

《吃的大冒险》

图书基本信息

书名：《吃的大冒险》

13位ISBN编号：9787108030900

10位ISBN编号：710803090X

出版时间：2009-04

出版社：生活·读书·新知三联书店

作者：[美]罗布·沃尔什

页数：259

译者：薛绚

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《吃的大冒险》

前言

我从来都是借食物体验事情。我外祖母的出生地是介于斯洛伐克和波兰之间的喀尔巴阡山脉地区。她的英语说得不错，但是用糕点挥洒可比说起英语来得自在。她是慈爱的人，但是要借烹饪表露这份慈爱。以前她来我们家做客的时候，我们给她预备一包25磅（11公斤半）的面粉，她就把整个探亲假期耗在厨房里。我一放学回家就闻到阵阵东欧菜香。当晚晚餐就可吃到一块厚厚的“帕嘎奇”，即泡菜火腿馅的烤饼，另外还有刚出炉的甜味栗子馅的酥皮卷当作饭后甜点。外婆从不和我们提她的故乡，我却觉得我们6个兄弟和那个老家亲近极了。我母亲遗传了外婆表达亲情的手艺，也继承了外婆的全套东欧私房食谱。但是，我母亲是受美国同化的第二代移民，她是不受斯拉夫风味局限的。她会剪下杂志上的美食新点子照着做，也会实验从市郊小区左邻右舍打听来的家常菜单。鲑鱼锅面、美式蘑菇奶油汤以及葡萄酒烧牛肉、鸡肉扁豆糕、饟料猪肉等创意欧式美食，都是我们家餐桌上常有的（不过不及泡菜出现的频率高）。我父亲从朝鲜战争中退伍的那年我才2岁。他一退伍马上就投入餐饮业。在我成长的年代里，他一直在通用食品公司（General Foods Corporation）的餐馆及学校的业务部工作，外卖是他的职务的一部分。如果他出差的时候带着我，我就跟着他到处吃馆子。他本籍爱尔兰，家乡菜不外乎大块肉与马铃薯，但是他以多年与主厨共事所得的美食知识感到自豪。大约是我要进大学的那个时候，他顺理成章转入加洛兄弟酿酒厂（Gallo Brothers）工作。这家公司虽然不以高档酒品闻名于世，我父亲的职位却要求他恶补了一番酿酒葡萄栽培法和酿酒学的课程。每当我们父子对饮之时，他的品酒经总是滔滔不绝。

《吃的大冒险》

内容概要

作者被誉为饮食界的“印第安纳·琼斯”，他周游世界探索千奇百怪的美食，发掘久已失传的食谱。然而，他不是为了口腹之欲而吃，而是藉着探索美食来体验生命，通过吃来品尝这个世界的文化、历史，以及情感。作者发现，怪异的食物本身未必有趣，一定得是有趣的人吃了它，或是某人为了有趣的原因吃了它，它才有趣。在身经百战之后，作者觉得，还是“最简朴的食物能挑动最深的体验”。

《吃的大冒险》

作者简介

罗布·沃尔什（Robb Walsh），饮食界的诺贝尔奖——詹姆斯·比尔德美食大奖（James Beard Award）二度得主，《休斯敦周报》（Houston Press）的餐馆评论专栏作家，不时在美国国家公共广播电台（NPR）的周末版（Weekend Edition）担任讲评，曾任《自然史》（Natura/History）

《吃的大冒险》

书籍目录

致谢自序第一卷 馋人大追踪 搜猎辣酱 特立尼达之夜 终极咖啡 卡布里多大王 古早味 野中之野第二卷 他吃的那个我也要 臭水果 天国的滋味 仙人之果 玫瑰本色 摩根特爱鲜味红藻 奶酪新主张 化腐朽为神奇 饕客不怕死第三卷 乡土原味 狱中再尝乡土味 夏日烟云 乡土炸牛排 话说克里奥尔 解读测验食的民间艺术 神爱吃的食物 行家吃蟹 炸鸡文化第四卷 欧洲人的怪癖 乳酪的战争 终极泡菜 世界第一 鸡之王 寻找松露第五卷 市郊的印第安纳·琼斯 休斯敦尝鲜 正宗之味 珍奇“洛若可” 吃贝果活受罪 “速冲”新主张 当杰弗里遇到塞尔玛 越南的记忆第六卷 斯人而有斯食也 一模两样 比辣决战 亡灵面包 普世的比萨真理 我的罗塞尼亚之歌

章节摘录

插图：第一卷 馋人大追踪 狩猎辣酱 这栋小房子看来像是就要从悬崖上滑下，掉进下头的香蕉树丛和香料药草园圃里。我敲了门，迎接我的是收音机播送的雷盖音乐（编注：一种牙买加流行音乐），同时还有几个大嗓门的讲话声音。“请进，”有一个人终于压过这些喧嚷对我说，“门没关！”屋内的几位女士围坐在一张厨房的桌子旁，正在笑着清理香药草。从她们身后的窗子望出去，是特立尼达（Trinidad）的帕拉敏丘陵（Paramin Hills）上满覆陡坡的一片片绿园圃。屋内沿着墙边堆着的，是我千里跋涉来找的宝贝：一箱箱的“正宗帕拉敏辣椒酱”。希拉里·布瓦松（Hillary Boisson）是这个“帕拉敏妇女团”的非正式领导人。她打量着我穿的T恤，想要弄明白这么一个晒伤了的大个子美国人跑到她们姊妹淘的厨房来干什么。我的T恤上印着“奥斯汀第四届年度辣酱比赛”，我就是因为担任这个比赛的主审，才有了与加勒比海风味辣酱的第一次邂逅。几年来，这个比赛已经跻身全世界同类比赛规模最大之列，每年都有300多种辣酱参赛。过去几年，加勒比海式辣酱一直出尽风头。它们不像墨西哥式辣酱是用哈拉佩诺辣椒（jalapeño）、西红柿、洋葱、大蒜等调制，而是用苏格兰帽椒、木瓜、芒果、菠萝的各式不同组合，加上现采的香药草、姜、多香果（allspice）、芥末之类调味。可口至极。当我爱上加勒比海式辣酱，就开始去超级市场里搜寻，结果发现样式并不多。最有异国风味的几种，例如“龙吐气”（Dragon's Breath）、“天启辣酱”（Apocalyptic Hot Sauce）、“巫毒大辣”（Voodoo Jerk Slather），都是产量少的，要透过辣椒迷的圈内刊物《辣椒杂志》和《愈辣愈妙》（Mo Hotta Mo Betta）的邮购目录来买。我辈之中最抢手的加勒比海辣酱，却都是产量微乎其微的。所以我打定了主意，既然那些辣酱不能送上门来，我就亲自出马去找。我踏上加勒比海逐岛狩猎已有三个星期了，为了找这一处蔬果调味辣酱小工厂，我搭了气喘吁吁的卡车爬上这近乎垂直的陡坡地，一路上全是吓人的急转弯。这些惊险却是值得的。“帕拉敏妇女团的集会已经有26年历史了，”团员之一的韦罗妮卡·罗马尼（Veronica Romany）对我说，“我们以前一起做手工艺品：编篮子、打钩针什么的。因为我们种出来的香药草和辣椒是全帕拉敏最好的，所以这几年我们都在做辣椒酱。”我当场买了一瓶正宗帕拉敏辣椒酱，并且立刻打开，用小指头蘸起一点来尝味道，妇女团的人为之大乐。这个辣酱有别于其他瓶装辣酱的味道，但是我尝不出那是什么辛香药草调成的。“是幽灵本尼啦。”韦罗妮卡笑道。“幽灵本尼？”我听得呆住了。“看，就是这个。”她带我走到一个装着深绿色药草的桶子前。我低头往桶子里一嗅，那气味烈得让人感到像是被迎面打了一巴掌。幽灵本尼原来就是拉丁美洲称为“库蓝特罗”（Culantro）的一种芫荽，在美国难得看见，气味比一般的芫荽要浓。因为味冠群伦，特立尼达菜系之中口味重的菜式都要用它来提味。而特立尼达“大力椒”（Congo pepper）的剧烈辣味配上幽灵本尼正是相得益彰。大力椒和特立尼达产的另外两种辣椒——苏格兰帽椒（Scotch bonnet pepper）与哈瓦那椒（Habanero），是同一个种属（学名是Capsicum chinense），三种都是全世界最辣的辣椒。但是，虽然辣得人喉咙冒烟，却也是最可口的。这三种辣椒有水果的香醇，制作成辣酱带着杏、桃、香椽的味道，所以世人趋之若鹜。我问帕拉敏妇女团能不能把她们做的辣椒出口美国。她们说从来没这么做过，搞不大清楚需要什么手续。我环顾一下那间厨房便了解，只要一家超市的订单，就能把全世界的正宗帕拉敏辣椒酱消耗得一干二净。想买正宗帕拉敏的人，只能往辣酱行家的冰箱里去找。我希望我的冰箱里除了正宗帕拉敏之外，还有“维京火辣”（Virgin Fire）出品的非主流经典之作。“维京火辣”的老板鲍勃·肯尼迪（Bob Kennedy）推出的辣酱系列包括名叫“菠萝烫”（Pineapple Sizzle）的浓香甜味辣酱，以及名叫“龙吐气”的岩浆似的超辣辣酱。这些秘方的调配制作地点是在美属维京群岛之中的圣约翰岛（St. John）。肯尼迪带我去参观他的辣椒农场，我们坐着他的吉普车跑在颠簸的泥土路上，顺便游览岛上风光。他告诉我，圣约翰岛2/3的面积是国家公园，其余1/3住着以怪胎自许的人物。肯尼迪在途中一处海滩停下车，指着一辆停放的吉普车，叫我看车后的标语贴纸：圣约翰岛美属维京，岛上人人缺一根筋。肯尼迪住的双并式房子摇摇欲坠立于山坡顶，从那儿可以鸟瞰圣约翰岛和隔海相望的托尔托拉岛（Tortola）。他就在这儿的厨房里制作“维京火辣”的各式产品，一次做30加仑的量。经不起我要求，他交出一瓶越来越不容易买到手的“菠萝烫”。“今年的干旱把我们害惨了，”他怨道，“水不够用，到了必须用水车从圣托马斯岛（St. Thomas）运水过来的地步。”在缺水的维京群岛制作辣椒酱是很辛苦的。肯尼迪的园圃是一片伤心景象，雨水不足已经导致供应原料的辣椒树和果树枯死。若用水车运水灌溉，成本又太高。肯尼迪哀怨地说：“我们供应不了订单的货量，所以只好从《愈辣愈妙》的邮购目录撤出来了。”他不想离开圣约翰岛，但是他已经决定结束这儿的事业，到波多黎各重起炉灶，因为那儿能有源源不断的辣椒原料，还有

《吃的大冒险》

一家装瓶工厂。他预测自己很快就能对所有的“菠萝烫”与“龙吐气”的爱好者有求必应了。在一湾之隔的圣托马斯岛上，理查德·雷埃（Richard Reiher）的“维京群岛药草辣椒公司”也遭遇同样的困境。不过雷埃有办法搜刮到够用的辣椒量。人口比圣约翰岛略多的圣托马斯岛上有风景优美的“法国城”，在这儿最老资格的酒吧“诺曼底吧”里，雷埃与我同享冰啤酒时，递给我一瓶他的销路最旺的产品“天启辣酱”。我正要开盖子试吃，就被他制止了。他说，天启辣酱是辣到发疯的东西，是纯辣椒加醋的烹饪圣品，不宜直接蘸了往嘴里送。不过他有另两种产品极宜直接蘸来吃，一是辣得过瘾的“辣味姜酱”，另一个是味道近似特辣级印度咖喱的“咖喱蒜辣酱”。这两种也是可遇而不可求的，所以我欣然各取几瓶塞进衣裤口袋里。雷埃除药草辣椒公司以外，在圣托马斯岛上还有两个专制辣酱的小作坊——“热浪”（Heat Wave）和“威利大叔”（Uncle Willie's），顾客是每天都在夏洛特阿马利亚（Charlotte Amalie）靠港的游船观光客，销路相当稳定。不过，按雷埃所言，真正上好的辣椒酱不在圣托马斯岛。“供水最足的几个岛出产的辣椒最好。上好的在海地、特立尼达、牙买加以及多米尼加。”有人说，假如哥伦布重游西印度群岛诸地，他能认出来的地方只剩多米尼加，其他地方全都变了。多米尼加是小安的列斯群岛（Lesser Antilles）之一，位于法语系的瓜德罗普（Guadeloupe）和小马提尼克（Martinique）二岛之间，因景观未遭破坏而享有自然之岛的美名，但常有人把它与海地的邻邦——多米尼加共和国——搞混了。在多米尼加是看不到观光客的。外地来游玩的人非常少，其中那些热爱大自然的背包族几乎一律是一抵达多米尼加就消失在大片无人开发过的雨林之中。岛上的365条河形成许多壮观的瀑布，有些还是在最近的飓风把浓密的树林刮倒之后才被人发现的。按理查德·雷埃所说，这些丰沛的水源使多米尼加非常适于种植作物，而辣椒正是岛上的主要农产品之一。这儿特产的一种辣椒叫作“皮门·彭打·马·杰克”。（Piment bonda ma jack，土语的意思是有关杰克先生尊臀的粗俗笑话。）这名称不雅的辣椒的长相和味道都很像特立尼达的大力椒。自1944年起，设在康福堡小村（Castle Comfort）里的贝罗氏公司（Parry W. Bello & Co. Ltd.）就开始收购多米尼加岛的大部分辣椒，并且制成加勒比海最畅销的辣椒酱品牌之一。整个加勒比海地区，几乎每个岛上都能买到“贝氏特级辣椒酱”——用子弹形状的瓶子装的橙色酸辣酱，味道有些像“塔巴斯科”辣酱（Tabasco），只是多了些水果醇味。贝氏辣酱更接近批量生产的那种营利商品的口味，略逊于我自己偏好的一类。所以我路过贝氏工厂去参观时，没抱太高的期望。贝氏公司少东费根（Michael Fagan）却为我导览了厂内其大无比的辣椒碾轧作业过程，采买主任阿多尼斯（Justin Adonis）又带我看了最近收购的一批辣椒。费根肤色略黑，鼻梁特挺，看来像有印第安人血统，其实是土生土长的纽约人，最近才回到多米尼加来负责公司业务。我和他对坐时品尝了贝氏的另一种辣酱，对贝氏产品的印象也有了180度的转变。贝氏因为和一家叫作“恩可”（Enco）的英国食品营销公司合作，成功开发一种美味的、浓稠的、有厚实感的、辣到极点的辣酱，原料包括辣椒、木瓜、洋葱、醋，以及其他香料，品牌叫作“西印度辣椒酱”，目前居英国辣酱畅销榜榜首。美国人很幸运，因为贝氏也用自己的招牌在美国营销这种辣酱，名称改为简明的“贝氏辣椒酱”。一经《愈辣愈妙》推介，这种浓稠、香醇、自然变陈、令人扁桃腺灼热的辣酱，已经在辣椒迷之中流传开来。贝氏的研发实验室里，品管主任菲利普（Allan Phillip）出示了一瓶刚研发成功的姜黄根与芥末配方的深黄色辣酱。费根希望以后能把它和别的辣酱产品都推入美国市场。贝氏公司不像一般小公司只能应付邮购几瓶的需求，他们能轻而易举一下子就运一整货柜的辣酱到你家门口。不过他们在美国市场上已经遭遇到一点竞争压力——对手竟然是一家炸鸡连锁店。特立尼达的皇家堡（Royal Castle）连锁店是以炸鸡闻名的，他们用来腌鸡肉当作料的“特立尼达哈瓦那辣椒酱”名气却更大。这种辣酱目前在美国的35个州均有出售，而且是好莱坞星球（Planet Hollywood）连锁餐馆的桌上调味料。（特立尼达并不通用“哈瓦那椒”这个西班牙名称，美国人却听惯了这个名字，所以许多辣酱业者用它泛指苏格兰帽椒、大力椒等同一种属的辣椒。）皇家堡的老板是在美国出生的玛丽·裴门特（Marie Peianenter），她深知美国有那么一股压抑着的异国辣酱需求。既然现有辣酱成品，她决定一试出口生意。有着美国口音和娴雅仪态的裴门特，不太像一位辣酱大亨。她的“特立尼达哈瓦那”——用大力椒和一些特立尼达特有的香药草配制成的绿色辣味作料——的订单却在逐月增长中。如今，辣椒和香药草等原料直接运到佛罗里达州的一家加工厂，再加入洋葱、大蒜、姜等配料，然后装瓶。特立尼达哈瓦那不像许多辣酱只知一味猛辣，而是能借新鲜药草香料把辛辣平衡得恰到好处。虽然是批量生产，仍能保持手工自制的风味。

《吃的大冒险》

编辑推荐

《吃的大冒险》的作者被誉为饮食界的“印第安纳·琼斯”，他周游世界探索千奇百怪的美食，发掘久已失传的食谱。然而，他不是为了口腹之欲而吃，而是藉着探索美食来体验生命，通过吃来品尝这个世界的文化、历史，以及情感。作者发现，怪异的食物未必有趣，一定得是有趣的人吃了它，或是某人为了有趣的原因吃了它，它才有趣。在身经百战之后，作者觉得，还是“最简朴的食物能挑动最深的体验”。

《吃的大冒险》

精彩短评

1、等飞机时该看什么书？它不能太沉重，拖着行李箱行进只会徒增不便；它不能太深奥，在嘈杂的喇叭声中文字怎么也钻不进脑袋；它不能太休闲，否则和一同候机的翻廉价时尚杂志的主妇们拉不开距离；它最好厚度适中、价格公道，尽管在机场是最舍得散银子买书的时候；它又要有趣味，在眼前匆忙来去的人群中遁入自己的一方天地。真幸运，在机场书店里乱七八糟的励志书中，我找到了《吃的大冒险》，伴我津津有味地从北京飞回了武汉。作者沃尔什的理念是，借探索美食来体验生命，借吃来探索世界文化、历史以及情感。他确实做到了，而且探索得饶有趣味、险乐迭迭。“陆与海/的味道/从这一道羹/你便能认识天国。”这是聂鲁达诗《康吉鳗羹之颂》的最后一句。这首在我看来有点无厘头的诗，指引沃尔什跑到南智利的小岛，和一艘捞蛤船出海。在智利这个海产天堂，渔人们依然用着些许原始的方式捕鱼。那些在餐馆中令人垂涎的珍馐，在渔人手上不过是惯常的午点。不要繁复的佐料，无需精致的瓷盘，洒点柠檬汁便能享受海鲜的生猛。所谓“世界顶级”的海鲜，最初也不过是渔人手中的战利品。渔人的古老文化源远流长而不衰，而他们打捞的东西，大概已经随着时代千万般演化升级了。这样单纯的洗礼，“真如脚下的柴油引擎的震颤一样实在。”蓝山咖啡世人皆仰之慕之欲得而品之，可蓝山咖啡的主人却颇受经济全球化的干扰，赌气放沉蓝山咖啡。特怀曼坐拥上万磅全世界最优质的蓝山陈味，却碍于牙买加咖啡协会的规定，连一盎司都不能卖。当我们受益于经济全球化以及全球性的产业链时，当我们自以为身处一地，花钱便能体味天下各种极品时，真该看看这些极品的故乡是否还安然无恙。Like Water for Chocolate中红玫瑰的魔力令人眼红，而事实上玫瑰并没有什么特殊的味道，甚至吃玫瑰约等于吃内吸性农药。吃玫瑰大抵是典型的吃感觉。套句烂俗的话说——她吃的不是玫瑰，是浪漫。事实上，无论吃什么，若无联系的情感与处境，饕餮或是垃圾真没什么太大不同。为什么东南亚人爱吃榴莲？这个问题被作者引申到一个更为世界兼容的问题：为什么许多文化都有少数几种腐臭的东西成为人们偏爱的美食？这些食物本身难闻不难吃，它们的色相是又臭又软又稀，与一种我们婴儿时代学习的要远离的某种东西类似。作者给的解释是人们爱寻求刺激。要我说，嗜吃这些玩意儿的人眼里根本看不到它们的外形，鼻子也干脆闻不到它们的臭味了。纵然人生初期的学习印象多深刻，后天也是可以在每位的感官诱惑下改变的——尽管改的时间可不少。关于形形色色的吃的真知奇谈，书中简直比比皆是。看来，一个美食专栏作家，不仅要有不错的味觉官能，化无形为有形的妙笔，最好还能有点不达目的不罢休的拼劲儿，对心理学人类学社会学之类的能白话那么一点儿。当然，最重要的还是把舍命尝美食视为己任。有料有趣又有味，打点行装时，别忘了把这本书塞进行李包：)

2、大冒险这个说法未免有些追求噱头了，特别是在国人眼中，还有什么能比得过中国食物的博大精深光怪陆离呢？不过看下去，还是不失为一本好书的。这里吸引我的，是那种寻求食物时的人生态度。另外译者的水平也值得赞叹。

3、评判一本美食书的好坏，最基本的标准是读者是否能被书中描述中的食物勾引去，然后产生强烈的饥饿感。Robb Walsh 不愧是James Beard Awards（饮食界的诺贝尔奖）二度得主，追寻美食的故事和文字很精彩。他最大的贡献是用灵魂介绍了美国南方饮食文化，虽然只是炸鸡和烤肉之类的食物。印象最深的故事是介绍Benny Wade Clewis 当地很出名的囚犯黑人厨师的故事《狱中再尝乡土味》，就餐的地点是得州的监狱。感谢作者能注意到正在消失的美国南方黑人烹饪。感动的一段文字：把最普通材料变成有个性的美味菜式，一向是南方黑人烹饪的特点。“黑人的灵魂菜之所以叫灵魂菜，是因为做菜的人只能将就着材料做，”本尼说，“凑不齐的材料就用自己的灵魂补上。”

4、美國人是不懂吃的。也不知道是誰說過這句話。他們說英國人吃炸魚排布丁，美國人吃漢堡包薯條。中國人覺得他們根本不懂得吃的藝術。我看本書推翻了這一論點。美國人不是不懂吃，這種指控明顯是種族歧視。是中國人瞧不上美英兩國吃的東西，茹毛飲血的飲食大漢族主義蒙蔽了我們的判斷。一方水土養一方人，我們不一定要喜愛吃漢堡，但一定要知道人家也不是每天吃漢堡包和炸魚排的。英國人統治過許多地方，介入到很多地區的政治，所以英國國內對自己涉足過的國家料理就比較時興，像中餐、中東、印度等料理在英國就很興盛。美國因為移民人多，飲食就多元，德、意、法、日、中、西班牙、墨西哥、韓、越各色，花樣之多口味之繁，那比中國八大菜系是複雜多精彩多了。當然，西洋的飲食文化和我們是各有千秋，這不妨礙我們去吃美國人愛吃的橄欖油，也不妨礙美國人愛吃我們的炒面。首先要讓自己換個腦袋思考，這年頭都全球化了，不能再固步自封，要把自己當成全球文化的一份子，要去接觸去包容和欣賞不同的文化。有些中國人可能很難真正愛上那些不油不咸

《吃的大冒险》

的食物，也不明白為何有些老外吃肉不喜歡看見骨頭，中國人很難理解為什麼你老外吃肉還駝鳥心態不敢面對自己吃的是動物屍骸這一事實。當然人家也很難明白為什麼你中國佬要吃那麼油膩的東西，為什麼一邊吃飯要一邊抽菸。這本書不會談到這些問題，這本書談到的是飲食文化淺薄又保守的美國人怎樣在過去這三十年間追求新的體驗，他們的口味是什麼，對什麼感到興奮，新鮮，又對什麼感到害怕。可能對吃狗肉吃穿山甲的中國人來說，這作者吃的東西都算是文明的可食性物質，但對美國人來說，這位作者已經算是吃的冒險家了。這書是台灣先出版的，后三聯才出。三聯的版本和本地化相當成功，比台版的設計要有情趣和典雅，譯筆的本地化也很成功。

5、这个美国大叔非常有意思，喜欢女人，喜欢辣椒，喜欢冒险；有意思的是他的书不引经据典，但是令我这个只在自助餐吃过大部分外国菜的家庭妇女居然能一字不漏得看了头三篇，犹如自己也尝过蓝山咖啡（虽然我从来不喝）大口啖过烤全羊。最不可思议的是，大叔把充满石油味的德州汉堡说的这么有个性，K, 真饿。可惜没带借书证，明天一定把这本书借回家慢慢看。翻译的语言很麻辣，喜欢这个译者，要是能翻译一下霍金的书就好了，哈哈。哪里可以借英文版的看看？

6、名字颇为耸动，封底广告语上也把书中唯一一笔带过的吃昆虫什么的着重放出来，其实都是坑爹。作者沃尔什最大的冒险也不过是去越南菜馆跟侨民探讨下越战的意义，然后吃个里面放在上上签的幸运春卷神马的。通常我不大爱看外国人写的美食书，除了翻译上的隔膜，最重要是他们写的那些吃的、调味品，很多是我们生活中接触不到的，隔膜又添一层。这书印象倒还不错，因为作者真正是个馋人，馋相跃然纸上，至少第一印象就好了。尤其是他到处追寻世上最好吃的辣椒酱那几篇，啊呀好想跟这位爷叔交个朋友啊！当笔友也成啊！我要向这位爷叔隆重推荐我们扶兰的小徐瓜瓜大冲辣椒酱！海南黄灯笼也不错，但瓶装的就太咸！还有《行家吃蟹》那篇，也深得我心。吃蟹就是要慢，要吮吸到每一个角落。就像友邦人士对我们的皮蛋持有不可理喻的偏见一样，我以前也一直以为蛮夷是只吃蟹盖不啃蟹钳的，所以傲慢与偏见哪儿都有，你们也不要愤愤不平了。除了遍尝高级昂贵的美食，比如据说是世界第一名厨的料理，他也跟自己女儿在社区内做炸鸡这种垃圾食物的试吃与排名，这是对食物的真爱啊各位亲！听说台湾KFC的吮指原味鸡就皮脆肉嫩，绝不是内地这种疲软风湿、外面死咸里面不入味的样子，我最了不起就是将来有机会去台湾自由行时先去KFC吃炸鸡啊！不过令我遗憾的是，这么一位对吃没有什么戒心很少成见的仁兄，书里还是几乎没有中国菜的影子。在很多西方人心中，高级的美食就是法国菜，要试试异国风情就尝尝南欧东西非神马的，很少有中国菜什么事。看到他写到的越南菜里也有幸运春卷，我就直叹气，为什么亚洲菜除了日本料理，都要搞这种自降身价的邪魔歪道？是哪个开了这样的恶头啊？

章节试读

1、《吃的大冒险》的笔记-第110页

“黑人的灵魂菜之所以叫灵魂菜，是因为做菜的人只能将就着材料做，”本尼说，“凑不齐的材料就用自己的灵魂补上。”

《吃的大冒险》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com