

法國巴黎廚藝教育與飲食文化觀光考察

～報告人 廚藝學院 掌慶琳 院長

*“If you are lucky enough to have lived in Paris as a
young man, then wherever you go for the rest of your
life, it stays with you for Paris is a moveable feast.”*

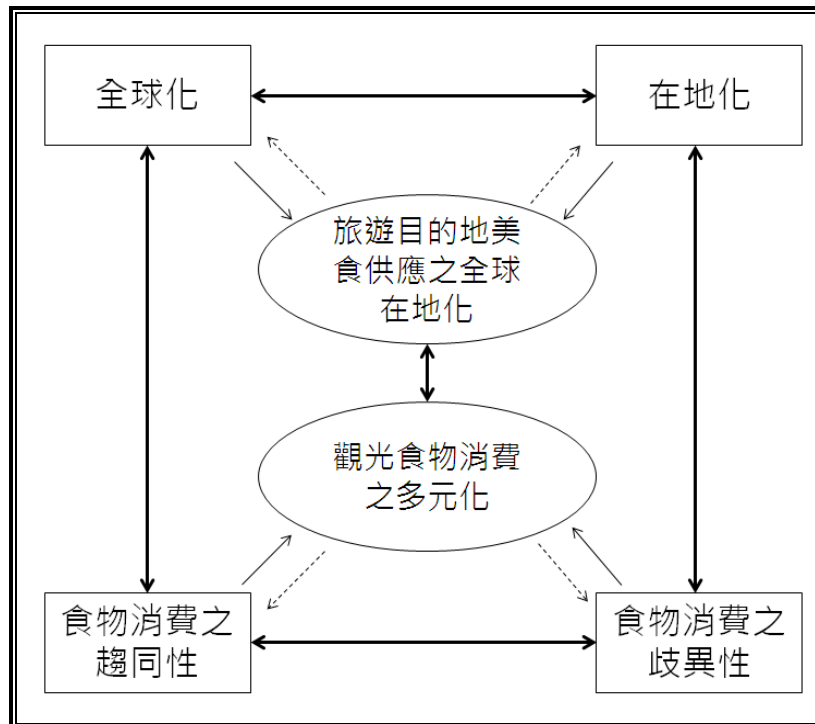
～Ernest Hemingway

一、緣由與目的

為執行台灣美食產學園區產合創建計畫(為教育部補助技專校院建立特色典範計畫 99-101 年)之第二年 100 年-「落實國際雙聯廚藝教學」、「推動永續美食觀光」與「創建飲食文化資產」之目標，並逢本校與國際知名藍帶廚藝學院(Le Cordon Bleu)共同籌設高雄餐旅大 LCB 廚藝學園之期間，經由此學院總裁之子暨亞洲區總監 Mr. Charles Cointreau 安排，由本人代表高雄餐旅大學廚藝學院暨計畫主持人身分，於民國 100 年 10 月 28 日—11 月 6 日，專程赴法國巴黎實地參訪藍帶廚藝教育之實地操作、授課並考察執世界美食文化牛耳盛名之巴黎美食、糕點經營現況與推廣當地美食之情形。巴黎是藍帶廚藝學院成立之第一間學校，如今雖然分校遍佈全球，但巴黎—世界美食之都的第一品牌，仍吸引無數熱愛美食、致力於鑽研美食之有志之士，前仆後繼地前來重金取經，因此此次考察之核心標的，即是「巴黎藍帶廚藝學院」。除此之外，法國美食展現其「再現」實力之麵包店(boulangerie)、糕餅業(pâtisserie)與餐廳(包括 café、bistro、brasserie 與 restaurant)甚至展現其庶民飲食文化風格之市集(marchés)，均為此次之考察重點。

誠如 Telfer & Wall (2000) 所言，遊客在食物之消費佔其花費之三分之一；全球化趨力對消費者行為具有同質化(homogenization)之影響，往往導致觀光活動中食物消費之趨同性(convergence)，但同時在地化驅力對消費者行為亦具有異質化(heterogenisation)之效應，因此易產生旅遊時食物花費之歧異性(divergence)。是以，觀光之食物消費同時受到趨同性與歧異性之交互影響，此一dialectical force，而在世界美食之都—巴黎之美食再現遂成為此次考察活動之動機之一。而本次考察目的，在於透過巴黎美食實地參訪與藍帶廚藝學校之造訪、觀摩，得以建構台灣飲食文化與法國美食國際化間之互動與接軌平台，並提出全球在地化與食物消費多元化，在趨同性與歧異性交互影響下其再現之現況，以為校方推動中餐廚藝輸出與政府推動發展美食觀光，提供參考之依據。

為達前揭考察目的，以下為考察活動之架構與規劃：



架構一：全球化影響觀光食物供給與消費模式
(參考 A.H.N. Mak et al., 2011)

●活動名稱

法國巴黎廚藝教育與飲食文化觀光考察

●核心主題

巴黎藍帶廚藝學院(LCB)
廚藝教育考察觀摩

巴黎飲食文化與
美食觀光考察

●考察重點

1. 接待、導覽
2. 廚藝課程觀摩與料理品嚐
3. 廚藝書籍（中、法、日、英）閱覽

1. 法國飲食文化
2. 傳統市集、餐廳、糕餅/烘培產業、超市
3. 博物館附設餐廳/美食區
4. 米其林三星級餐廳

●考察目標

建構台灣飲食文化與法國美食國際化之
互動、發展平台

二、 行程規劃

此次考察活動幸有藍帶廚藝學院總裁 Mr. André Cointreau 其子 Mr. Charles Cointreau，與亞太地區經理 Sara Shan 之建議及安排，全程活動使得順例如期進行。出訪人員及簡要行程規劃，分列如下：

(一) 出訪人員

掌慶琳 廚藝學院教授兼院長暨台灣飲食文化產業所所長

(二) 行程規劃

時間	參訪地點	活動行程	備註
10/28 (五)	交通 飛行時間	23:55PM 桃園機場出發—巴黎戴高樂機場	1.搭乘長榮班機 (EVA#87) 2.10/29-11/5，宿 Brescia 飯店
10/29 (六)	巴黎	07:45AM 抵達巴黎參觀當地農夫市場(阿里格傳統市場)	瞭解巴黎美食之食材供產模式
10/30 (日)	巴黎	參觀當地市集(拉丁區莫貝市集與哈斯邦有機市集)	瞭解巴黎飲食業之批發、零售業現況與在地社區之連結、互動模式
10/31 (一)	巴黎	拜會巴黎藍帶廚藝學院(Le Cordon Bleu, Paris)	觀摩巴黎總部運作與經營現況，並參觀實習餐廳
11/1 (二)	巴黎	體驗巴黎烘焙業之特色與經營現況，體驗巴黎葡萄酒與起士之搭配	瞭解巴黎糕點之特色與店鋪經營方式;並瞭解巴黎各大酒莊葡萄酒與起士之特色
11/2 (三)	巴黎	參觀羅浮宮，奧賽美術館之附設餐廳	拜訪管理者，了解該餐廳經營理念與特色
11/3 (四)	巴黎	造訪米其林三星餐館管理者與主廚	瞭解米其林餐廳成功經營之模式與特色創新飲食
11/4 (五)	巴黎	巴黎藍帶廚藝學院(Le Cordon Bleu, Paris)	瞭解課程規劃特色並與修課學生互動與交流。
11/5 (六)	交通 飛行時間	11:20AM 巴黎戴高樂機場—台灣	搭乘長榮班機 (EVA#88)
11/6 (日)	交通 飛行時間	7:05AM 抵達桃園國際機場	平安返抵國門

三、 活動內容

(一) 巴黎飲食文化與美食觀光之考察

巴黎既然是公認之世界美食之都，欲瞭解其飲食文化與美食觀光，宜從餐廳、糕餅麵包烘培業、傳統市集、超市與米其林餐廳體驗，及著名博物館之附屬餐廳／美食廣場切入。此次參訪之觀摩、體驗，分述如下：

1. 餐館體驗

依據美食作家韓良露的遊法美食觀光經驗，一般法國的家常菜，常在 Café 或 Bistro 供應，而較正式精緻的法式料理，則往往在 Brasserie 或 Restaurant 才會供應。體驗幾家位於不同區的餐館，發現巴黎的餐館大多設有戶外的桌椅，以提供熱愛社交的巴黎人吃東西與聊天的場所。而麵包與葡萄酒，此在多數信奉天主教之法國人而言，象徵耶穌的肉與血，幾乎是餐飲之必要；雖然巴黎飲食文化亦受其他民族如義大利、北歐等國之影響，但其重視使用當地食材、大量使用橄欖油與新鮮蔬果、起司做菜之傳統特色不變。同時，相對於以米或麵食為主食之民族而言，巴黎人攝取的澱粉並不多；而餐後之起司盤或甜點，卻是不可或缺的餐食結合方式。從大街小巷幾乎皆有大大小小的餐館可知，巴黎人是熱愛外食者；從早餐、午晚餐到點心，從各家不同菜單可知，巴黎料理是非常多元化且具有個性化。

以位於巴黎藍帶廚藝學院附近之餐館 **Bélisaire**，提供地域性的手工菜，如本人嚐試一道豬肉臉頰肉慢燉，加上些微的咖哩提味，軟熱的肉搭配馬鈴薯與紅蘿蔔，滋味佳口感好，價錢不超過 20 歐元；而「鎔岩」巧克力甜點更是出神入化，濃郁的巧克力舒芙蕾，用小湯匙探入即湧出溫熱綿密的巧克力漿，居然內裡裹著球形狀的粉紅草莓醬，甜裡帶微酸；旁襯有米白色檸檬清香口味的雪碧（sorbet），在如此「黑與白」、「溫熱與清涼」、「甜美與微酸」的對比下，突顯了法式（更正確說應是巴黎）餐飲美學的展現縮影！

另一頓於瑪黑區（Marais）的餐廳，更可品嚐到溫熱豬骨骨髓搭配法式麵包之風味餐！法國料理與中華料理不約而言，均為珍愛家禽家畜之內臟，由內到外，由上到下，幾乎任何部位皆可入菜。而接受全魚的烹調料理，更是北美人士遠不懂吃魚者可相比較者。當然，巴黎人雖自豪並樂於享受美食美酒，但其地中海式的料理方式，如少油炸的調理方式，亦支持法國人一般壽命提升之優勢說法。中法料理之日久彌新，廣受世人之好評，不僅滋味多樣迷人，正如一代飲食文學家費雪（Fisher）女士所言，**飲食更是肚腸通往愛與安全感的最佳媒介！**

2. 糕點麵包烘培業

論及麵包糕點業，巴黎絕對是最具創意與保存傳統精華的首選之都。以麵包而言，以廚藝精神自豪之 Eric Kayser 即創設了有名的「梅森凱瑟」(La Maison Kayser) 麵包店，其招牌的棍子法式麵包更遠渡重洋於台北東區開設分店，足見全球在地化之影響不容小覷。而蒙布朗、巧克力泡芙、瑪德琳餅乾與色彩造型均吸引人之馬卡洪 (Macaron)，更是各家糕點業店面，少不了的法式甜點。巴黎人幾乎不一日非麵包不歡的飲食方式，更是造就其眾多烘培業發達的主要原因之一。

此外，巴黎的人氣甜點之包裝設計更令人讚嘆不已，如 Ladurée 名店創立於 1862 年，近 150 年的名店，就以銷售色彩繽紛之馬卡洪聞名。並且，其店家自創之包裝盒子非常漂亮，搭配每季不同的設計新作，吸引無數熱愛餐飲美學者多加收藏。

3. 傳統市場與超市探幽尋新

此次有幸造訪了幾處巴黎人與遊客喜歡造訪的露天市場，如強調有機 (BIO) 的哈斯拜市集，為中上階級的巴黎人較樂意付較高價造訪之處，偶會看到社會名流流連其中；有屬於布爾喬亞式中產階級地區的莫貝市集；亦有屬於波希米亞式自由派生活風格者與庶民大眾樂意造訪的巴士底 Richard Lenoir 市集。前二者以銷售生鮮蔬果、海鮮、起司、法式香腸與家禽為主；最後的露天市場兼有販賣大眾化衣飾、鞋子與沐浴用品等生活家居用品，甚至有街頭的吉普賽老人彈琴。觀察其共同特色，均強調新鮮在地食材，且歡迎試吃，包括鵝肝醬。且其攤位主人大多笑容可掬，樂意用英文溝通，並且份量多少尊重客人的需求。更吸引人的是，這些市集幾乎皆位於地鐵站旁，易達性佳，因此許多遊客亦樂於逛市集。

至於超市，在食材部份則是一應俱全。以連鎖知名店 Monoprix 而言，其海鮮區之貨色種類與新鮮度不比市場差。而其乾貨區，由其葡萄酒部分，更是琳瑯滿目，依勃根地、亞爾塞斯等區之酒莊來劃分，叫吾人大開眼界；巧克力部分，亦是不遑多讓，種類之多超過國內各大超市之食品部，或許說明浪漫法國人熱愛葡萄酒與巧克力之生活方式吧！

4. 巴黎米其林餐廳初體驗

在同事蔡倩玟博士的推薦下，以「朝聖」的心態，「捧著大鈔」（其實有些心疼…）去體驗一間三星級米其林餐廳：Taillevent。此間餐廳為於凱旋門附近，地點環境好。品嚐了松露鵝肝開胃菜與羊肉捲及煎干貝二道主菜；甜點則體驗酥皮鮮奶油派與甜點小

拼盤；白酒則佐以 2008 年 Chablis 搭配。感想有幾點：(1)米其林評價之菜色果然滋味非凡，價錢高貴；(2)盤飾的呈現展現精緻的美學；(3)服務團隊人員眾多，吾人一舉一動皆受高度注意，無法輕鬆進食；(4)餐館裝潢大氣恢弘，用餐區極為安靜且完全不播放音樂；(5)「說菜」之工夫缺少，不曉得是否因吾人非法國人之故？

5. 奧賽美術館與羅浮宮附屬餐廳／美食廣場之觀摩

此兩間博物館名聲享譽國際，尤其羅浮宮之貝律銘設計之金字塔造型入口設計與數年前暢銷書／電影：「達文西密碼」以其作為背景，更推波助瀾其知名度。是以，此兩間博物館吸引成千上萬人造訪，加上兩者皆鄰近塞納河，使致遊客如織。前者的餐廳位於一樓與三樓；前者是大眾化的咖啡與三明治及甜點，後者則提供高級的 buffet 自助餐。可惜的是，餐廳的設計與動線平平，無法突顯其獨特性。而羅浮宮則宏大到提供地下二層樓商店賣場與美食廣場，讓人驚訝的是，美式餐飲代表品牌的麥當勞與星巴克亦佔有一席之地，且生意興隆，足見現今的法國人具有靈活的商業頭腦，不再排斥「美式霸權」之飲食文化，或所謂的「麥當勞化」現象。而此兩間店在裝潢與設計上更注重創意與內斂，如麥當勞之金色拱門與麥當勞叔叔退場，取而代之的是溫馨加高科技的”cozy and smart”的用餐環境。

至於美食廣場部分，亞洲菜餚、中東菜、義大利麵、Pizza 區到西班牙海鮮飯為主食賣點之 Miro 餐廳，均以現代化 cafeteria 型態經營，且大受歡迎，尤其集中之座位區幾乎隨時客滿，可見得全球在地化與在地全球化，於此獲得成功的再現！但有一點不滿意的是，美食廣場旁側之現代化設計的廁所每次每人 1.4 歐元，強調設計新穎，隨時有人打掃的方式，卻有讓人「強迫中獎」的無奈！

或許，我們舉世聞名的故宮博物院在未來擴大整修時，亦可考慮強化餐飲的空間設計與規劃。雖然故宮晶華在晶華國際集團之操盤下，其菜色餐飲頗受肯定，生意亦佳，但未來若能增加「國際菜餚」區，或許更可照顧到不同國籍消費者之腸胃與體驗需求。

(二) 巴黎藍帶廚藝學院之取經之旅

藍帶廚藝學院（以下以 LCB 簡稱），成立於 1895 年；第一堂課程誕生於隔年一月份的巴黎。十年後於 1905 年，招收第一位亞洲（日本）學生，至今學校成立超過百年，培育出逾二萬三千名來自於七十個國家的學生，並在 15 個國家成立其 35 處分校，成績斐然。而其品牌除了堅持發揚法國精湛深蘊之飲食文化與落實扎實之廚藝教育訓練外，或許誠如其總裁 Mr. André Cointreau 所言，其蜚聞國際之聲譽

泰半來自於其永續經營、持續使用改良的技術與不斷保持新意的作法。其關鍵成功因素大半為與時俱進、追隨當代廚藝與餐飲業之需求，同時與各國政府、大學、廚藝協會等保持良好的夥伴合作關係。自不例外的是，Mr. Cointreau 強調「透過持續的練習與精益求精，以達卓越（Our philosophy of achieving excellence through constant practice and refinement...）」之經營哲學，恆久不變。

探究為何巴黎的 LCB 吸引世界上眾多對美食懷抱想的人，願意投入重金與時間以學習與精進其廚藝？經本人與接待經理 Catherine Baschet 之接觸與晤談，可歸納以下六大理由：

1. 巴黎是 LCB 之誕生地，是世界上公認的美食之都之一。其眾多的食堂酒肆與露天市集（open-air markets），再加上執牛耳之烘培業與璀璨藝術文化，使其成為學習法國飲食文化之不二選擇。
2. 巴黎的 LCB 創校逾百年，傳統與創新的教育經營方式，打造出強勢品牌之不二首選聲譽。
3. 巴黎的 LCB 雖堅持用法文教學之傳統，但均有專人進行現場的英文同步口譯。同時保有重視傳統的精神與現代的需求，讓學子備感溫馨。
4. 其主廚教師均廚藝精湛，不少獲得米其林星的榮譽，甚至於國家級獎之尊榮亦迭有所見。
5. 巴黎的 LCB 堅持「觀摩、實作、學習（watch, do, learn）」的授課方式。所有的廚藝展現，均由主廚教師現場講解與示範後，監督學生實際操作一遍。
6. 學生就讀巴黎的 LCB，可望與來自於超過 40 個國家的學生互動交流，建立可貴的人脈。

由上可知，巴黎的 LCB 每年吸引眾多人士，以九個月二萬五千歐元昂貴學費學習烹飪課程的理由，充分支持其證照的價值是值得投資的。

四、參訪心得感想與建議

此次考察之重點聚焦於巴黎藍帶廚藝學院與巴黎的飲食文化及美食觀光；餐訪處所除了 LCB 之外，尚包括奧賽、羅浮宮等兩大博物館之附設餐飲設施、三大露天市集、不同類型餐廳與糕點／麵包烘培業產業與超市，在短短一個禮拜內，至少多元化地領略偉大的法式料理與飲食文化之魅力。

在此深深感謝教育部與高餐大全力支持本計畫，使吾人此次考察順利進行。雖然台法之文化、歷史、地理環境與國情等大為不同，但擁有雄厚美食

文化底蘊之巴黎，確有太多值得學習、借鏡之處，以下提出五點心得感想與建議：

（一） 巴黎人雖以熱愛美食聞名，並以享受飲食文化著名，但並不再抗拒世界美食的潮流，麥當勞與星巴克於巴黎市區仍屹立不搖，即是一例；此外，各國美食餐廳滿街可見，且法式咖啡館與各類食堂酒肆並存，互不相悖，足見「全球在地化」與「在地全球化」之影響兼容並蓄，達到一和諧且生氣盎然之境界！因此，其平衡使得「食物消費之趨同性」與「消費之歧異性」此二元驅力共存共榮，而飲食文化上擁有古老輝煌榮光如巴黎，在日復一日之飲食文化產業發展上，依舊是充滿熱情、活力，持續在傳統上再創新，保留懷舊的歷史傳統之餘，勇於突破的精神，值得學習！

（二） 美食觀光多元化已是一般趨勢，因此如何化被動為主動，同時照顧到本國消費者與國際觀光客的異質性需求刻不容緩！而吾人宜提醒並鼓勵學生對飲食文化懷抱熱情之餘，應重視外語能力之加強與訓練，才能提昇台灣美食觀光國際化之軟實力。

（三） 飲食文化、餐飲美學涵實之課程推廣與認證：

國內開設餐飲課程眾多，莘莘學子報考相關證照者亦多。惟開設飲食文化與餐飲美學課程者仍較少見，如何提昇國人對於自身飲食文化與餐飲美學之重視與推廣課程之建置，乃至研議相關證照之設立，以喚起學子對飲食文化素養之重視，值得吾人深思。

（四） 巴黎藍帶廚藝學院扎實的課程設計，值得學習其模組操作與「觀察、做、學習」等三模式之實踐：其課程自初階到中階乃至於高階之層次分明，值得參考。而其學徒訓練過程中，對學生紀律之要求，如上課必須穿戴整齊的制服與不得攜入非水以外飲料之要求值得效法。

（五） LCB 總裁相信教育是改變一個人最好的方式，而且課程宜與時俱進、照顧不同需求的作法，即是具有前瞻性的永續發展核心價值！或許吾人日後可思考如何落實企業聯盟之作法，以達雙贏，並且同時思考藉由中餐廚藝輸出，深化中美美食與飲食文化之層次與形象，如此本校與 LCB 合作設立之國際廚藝學園，才可發揮綜效之極致化！

附錄：



照片 1

說明：莫貝露天市集，為巴黎中產階級所好。



照片 2

說明：市集販賣鵝肝醬之業主，桌布與招牌色澤一致且十分亮麗。



照片 3

說明：巴黎市集肥美且新鮮的海鮮。



照片 4

說明：販賣起司與雞蛋攤位。



照片 5

說明：巴黎玫瑰花專賣店，令人驚艷的美學展現。



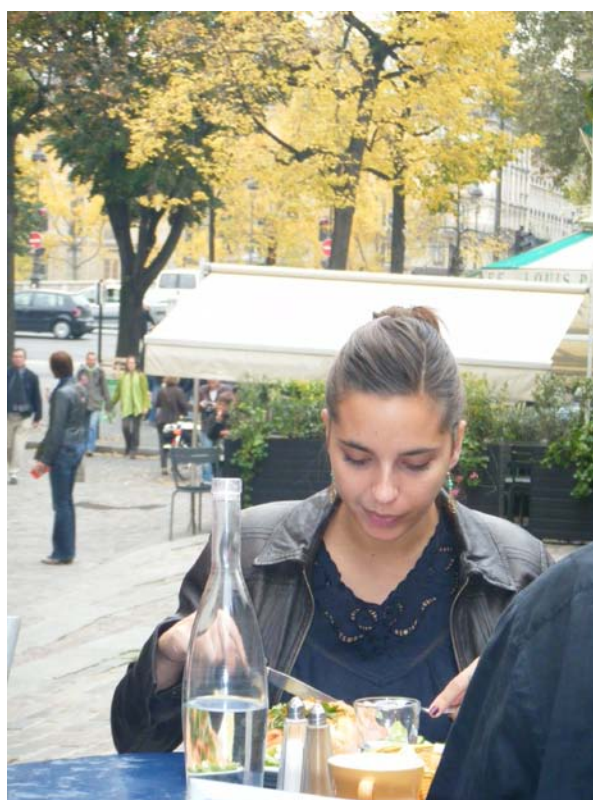
照片 6

說明：巴黎烘培業之店家一隅。



照片 7

說明：知名的棍子麵包店，大排長龍。



照片 8

說明：鄰近塞納河畔巷內，於戶外用餐的巴黎美女。



照片 9

說明：遠近馳名的法式甜點，c'est bon！



照片 10

說明：非常有名的餐館 Le Comptoir，果真一位難求，且名不虛傳。



照片 11

說明：紅酒燴牛膝、蘑菇與通心粉



照片 12

說明：巴黎藍帶，我來了！



照片 13

說明：巴黎藍帶廚藝學院，廚師教授上課示範。



照片 14

說明：好看又好吃的法式料理。



照片 15

說明：爭先恐後照相的學生們。



照片 16

說明：LCB 成立於今，超過 110 年！



照片 17

說明：正在拉糖的學生，全神貫注完成作品。



照片 18

說明：主廚教授與助理。



照片 19

說明：慶祝課程受訓的最後一堂課！



照片 20

說明：歡迎台灣教授的「台灣日」！



照片 21

說明：米其林三星餐廳之主菜（羊肉捲）。



照片 22

說明：米其林三星餐廳之菠菜泥香煎干貝主菜。