈多，但這些人該從何處著手呢？

中國畢竟太大、太大了，就算以飛機代步，光是到八大菜系的起源地走一圈，機票費就可以讓許多觀光客翻白眼。除了學者或廚師之流的訪客可能花上數年待在中國，一般觀光客想在短時間之內，以輕鬆的度假心情體會各式中華料理，那台灣肯定是個好選擇！我甚至覺得，台灣不僅應該定位為「認識中華料理的窗口」，甚至將來還可以挑戰台灣沒做成的「亞洲金融中心」，讓台灣成為「中華料理研發暨推廣中心」呢。

台灣特質

就我來看，台灣有三個吸引人的特質。

第一，台灣是最具「移民」故事的美食之島。推展「飲食文化觀光」絕對不是辦

幾場展覽或是推薦幾家好吃的餐廳，就能讓國外旅客願意持續前來台灣消費，「飲食文化觀光」應該是一種「有系統地分享」，例如京都的寺廟、豆腐、當地文史，例如巴黎的生活態度、法國傳統食材、米其林評鑑的行銷手段等。

「移民」是進入21世紀地球村的必然現象，台灣正巧可以打著「移民」這塊招牌，從飲食來說明五個世紀移民的故事。舉例來說，觀光客到台灣的第一餐，可以安排一頓眷村菜饗宴，由國共內戰開始講述眷村菜的來由，接下來的數天，可以橫掃中華料理的八大菜系，以簡單且合乎邏輯的方式介紹，將台灣是「認識中華料理窗口」的印象推展出去。

第二，台灣的農產品不僅和中華料理息

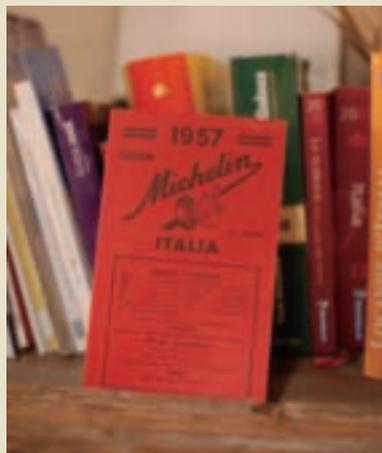
息相關，且在品質上已經有了良好的口碑。農產品有品質，只是推展觀光的根本，重點是台灣的食材生產者能否以外文進行「有效益」的自我介紹，例如品種的選取、河川山脈造成的環境影響、歷史傳承的文化故事、製作過程的理化反應、執行者的經營理念等，讓對「飲食」有興趣的國外觀光客，留下專業且深刻的在地印象。

第三，台灣是最適合體會「由產地到餐桌」精神的美食之島。原因無他，因為台灣是個「小島」，加上有著高速鐵路，許多在別的國家要數天的行程，我們一天便夠了。舉例來說，當遇到對醬油有興趣的觀光客，在一天內，可以先帶他們到南投縣水里鄉看陶缸如何捏製，再到西螺鎮參觀傳統醬油如何釀製，最後回到台北，品嚐以醬油煎煮炒炸的各種菜餚。運用這樣的方式，以中華料理為火車頭，在短時間內，體會食材生產者、餐飲業者與台灣文化的關係，主要的目的只有一個，就是要讓國際旅客想到中華料理時，就會聯想到台灣。

想到這裡，內心雀躍不已，忍不住想找群國際觀光客到台灣來體驗體

驗，看看我為台灣定位的「美食之島」是否合理。這時，我想起我的母校——義大利的美食科技大學（University of Gastronomic Science），這間學校的戶外教學讓我印象深刻極了！校方將學生送到有意願配合的國家進行飲食文化旅行，並請這些國家的慢食組織或是相關協會，聘請研究當地飲食文化的教授，隨著行程安排有系統的教學課程，讓學生在短時間內，能夠以「產地到餐桌」的精神來了解這些國家或地區的飲食特色。

我打電話給當時的同學艾咪（Amy），她在畢業之後便留在學校當助理。當電話那頭傳來熟悉的聲音後，我悠悠地講著：「有興趣讓咱的學弟妹到台灣進行飲食文化研究嗎？台灣可是著名的美食之島，是認識中華料理的最佳窗口喔！」



明確的菜系和有公信力的評鑑，是招攬國際食客最具說服力的武器

