



看世界

舌尖上的柬埔寨

□ 王涛

2023年年末，柬埔寨西北省份马德望省如期举办国际美食展。高棉美食村、马德望居民美食展、本地产品展、艺术表演以及燃放烟花等跨年活动吸引了全球游客的目光。统计显示，美食展期间，马德望省共吸引国内外游客超35万人次，同比增长67.6%。

马德望位于东南亚第一大淡水湖——洞里萨湖地区，是柬埔寨有名的“鱼米之乡”。这里尤其适合发展农业，盛产稻米、甜薯、大豆、黄麻、芒果、甘蔗、柑橘等多种作物，为特色美食提供了丰富且优质的食材和配料。基于此，马德望省将打造美食品牌视作提振旅游业的关键。去年底，该省首府马德望市获得联合国教科文组织创意城市网络“美食之都”称号。

柬埔寨位于中南半岛，西部及西北部与泰国接壤，东北部与老挝交界，东部及东南部毗邻越南，南部则面向泰国湾。加上发达的湄公河水道贯通全国，使得高棉菜



印象

“波屯”小记

□ 蒋宇楼

美国波士顿并不是个繁华的大都市，相较于“北上广深”，波士顿更像个小村庄，就连地铁都还保留着上世纪初期的模样，很是老旧。因此，笔者更愿意称其为“波屯”。

波屯的人们更喜欢一个人坐在草坪上看书，或者跑步，或者骑车健身，总之就是远离喧嚣，享受自己内心的恬静，就像作家梭罗在《瓦尔登湖》里描述的那样。此外，哈佛大学、麻省理工学院以及塔夫茨大学等高校更让这里增添了学术的气息。

波士顿的纬度相当于中国东北地区，不过这里的气候却与中国东北地区大相径庭，经常出现桑拿天。从大

看保持自身特色的同时，广泛吸收了来自中国、泰国、越南、印度的口味，因而香飘四海、经久不衰。

可能是因为食材品质太过优秀，大多数柬埔寨美食都以原汁原味著称。就拿最普通的米饭来说，有老饕就戏称，别人的米饭是主食，柬埔寨的米饭是美食。作为世界主要大米出口国，柬埔寨培育出了茉莉香米，并于2022年夺得“世界最佳大米”奖。将大米塞进竹筒，加上黑豆、糯米、椰汁烤熟，就是著名的竹筒糯米饭了。趁着烫手拨开，椰香混着米香扑面而来，那滋味令人“没齿难忘”。当然，还有高棉米粉一定不能忘记。尤其是到马德望，点上一份酸鱼丸配米粉，蘸一点特制的甜鱼酱，肉质鲜嫩，酸中带辣，让人回味无穷。

柬埔寨盛产芒果、香蕉、菠萝、龙眼等热带水果，因而，水果入菜也成为柬埔寨美食的一大特色。比如，著名的“酸鱼汤”里就少不了菠萝，有的餐馆还会加入椰子提鲜；“阿莫克”则是用新鲜河鱼肉与椰奶、鱼露放入蕉叶中蒸制而成；另一道名菜“阿莫克鱼”主料为鲜鱼，需要佐以椰汁和蘸酱烧制。至于最近几年火遍全球的“高棉红咖喱”，是以椰汁为底料制作的。通常，厨师会将牛肉、鸡肉或者鱼肉混合柠檬香草及高棉红咖喱炖煮，如果能配上当地的特色酱料就着法式面包一起食用，那就再好不过了。

虽说大部分柬埔寨美食并

不刻意强调复杂的调味，可这并不代表当地不出产香料。事实上，得益于优越的地理位置和气候条件，柬埔寨一直是香料生产大国，尤其是贡布胡椒闻名全球，仅2022年就出口近80吨。当地有一种名为“Kroeng”的调味料很有名，它由丁香、肉桂、八角、豆蔻、生姜、大蒜、香菜等混合捣碎制成，很多游客都会慕名买上一些，带回家给亲朋好友尝尝。柬埔寨人也习惯将各种调味品制成蘸酱，如发酵鱼酱和虾酱等都是其中最常见的。如果你去当地朋友家做客，朋友多半会准备类似清炖鸡这样的清淡菜品，配上各式各样的蘸酱，那真是既简单又丰富。

柬埔寨美食不仅花样繁多，而且上得了小摊，入得了大堂，颇有“能屈能伸”之风。在皇宫门前的河畔、人流密集的市场和中心区的街道两旁，随处可见小摊贩的身影，有些人还会用板车改装成可走街串巷的流动摊，兜售竹筒饭、烤肉、烤鱼、炒面、米粉、柬式春卷及各色糕点。在皇室宴会上，精致的柬式名菜配以多样的蘸料，无论是色香味还是摆盘水准，都不输世界名菜。

出于对高棉美食的自信，柬埔寨政府已将美食作为吸引游客的“战略资产”进行扶持。2021年，柬埔寨政府专门发行了名为《吴哥味道》的食谱，并将其视作柬埔寨经济外交战略的重要组成部分。该书精选了包括甜点、配菜和正餐等在内的38种菜肴，向世界各地推介。

不过，要说在游客中颇有人气的美食街，历史就没那么长了。为突出各地旅游特色，柬埔寨于2019年在贡布省开设了第一条美食街。自从新街开业，贡布一年一度的海洋节参观人数就明显增多，白天过节，晚上逛街，好不惬意。

随着贡布省试点成功，马德望省马上跟进，开设了全国第二条美食街，并计划每年举办跨年美食节。在金边、暹粒和西港等著名城市，特色美食也成了招揽游客的又一块招牌。

当然，作为全球最大的IP，新年的热度是必蹭的，美食也是如此。无论是马德望美食节这样以美食为主角的专门展会，还是在大型跨年活动中专辟的美食场地，舌尖上的魅力永远会占据“C位”。

柬埔寨人相信，吸引住游客的胃，就能让他忍不住故地重游，使柬埔寨旅游业长盛不衰。在新冠疫情暴发前的2019年，柬埔寨共接待游客2000多万人次，其中外国游客660万人次，当年旅游业创收近50亿美元，对柬埔寨GDP的贡献率达12%，解决了60多万人就业。疫情后，旅游业成为柬埔寨复苏最快的行业，2023年全国共接待外国游客540万人次，预计2024年将接待620万人次。

如今，随着各国交往日益深入，柬埔寨美食也体现出越来越包容的特性。在金边、西港、暹粒等大城市及一些省会城市，想吃上一顿地道中餐、法餐、日餐、韩餐、印度餐及东南亚国家名肴越来越容易了。这些菜肴与本地餐饮交相辉映，让游客们在品味地道美食的同时，还能随时“狠狠”满足一下自己的家乡胃。

原来，舌尖上的柬埔寨，如此特殊又如此多元。

1月2日是2024年英国第一个工作日。和往年的岁末年初一样，又是阴雨绵绵的一天。

也许是因为工作时间的关系，伦敦市斯隆广场上的人并不多。不过，很多商家的橱窗里，硕大的“折扣”和“进一步折扣”的标识，还是多少传递出萧条的气息。

斯隆广场位于伦敦高级住宅区肯辛顿—切尔西西区，广场和与之相连的国王路上聚集了众多精品店和各式商铺，因而又称“切尔西的牛津街”。

在广场一角，英国高端家居用品连锁店“白色公司”的橱窗上贴着“低至4折、进一步折扣”的字样。往年该公司都是在12月26日礼盒节(Boxing Day)当天开始打折促销的，但2023年打破了惯例，从11月底开始密集进行了好几轮促销，以提升销售额。

在国王路上，打折的标识也随处可见。比如，玛莎超市的橱窗上，用显眼的红色广告布贴着满幅“打折，低至半价”的标识；L.K. Bennett、Reiss等服装品牌，也在进行半价甚至4折的促销活动。

在伦敦金融行业工作的卢卡说，节日期间他没怎么购物，接下来也没有大采购的打算。不仅如此，2023年他还搬了家，从原来住的肯辛顿“降级”到相对便宜一些的富勒姆。“现在通货膨胀太严重了，我不想每个月付3000英镑的房租了。”卢卡说。

对于不少英国人来说，往年“礼盒节”的盛况恍若隔世。往年的12月26日一早，成千上万的购物者就会涌入购物街。甚至还到营业时间，很多知名百货公司门外就排起了长队。为了抢到心仪的商品，购物者宁愿在清晨的寒风中等待几个小时。

然而今年，一切都变了。普华永道2023年秋天公布的调查结果显示，30%的受访者购物季预算“明显少于上年”，明确表示打算“血拼”一场的人不到20%。英国国家统计局最新发布的调查也显示，46%的受访者减少了过节期间的食品及礼物支出。

英国这个清冷的购物季只是欧洲的一个缩影。由于经济发展前景黯淡、通胀压力居高不下，不少欧洲人选择“捂紧”钱包、节俭过节。

德国零售业联盟2023年12月底公布的个人消费动向调查结果显示，“预感购物季销售不理想”的零售企业占比接近60%。参与此次调查的350余家企业称，和上年相比，来店消费的客人数量有所减少、平均花销也明显降低，而包括节日装饰品在内的二手礼品人气走高，反映出人们的消费正变得越来越谨慎。

据该联盟估算，尽管2023年购物季零售额的绝对值有可能超过上年同期，但增长比例预计只能维持在1.5%左右，如果考虑到通胀因素，实际会下降5个百分点左右。总体来看，“形势严峻”。

法国的情况也大致相同。法国调查机构数据显示，法国人2023年圣诞节的平均预算同比减少3%，降至549欧元；超过50%的受访者表示，低迷的经济影响了自己喜迎新年的心情。

为抢抓明显缩水的消费需求，零售企业发起了激烈的价格战。比如，德国廉价连锁超市奥乐齐在购物季开启前夕的2023年11月下旬就宣布，其在英国销售的圣诞树定价仅为16.99英镑（约合21.58美元）。英国最大的连锁超市乐购为了与奥乐齐竞争，硬是将原本定价30英镑的同款圣诞树价格大幅调低至15英镑。

对此，多家机构的专家表示担忧。欧洲央行预计，欧元区2023年通胀率为5.4%。欧盟委员会预计，2024年欧元区GDP将增长1%到2%。考虑到通胀因素，消费者实际消费能力和生活水平恐有明显下降。由于经济复苏的重要推动力之一就是消费，欧洲经济回暖压力仍然较大。



本版编辑 韩叙美 编高妍 来稿邮箱 gjb@jirbs.cn