

品味 李錦記



第 8 期
www.LKK.com
2013/01



務實 誠信 永遠創業精神
思利及人 造福社會 共享成果

李文達題



在社会舞台上，每种角色都意味着一种责任：子女要孝敬父母；朋友要互相帮助；公民要遵纪守法。作为社会一分子，企业也有它的社会责任。企业社会责任有不同维度，内容宽泛，但我认为最基本的责任是做好企业本分：做好经营和管理，遵纪守法，善待员工，造福社会，生产好的产品，为消费者提供好的服务，——只有做好本分，企业才能实现健康、持续的发展。

作为食品企业，保障食品安全，让消费者吃得安心、放心，我们责无旁贷。李锦记自1888年创始至今，一直以卓越的质量赢得享誉海内外的口碑，也正是卓越的质量让李锦记产品远销美国、日本、欧洲等一百多个国家和地区。我们承担责任，做好企业本分，做好质量，消费者也用“用手投票”支持李锦记的成长。

回顾2012年，李锦记的业务在经济困难期实现了稳健增长。在此，我要感谢一直辛勤付出的李锦记同仁，感谢关注和支持李锦记的政府、行业协会、合作伙伴、媒体朋友。我还要特别感谢一直支持李锦记的广大消费者，你们的认可是对我们最大的鼓励和鞭策。

在新的一年里，李锦记将继续秉承“务实、诚信、永远创业精神，思利及人，造福社会，共享成果”的核心价值观，与政府、行业协会、业界、公益组织、媒体密切合作，共同推动企业社会责任和食品安全。

祝福大家在新的一年里身体健康、家庭幸福、工作顺利！

[PREFACE] 卷首语

李錦記

李锦记酱料集团主席兼行政总裁



第 8 期
www.LKK.com
2013/01

主办：李锦记（中国）销售有限公司
Produced by Lee Kum Kee (China) Sales Company Limited

主编：杨国超
Chief Editor: Gordon Yang

执行主编：黄爱红
Executive Chief Editor: Joanna Huang

采编：企业事务团队
Reporters & Editors: Corporate Affairs Department

电邮：newsletter@lkk.com.cn
Email: newsletter@lkk.com.cn

电话：021-60906891
Tel: 021-60906891

地址：北京市朝阳区东方梅地亚中心A座910室（100026）
Address: Room 910, Building A, Oriental Media Center No.4
Guanghua Road, Chaoyang District, Beijing (100026)

本资料仅用于信息交流和参考，非商业用途。
版权所有，如需转载或引用文字和图片，请与《品味·李锦记》编辑部联系。

CONTENS //目录

行业聚焦 \ Spotlight

产品质量：企业履行社会责任的关键.....P06
清华大学邓国胜教授谈企业社会责任

中国味道 \ Taste

过年咯.....P10

食品安全 \ Food Safety

关于加强食品安全道德诚信建设的提案.....P16

谈锦论道 \ Dialogue

“打酱油”不危险.....P22
塑化剂小档案.....P24
酱油生产流程.....P25
逆境成长需严把食品安全关.....P26

酱料世家 \ Expertise

李锦记百年印记之澳门蚝油庄.....P28
李锦记六十二年老员工威叔访记

时事记录 \ Footprints

开篇.....P34
思利及人 造福社会.....P35
李锦记集团主席李文达荣获2012“十大慈善人物”
楚之神韵 酱门传奇.....P36
2012李锦记中华美食文化汇在京举行

思利及人 让生命更有意义.....P38
“思利及人 美丽中国”主题公益活动在京举行

点亮心灯 放飞梦想.....P39
2012李锦记希望厨师主题班会温馨举行

大事记 \ Milestone.....P40

荣誉 \ Honours.....P44

滋味生活 \ Savor

行行走走 有滋有味.....P46
作者：潇潇
慢火慢炖 暖心暖胃.....P48
作者：1726北北北



产品质量： 企业履行社会责任的关键

——清华大学邓国胜教授谈企业社会责任



2012年，食品安全仍然是公众最关注的社会问题，大多数市民认为问题的根源在于生产企业不诚信、不道德，没有基本的社会责任感。然而，什么是企业社会责任，企业如何履行社会责任？笔者就此采访了清华大学创新与社会责任研究中心主任邓国胜教授。



· 邓国胜：清华大学公共管理学院创新与社会责任研究中心主任，教授。1999年毕业于中国人民大学，法学博士。主要研究领域有NGO、社会管理与社会创新、企业社会责任等。



Q 品味：邓教授，您肯定参与、指导或者了解很多企业社会责任的案例，也看不过不少企业的社会责任报告，就您看来，什么是企业社会责任？

A 邓国胜：一直以来，关于企业社会责任的内容存在很大争议。一般认为，企业的社会责任包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任四个层面。这四个类别被描述成一座金字塔，经济责任是基础，往上依次是法律责任、伦理责任和慈善责任。也有学者认为，企业社会责任包括对股东的责任、对消费者的责任、对员工的责任、对上下游产业的责任，还有对社区、社会的环保与公益慈善责任。

“中国的企业社会责任还处于起步阶段，与发达国家相比总体来说相对较弱，但比以前已经有了长足的进步。”



Q 品味：当下，中国企业履行社会责任的状况如何？

A 邓国胜：总体而言，中国企业履行社会责任还处于起步阶段，应该说整体不容乐观。当然，不同行业履行社会责任的情况有一定的差异，另外在企业社会责任的不同内容方面也存在差异。例如，企业可能对股东的责任履行得好一些，但是对公众最关注的消费者责任等方面，有的行业履行情况比较弱、比较差。企业对员工的社会责任、对社区、社会慈善这些方面的责任履行情况相对来说也不是很好。

不过，虽然横向跟其它发达国家相比，中国企业社会责任履行情况比较弱，但从纵向来看，应该说比以前还是有所进步的。大概在十年前就有相关部门组织进行企业社会责任评奖，我自那时开始参加这项工作，这么多年下来，明显看到中国企业申报评奖材料的变化，感觉到中国企业履行社会责任在不断的进步。

我印象特别深刻，最开始参加这类评奖，国内企业跟跨国公司比，差别特别大。国外的企业的社会责任履行情况的材料写的特别厚，在哪个方面，具体怎么做，做了什么，特别详细，体系非常成熟，因为人家有专门部门来推动这方面的工作。然而国内的企业，没有把企业社会责任纳入到企业发展的战略，也没有专门部门来负责，写出来的材料如蜻蜓点水，就一点点，因为它没做什么也没什么可写的。但是近两年，中国企业也开始将社会责任纳入到了企业的战略层面，

社会舆论压力、政府相关部门要求也在推动企业社会责任发展，明显看到国内企业评选材料已经开始成体系了。当然，跟发达国家相比，中国企业社会责任仍然存在很大的差距。

Q 品味：作为一个企业来说，企业的首要社会责任是什么？

A 邓国胜：关于社会责任一直存在很多争论，很多人认为经济责任是最基本的、最核心的，当然也有人有不同的意见，觉得这就是你企业本来该做的，怎么能叫社会责任呢？我觉得企业最基本的社会责任，毫无疑问是经济责任，这也是现在国际社会和大部分学者所认同的。创造社会财富肯定是企业第一的、最基本的责任，因为企业存在的价值就是为社会创造财富。企业社会责任是一个金字塔，最底端的、最基础的还是经济责任，其次才是上升到法律责任、伦理与慈善责任。

当然，国内外大量研究表明，尽管理论上来说，经济责任是最基础的，但公众最关心的不是金字塔最底下的基础责任，公众感知最深、最关注的是更高层面的社会责任。一些调研表明，老百姓谈企业社会责任，第一反映不是你创造了多少财富，那些东西当然也很重要，但老百姓了解不多、关注也不够，他们更关注的是产品质量和公益慈善，因为这部分的可可见度更高、与公众利益更直接。美国、欧洲有一些研究已经证明了这一点。但我还是认为，对于企业来说，企业的竞争力一定源自金字塔最底部，基础要打牢固，企业的公益责任和形象关注是加分。



有很多研究表明，不同行业的企业社会责任中，老百姓最关注食品行业，而在食品行业这个领域里面，最受关注的是产品质量。

Q 品味：就食品行业来说，公众最为关注往往是其生产的食品质量问题？

A 邓国胜：事实上，中国食品行业的社会责任问题相对更多。就食品安全来说，问题一直都存在，只不过我们以前关注度不高，人们意识没那么深而已。伴随着消费者觉悟和科学技术的发展，食品企业的产品品质与安全问题渐渐暴露，消费者对企业社会责任的要求和期望要比以前高。因为毕竟它跟老百姓的切身利益是密切相关，直接关系到老百姓每天的衣食住行，所以食品行业的企业社会责任是老百姓最为关注的领域之一。

一些研究表明，不同行业的企业社会责任中，老百姓最关注食品行业，而在食品行业这个领域里面，最受关注的是产品质量。



Q 品味：可以这样理解吗？作为一个食品企业，产品质量不好、不安全，那么从根本上来说，就谈不上具备有企业社会责任感和良知的企业？

A 邓国胜：产品质量与社会责任感和良知两者是相关的，但是不直接对等。有些企业产品可能质量很差，但是它可能坑蒙拐骗一时得逞，或者当下技术上不过关，检测不出来，所以它也能赚很多的钱，挖了第一桶黑金，实现财富创收；同时它还可能做一些“漂亮”的公益慈善工程。我们通常称之为“伪善”。如果我们还不知情，那么可能大众也不会否认它“有社会责任感和良知”。我们要强调企业社会责任的原因也在于此。

不过，像前面所讲的“伪善”，在短期内，在一定情况下，它是占了便宜的，但是用发展的眼光、从长远的角度看，金字塔顶层的慈善“光环”肯定是无法掩盖底部基础的不牢靠，产品质量等金字塔底部若出现问题，所有的企业社会责任光环都会完全破灭。

可以肯定的是，大部分企业还是希望在品质上做好，在发展上求永续经营。但是不乏部分小企业在成立之初，在恶性竞争的环境下，为了求生存而不择手段。

把企业社会责任纳入到企业发展的长远战略规划当中，如何通过CSR推动企业的经济效益、社会效益能够达到一个平衡，相辅相成，实现良性互动，是一个有前瞻性的、长远性的战略思考。

Q 品味：企业将CSR做进战略层面，CSR对企业有怎样的战略意义？

A 邓国胜：首先，企业把CSR和生产经营相结合，对社会创造了价值，又对企业本身带来了利益，这就是把它纳入战略的层面。比如说，雀巢公司给拉美农民提供小额贷款，并培训农民如何科学种植咖啡豆并以合理的价钱收购，既提高农民收入、保护生态，也降低了采购成本。比如说李锦记资助贫困山区失学青年学习烹饪，既帮助他们学习一技之长以脱贫致富，为餐饮业提供厨师人才，也为其业务发展提供战略支持。企业创造共享价值就是在创造财富的同时，能有效解决社会问题。在企业解决社会问题过程中，它给企业带来更大的市场、更大的利润。

其次，CSR能带来营销的资本或者树立企业形象，这个无可厚非。企业做公益、做慈善不是简单地撒钱，是一件科学、专业的事，要达成解决社会问题的目的。简单的撒钱，可能会适得其反，甚至导致更多的问题，因为输血式慈善有可能会把人养懒了。

Q 品味：目前，中国企业做CSR存在什么困境？怎么去解决这些问题？

A 邓国胜：企业做CSR的困境很多，有时候很难去平衡，比

如如何适度的把握对员工的社会责任。有时待遇优厚可能会给经营带来问题。要根据企业自身状况，参照行业的标准去判断。

我们在调研中发现很多企业觉得困惑：“我不做，别人骂；我做了，别人还骂，人家说我虚伪、假，不是纯公益”。因为中国引入CSR这个概念也不是很长时间，很多企业究竟怎么做企业社会责任不是很了解，在这方面有很多认识上的误区，以为给钱就是履行社会责任；具体怎么对员工履行责任，怎么对社会履行公益责任、环保责任等，都缺乏科学的知识。我想，这可能需透过对公众的教育，对企业做CSR技能的教育，逐步破解。

Q 品味：企业社会责任有什么发展趋势？

A 邓国胜：不断创新。最近，企业CSR有一些新趋势，比如，一些公司专门成立了社会创新部，重新整合原来分散在不同部门的CSR，由企业总裁负责；原来传统部门的负责人，兼任创新部门的成员，整合企业的CSR战略。由于形成了高度整合，考虑从产品的设计到工业链条怎么创造共享价值，所以企业形象和经济效益都得到了提升。另一个趋势是，很多的企业开始制定企业CSR的行为规范。同时，也有一些企业专门成立了企业基金会，相对灵活地回应社会需求。





过年咯!

过新年，迎新春，又是一年年来到，转眼间2013癸巳年 [蛇年]的春节又将来临。年的气息早早就在大街小巷中弥漫开来，春运的忙碌、商家的促销、街头年味十足的装饰、置办年货的匆忙和喜悦……人们提前一两个月就在越来越浓的年味中，进入了春节“倒计时”，琳琅满目的年货早已摆满了超市最醒目的位置，腊肉、糖果、饼干、干果、巧克力、营养品、春联、年画饰品等应有尽有。

“律转鸿钧佳气同，肩摩毂击乐融融”。人们从五湖四海陆续赶回家乡，在一年中最隆重的节日里，于除夕之夜合家团圆，辞旧迎新，共同迎接新的一年。祭灶、祭祖、贴春联、穿新衣、放鞭炮、守岁、拜年、收红包、舞狮、耍龙等，热闹非凡，处处年味浓浓，其乐融融……

古代的文人墨客都喜欢用最美好的诗句，欢庆新年的来临。北宋王安石在《元日》诗里写道：爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏。千门万户曈曈日，总把新桃换旧符。清代潘荣陛在《帝京岁时纪胜》一书中，对当时除夕爆竹也作了如下记载“除夕

之次，子夜相交，门外宝炬争辉，玉珂竞响。而爆竹如击浪轰雷，遍乎朝野，彻夜不停。”回顾历史，公元前2000多年虞舜时期兴起的春节，业已在神州大地这片沃土默默传承了4000多年。追本溯源，春节的原型只是年头岁尾的祭神祭祖活动，抑或是告知先辈去年的过往，而后祈求保佑来年风调雨顺、事事如意。岁月荏苒，沧海桑田。随着社会的发展，象征家族传承的祭祀活动逐渐简化，春节慢慢变成家人团圆的美好节日，人们洒扫庭除、张灯结彩、举杯相庆、共贺丰收、龙狮共舞、走亲访友、联络感情、互通消息，筹划来年之计。



年味就是文化味

近年，随着社会的发展，生活节奏越来越快，春节的种种风俗习惯在城市中逐渐淡化了原来的韵味；而物质生活越来越丰富，节庆越来越多，也使得过去意味着“吃好、穿好”的春节相比而言趋向平淡。人们祈盼着过年的喜庆却又找不回记忆中的渐行渐远的原乡年味。其实，正如一位作家曾经说到，年味不是物质和形式的丰盛，而应该是文化的丰盛。“年味”并不拘于那些外在的具体细节，更应该是感情和历史的一种载体，只有当“年”本身充满了丰富的文化底蕴和精神内涵，才能被称之为富有“年味”。

“有钱没钱，回家过年”，这句流传甚广的话，就是人们对于过年心态的最真实写照。年更多的应该是一种精神上的认同，不论在过去那物质贫乏、生活并不富裕的时代，还是如今包容并济、社会文化大发展的年头，从容的心态、温馨的气氛，就是最好的年味。春节在几千年的历史中形式上不断发生演变，但始终保持着最基本的文化内核：团圆、美满、和谐、祈福。对于华夏儿女来说，过年是一件隆重而神圣的大事、盛事、喜事，在过年的各种风俗和文化活动中，都代表着对于新春的期盼和对美好生活的憧憬。尽管越来越多的人在抱怨传统年味变淡，但那深藏心底的文化记忆和感情归宿，使绝大多数人仍盼望过年。



NEW YEAR'S EVE DINNER



重头戏是年夜饭

现今的过年，电波划过时空，走亲访友串门拜年成了短信团拜、微博问候、视频相聚……鲜花水果，年礼节庆代送上门。但无论是在快节奏的都市还是悠然自得的农村，不论当地风俗如何迥异，最受人们重视与期盼的，莫过于就是那一顿象征着丰饶与团圆的年夜饭了。

传统年夜饭，因地而异。对于旧时北京、天津的一般人家来说，年夜饭不过于大米干饭，以及炖猪肉、牛羊肉、炖鸡与几个炒菜。相比之下，其它地区的年夜饭则丰盛的多。在陕西，年夜饭的餐桌上，一般分为四大盘、八大碗，其中四大盘为炒菜和凉菜，八大碗以烩菜、烧菜为主。湖北东部地区年夜饭讲究“三蒸、三糕、三丸”。“三蒸”为蒸全鱼、蒸全鸭、蒸全鸡；“三糕”是鱼糕、肉糕、羊糕；“三丸”是鱼丸、肉丸、藕丸。在浙江有些地方，年夜饭一般有“十大碗”，讨“十全十福”之彩，以鸡鸭鱼肉及各种蔬菜为主。而安徽南部，年夜饭仅肉类菜肴就有红烧肉、虎皮肉、肉圆子、木须肉、粉蒸肉、炖肉及猪肝、猪心、猪肚制品，另外还有各种炒肉片、炒肉丝不等。

参照各地菜单不难发现年夜饭上都有一种或几种必备的富有吉祥寓意的当地特色菜。比如苏州一带，餐桌上必有青菜（则安乐菜）、黄豆芽（如意菜）、芹菜（勤勤恳恳）。湘

中南地区则必有一条一公斤左右的鲤鱼，称“团年鱼”，还有一个3公斤左右的猪肘子，称“团年肘子”。而皖中、皖南的餐桌上有两条鱼，一条完整的鲤鱼，却只能看不许吃，既敬祖又表示年年有余；另一条是鲢鱼，可以吃，象征连子连孙，人丁兴旺。祁门家宴的第一碗菜是“中和”，用豆腐、香菇、冬笋、虾米、鲜肉等制成，含义为“和气生财”。合肥的饭桌上有一碗“鸡抓豆”，意思是“抓钱发财”。管家人要吃一只鸡腿，名为“抓钱爪”，意味着明年招财进宝。安庆的当家人要在饭前先吃一碗面条，叫“钱串子”。南昌地区必食年糕、红烧鱼、炒米粉、八宝饭、煮糊羹，其含义依次是年年高升、年年有鱼、粮食丰收、稻米成串、八宝进财、年年富裕。



时至今日，随着人们生活水平的不断提高，以及中西文化前所未有的交融，人们不再满足于固守的传统，无论是餐饮环境，抑或是饮食菜谱，都已在不知不觉中发生了变化，传统的年夜饭，开始渗入不同的文化元素，散发出全新的味道。为此，我们特意请教了中国中生代顶尖名厨郝文杰大师来为我们讲述新时代中传统年的新味道。

酒店年夜饭： 当年夜饭遭遇新风潮『享受生活』

刚挑起年夜饭的话头，郝大师就显得兴致盎然。禁不住的，他开始回忆起家乡的年俗，从前说到年后，从祭灶说到元宵，从大人说到小孩。其中不断重复的，是“从前”到“现在”的种种变化，而最重要的，就是人们过的心态变化。

受益于经济的快速发展，以及西方节日文化的不断传入，中国人开始从“忙碌而喜庆”的过年方法中解脱出来，更加注重享受与服务。于是，很多生活在城市中的民众，开始走向酒店，在酒店吃年夜饭。酒店年夜饭的重点就在于更方便、营养搭配更合理以及更好的用餐气氛和舒适度。用郝文杰的话说，春节其实就是一个“享受丰收、享受喜悦、享受团圆”的时刻，大部分人不愿意在忙碌了一年之后，还要春节期间为一些琐碎而麻烦的事情操劳。在酒店吃年夜饭，既可以省去诸多不必要的麻烦，又能品尝美食，何乐而不为？

另外，对于酒店来说，为了迎合消费者的心理需求，让客人有“宾至如归”的感觉，还另外花了很多餐桌外的心思，增加了很多传统的互动参与内容。比如说根据客人需要提前准备好食材，让客人自己动手做饺子馅儿、擀饺子皮等等。这样的话，客人们既可以免去麻烦充分享受吃年夜饭的过程，又能够恰到好处地体验其乐融融的家庭氛围。

“只要城市还在，那么在酒店吃年夜饭的这股风潮就会一直延续下去，并且随着时间的积淀，从而最终会形成一种新的年俗文化。”郝文杰最后如是总结。



· 郝文杰与他的厨师团队





New classical



创意年夜饭： 当必备菜遭遇新做法『味蕾传情』

再好吃的菜，如果年年如一，不加创新，同样也会觉得腻味。对于普通民众来说，每年年夜饭如果没有创新，就会造成食欲下降从而最终成为餐桌上摆设。或许是平常的美食养刁了口味，但不可否认的是，一成不变的食材，加上一成不变的烹制手艺，才是制造口舌之腻的症结所在。

对此最有发言权的，莫过于有着“京城创意菜四大少之一”之称的郝文杰。面对“年夜饭厌食症”的问题，郝文杰坦言这其实就是酒店菜与家庭菜的最大区别。在大部分家庭中，菜品和烹制手段都是日复一日的重复，缺乏新意，自然缺乏对味蕾的刺激。相对而言，酒店为了迎合市场与消费者，会特别注重对菜式的创新要求，无论是在味道、烹制手段乃至摆盘方式上，力求让客人品尝到全新的体验。

至于如何解决年夜饭乏味的问题，郝文杰建议各家根据自己的口味与偏好，大胆创新合理烹制即可。比如说，把饺子包成蘑菇馅儿或者自己喜欢的其它馅儿，撒上意式番茄酱汁，抹上cheese，然后用烤炉烘烤，最后出来的就是一盘具有披萨特色的饺子。



新古典主义中国菜： 当传统文化遭遇创意大餐『融会贯通』

无论是与郝文杰的交谈，抑或是品尝他的美食，你都会在不意间发觉深蕴其后的国学造诣与功底。也或许正是因为其对传统文化的高度素养，才让他成为“新古典主义中国菜”的代表人物。

说起新古典主义中国菜，郝文杰表示，他只是站在前人的基础，加入了自己的创新与理解而已。中国饮食文化源远流长，八大菜系各有千秋，但是真正的美食是无须分清派别的。看起来好像每个人喜好的口味不同，酸甜苦辣众口难调，但真正的美食是可以100%满足所有人的。如今的餐饮越来越多元化，在郝文杰眼中，世间万物，千变万化不离其宗，而食物的“宗”即是食材。

所谓新古典主义中国菜，即是以科学的方法结合郝文杰多年的经验，反复研究食材在烹调过程中的变化，调和出最接近食材本身的味道，并赋予其全新文化内涵。



郝文杰，高级烹饪技师，中国中生代顶尖名厨，京城创意菜四大少之一，“新古典主义中国菜”代表人物，北京百里香Thyme one餐厅董事，北京茉莉餐厅出品总监，中国厨师之乡龙行酒店PM研究院理事。

1 前程似锦：珍珠翡翠白玉汤

主要食材：菠菜、糯米粉、金针菇、小米
烹制手法：菠菜焯水榨汁掺鸡汤，加入滚上糯米粉的小米和金针菇，小火慢煮而成。
菜品寓意：相传朱元璋落魄之时曾受一老妇赠与相食，寓意前程似锦。

	④
	②
①	③

2 富贵有余：腐乳汁香鲑鱼

主要食材：腐乳汁、鱼肉、白酒
烹制手法：鱼肉用油轻炸后，拌入腐乳汁与少量白酒
菜品寓意：取“鱼”谐音，意为富贵有余

3 吉祥如意：仔姜香茅鸡

主要食材：鸡肉、香茅、仔姜
烹制手法：鸡肉先用香茅、姜腌制，然后用芝麻油煎制而成
菜品寓意：取“鸡”的谐音，意为吉祥如意

4 万家灯火：贵妃灯笼虾

主要食材：新鲜的去核荔枝、鲜虾
烹制手法：把虾放入去核荔枝里，用宫保的做法和味道烹制
菜品寓意：以菜品形状命名，寓意万家灯火合家团聚





关于加强 食品安全道德诚信建设的提案

李惠中（四川省政协委员、李锦记酱料集团主席兼行政总裁）

2012年12月，中共中央《求是》杂志社旗下《小康》杂志发布“2012年最受公众关注十大问题”，食品安全居首位。中国食品安全问题持续几年成为全民关注的重要民生话题。1月22日，四川省政协委员、李锦记酱料集团主席兼行政总裁李惠中向政协四川省第十一届委员会提交了两份关于食品安全的提案，建议认清食品安全“高危”现状的根源——道德诚信的缺失，抓住根本矛盾，呼吁食品行业自律、自治，各界完善道德诚信体制，让食品安全从根源上得到保障，同时在餐饮领域加强食品安全监管和治理。

本期“食品安全”栏目对李惠中作了简短的采访，并刊登李惠中“关于加强食品安全道德诚信建设的提案”全文（格式微调），以期抛砖引玉。



“食品安全问题和事件频发，既担心整个食品行业发展，更担忧广大同胞的安全和健康。”

Q 品味：请问李惠中先生这次提交了几份提案？

A 李惠中：两份，一份是关于加强食品安全道德诚信建设的，一份是关于加强餐饮食品安全工作的。

Q 品味：两份提案都是跟食品安全相关，看来李惠中先生很关注食品安全现状和问题。

A 李惠中：这几年，食品安全问题和事件频发，作为食品行业中人，我深感痛心，担心整个食品行业发展，更担忧广大同胞的安全和健康。

Q 品味：能分别向我们介绍下两份提案的大致内容吗？

A 李惠中：我认为食品安全问题的根源在于生产方，食品生产首先要保证的是卫生和安全，如果每个食品企业都以负责任和思利及人、“己所不欲，勿施于人”的心态去做事，食品安全隐患和事件应该会大幅减少。所以在第一份提案中建议加强道德诚信宣传教育、强调法治和规范、注重公示和社会监督、致力于扬善惩恶和构建社会良性循环，从而以正压邪，营造食品安全的社会正能量圈。

关于餐饮食品安全的提案，是考虑四川人均餐饮消费将近2000元，餐饮业食品安全既关系消费者的饮食安全，而餐饮业本身也已成为对社会经济有重大影响的行业。近年来的四川省食物中毒数据显示，发生在集体食堂和餐饮服务单位的食物中毒起数，占60%以上。加强餐饮服务环节食品安全监管，是切实保障公众健康、有效维护社会稳定的重要举措。我建议提升餐饮食品安全监管能力、完善餐饮食品安全相关标准和检测体系、打造食品安全示范餐厅、加强餐饮食品安全监管与整治和开展餐饮食品安全宣传教育等。

Q 品味：刚才您也提到，食品安全问题的根源在于生产方。作为食品企业的负责人，您怎么看自身产品的安全性？

A 李惠中：高品质是李锦记的生命线和优势，也是我一直引以为豪的。我们对产品安全性、品质十分有信心，因为我们时刻“思利及人”，以全球一致的高标准和“100-1=0”的品质理念做好生产。我们的工厂是向外界开放的，去年有十八万人去参观。他们参观完之后都说放心，有不少人反馈他们回去后把厨房的调味品都换成李锦记的了。





“人无诚信不立，家无诚信不和，业无诚信不兴，国无诚信不宁”

诚信是中华民族的优良传统，是经济健康发展的基石，更是一个企业发展根本之道。常言道：“人无诚信不立，家无诚信不和，业无诚信不兴，国无诚信不宁”。但是，近年来相继发生了“苏丹红”、“毒奶粉”、“瘦肉精”、“地沟油”、“注水肉”等事件，这些恶性食品安全事件足以表明，诚信的缺失和道德的滑坡已经到了非常严重的地步。食品安全问题关系到广大人民群众的身体健康和生命安全，关系到经济健康、有序发展，社会稳定和谐，更关系到国家和政府在人民群众心目中的形象。可以说，食品安全问题与人民群众的生命安危息息相关，自始至终都是人民群众最关心的现实问题，然而道德诚信意识危机已在我们身边的食品安全问题上涌现出来。

分析近年来发生的食品安全事件，无一不是无良企业为追逐暴利而掺假造假的恶性案件，无一不是诚信和道德沦丧的典型案列。从这个角度来看，我们更应该关注的问题是食品企业道德诚信的建设和社会整体价值观的构建。在食品企业中加强道德诚信建设，倡导和促进食品行业和企业树立务实诚信、思利及人的风尚和氛围，这既是社会时代的呼唤，是食品安全的重要基础，更是百姓良知的诉求。



“加强食品企业德和诚信体系建设是一个复杂而长期的过程，是需要政府、企业和消费者共同参与，凝聚社会各方面智慧和力量来解决的复杂工程。”

为什么面对百姓如此重视的食品安全，依然有这么多食品企业缺乏基本的道德和诚信，铤而走险？主要原因有三点：

一、道德诚信意识的淡薄是根本原因。改革开放以来，虽然我国的物质文明建设取得了较大成就，但诚信道德建设始终不能满足市场经济发展需求，缺乏与社会主义市场经济相匹配的诚信道德体系。因而，无论个人，还是一些食品企业，不清楚他们在社会主义市场经济条件下的诚信道德准则，没有完善的标准，缺乏必要的意识，必然失去良好行为的规范，最终做出一些违背诚信道德的事情。

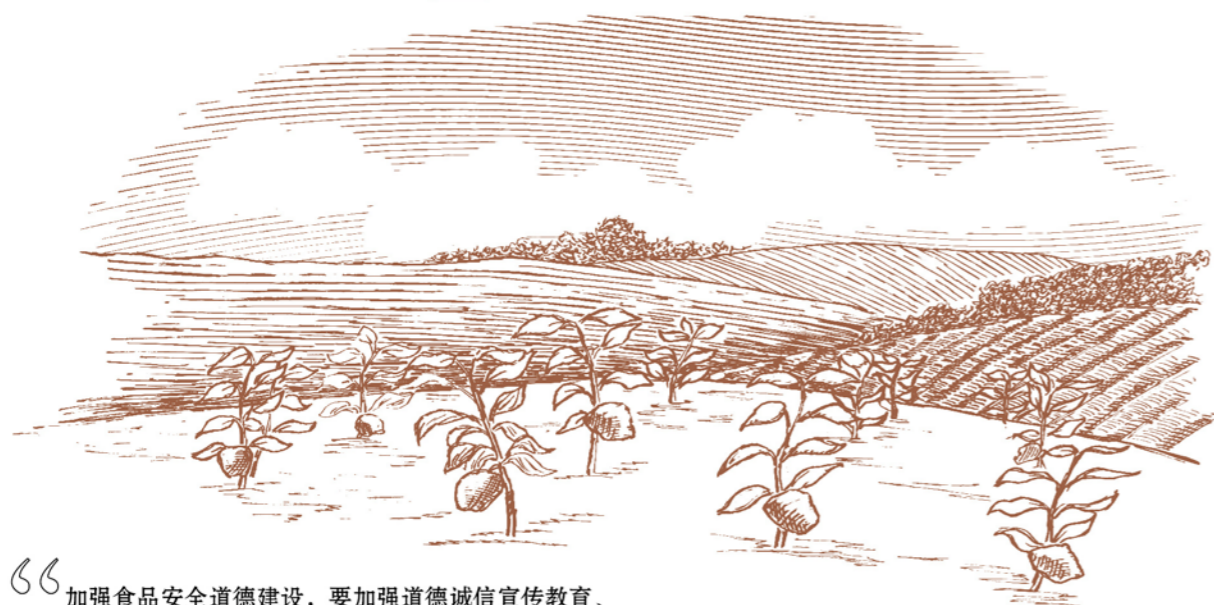
二、利益驱使是直接原因。在利益的驱动下，一些商人、企业严重缺乏诚信道德，为了利润的最大化而完全不顾及他人的利益，甚至采取欺诈行为，损害消费者的合法权益。他们见利忘义，掺假、甚至使用非食品原料生产、制售伪劣食品。

三、法制不健全、执法不严提供了生存条件。目前，对于触犯食品安全法律的犯罪行为的打击、惩处力度不够。同时，执法人员“执法不严、违法不究”的情况依然存在，对于一些

违法犯罪行为放纵，使得法律的强制力与约束力在市场交易中被弱化。

近年来，中国政府高度重视食品安全领域的道德诚信建设。2001年颁布了《公民道德建设实施纲要》，将“明礼诚信”列入公民基本道德规范。2006年，胡锦涛总书记提出“八荣八耻”，将“以诚实守信为荣，以见利忘义为耻”作为重要内容。中共十七届六中全会提出开展道德领域突出问题专项教育和治理活动。2012年，中央政府八部委联合发布《关于进一步加强道德诚信建设推进食品安全工作的意见》，明确提出食品行业是关乎广大人民群众生命安全和生活质量的重点领域，并针对加强道德诚信建设、推进食品安全工作、加快解决制约我国食品安全水平提升的深层次问题，提出了工作意见。2012年11月，中共十八大提出了将诚信作为社会核心价值观进行培育。四川省政府也针对四川实际，采取了一系列措施解决食品安全的道德诚信问题，保障食品安全。但加强食品企业德和诚信体系建设是一个复杂而长期的过程，是需要政府、企业和消费者共同参与，凝聚社会各方面智慧和力量来解决的复杂工程。





“加强食品安全道德建设，要加强道德诚信宣传教育、强调法制和规范、注意公示和社会监督、致力于扬善惩恶和构建社会良性循环多管齐下。”

鉴于上述情况，我建议在全省范围内加强食品安全道德诚信建设，肃清食品安全问题的根源。

一、加强道德诚信宣传教育。必须动员全省的力量来一场“全民宣传教育”，从细节着手，从基础抓起，大力开展诚实守信宣传教育，弘扬诚实守信的道德风尚。要从根本上做好公民道德诚信的教育。要转变社会风气，对企业进行宣传教育，营造健康的经济环境。同时，政府官员要率先垂范，起到模范带头作用。其中，最要紧的是行政之风，在监督上严格依法，在作风上严格守法，在处理上严格执法。在法制的规则下，食品市场才会流淌道德的血液。

二、强调法治和规范。诚信是道德伦理范畴，主要靠宣传教育引导去培养。但是四川作为一个发展中的食品生产大省，食品生产经营者众多，食品生产经营企业情况复杂，不是一个宣传教育引导可以解决的，更不是一纸“企业承诺书”可以保证的。我们要在增强全省的信用意识的同时，将道德诚信视为一种法律行为而加以规范。这种规范包含两个方面，一是从技术层面，严格执行国家标准。如：含油制品不得使用含有“塑化剂”的塑料包装，含转基因食品、辐照食品应该明确标示等等。二是从执法层面，要加强监管力度，对所有经营者应一视同仁依法处理。绝不能因“恶”小而轻之，更不能因企业大影响大而淡之。因为长远上看，放过任何一点尚未构成现实危害的“小恶”，或因企业大纳税多就淡化其行为的性质，或是本地企业，从轻处置，都将是对道德诚信建设的冲抵。



三、注重公示和社会监督。降低成本，拓展市场是任何一个企业必不可少的经营之道。然而，降低成本的同时可能就会有企业触及道德底线。但是，消费者对企业生产信息的掌握处于弱势，或者说只限于企业的市场宣传。很多企业在市场宣传中，只是会讲好的一面而回避或粉饰不好行为。这种利益和信息的不对等，也是导致企业诚信缺失的原因之一。为解决这种不对等，政府应当在健全企业信用档案的基础上，将企业在诚信、守法和安全方面的行为以常态化的方式公诸于社会。借助媒体、消费者以及社会各方力量共同监督，促进企业诚信。在诚信的链条上，将企业的生产成本与市场成本紧紧联系在一起。

四、致力于扬善惩恶和构建社会良性循环。道德与诚信是人们世界观、人生观、价值观的具体体现。道德诚信建设是一

项复杂的社会工程。几句口号、几页文件不足以完成如此复杂的工程建设。与之相比，这项工程的系统构建，要做好顶层设计，包括完善的制度、科学的管理、有效的措施乃至对人们的理念、行为的培养则更为重要。目的是实现“守信受益，失信必损”、“一处失信，处处受制”的局面。要建立诚信奖励和失信惩戒体系，在实施过程中，可以建立一个相应的监督机制，由卫生、食品药品、质检、农业、工商等部门协同执行此功能。建立道德诚信奖惩机制就要加大对失信个人、企业的处罚力度，同时对诚信的个人及企业实施奖励措施，如减税政策等。通过扬善惩恶措施的实施，促进企业依法经营、以德盈利，进而保障食品安全和质量、保证消费者安全和健康。长此以往，食品安全的道德诚信建设才能不断提升，在食品行业形成“务实诚信，思利及人”的风尚和社会良性循环。



“打酱油”，



Dialogue

近日，食品塑化剂风波不断发酵，公众对食品安全的疑虑甚至蔓延到酱油、醋等日常常用调味品。虽然中国政府和权威专家迅速澄清“酱油和醋不存在塑化剂风险”，但消费者仍心存疑虑。为了让大众了解酱油生产的“真相”，正确、科学地看待“打酱油”，1月8日来自北京、上海、成都、广州的20多家媒体走进了位于广东新会的李锦记生产基地，媒体参观了酱油生产的全过程和工艺；李锦记酱料集团主席兼行政总裁李惠中先生也在现场接受了媒体采访，对于酱油的安全问题谈到了以下见解。

消除疑虑：需增进了解

酱油有3000多年的历史，酱油本身的原材料和生产工艺都是非常成熟和高度安全的，所以吃酱油是很安全的，没有什么危险。目前坊间关于“酱油有塑化剂”的不实传闻，有很大一部分是因为不了解酱油的酿造知识而造成的误区，所以我觉得我们酱油生产企业应该帮助公众了解真相，通过“眼见为实”增进对于产品本身和企业的了解和信任，正确地看待、判断各种传言的真伪。李锦记做酱油的原料是黄豆、面粉、盐，不使用香精香料。你们在新会工厂也看到，做酱油最重要的酱缸是食品级玻璃纤维材质的，输送管道是高品质不锈钢材质的，整条生产线的设备都是用食品安全的高规格去做的。“打酱油”没有什么风险。同时，我觉得对于企业来说，最重要是做好自己的本分——食品安全就是食品企业的本分。食品安全是一个很重要的课题，我们共同努力吧。



· 李惠中在新会工厂接受媒体采访

好产品：要有好原料、好工艺

有安全、优质的原料和好的工艺，才能生产好的产品。李锦记的酱油原材料选用优质品种的非转基因原粒黄豆，黄豆从选种到采收都由李锦记监控和检测，所有黄豆进入生产基地的储仓罐之前都要经过严格的质量检测和食品卫生检测，包括农残、重金属等检测，合格才能用于生产。生产过程中，洗豆、蒸煮、灭菌、酿制等工序，完全不经人手。蒸熟的黄豆混合面粉、盐水和曲种，经过316L不锈钢管输入2000多个巨大的发酵缸，经过几个月的自然阳光直晒，酱油经过不锈钢的输送管道进入过滤罐装生产线进行过滤、灭菌、自动罐瓶、装箱。其中的每一道工序都有一套检测程序，30多道工序，200多个质量监控点，严苛的管理确保产品的色泽、风味、口感等都达到李锦记“超越标准”的标准。

品质如一：全球统一标准

李锦记现在生产200多款产品销往全球五大洲100多个国家。这100多个国家，可能每个国家对同一种产品都有不同的标准和要求。对于李锦记的产品，无论是内销还是出口，同一种产品的生产和品质标准是一致的，各个市场会因为本土口味需求或习惯的不同而有差异化的产品，但是同一种产品在任何市场都是同样品质的。比如旧庄蚝油，在美国和日本卖的跟在中国卖的完全一样。也就是说，李锦记其实在用全球最高的标准去自律、执行生产。大家也看到新会生产基地的酱油生产线，同一条生产线，可能上午生产的产品是内销的，下午生产的产品是销往美国或者日本的——无论是原料还是生产设备和标准，都是一样的。即使在最严苛的标准下，李锦记的产品都是优秀的。



· 李惠中接受新华网采访



· 媒体参观酱油发酵流程

企业的本分：做好食品安全

好的酱油是不会有塑化剂的，做好食品安全是一个企业的本分。李锦记在香港有一个经香港政府认证的实验室，其检测结果是得到香港等相关国家和地区认可的。目前，这个实验室正在对塑化剂的检测标准和程序进行技术探索，不久的将来，李锦记也可以提供严谨的塑化剂专用检测标准。塑化剂本身不是问题，但是食品用就是问题，吃进嘴里的东西不安全了，谁还敢吃？现在食品安全事件此起彼伏，虽然有些也是因为认识上的误区，但是老百姓对食品安全的恐慌应该引起业界的重视。食品行业是良心行业，作为食品企业，我们的首要且基本责任就是安全。李锦记的核心价值观之一是“思利及人”，我们认为做事要常常换位思考，站在对方的角度考虑问题。如果我是消费者，我肯定也不希望为食品的安全性而提心吊胆。所以，我们食品企业一定要将食品安全做好。只有食品企业都一起以道德、良心来做安全的好产品，消费者才能吃得放心和安心，才会有更多的消费，才会有更大的市场，整个食品行业才能发展得更好。



塑化剂小档案

塑化剂是什么？

塑化剂指的是一类物质，而不是某一种物质。在有机、无机材料中合理添加塑化剂，可以使被添加物的柔韧性、黏度增加。

塑化剂可怕吗？

塑化剂（增塑剂）并不是洪水猛兽。合理使用塑化剂，可以使工业生产得到改善，生活品质得到提高。而非法添加的塑化剂，的确会对健康造成损害。塑化剂中有的种类会对健康造成影响，有的种类是无毒的，因此对于塑化剂切不可闻声色变，也不能完全让塑化剂从生活中消失。关键是搞清楚哪些是有害的，哪些是无害的。

塑化剂除被应用于哪些领域？

塑化剂广泛应用于建筑、化工、材料、家具、包装等各个行业，其中对于健康没有影响的种类被批准用于医疗器械、食品包装等领域。

塑料中都含有塑化剂吗？

本身具有良好柔韧性的材料是不需要额外添加塑化剂的，或者添加的剂量很小。部分材质坚硬的塑料，为了使其具有一定韧性，才会添加塑化剂。

食品中会被添加塑化剂吗？

塑化剂是一类化学物质的统称，有些种类的塑化剂还具有芳香的特质。大部分塑化剂是有害健康而被禁止添加的，

而其中某些经过科学验证对健康无影响的种类，是被允许添加的。比如乙酰基柠檬酸三正丁酯，美国食品和药物管理局（FDA）不但批准它用作食品包装及医疗用具的塑料增塑剂，同时也批准它作为食品添加剂（合成香料）。

塑料容器中的塑化剂会转移到食品中吗？

“物质是运动的”是一句初中物理中就讲过的老话了。一切物质只要不到达“绝对零度”，分子都是存在热运动的。所以，容器中的塑化剂的确会向所容纳的食物中转移，但是只要转移量符合根据科学制定的法规和标准，就不会对健康造成影响。

只要存在塑化剂，就一定不会对健康造成影响吗？

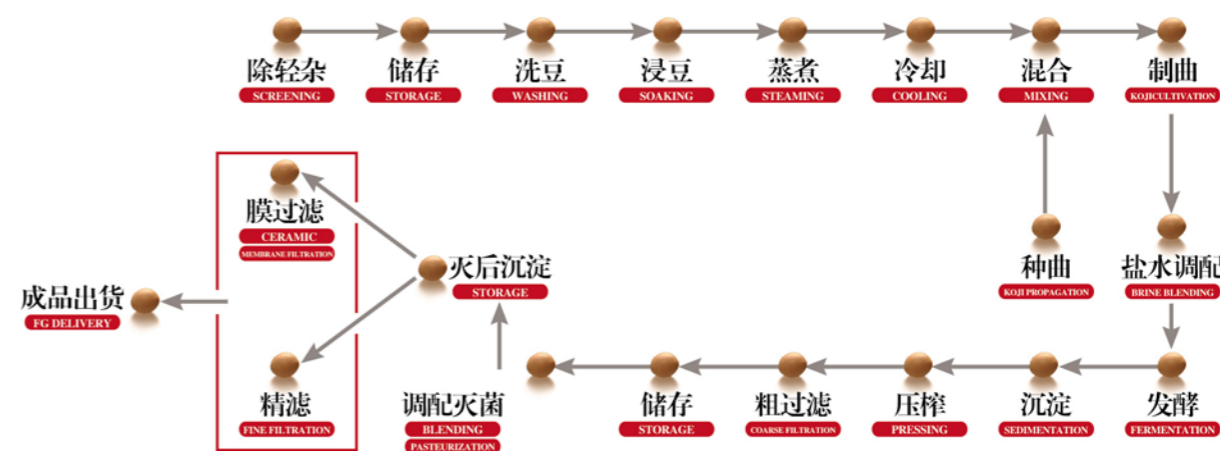
有句话说的好“离开剂量谈毒性，就是要流氓”，只要人体中的有害塑化剂含量不超过科学测定的标准，就不会对健康造成影响。砒霜具有毒性主要是因为砷离子的存在，虾、蟹中也含有砷离子成份，人体本身也含有砷元素，只要不超标，可以认为是无害的。

哪些食品容易被塑化剂污染？

塑化剂作为一种高分子有机材料，它本身是非常难溶于水的。所以酱油、醋、饮料当中很难溶解达到有害剂量的塑化剂。所以打酱油基本来说是非常安全的。

但塑化剂相对水来说更容易溶于有机溶剂，比如酯类、醇类等。通俗来讲油脂、白酒等更容易浸出塑化剂。在这些食品的包装上，一定要符合国家标准，只使用允许的材料，要坚决禁止有害材料的使用。

酱油生产流程



· 从原料开始精挑细选

李锦记生产基地位于广东省新会七堡，占地1700亩，于1996年投产。厂区包括酱油厂、虾酱厂、芝麻油厂、原料加工厂及包装车间等多个生产工厂，是李锦记集酱料集团旗下最大的生产基地。



· 新会工厂发酵罐区



· 产品包装流水线



· 规范的仓储空间





逆境成长需严把食品安全关

临近年末，又适逢塑化剂风波波及酱油和醋，《首都食品安全周刊》于2012年12月底走访李锦记，李锦记中国区企业事务总监杨国超就如何在经济形势和食品安全双重压力下实现突破，进行了解答。以下文字根据《周刊》同名文稿整理而成。



· 杨国超接受《首都食品安全周刊》采访

Q 酱油、酱料等调味品是否存在塑化剂超标的情况？

A 杨国超：李锦记的调味品按照严格的质量标准制造，所有产品都完全符合国内、国际的食品安全检测标准，不存在塑化剂问题。

Q 在生产加工过程中有没有人工添加塑化剂？

A 社会上出现流言，说酱油、醋在酿造过程中添加了含有塑化剂的香精、香料。其实，了解调味品生产工艺的人都知道，在酱油的天然酿造过程中，材料主要就是大豆、面粉、盐等，是不需要添加其他合成香料的，因此也就不存在添加塑化剂的可能。

Q 会不会存在塑化剂的意外浸出？

A 有人说工业化生产会有塑化剂通过容器、管道、加工机器中含有塑化剂的部件浸出，从而导致酱油中也含有塑化剂。其实，我们工业化生产线都采用不锈钢管道，几十年都不会腐蚀。而我们所采用的包装都是经过严格挑选的食品级优质材料，也不存在污染产品的可能。

李锦记产品在欧美、日本、德国等国家都有销售，在全球多种标准的检测下，李锦记的产品都是没问题的。2012年，李锦记调味品还作为宇航员的航天食谱随神九进入太空，能够经过几十次检测而入选，说明李锦记产品的“航天品质”经得起最严苛的考验。



Q 2012经济形势严峻，餐饮业销售额整体下降，李锦记的产销是否也受到影响？

A 杨国超：2012的经济形势确实不乐观，餐饮业在第二季度的增长仅6%到7%，创下非典以来最低的水平。李锦记的产品销售渠道70%在餐饮业，所以或多或少都受到了影响。但是，2012年，李锦记还是实现了逆势增长，在全行业普遍低迷的情况下，李锦记比行业增长高出了10个百分点。

Q 实现逆势增长，调味品生产企业需要注意哪几个方面？

A 杨国超：调味品生产企业要想逆势而上，首先要提高产品的品牌美誉度。今年，李锦记的品牌宣传从功能型转向情感型，李锦记的“爱用味道表达”就是提倡一种关爱家人，多用一些时间给家人做一顿美味。

第二方面就是严把食品安全。在食品安全备受关注的当下，李锦记经受住了考验。如果中国的老百姓不知道吃什么？那对社会和企业来说是很悲哀的，有责任的企业，食品安全要坚持不懈，要做良心、放心食品。

第三方面就是企业的分销渠道要做好。李锦记的销售渠道主要有三大类，餐饮、工业（食品生产企业）、零售，是目前渠道专业“攻”做得最好的调味品企业。今年，我们在工业渠道的增长态势很好，很多知名的产品都使用李锦记的调味料，例如湾仔码头的水饺就用了李锦记的调味料，必胜客、星巴克等连锁企业使用的很多调味料都是李锦记的。此外，我们的零售渠道也增长迅速。

Q 未来，调味品企业将怎样发展？

A 杨国超：有专家曾提出未来餐饮业的发展会是两种形式：体验式的餐饮和现代化的餐饮。现代化的餐饮就是完全实现工业化生产的，快餐式的，这对调味品行业提出更大的挑战，调味品的功能会更细化，从而更符合、更好地服务于餐饮发展的需求。以前，李锦记提出“有华人的地方就有李锦记”，现在，李锦记正迈向“有人的地方就有李锦记”，在国内外很多地方都可以买到李锦记的调味品。展望未来，我们提出了“李锦记inside”的理念，就是无论消费者在餐厅就餐，还是购买食品，李锦记的调味品都在其中。

Q 产品的细分会给消费者带来哪些变化？

A 杨国超：以前，消费者家里往往只有一瓶酱油，做菜的时候用来提鲜调味就够了。现在，很多消费者家里都会有第二瓶、第三瓶甚至更多不同的酱油，例如，做清蒸鱼用李锦记的蒸鱼豉油，做卤菜用李锦记的卤水汁等，做红烧肉用李锦记红烧汁。产品细分意味着更多功能性酱油，这能为消费者提供很多便利，许多原本不会做的菜，用李锦记的调味品简单三个步骤也能做出酒家风味，这就是我们讲的“厨房里的二次革命”。未来，调味品的发展是功能性和传统性相结合，可以让更多人享受烹饪的乐趣，让更多的人乐意回归厨房，享受“大厨”的感觉。



· 李锦记优质、丰富的产品线





李锦记百年印记之澳门蚝油庄

——李锦记六十二年老员工威叔访记

一提起澳门，人们就想起巍峨壮观、最具代表性的名胜古迹大三巴牌坊。一提起澳门，李锦记人就仿佛“穿越”回到20世纪初，滔滔不绝地讲起李锦记蚝油庄和在李锦记工作了60多年的威叔——两者俨然是李锦记百余年历史的载体。向往已久，记者终于在1月初来到澳门，第一次见到传说中的蚝油庄和威叔。



· 李锦记蚝油庄



· 店门前的一侧是李锦记财神蚝油招示

小小蚝油庄

车水马龙之间，远远就见澳门新马路611号竖着繁体字店招“李锦记蚝油庄”和4个墙柱上的“李锦记”字号，无论墙体还是鲜红的字体都明显看得出店面经过近代的粉刷和修葺，但门店前墙柱的葡萄牙文店名和依稀掉色的区域，赫然昭示它历经风雨而傲立的自豪。推开玻璃店门，但见正对门口的一张老书台和摆着李锦记方便酱料包的桌面小货架，其后是一个3米宽、2米高的货架，其左是一个老式透明橱窗，里面摆着各种老旧的物件和几张李家的老照片，其右是一个老木柜，据说装着蚝油庄的各种古董宝贝。整个店面一目了然，大概只有6、7平方米。

早就听闻现在的蚝油庄并不大，但没想到它真的这么小而且还保持着几十年前的简朴。心里正在寻思，威叔热情地和大家打招呼。“欢迎大家。来来来，大家换张名片认识一下”，话语中，他从书台的抽屉中拿出一本厚厚的名片簿放在桌面，说“你们的名片都会被收藏起来的，你看，这些都是呢！”威叔虽然头发已花白，但面有光泽，声音洪亮，身手矫健，真不像将近80岁的老人家。我由衷地说，“威叔，您看起来真年轻，像不到60岁的”威叔哈哈地笑，转身小声、俏皮地对我说，“要不是这样，哪还能在这守着这间店铺呢！”



· 每年都有很多访客和李锦记员工到蚝油庄作客。左七是威叔，全名曾展威。



悠悠百年史

一个“守”字，透露着坚定、执着，也被我读成一种自豪。“我从15岁开始跟着李文达先生做事，已经62年了！”，威叔说。

威叔1950年开始跟着李文达做事，1968年便在李锦记蚝油庄工作。追忆起当年以及更早的岁月，威叔感慨“李锦记确实有很多回忆”。根据他查察和听闻，李锦记蚝油庄于1902年开业，当时店铺较现在大很多，店前是海边，有石板做埠头。1918年，政府打通东西开辟新马路，将店铺“切割”成如今的类三角形状的6、7平方米，所以店铺后面的墙身超过100年的，前面店面墙体是1918年修建的。1932年，店铺大装修成现在的样子，至今未变。

上世纪二三十年代，蚝油是澳门的代表性产品。蚝油世家在澳门可谓四分天下，李锦记只是其中之一。只不过，时至今日，只有李锦记依然声名在外，并将蚝油和其它中式调味品传播到世界。三四十年代，李锦记转战香港，产品销往美国、南洋等地。李锦记蚝油庄经历了世界大战、澳门暴动，一直保持着稳步发展。直到1972年，李家第一次分家，转为危机，由李文达带领推出中价蚝油——熊猫蚝油，在海外卖得很好。“李生（李文达先生）70年代初就跟我提过，‘我们要卖中价蚝油，一定要高中低端的蚝油都要做’”，威叔回忆，“那时澳门还没有什么分销，只靠这个门店卖蚝油和虾酱。72年推出熊猫蚝油后，蚝油庄负责一部分出口海外的工作，同时还做罐装批发”。



· 蚝油庄一瞥



· 店门前的石柱还有几十年前的葡萄牙文“李锦记”

威叔介绍，当时想在澳门做分销并不容易，那时有两三家靠世袭关系做分销走在李锦记前面。好在关键时刻，李锦记的好质量成了有力的敲门砖。“当时有个牌子做分销做得比较大，不过质量不是很稳定，有一次他们的蚝油供给餐厅做一个会展的宴会，结果参加宴会的2桌人都进了医院。追究原因，落在蚝油质量问题上。市场对那个牌子没了信心，而李锦记的质量口碑一直都不错，所以快速扩大了分销，做进了葡京酒楼等酒家，然后借力再打入其它餐饮企业”。

紧接着，大陆改革开放，李锦记从澳门出口财神蚝油到广州，“当时做得真开心啊！那时香港都还不能出口到广州，只有澳门可以做；旧庄蚝油一支510毫升都卖16澳币，但财神蚝油一箱（12支）才卖60多澳币，所以卖得很好。那时大陆人不像现在物资选择这么多，什么菜都好，用蚝油焗一下就觉得很好吃。80年代，李锦记蚝油和粒粒橙、雪山雪花膏（护肤品），可谓风靡广州”，威叔仿佛回到了那一段业务繁忙但却充实、有成就感的日子，脸上洋溢着自豪。

最暖是人情

我问，现在和以前的蚝油庄有什么不一样。威叔说，“以前产品只有旧庄蚝油和虾酱，现在光是蚝油就有几种不同的产品，现在李锦记产品一共有200多种了”，威叔指着店铺的玻璃门说，“还有，以前店门是很古老的，最初是木椿上铺，后来用木板，再后来变成铁门，现在是玻璃拉门”。

现在威叔每天9点半开店门，中午12点左右到附近的餐厅吃午饭，下午6点左右关店门。在威叔常光顾的新陶陶酒家，服务员一见到他进门就亲热得有点俏皮地跟他打招呼。“几十年了，经常在店门周边走动，大家都熟了。他们照顾我，我也关照一下他们”。威叔说，现在来蚝油庄买产品的也多是邻里街坊，一支510毫升的旧庄蚝油卖45澳币左右，一罐220毫升的XO酱卖30澳币左右，“都是熟客，有时他们多买，还会算个整数便宜点给他们”。李锦记在澳门委托了一个经销商做代理，如今的蚝油庄只是负责店面零售。

不过蚝油庄之于李锦记，早已不只是一个赚钱的销售点，一

如今天的威叔之于李锦记，不在于他为公司创造多少收益，而是他作为李锦记历史见证人对四方访客所能呈现的李锦记文化，和作为李锦记元老级人物对李锦记新老员工所能给予的无声激励。

“李文达先生对数字很敏感的，有一次我安排他和几个同事去新陶陶酒家吃饭，他给我5000元结账但还不够。后来他特地问我，是不是酒店提价了。但是对我，他不会定严格的工作时间表和业务指标。只要他觉得我是在忠心、尽心尽力的工作时间和业务指标，就可以了。他对我很好，几十年前就开始主动每年过年前给我3、4倍的月薪，让我过好年”，威叔感慨，“他对我真的很好的”。随后，威叔若有所思，笑着补充，“他跟我关系很特殊。他做事务求达到心中所想，因为我做得不够好，他也经常骂我，但是你能明白那种‘骂’吧？有时，他会很认真地跟我说，‘我性子有点急，有时有点脾气，你不要怪我’。做老板的能这样，已经很不容易了。跟着他做了60多年事，我一直都死心塌地的。”



· 威叔热情好客、开朗健谈。



《品味》和威叔 有问有答：

Q 现在店里最好卖的是什么产品？

A 还是旧庄蚝油和XO酱。其它的东西都可以去超市买到，住家也不会特地来这个蚝油庄买。有时也会有日本游客特地来买，他们喜欢买类似牙膏软管包装的蚝油，带起来方便。公司在日本做宣传的力度挺大。

Q 您觉得李锦记有什么特色文化？

A 思利及人，一团和气。做事要尽心尽力，要忠心。李文达先生人很长情，喜欢跟他做事久的人。我做了62年啦，希望你能做我一半的年限就差不多啦！

Q 您跟李文达先生做事这么多年，您怎么评价李文达先生？

A 我不敢评价他啊！（哈哈）不过我觉得他真的很为、很聪明、做事果断，是个强人。他是商业奇才，很有商业眼光。我记得80年代初，有一天，李文达先生的二儿子李惠雄先生带着太太来澳门，李文达先生得知后也跟了过来，在酒店里讨论进军国内市场的事。李惠雄先生和一些同事认为当时国内的政治和法律都不够健全，贸然进入太危险。但当时李文达先生就坚信，一定要尽早进入才能有更多的资源和市场。九十年代终于回到大陆建厂，做出了酱油，李文达说酱油就是钱。



Q 那在生活上，您了解到的李文达先生是怎样的？

A 他太有进取心，经常都想着怎么把家族生意做好，把企业做好，很少讲究享受生活。我觉得他要求高，做事都务求达到心中所想，压力不小的。不过，总的来说，李锦记的发展很平稳，很快，虽然经历两次分家伤得很重，但是很快又都能回到正轨，李文达先生人缘特别好，去到哪里人们都愿意帮他、支持他。他很擅长交际。

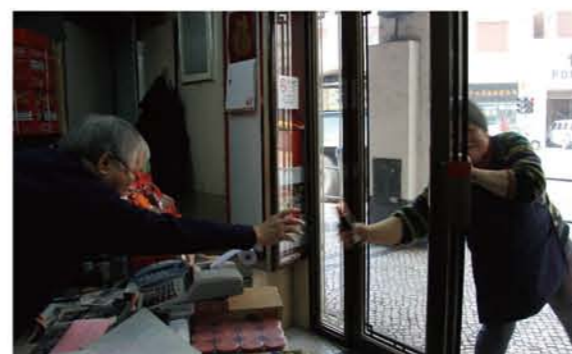
Q 您对第二代传人李兆南先生还有印象吗？

A 我称他为“三叔”，他也是强人，人很好，重人情，他离世的时候我特别伤感。



- | | |
|---|---|
| ① | ② |
| ③ | ④ |
| ⑤ | ⑥ |

- 威叔给顾客介绍产品，XO酱仍然是李锦记的热卖产品之一。
- 威叔和李锦记老员工赵振球合影。
- 上方图片记录了几十年前蚝油庄的老式大门，前面是一个磨刀的小商人在干活。
- 威叔拿出早前澳门政府做的画册，介绍那就是很多年前蚝油庄所处位置的场景。
- 采访中途有个熟客买产品，在门口喊一声，把钱递进来，威叔就把产品递到她手上。
- 早年日本媒体做的一本展现澳门风貌的画册，威叔和蚝油庄作为一道亮丽的“风景”被收录其中。





Footprints (2012年11月—2013年1月)

这是一扇增进了解的窗口，透过它，我们将向您展示李锦记的最新动态，并记录下企业前进的步伐。

在“务实、诚信、永远创业精神，思利及人，共享成果，造福社会”核心价值观的指引下，李锦记一直坚持做有责任感、有良心的企业，在积极回馈社会，支持教育事业和家乡发展等方面不遗余力。2012年11月13日，广东省人民政府侨务办公室向李锦记集团主席李文达先生颁授“十大慈善人物”奖，以表彰他为广东省作出的重要贡献。

作为行业标杆，李锦记在推动调味品行业发展与弘扬中华优秀饮食文化上同样努力。11月21日，李锦记在香港召开“李锦记食品安全及营养专家委员会”，与专家、学者共谋行业发展。12月27日，李锦记举办中华美食文化汇，以“楚韵”为主题展示湖北地方菜系的创新发展，以及美食与文化水乳交融的魅力。

在未来的道路上，李锦记将继续以思利及人的理念，积极履行社会责任，为行业的发展贡献力量。

思利及人 造福社会

李锦记集团主席李文达荣获2012“十大慈善人物”

FOOTPRINTS

2012年11月13日，“2012年南方·华人慈善盛典”在广州中山纪念堂举行，李锦记集团主席李文达先生获广东省人民政府侨务办公室颁授“十大慈善人物”奖，以表彰他长期热心家乡的公益慈善事业，对广东省作出的重要贡献。

爱国爱乡 回馈社会

作为李锦记的第三代传人，李文达先生带领公司大胆改革，锐意创新，使李锦记由只生产蚝油及虾酱的小作坊，发展成为知名跨国酱料企业。在发展业务的同时李文达先生带领集团致力实践“思利及人”的理念，积极回馈社会，支持家乡工业发展以及广东经济建设，充分表现出爱国爱乡，乐善好施的崇高精神，为广东经济发展和进步作出了巨大贡献。

李锦记集团主席李文达先生由衷地说：“一百多年来，李锦记一直秉承‘思利及人’的核心价值观，在不断创新求变的同时，持续履行企业社会责任。今后李锦记会继续以慈善为己任，造福社会，共享成果，为国家和家乡慈善事业发展作出更大贡献。”

中国国务院侨务办公室副主任任启亮先生、广东省副省长招玉芳女士、李锦记集团主席夫人李蔡美灵女士、李锦记酱料集团主席兼行政总裁李惠中先生等出席有关活动。



· 国务院侨办副主任任启亮先生颁授“十大慈善人物奖”给李锦记集团主席李文达先生（从左到右：任启亮、李文达、李蔡美灵、李惠中）



· 广东省副省长招玉芳女士亲身恭贺李文达（从左到右：李惠中、招玉芳、李文达、李蔡美玲）



· “2012 南方·华人慈善盛典”慈善人物奖”证书和奖杯

南方·华人慈善盛典简介：

“2012年南方·华人慈善盛典”由广东省人民政府侨务办公室和广东南方电视台联合主办，表彰改革开放以来为广东建设和公益慈善事业做出贡献的华侨华人、港澳同胞。“南方·华人慈善盛典”每年举办一届，至今已举办到第五届。



楚之神韵 酱门传奇

2012李锦记中华美食文化汇在京举行

FOOTPRINTS

2012年12月27日，“2012李锦记中华美食文化汇”在北京隆重举行。活动以“楚之神韵 酱门传奇”为主题，不仅是新晋“世界厨王”——以中国烹饪大师卢永良为领队的武汉代表队精湛厨艺的一次重要汇演，更是对中华优秀饮食文化新境界的有力展示和弘扬。李锦记中国总裁周志毅、李锦记中国企业事务总监杨国超及来自社会各界的相关人士、媒体记者约200人参加了本次活动。



· 李锦记中国区总裁周志毅先生致辞



· 卢永良大师现场表演葱须书法

美食与文化 互通交融

今年中华美食文化汇中，美食与文化交融的氛围更加浓厚。在入场处设置的模拟神九太空舱的酱料展示台前，来宾们纷纷驻足，体会神九冲入云霄的激荡澎湃。现场的古筝弹奏营造出楚韵悠然的古典氛围，美食盛会还未开启，就已让来宾感受到了美食与文化的互通交融。

“五感移觉，共融相通”——中华美食文化的精髓不仅在餐

桌上，更优雅地以多种独特的艺术形式展现在眼前。在《水火之韵》、《楚腰》、编钟、古筝等中华传统乐舞的陪伴下，卢永良大师不仅带来了助力其团队问鼎“世界厨王”的“楚韵”系列作品，还现场表演个人绝活——以葱代笔的“葱须书法”。极富地域神韵的菜品和遒劲有力“楚韵”二字，把中华传统文化一脉相承、水乳交融的意境表现的淋漓尽致。

才下舌尖 又上心头

“楚韵”主题菜品以楚地特色和中国山水意境为灵感，由6道凉菜、1道汤、3道热菜及1道点心组成，在色、香、味、形、意上大胆创新，每道菜式几乎都融合了李锦记酱料的特色。现场观众面对视听味俱全的饕餮文化盛宴，无不赞口连连、陶醉其中。“才下舌尖，又上心头”——这是莅临晚宴的嘉宾对“楚韵”的美食印象。

期间李锦记中国总裁周志毅先生为楚韵团队颁奖，鼓励他们继续传承和创新中华优秀饮食文化。李锦记更是发起现场和线上微博互动活动，借力新媒体弘扬饮食文化，让更多的人参与到品鉴美食和文化的乐途之中。

周志毅先生表示：“中华饮食文化源远流长，极富地域特色和文化底蕴，是中华五千年文明的瑰宝。李锦记作为全球中式酱料领导品牌，举办中华美食文化汇活动，旨在促进中华优秀烹饪技艺与传统地域文化的有机结合，推动中华饮食文化的繁荣发展。”

链接：

2012年5月，李锦记携手世界中餐名厨交流协会，在中国江阴华西村发起举办了“李锦记杯世界厨王争霸赛”，吸引了来自加拿大、荷兰、俄罗斯、马来西亚、新加坡、台湾、香港、澳门、中国大陆等31个国家和地区的48支队伍及150名个人报名参赛。经过激烈角逐，鄂菜大师卢永良带领的湖北武汉代表队以“楚韵”系列作品技高一筹、力压群雄，勇夺“世界厨王”桂冠。整套“楚韵”作品，以楚地地域特色和中国山水意境为灵感，由6道凉菜（瑶池仙宫、金丝雨露、戏说青莲、大话神农、金玉满堂、婉容出宫）、1道汤（西陵桔颂）、3道热菜（楚乡耕讯、高山流水、金丝游光）及1道点心（千年地参）组成。不仅将鄂菜选料普通、制作精细、水产为本、鱼菜为主、刀工丰富、技法多样的特点展现得淋漓尽致，更是在色、香、味、形、意上大胆创新。



· 李锦记中国区总裁周志毅先生与厨师团队合影



· 神九展台前古筝伴奏



· 湖北武汉代表队“楚韵”系列作品展示





思利及人 让生命更有意义

“思利及人 美丽中国”主题公益活动在京举行

FOOTPRINTS

12月22日，“思利及人 美丽中国”主题公益活动在北京举行。当天，李锦记携手梦想合唱团公益明星谭维维发出倡导，提出八个“凡是”，阐述“思利及人”的含义，并现场派发“思利及人”特制明信片，让更多人领悟到了“思利及人”的力量。



· 李锦记中国企业事务总监杨国超向天使妈妈赠送爱心酱料

爱的味道 点燃幸福火种

活动当天，李锦记中国企业事务总监杨国超先生向公益组织“天使之家”赠送了“爱的味道”大礼包，其中包括李锦记为神九航天员提供的五款酱料以及李锦记的明星产品。《梦想合唱团》第一季年度公益人物天使妈妈——曹雅琪代表“天使之家”现场接受捐赠。“天使之家”创立五年，收养了1000多个因先天残疾而被遗弃的孩子，为他们提供医疗救助。

杨国超先生说：“对那些被抛弃的患儿来说，除了最缺乏的物资以外，他们更需要母亲拥抱的温暖，“天使之家”给了他们这种关怀，这就是“思利及人”。我们希望通过此活动，号召大众以‘思利及人’的行为给社会注入正能量，让生活更幸福。”

此前，李锦记于12月3日开始在新浪微博平台和官微@李锦记中国开展“幸福60秒思利及人”活动，呼吁公众用“60秒”去分享快乐、关爱，以低成本获取和感受幸福，构建和谐、美丽的社会环境。



· 谭维维携手李锦记，倡导思利及人

思利及人 传递正能量

“思利及人 美丽中国”主题公益活动是响应习近平总书记在十八大提出的“美丽中国”号召，倡导大众以“思利及人”的方式面对生活，倡导人们做事情前或看待问题时，学会从“我”上升到“我们”，考虑如何有利于大家；学会换位思考，从对方的角度看待问题；懂得关注对方的感受，让对方感觉到被尊重和被重视。当“思利及人”成为一种习惯，幸福的火种就会持续蔓延。

在活动现场，李锦记设置了特别的展示墙，上面写着李锦记的八项倡导，包括：自觉遵守公共场所各项秩序、讲究社会公德、关爱地球、尊重并善意相待身边人与事……针对中国式过马路、人情冷漠、公德心缺失等社会现象，提出了李锦记的“思利及人”主张。

点亮心灯 放飞梦想

2012李锦记希望厨师主题班会温馨举行

FOOTPRINTS

12月21日，李锦记希望厨师主题班会在北京劲松职业高中举行。班会以“点亮心灯”为主线，以“感恩篇、动力篇、梦想篇”三个篇章贯穿始终。两届希望厨师，80名同学用自编自导自演的节目，多角度展示了他们在劲松职高的成长历程。

青春洋溢 梦想满满

当天下午，李锦记中国企业事务总监杨国超、新浪公益主编崔洪霞、北京劲松职高副校长于忠波等二十多位嘉宾看望李锦记希望厨师并参加了班会。

入学三个多月的2012级希望厨师用慷慨激昂的诗朗诵《青春赞歌》、《追梦》、《用感恩心态成就职业人生》道出了他们珍惜机会、懂得感恩的心声，用热情奔放的藏族舞蹈《舞动青春》展现了他们青春洋溢的精神面貌。2011级希望厨师通过轻松幽默的穿越剧《2028年北京某五星级酒店招聘会》呈现了16年后自己当上行政总厨，面试希望厨师的场景，对未来的雄心壮志被他们用诙谐幽默的方式表现得淋漓尽致。

蓄积力量 扬帆起航

班会上，全体师生及嘉宾还共同见证了10名希望厨师新团员“入团宣誓”的庄严时刻。节目进行中，现场同台六名希望厨师还带来了美轮美奂的雕花表演及亲手制作的各式精美小点心，用力所能及的行动表达对李锦记及社会各界人士的爱与感恩。

李锦记中国企业事务总监杨国超说：“这是我第二次参加希望厨师的班会，我很感动。去年希望厨师的队伍只有20人，今年这个团队已经壮大成了80人，未来还会不断壮大。今天我看到了你们一颗颗自强、感恩、积极、饱含梦想的心，我相信只要你们努力学习，用心做人，你们的未来一定会大放异彩，一定会承载起个人、家庭乃至社会的希望。”



· 希望厨师新团员庄严宣誓



· 班会上，希望厨师姬顺国展现了笑容





潇潇，新浪美食名博，美食专栏撰稿人，著有美食散文《潇潇的简约厨房》、烘焙初级教程《长帝烘焙宝典》。本职工作历任媒体记者、编辑、品牌策划宣传等工作。



忙忙碌碌，直到凌晨下了飞机来到这个陌生的城市，突然安静下来想好好写这篇有关滋味生活的小文。有关滋味，我想到的是味道和心底的一种惬意的小自在。就如现在，刚从身边的喧闹走进属于自己的安静小空间，静下心来，捋摸一下那些关于味道、关于生活的那些小感觉，真是有滋有味。

我对味道的记忆，可以追溯到小学二、三年级。那时的我踩着小板凳在比我身高还高的煤气炉旁，杵着锅铲为自己做油盐炒饭，然后再学会做蛋炒饭、煮白水面，炒青菜，烧鱼，煮汤、蒸鱼、炸丸子……直到我在美食论坛上认识了一群为美食而“疯狂”的朋友，爱吃的我“堂而皇之”地吃吃喝喝，并享受着味道给我生活带来的巨大变化和无穷乐趣。

为了吃一碗正宗的牛肉面，我可以打个“飞的”直奔兰州，为了吃一碟金牌爆肚，我可以穿街过巷，排个长队等上半个多小时。但更多时候，我更享受路上的行走自由、独特的地域文化和多元化的地方味道。因为一个地方而品尝到不同的味道，用味道去领悟当地的文化，累计对滋味的记忆。



路上的美食和文化

品尝生活的滋味，有很大一部分并不只是自己能做出这些味道。走过多少路，吃过什么，见过什么也很重要。

我喜欢混在一群本地人里吃当地食物。曾经在山西平遥，我放弃了古镇里的各色美食店，和另一半骑着自行车扎到小巷子里找本地人的面馆，吃5元一碗的肉臊手擀面，去当地的菜市场买酱肉、凉菜就面条。在西安古城，找路边不起眼的小店吃擀面皮、肉夹馍、岐山臊子面、菜豆花。在桂林街头，凌晨一点和朋友们一起拎着袋子一人一根竹签品尝当地的各种酸。每一种食物究竟味道如何，说实话已经记得不是那么清楚了，但那种沿着出行轨迹一路用味道做标记的习惯，却让我对这些城市都印象深刻，而且有了更多渴望探究的欲望。

曾经受邀去广西桂林，吃到了当地有名的啤酒鱼，回家之后，我凭着自己的印象做出了味道相似的啤酒鱼，最直接的好处当然是因此而丰富了自家的餐桌，但也因此打开了通向不同味觉感受的大门，因为喜欢啤酒鱼，而爱上了跟它味道相似的其它广西食物，也因此对广西当地的饮食习惯，风土民情，历史地理产生兴趣，因一种食物而想了解一座城市，因想了解一座城市而希望去更多的地方以作对比，我的世界观就因为这样一次次的旅行和品尝在路上的美食而变得越来越宽广、丰富。

那顿最棒的晚饭

我吃过最棒的一顿晚饭不在星级酒店或者米其林饭店，而是在吉隆坡的一个街边小店。那个晚上，我和先生风尘仆仆地赶到吉隆坡，用蹩脚英语、历经艰辛终于找到了计划入住的酒店，却因为没有提前预订上房间而被礼貌地拒之门外。还好周边酒店多，我们顺着指示开始一家家的找，看了一家酒店，房间太潮湿，再看一家，有异味；再往前继续，又房满，再往前……连连挫败和那种全然陌生的绝望感，让我们感觉这一夜估计是要露宿街头了。将近深夜12点，我俩终于在小街尽头一家酒店找到了一间条件还过得去的空房。放下行李，才想起上一顿饭还是11个小时前在金边街头吃的，人一放松就顿时觉得饿了。凌晨12点半，我和先生上街寻找食物，当在一家华人餐厅坐下，迎接我们的店主人用国语问出“你们想吃点什么”时，两个一路紧绷着蹩英语短句的人顿时都要热泪盈眶了。那是我们吃的最晚的一顿晚饭，吃的东西我还清楚的记得：一条马来风味的咖喱辣烤鱼、一盘名叫马来风光的辣炒空心菜，一盘有大个虾仁的炒杂菜和一盘用酸甜黄瓜丝垫底的泰式豆腐。

由此，我们记住了这种最马来西亚风格的空心菜吃法，和那种混合着咖喱、辣椒以及东南亚香草味道的烤鱼的香味，也因那一晚的经历更敢于闯出去走更远的路，尝更多的美食。





1726北北北，从事文化传播事业，闲暇时乐于行摄的生活，对于饮食文化有着天然的兴趣，以四处游走观遍九州美景、尝遍天下美食作为丰富生活、提升自我的目标。对生活充满着积极的态度，爱旅游、爱摄影、爱美食、爱科学。喜欢科学的饮食和饮食中的科学，同时爱好自己动手，将那些“家的味道”传承下去。工作之余时码码字，用一个“吃货”的腔调谈谈自己的态度和见解，以“吃的真相”为题材传播科普知识、分享美食与生活的经验。

现代都市里的饮食男女一般都喜欢到或浪漫或实惠的餐馆吃饭，在杯筷碗碟中寻找家的感觉，而结果却往往令人大失所望。于是，男人们开始向往“上得厅堂，下的厨房”的贤妻良母，而女人们则憧憬着一个下班就会系上围裙钻进厨房弄几个拿手小菜的“五好男人”。所以那些早晨不小心顶着一头油烟去上班的男女不再受到讥笑，反而会被看做是一个富有生活情趣、知冷知热的人了。

其实，男人们在选择婚姻的同时，也就接受了担当“大厨”

角色的命运。当小家庭刚刚建立时，男人与女人就要开始一段谁做饭、谁洗碗、谁洗衣服的旷日持久的拉锯战，而一般磨合之后的结果是，男人们会选择做饭而非洗碗。选择做菜做饭，既是为了尽一种义务，也有满足爱好的成份。做菜与洗碗、洗衣服之类的最大区别在于，做菜是创造性劳动，能够在创意的变化中不断挑战自己，满足口腹之欲的同时也获得了很多乐趣，也能在食者的赞叹中得到心灵的愉悦。做菜，是一种享受。如果是一个爱吃、会吃的现代吃货，他一定也能做得一手的好菜。



做菜，学问很大

于是我们开始勤加钻研，有时候看、记、背一道大菜的菜谱，其认真程度不啻于在校时应付考试。等到真正操作起来，提前做好好的功课就显示出效果来了——每个环节都能轻松驾驭，放多少油、多少盐，多少菜、多少肉，多少调料，先放什么，后放什么，都能一丝不苟。所以做菜要有一双慧眼，有大局观，还要观察细致入微。没有慧眼的话……会如何呢？老婆每次做米饭，都是口中念念有词，几杯水、几杯米地按比例量进去，离开了量杯做不了饭。每次看见她这样墨守陈规、机械重复地做饭，我都想笑。炸花生仁、煎豆腐、熘土豆丝、凉拌芹菜之类的小菜弄好并不容易，难就难在火候的把握上，没有慧眼，不行。

古龙说过，一个好的剑客，他的手要软而薄，这样握剑才会有力；还要温而干燥，这样握剑才会稳。手对做菜的重要性一点也不亚于它握剑的时候，厨师的手不仅表现在要有一定的腕力，要会掂勺，让各种蔬菜在炒勺中飞舞起独特的韵



律；它还要稳定，刀刀下去，都要有着相同的节奏，粗细均匀。以前看电视上主持做菜栏目的那些所谓“厨艺达人”，多数都是工于表面，说起来头头是道，看他们的刀工，真的给我等厨房“一刀流”丢人。

做菜，需要悟性

有悟性的人都是善于观察生活的人，能够捕捉生活中最妙妙的细节，这是与生俱来的素质，不会有太多刻意的成分。炒菜是一种艺术，不要拘泥于菜谱，一些突发的灵感能够妙笔生花。融会贯通、开拓创新、与时俱进，这些看似高深的思想，其实在做菜上都能得体现。但如果只是把做菜当做炫耀技巧的手段来在家人朋友面前卖弄，弄出来的菜只贪图他们的赞美夸奖，那这道菜就只能用“华而不实”来形容了。在家做菜的人不是企图在厨艺大奖赛上夺魁的厨师，在家中做菜，要不带半分功利之心，全身心地投入到菜肴的制作中去，心里要装着家人，指端要透出爱意。



用爱做的菜才是最高境界的菜

每到冬天，母亲总要做暖锅给我们吃，一家人围着砂锅团座，吃着荤素有序、浓香四溢的食物，这就是深深烙印于脑海中的家的滋味。现在我继承了母亲的手艺，一有空闲的时间，就会跑到厨房弄一锅香气四溢的暖锅，既能让爸妈吃到顺口的菜，还能赢得老婆的一个媚眼，看着一家人高兴，那得意劲儿肯定会酥到骨头里去。

买菜的男人同样会斤斤计较的挑拣，杀起价来更是否如金莲斗智斗勇，这既是对自己做的菜负责，同样也是一种生活的乐趣。买菜一定是新鲜水灵；香菇要肉质紧实含水适宜；买五花肉就一定得是五花三层皮见肉，这样炸好的酥肉才肥瘦适中口感酥软；海带，要买厚薄均匀的；鱼虾，要买肉质鲜嫩没有变色变味的；白莲藕，要挑没有损伤的；调味品嘛，当然选李锦记的啦，方便味美又安全。看着我在柜台前指手画脚、挑肥拣瘦的样子，旁边的老大妈和小媳妇们难免流露出用异样的眼光，那中惊讶和迷惑中参杂着种种羡慕。一个西装革履的男人能够这么细心的挑拣食材，恐怕连天生对购物热爱无比的老婆大人也会佩服的五体投地。

买回来的食材还要精心加工，每一步都要认真对待，不然做出来的暖锅可就没了地道的滋味。先用鸡骨架吊汤底，加一勺料酒再扔进姜片去腥，打掉血沫后放入葱白、香菇根小火煮一小时就算完成；海带放水里先煮煮，切菱形块；藕去皮切块，白菜洗净控水反刀片成薄片；五花肉预先裹粉，炸成酥肉。等汤底熬好后，将各种菌类、豆腐丸子、酥肉、火腿装锅码齐，大火煮开三十分钟，最后再加入蔬菜，浓香四溢的暖锅就大功告成了可以上桌了。随着年代的变迁，过去的木炭铜锅也渐渐被电磁炉所取代，不变的只有那浓浓的暖在心里的，家的味道。



经过前后两个多小时的慢火慢炖，香气会慢慢地从厨房蔓延到心底，还没有开锅，已经是食指大动了。暖锅的食材经过慢火慢炖的烹煮，一层层食材的精华在两个多小时的过程中充分融合，鸡汤的鲜味儿自下而上的浸润，酥肉炖得酥烂香滑，豆腐也变得布满孔洞，一口咬下，其中浸透的汤汁会充盈口中，那一种熟悉的味道，任何珍馐佳肴都无法比拟。

所以说，做菜是有感情的。

谈恋爱那会儿，是真的用心在为恋人做菜，有感情菜，哪怕是最简单的荷包蛋，在爱人看来，也是香喷喷的“金银大餐”。时过境迁，男人再做菜，大鱼大肉地上桌，技艺更显精湛，依然的温柔和精心。现在，这香气四溢的暖锅重温了当初的细致与耐心，于是，舌尖触到的，就有了爱的味道。老子说过：“治大国若烹小鲜。”在这煎炒烹炸里，包含着丰富的人生哲学，用爱去烹制，用爱去品尝，生活，就会多出无穷的味道。



品味

李錦記



承担社会责任
生产优质产品
护航企业稳健发展

① 责 ② 任 ③ 与 ④ 品 ⑤ 质

