人民日报海外版
2020年6月10日 星期三
责编：贾平凡 邮箱：guojihwb@126.com

受疫情影响严重 谋突围共商发展

海外中餐业创新应变共克时艰

本报记者 贾平凡

共商中餐突围之道

法国巴黎时间5月17日下午3点，法国国际烹饪联合总会会长、巴黎国际大酒店董事总经理陈建斌准时守候在手机屏幕前，参加一场特殊的网络论坛——美国第三届中餐国际论坛。和陈建斌一样数着时差、一同守候在屏幕前的，还有来自中国、美国、英国、比利时、阿根廷、新加坡、加拿大、韩国等国的近500位中餐业业界代表。

“疫情之后的中餐业如何走出困境？如何加强世界餐饮业之间的交流与合作？中餐业如何和高科技接轨？”围绕着三大主题，参加论坛的代表畅所欲言。

“再冷的冬天总会过去，一起迎接明媚的春天。目前，中餐馆遇到的困难是暂时的，疫情过后，中餐馆会很快回复往日的繁荣。”参加完论坛，备受鼓舞的陈建斌在朋友圈分享感受、传递信心。

最近，这样的“云端”国际论坛多了起来。随着多国疫情防控形势逐渐向好，全球中餐业正积极为重新开门迎客做准备，但面临的挑战和问题十分严峻。

世界中餐业联合会会长杨柳介绍，新冠肺炎疫情在全球蔓延，海外中餐业遭受到前所未有的打击，特别是规模较大的中餐厅。现在，海外中餐业虽然正逐步复工复产，但受疫情影响，依然面临客流量大幅下降、原材料价格上涨以及租金、工资和税收等方面的巨大压力。

共克时艰，共谋未来。通过参与线上国际交流，全球中餐业从业者代表碰撞出不少新点子、商议出不少新路子。

在比利时首届海外中餐创新发展论坛上，比利时国际中餐业联合会会长杨丐镜建议，海外中餐馆应和中国的优秀企业进行全方位交流与合作、升级现有的经营模式，争取走出一条坚持做品牌化、本土化、科技化及市场化产品的可持续发展之路，同时灵活借鉴西餐中的流程化、标准化生产运营模式。

在美国第三届中餐国际论坛上，美国烹饪学院教授成蜀良表示，新冠肺炎疫情迫使人们改变了工作与生活的方式与习惯，人们习惯了网上叫外卖和购买食品。餐饮业人士必须重新思考，餐馆的经营方式也要随之改变。

将研讨成果付诸实践，有人已开始布局“先手棋”。6月6日，陈建斌刚入手了一家新餐厅。“准备做高端中餐，采用中餐西摆的方法，全部采取分餐制，研发无接触式套餐，让法国人更容易接受。”

严格落实防疫措施

“中华楼整理完毕，欢迎新老客户大驾，来的都是真爱。海鲜小炒家常菜，炖品大菜都齐备，包厢伺候！”5月27日，意大利“中华楼”中餐厅董事长何建锋在朋友圈做了一波重新开业的预热。配图中，干净整洁的餐厅环境令人眼前一亮，间隔适当的就餐桌椅让人格外安心，摆盘考究的各色小炒引人垂涎欲滴。6月3日，这家曾因疫情暂停营业近3个月的中餐厅正式开门迎客。

虽然“中华楼”重新开张很顺利，但何建锋对疫情防控丝毫不敢掉以轻心。“我们严格遵守意大利政府相关的防疫规定。”何建锋介绍，客人在餐厅就餐必须严格保持规定距离；餐厅员工必须全部带好口罩和手套；餐厅整齐摆放了口罩、手套、洗手液和酒精等防护物品，免费提供给有需要的客人；客人不用菜单点菜，而是用手机扫餐桌上的二维码点餐；我们还把部分推荐菜菜名临时写在黑板上供客人选择。

不仅堂食服务的防疫措施到位，何建锋也格外重视外卖服务。“送出去的菜品，全部用保鲜膜包装好。送餐人员随身携带一瓶酒精，将外卖递送给客人前，需要当着客人的面，在外包装上喷好酒精。我们鼓励无接触送餐。”何建锋说。

这样的防疫“操作”并非意大利独有。挪威中国和平统一促进会会长、福莱德公司董事长马列在挪威从事中餐业整30年。据他观察，重新开业的挪威中餐厅虽然客流量大不如从前，但执行防疫措施一丝不苟，同时外卖配送业务增加了不少。

此外，疫情正在倒逼全球餐饮行业转变发展理念、提高服务质量。2月18日，世界中餐业联合会面向全球中餐业经营者和中餐消费者发布《培养健康饮食习惯、共创中华餐桌文明倡议书》。倡议书对中餐企业提出明确要求：各餐饮企业应根据自身业态和经营情况的不同，进一步强化食品安全意识，自觉树立健康服务理念，在本企业积极引导消费者实行分餐制、公筷制或双筷制，配套设置相应的设施条件，制定相应的服务规范。

“每个国家都有自己的疫情防控方式和经济发展潜力。海外中餐从业者只要根据政府部门的要求，做好卫生防范措施，坚持到底，相信中餐一定会深受各国民众欢迎的。”陈建斌说。

侨界关注

比利时时间6月4日，比利时首届海外中餐创新发展论坛以网络视频方式举行，主题为“创新应变，共克时艰”。该论坛由中国驻比利时大使馆和比利时华侨华人社团联盟共同举办。国内侨务部门负责人、海内外中餐业经营者、华人公共医学专家、律师和会计师齐聚线上，围绕新冠肺炎疫情对餐饮业的影响及对策、疫情防控常态化下如何创新发展等议题研讨交流。

随着多国疫情趋缓，经历风雨的海外中餐业有望迎来复苏。作为海外中餐业经营主体，遍布五大洲的中餐业华商在做好疫情防控的同时，积极和海内外多方协调，“云端”连线，共享经营心得，共商突围之道，共谋发展大计。

图为美国第三届中餐国际论坛视频截图。（来源：中新网）

坚持传播中餐文化

鲫鱼清汤、田鱼干炒粉干、南肉春笋、杭州卤鸭、钱江肉丝、东坡肉……自4月14日起，浙江省侨联的官方微信公众号“守望相助·侨浙有爱”栏目，连续推出制作精良的“舌尖上的家乡味‘药食同源·食疗防疫’系列菜品教学视频”，将中餐美食与中医中药结合，助力居家“闭关”的海外侨胞共同防疫。截至6月8日，教学视频共推出41集，深受海外侨胞喜爱。

传承和传播中餐文化也在侨胞的日常生活中润物细无声地进行着。作为精研“杭帮菜”大半辈子的国家高级烹饪技师，马列最近乐此不疲地教10岁的双胞胎孙子做中国菜：外酥里糯的南瓜饼上撒上一层芝麻粒，整齐叠放在中式餐盘中，四周点缀4朵用黄瓜雕刻的精美“花朵”，味道和卖相俱佳；打蛋、洗菜、切丁、掂锅小炒，一盘扬州炒饭做得有模有样。在马列的悉心指导下，小哥俩沉浸在自己动手做中餐的快乐中。更令马列感到高兴的是：“孩子们要把这些食物带到学校和同学们一起品尝，还会在课堂上分享中国美食的故事。”

在海外，热爱中餐的不只是侨胞。“挪威首都奥斯陆的中餐厅恢复营业后，一些当地人又陆续到中餐厅吃饭。”马列介绍，挪威人对中餐的接受度较高。多年来，挪威的中餐厅里都会播放制作中国美食的视频，当地人到中餐厅吃饭也会顺道了解中国的美食文化。潜移默化中，中餐文化逐渐在当地深入人心。

“中餐是中国文化的重要载体之一，在传播中国文化、讲述中国故事、增进国际友谊等方面发挥着独特作用。广大海外中餐业者是中国烹饪技艺的推广者、中国饮食文化的宣传者和国际友谊的传递者。”杨柳表示，随着国内品牌中餐企业“走出去”和海外中餐业的发展，海外侨胞将在推广中餐和中餐文化方面发挥更大的、更积极的作用。

未来如何让中餐和中餐文化更好地走向世界？杨柳认为，应着力树立中餐健康、卫生、营养的正面形象；加强对食材、出品的质量管理；要有推广中华优秀饮食文化的文化自信和文化自觉；加强海内外交流与合作，将国内中餐发展的新成果推广到海外；坚持创新发展，不仅要创新烹饪技术，也要创新管理方式、商业模式等；走品牌化的发展道路。

海外中餐业拨云见日会有时

二记

今年春天以来，新冠肺炎疫情重创全球餐饮业，海外中餐业也不例外。当下，不少海外中餐厅仍处于闭门歇业的状态。随着全球疫情趋缓，一些海外中餐厅虽然重新恢复营业，但受各国防疫政策规定和消费需求锐减的影响，经营状况依然不容乐观。

作为海外中餐厅的经营主体，遍布世界各国的中餐业从业者一直在积极想办法、找出路。加强餐厅防疫措施、采用“分餐制”“公筷制”等就餐方式、扩大外卖配送业务……很多中餐业从业者仍在坚守。大疫当前，是什么力量支撑着海外中餐从业者？

生存有动力。餐饮业一直是华侨华人在海外从事的传统行业。在海外，一代又一代华商靠着“三把刀”——菜刀、剪刀和剃刀白手起家。用菜刀在餐饮业打拼出一片天的华商不计其数。疫情之前，全球大约有70万家中餐厅。大大小小的中餐厅遍布世界各国，是不少华侨华人海外谋生的重要手段。而且对很多中餐业从业者而言，经营中餐不仅是一种谋生手段，也是一份精神寄托。虽然疫情汹涌，但不少经营者不愿丢弃老本行。

中餐有魅力。中华美食源远流长、丰富多样：八大菜系各具特色，风味小吃多如牛毛。伴随华侨华人不断走向世界的脚步，越来越多的中餐厅在海外落地生根。在中餐厨师的精心烹饪下，一道道色香味俱全的中国菜肴，不仅慰藉了海外侨胞的乡愁，也俘获了不少当地民众的胃和心。以食会友，舌尖上的共鸣让中外民众的心贴得更近了。中国菜肴蕴含着中国文化密码：“就地取材”的地域特色，“脍不厌细”的精致考究、“阴阳五行”的平衡之道、“博采众长”的兼容之美、“药食同源”的养生理念……海外侨胞在经营中餐厅的同时，也将中餐文化的种子播撒到当地。疫情虽然限制了不少人走进中餐厅吃饭的脚步，却阻挡不了人们对中餐和中餐文化的热爱。这是中餐业从业者挺过疫情挑战的信心之源。

发展有潜力。全球化时代，贸易畅通、设施联通、资金融通和人员流通，都为全球餐饮业的繁荣提供了强大支撑。近年来，中餐走向海外的步伐更快、质量更高。疫情对全球贸易和人员往来的阻滞只是暂时的。待疫情的阴霾散尽，相信开放的世界将为中餐发展提供更广阔的舞台。

疫情正在给全球餐饮业带来新一轮大洗牌。大浪淘尽始见金。中餐业如何在海外化危为机？中餐文化如何持续圈粉世界？海外中餐业从业者使命在肩，任重道远。

精琢“食味之美”。民以食为天，食以味为先。无论世事如何变幻，人们对于美食的热爱永远不会改变。应弘扬工匠精神，进一步把中餐做专、做实、做精，不断提升核心竞争力和品牌影响力，争做“百年老店”、“行业标杆”。

致力“药食同源”。充分挖掘中餐文化中“美食养身”和“防病治病”相互结合的古老智慧，进一步推动药食文化和中医药文化走出国门，惠及世界。

借力“天时地利”。要善于借力，既向住在国借力，也向祖（籍）国借力；既向政策借力，也向科技借力；既向同行借力，也要跨行借力。只要大家齐心协力，没有过不去的“火焰山”。

激荡“和合之道”。互学互鉴、博采众长，不断推动中餐与世界烹饪技艺相结合，让中餐更好地在海外融入当地社会。

坚持“以食弘道”。博大精深的中华文化是中餐“永不过时”的金字招牌。在疫情淬炼中，不断从中华文化中汲取力量，中餐必将在民心相通的道路上越走越宽广。

疫情当前，只要海内外中餐从业者守望相助，一定会迎来云开见日时！

新加坡华商黄震霄

从一间牙科诊所做到牙医集团

贺玉荣

从一个普通的牙科医生到管理一个庞大的牙医集团，黄震霄前行的步伐从未停止过。从买下第一家牙科诊所开始，在20多年的时间里，黄震霄创立的全民牙科集团公司已将事业的版图拓展到海内外。截至目前，黄震霄在新加坡和马来西亚分别拥有80家和33家牙科诊所，在中国创办的口腔专科医院2009年已在新交所主板上市。

卖房子 开启创业之旅

黄震霄出生于马来西亚吉隆坡。11岁时，他到新加坡读书。他阴差阳错被口腔科教授选中，成为新加坡国立大学的一名牙科专业学生。1992年大学毕业后，黄震霄先在政府部门工作了两年半，随后到一家牙科诊所上班。

“我觉得自己的手艺还不错，就想着出来创业。”做生不如做熟，黄震霄从他的老板手中买下武吉巴督的牙科诊所，正式开启创业之路。

“买下这家诊所需要20多万新币，但那年7月，大女儿刚出世，正是需要用钱的时候。为了凑够买诊所的钱，那年11月，我和太太决定以18万新币的价格卖掉我们的房子。”为了方便创业，黄震霄和家人在诊所旁边租房，一周工作7天每天从早上9点工作到晚上9点。

天道酬勤，黄震霄的努力没有白费。诊所里，刚开始一天只有几个患者看牙，慢慢地一天多达50多个患者来看牙。忙不过来的黄震霄看准商机，开始在全岛开设牙医诊所。

“我们把牙科诊所开在住宅区附近，开在地铁站附近，开在最便民的地方。在价格方面，我们也比其他牙科诊所都要更便宜。”黄震霄说，“当时新加坡最大的牙科集团只有不到10家诊所。从1996年开始，我们每年开5家诊所，发展得非常快。”

分股权 规范公司管理

创业初期，黄震霄每开一家诊所，就吸引一位新的牙医入股。然而，与新股东磨合的过程中，黄震霄遇到很多棘手的问题。

“每个人的想法都不同，股东对股权的看法也不同。开到30多家诊所的时候，我感觉怎么也开不下去了。后来，20多位股东逐渐淘汰到18位。”黄震霄决定转变思路。

2008年，黄震霄对公司股权进行重新洗牌，成立了全民牙医控股有限公司。“我们跟18位股东签订了协议，股权10年不卖。2018年股权到期后又延长到2021年。最近，我们又重新签订了一个新的10年不卖股权的协议，以保证公司管理层稳定。”

2009年11月，全民牙科在新加坡股票交易市场主板上市。那年，黄震霄刚好40岁。“这在医疗界和口腔界都是一个创举，之前从来没有人做过。当时，我们在新加坡共有34家牙科诊所。”

2012年，全民牙医进军马来西亚。2016年，因又遇到跟新股东理念不合的挑战，黄震霄在马来西亚的诊所缩减为5家。认真总结经验后，黄震霄在马来西亚拓展事业的脚步更快了：“从2016年起，我们所有的牙科诊所都是自建的，百分之百控股。到2019年，诊所从5家扩展到33家。”

拓新机 注重人才培养

作为华人，黄震霄也希望能够把好的牙科服务带到中国。2008年，黄震霄成立Q & M牙科集团（中国），探索在中国大陆的发展机会。2012年，集团收购了上海康怡口腔的80%股权。2014年，全民牙医收购沈阳奥新口腔集团60%的股权。“合作非常成功。奥新2017年在新加坡上市。”

企业的发展离不开人才，黄震霄带领的全民牙医在储备牙科人才方面费尽心思。

“2008年9月26日，我们成立全民牙医牙科研究所，对新加坡的牙科医生进行再教育。2019年，集团成立了全民牙科学院，提供正规化的两年牙医高级课程，并颁发证书。”黄震霄非常注重国际合作：“我们与锦州医科大学合作，设立了沈阳培训中心，专门对口培养口腔科专业人才；与国际医药大学合作研发牙科AI人工智能系统。”

黄震霄深谙中国传统文化，“修身、齐家、治国、平天下，一直是我人生不同阶段的追求目标。人一辈子能够把一件事情做好就够了。我是个牙医，希望能带给更多患者健康的牙齿和幸福的笑脸。”

侨乡江苏泗洪：金色麦场如龙舞

6月6日，在江苏泗洪洪泽湖农场，10万亩三麦收割已进入尾声，金色麦场，农户正在用卷扬机，将麦子扬干净，去除麦糠储存。麦子射向空中，如龙舞动。图为农户正在用卷扬机扬麦子。

陈 玉摄（人民视觉）