

一方水土养一方豆腐

小小一块豆腐,历经千年发展,先传入日本等亚洲国家,20世纪以后,随着中西方文化交流、素食主义和健康饮食风潮的兴起,不少西方人对豆腐这种健康食品日渐青睐。

日本,曾分为6个品级

豆腐是日本人餐桌上常见的食材。伊藤忠集团下属调查公司My Voice的统计数据显示,2022年每周都吃豆腐的日本人占72.5%,其中每周吃两三次的人最多,占调查对象的1/3。

日本“全国豆腐联合会”和农林水产省的官网都介绍豆腐的起源地是中国,但豆腐诞生以及传到日本的时间,目前还没有确定说法。五代谢缙的《宋拾遗录》曾记载:“豆腐之术,三代前后未闻此物,至汉淮南王亦始其术于世。”朱熹曾作诗:“种豆豆苗稀,力竭心已腐。早知淮南术,安坐获帛布。”李时珍在《本草纲目》里也提到“豆腐之法,始于汉淮南王刘安。”但有专家认为,今天这种卤水点出的豆腐可能到唐代中期才出现,之前大都是豆泥等粗加工产品。

至于豆腐何时传入日本,因为没有文献支持,似乎不能简单归为遣唐使时期。豆腐在日本最早见于文字的记载是1183年,奈良春日大社的社主在日记里写道:“春近唐符一种。”这里的“唐符”即为豆腐的同音异形词。到了江户时代,豆腐开始进入寻常百姓家。1782年,曾谷学川写了一本《豆腐百珍》,收录100种豆腐菜谱,并将豆腐分为寻常品、通品、佳品、奇品、妙品、绝品6个品级。如今,豆腐遍布日本列岛,从北到南,可以用于制作豆腐的豆类多达400种。豆腐物美价廉,又符合低热量高蛋白的要求,甚至还有美容的功效,受欢迎也在情理之中。

豆腐传到日本至少有1000年之久,受各地环境、物产和习俗的影响,逐渐形成不同的风味和特点。在外国游客心中,京都的豆腐最出名,毕竟这座千年古都基本算是豆腐到达日本的第一站,很早就被寺院放入素食的菜单之中。那时的豆腐很可能接近现在的北豆腐,口感比较扎实。对此,位于京都嵯峨野的森嘉豆腐做了很大改良。他们不用卤水,而是用熟石膏粉点豆腐,加上制作过程中全部使用岚山一带清冽的地下水,点出的嵯峨豆腐柔滑细腻,成为重视本真味道的京都料理中最朴实的一道佳肴。

直到今天,京都岚山一带很多有数百年历史的老店里,菜单上只有汤豆腐套餐,而且价格大都在一百两百元人民币。美味的标准因人而异,有人可能认为京都豆腐“轻盈得如雪片在舌尖融化”,有人会觉得“味道平平无奇”。不可否认的是,在这一块洁白如玉的豆腐中,浓缩的是几百年来不变的工艺,以及手工作坊苦苦坚守的不易。

有人爱豆腐的柔软,就会有人爱豆腐的扎实。石川县的“坚豆腐”沿袭了中国古代的传统制法。这种制法格外费时费力,需要用重石压在上面待水慢慢析出,成品用麻绳捆扎都不会断裂。据说这样做出的豆腐能最好地体现大豆的甜香。

随着社会发展,豆腐产业发生极大变化,一方面出现冠以“豆腐”名称却和豆子没有半点关系的产品,比如我们熟知的“日本豆腐”,还有“芝麻豆腐”“核桃豆腐”等。这些产品和“杏仁豆腐”一样,因为质地细腻如豆腐,所以借了传统食品的名头。伴随着技术的革新,市场上甚至还出现可以常温保存的豆腐。

另一方面,手工作坊固守的传统已经敌不过工业生产的低成本和高速度。1960年,日本有5万多家手工豆腐店。到了2019年,只剩下5713家。豆腐制作师工藤诗织对此十分担忧,她认为每家豆腐店都有自己的个性,这些都和它存在的区域紧密相关,希望漂洋过海传遍世界的豆腐,既能保留传统基因,又能呈现一方水土的特质。



滑嫩的京都豆腐。



喜欢豆腐的人研究了很多适合西餐的吃法。

瑞士,被当作奶酪吃

瑞士堪称奶酪王国,近年来,他们还爱上一一种特殊奶酪——“大豆奶酪”。将中国豆腐比作“大豆奶酪”——瑞士人想以此来说明对中国豆腐的喜爱。

“中国豆腐上世纪70年代首次以‘大豆奶酪’的名称出现在瑞士货架上。”关注亚洲美食的苏黎世学者尼尔斯告诉记者,那时候豆腐只出现在健康食品店和一些亚洲杂货店。当时制作豆腐的都是与中国有渊源的瑞士家族,聘请华人手工制作。

瑞士人称豆腐为“大豆奶酪”,除了它们外形相似,豆腐与奶酪的制作过程也差不多:先将清洗过的大豆浸泡12小时,然后压碎与水混合制成豆浆,再用天然凝固剂凝固,将得到的软豆腐放入模具中压制,最后将豆腐切块包装。

当时,许多瑞士人第一次见到又白又嫩的豆腐十分新奇,争相购买品尝,但因口味与奶酪大相径庭,甚至“索然无味”,逐渐失去人气。同时,“大豆奶酪”的说法引起牛奶业竞争对手的担心。他们将豆腐公司告上法庭。理由是,根据有关条例,奶酪应是和奶牛等动物的奶有关的产品。法庭最终判决:豆腐公司不能用“大豆奶酪”命名。

尽管“大豆奶酪”在豆腐产品的包装上不复存在,但瑞士人和媒体至今仍喜欢用“大豆奶酪”称呼豆腐。随着健康饮食理念深入人心,豆腐逐渐被瑞士人接受,从他们变花样吃豆腐中可见一斑。家住卢塞恩的卡洛特一家平时注重饮食健康,也是中国豆腐的资深粉丝。她告诉记者,平时会时不时做一些豆腐菜,这些菜大多是瑞士奶酪的吃法。早餐,她把豆腐捣碎,加上洋葱、蒜、小葱和核桃等,做成一种豆腐酱,抹在面包上吃。午餐,她会给家人做好盒饭带到公司和学校吃。大家很爱吃豆腐酱配意大利面,餐后再来一点豆腐小食。晚餐比较正式,前菜是豆腐沙拉;主菜是豆腐做的牛排,或者做一份豆腐披萨;餐后点心是嫩豆腐做的甜点,或者“豆腐奶酪火锅”,用粘稠的豆浆蘸着水果等吃。

许多瑞士人下班后或周末喜欢去酒吧小酌一杯,一些酒吧提供的炸豆腐很受欢迎,将切成小块的豆腐裹满玉米粉等,入锅煎炸,加入盐和胡椒粉,简单又好吃。人们喜欢豆腐,这让超市里的豆腐有了身价,一块400克的豆腐售价约3瑞士法郎(约合24元人民币)。一些加佐料的豆腐价格更高。



德国,欧洲的“豆腐工厂”

哪些中国食物在德国最受欢迎?除了面条、酱油,非豆腐莫属,德国甚至已经成了欧洲的“豆腐工厂”,生产近百种豆腐产品,远销20多个欧洲国家。

记者最近走访多家德国超市,发现德国豆腐产品似乎比中国还多,居然有五大类,首先是天然豆腐,相当于中国的普通豆腐。德国人用来腌制、调味、油炸、烧烤或切碎吃,是绝对的“多面手”。第二种是烟熏豆腐,颜色发黄,类似中国豆腐干。烟熏豆腐主要作为肉类替代品。第三种是香料豆腐,混合多种香料等调味料的豆腐,比如香草豆腐、杏仁芝麻豆腐等,别具欧洲风



因豆腐产品种类多,德国被称为“豆腐工厂”。

味。第四种是丝豆腐,类似布丁,适合作为甜点底料。最后一种是发酵豆腐,略带酸味,比其他类型的豆腐更容易被人体消化。此外,德国超市还有各种豆腐罐头、豆香肠、豆鸡块、大豆牛排等豆制品。

“早在18世纪,中国豆腐在德国已有记载,但直到100多年前中国移民的不断到来才开始走入大众视野。”柏林中国文化学者玛努埃尔告诉记者。上世纪20年代,柏林康德大街开了德国第一家餐馆。这家名为“天津”的中餐馆就有豆腐卖。

到了上世纪80年代,随着中国与欧洲的交流增加,德国等欧洲国家出现不少豆腐作坊,继而出现一些豆腐工厂。最厉害的是一家叫“豆腐镇”的德国公司,除了豆腐,还生产豆奶、豆黄油等产品。

尽管当时豆腐没有被德国人广泛接受,却引起德国农业协会的警觉。作为欧洲重要的奶制品生产国,竟然出现可能威胁奶制品销售的豆腐等豆制品,政府在农业协会的推动下决定禁止销售。直到上世纪80年代末,豆腐才在德国合法化。德国媒体称,豆腐当时可谓披着“反抗精神”的外衣出现在德国人视野中。

后来,欧洲相继出现疯牛病、口蹄疫、禽流感等,使德国人一度对肉类产品产生恐惧,素食主义开始兴起。目前,10%的德国人吃素。豆腐也开始出现在许多大型超市,甚至日用品连锁店也有德国豆腐可买。一时间,德国出现了数十家生产豆制品的企业。

“现在,豆腐已经成为高级食品。”中国文化学者玛努埃尔说,食品卫生部门将豆腐列为“健康食物”,豆腐在素食潮下走入千家万户,德国各大出版社出版与豆腐相关的书籍多达数千种。最开心的是豆腐厂家,比如“豆腐镇”生产150多种豆腐和豆类产品。这家拥有近400名员工的公司,年销售额已达6000万欧元。