

中方：加方允台設「辦事處」嚴重違反一中原則

【大公報訊】據中新社報道：中國駐加拿大大使館發言人12月5日答記者問時指出，加方不顧中方嚴正立場，執意允許台灣當局設立所謂「駐蒙特利爾台北經濟文化辦事處」，嚴重違反一個中國原則，向台灣當局發出錯誤信號。中方對此表示強烈不滿和堅決反對，已向加提出嚴正交涉。

使館發言人重申，世界上只有一個中國，台灣是中國的一部分，中華人民共和國政府是代表全中國的唯一合法政府。一個中國原則是國際社會普遍共識和國際關係基本準則，是中國同包括加拿大在內的所有國家交往的政治基礎。全世界已有182個國家在一個中國原則基礎上同中國建立外交關係。這充分表明堅持一個中國原則是國際大義、人心所向、大勢所趨。

發言人指出，台灣當局逆時代潮流而動，意圖通過設立所謂「辦事處」顯示「國際存在」、拓展「國際空間」，這不過是又一場嘩眾取寵的政治鬧劇，任何謀求「台獨」分裂的陰謀都不可能得逞。

發言人說，中方再次敦促加方恪守一個中國原則，立即停止支持「台獨」分裂活動、損害中國核心利益的行徑。如加方執意妄為，中方必將作出有力應對，由此產生的一切後果由加方承擔。

據報道，台當局設立的「駐蒙特利爾台北經濟文化辦事處」於12月4日揭牌。

台灣現酸菜魚店 大陸美食受青睞

網絡社交平台傳播快 推動兩岸流行文化融合

【大公報訊】綜合中新網、台媒報道：大陸美食酸菜魚、螺螄粉、魔芋爽等近年來在台灣引發了不少台灣民眾的關注和喜愛。越來越多大陸街頭美食在台灣街頭頻頻出現。有台媒分析，在社交平台的強大傳播效應下，台灣民眾對於大陸的飲食文化的接受年齡層正在快速下降，不少台灣青少年也愛上大陸美食和流行文化。有台灣民眾表示，大陸飲食文化豐富多樣，品種眾多，精益求精，而且兩岸本就是一家人，飲食文化相近，所以對大陸美食的接受程度很高。



▲▲▼ 酸菜魚、螺螄粉、魔芋爽等大陸美食受到台灣民眾的喜愛。



據台灣《商業週刊》報道，台灣街上突然湧現酸菜魚專賣店，而且新的品牌一直在冒出來，這些店的菜單就是一道酸菜魚，再搭配其他開胃菜、配菜。

就連台灣的大型餐飲集團，都將酸菜魚視為未來的展店重心，甚至一些傳統菜館也轉型賣酸菜魚。在台灣，酸菜魚的熱潮，是從2019年成立的「刁民」（台灣一個酸菜魚連鎖餐館）開始，但源頭是大陸連鎖餐廳「太二酸菜魚」。在台灣的酸菜魚專賣店，從門市的裝潢風格、菜單、製作及服務流程，隨處可見「太二酸菜魚」的影子。

針對酸菜魚的市場競賽，台灣近兩年才百花齊放。台媒分析，台灣餐飲業正飽受缺工之苦。酸菜魚專賣店如同火鍋、燒肉餐廳，沒有複雜的烹調，加上服務流程簡化，同步減少對內、外場人力的依賴，剛好有助緩解缺工壓力。再者，台灣餐飲市場太久沒有新面貌，酸菜魚會令求新求變的消費者眼睛一亮，讓熱度維持更久時間。最後，在社交平台的推波助瀾下，台灣民眾對於大陸的

飲食文化的接受年齡層，正在快速下降。

台網紅爭相介紹螺螄粉

其實不僅僅是酸菜魚，大陸經典零食魔芋爽近年來在島內小學生中已蔚為風潮，不僅在超市上架販售，連美式賣場也上架了魔芋爽。

螺螄粉作為柳州的一道特色小吃，酸酸辣辣、帶着獨特味道，配上彈牙米粉及滿滿配料，近年來在島內已成為「爆款」美食。

台媒分析，自柳州首家袋裝螺螄粉企業誕生後，除了當地政府積極發展，加上網紅吃播與大陸影視劇的推波助瀾，讓這個地方小吃爆紅成為大陸的網紅食物，還被列為國家級非物質文化遺產。

這波螺螄粉風潮吹向台灣，多位人氣視頻博主爭相趕這波熱潮，在他們的視頻中：開箱介紹螺螄粉、評比螺螄粉，讓螺螄粉逐漸打開在台知名度。台灣消費者開始通過代購、團購等方式購

買、嘗鮮，街頭上也出現越來越多現煮螺螄粉店舖。

大陸娛樂風潮吹向台島

流行的不僅僅是美食，觀察近年在兩岸的社交平台，一些大陸年輕人喜歡的網絡流行舞蹈、歌曲同樣也受到台灣民眾的喜愛。隨着社交平台的發展，兩岸同胞可以更緊密地交流。不難發現，兩岸同胞有着共有的文化基因，可以在美食、流行文化等方面形成共鳴，美食和文化將兩岸同胞的心越拉越近！



▲台北一家螺螄粉店座無虛席。資料圖片

大陸手工飲料突飛猛進 台珍奶優勢不再

【大公報訊】據環球網報道：台灣的手工飲料進駐大陸後迅速俘獲大陸民眾的胃，但經過多年發展，大陸手工飲料品牌百家爭鳴，既有創意豐富的高端時尚飲品，也不乏主打低價的茶飲霸主，讓島內驚呼「台灣的珍珠奶茶優勢只剩下5年」。

島內如此憂慮的原因在於幾家台灣手工飲料品牌近年來或放慢在大陸開店的腳步，或將品牌授權淡出，甚至直接關閉大陸門店。擁有「快樂檸檬」和「仙蹤林」等品牌的台灣連鎖餐飲集團雅茗-KY最近通過出售「上海仙蹤林餐飲管理有限公司70%股權」，宣布未來大陸事業將進行轉型，改以品牌授權模式發展，運營可望谷底反彈再出發。

「奈雪」的茶、「茶顏悅色」等大陸本土品牌。據台媒報道，近年來大陸流行「新中式」，孕育出「茶顏悅色」、「霸王茶姬」等品牌，陸續推出新式茶飲吸引消費者。也有許多品牌主打地域特色，至少五六個主打檸檬茶的品牌，「很多都有2000家以上門市，是不容小覷的新勢力」。雖然台資品牌在初期進入大陸市場時價格定位較高，但幾年過去，已經變成中端市場的品牌。而以破2萬家門店數量獨佔鰲頭的「蜜雪冰城」，主攻低價產品，「茶顏悅色」等則主打中高端市場的品牌，在形象、包裝上走時尚精品路線。

大陸手工飲料品牌、供應鏈席捲東南亞。台灣承恩食品總經理柳聖恩坦言，「我想不出台灣除了「珍奶發源地」以外的優勢了」。珍煮丹董事長高永誠稱，「5到10年前，大陸品牌都會參考台灣品牌在做些什麼，現在完全相反！大家都在討論大陸品牌。」他說，「我們再不改變，最多5年後大陸就會主導全球珍奶的話語權。」



台胞心聲

年輕人從抖音、小紅書了解到大陸的流行文化，加之淘寶購物便利，使得越來越多的台灣青少年接受大陸流行文化、飲食文化。



台北市民 趙任民

我很喜歡和朋友一起去商圈吃酸菜魚。同根同源的兩岸同胞本就是一家人，台灣不少美食其實也是來源大陸。



台北市民 嚴廷廷

現在大陸民眾喜歡的小吃、零食，通過網絡平台的傳播快速進入台灣，兩岸的味蕾隨之拉近，在不知不覺中達成了餐飲文化的兩岸融合。



台北市民 許陳品

大公報記者蘇榕蓉

「兩岸都是中國人都長着中國胃」

【大公報訊】記者蘇榕蓉福州報道：「兩岸都是中國人，都長着中國胃。」台北青年王先生向大公報表示，他家附近就有一家山東餃子館，他對館裏皮薄餡多的餃子情有獨鍾。美食無界，兩岸更是同根同源。大陸朋友可以推薦大陸各地的美食給台灣朋友，台灣朋友可以赴大陸品嚐各地特色美食。兩岸可通過飲食文化互相了解，從美食中感受兩岸血濃於水的親情，將中華美食

文化的魅力展示給兩岸更多的人。台青鄭雅玲表示，在台北的西門町，她看到了成都楊桃冰，而在島內各地都能看到重慶酸辣粉、山西刀削麵、山東餃子、螺螄粉、酸菜魚館，甚至超市還有魔芋爽和酸辣粉。

曾任教於台灣師範大學的退休教授張克晉表示，大陸飲食已經不知不覺成為台灣民眾的生活的一部分。這種現象的背後是同宗同源的中華脈絡。



民進黨能把雞蛋放到其他籃子嗎？

隔海觀瀾

朱穗怡

民進黨上台這些年得了不少「外號」——「民退黨」、「桃花黨」，如今又多了一個——「吹水黨」。

最近民進黨當局農業部門在網上社交平台推出一條視頻，名為「農漁民的靠山——台灣豬成功前進日本」，乍一看，還以為是台灣豬肉恢復出口日本了，結果只是在日本出售了5000個由台灣豬肉製成的排骨便當。這與台灣豬肉出口日本可謂相差了十萬八千里。民進黨當局根本就是在玩文字遊戲，企圖塑造民進黨「政績顯著」的假象，以糊弄台灣民眾，騙取選票。

日本是僅次於中國大陸的全球第二大豬肉進口市場，因此台灣豬農都期盼能盡快恢復台灣豬肉出口日本。

其實，多年前日本是台灣豬肉出口的主要市場，而台灣養豬業也成為當時島內農業中產值最高的項目，平均每年出口日本的總值達新台幣550至600億元。不料，好景不常，1997年3月台灣爆發口蹄疫，禁止豬肉等產品出口。失去日本市場，台灣養豬業遭受重大打擊。

直至2020年6月世界動物衛生組織(OIE)才認定台灣地區為「不施打疫苗口蹄疫非疫區」，今年7月1日起全台灣豬隻終於停止施打豬瘟疫苗。台灣豬農

好不容易看到了台灣豬肉恢復出口的希望，尤其日本是進口豬肉的大市場，台灣業界無不期盼恢復當年台灣豬肉出口日本的榮景。然而，經過了23年的漫長時間，日本豬肉市場早已進行了重組，以前台灣豬肉佔日本市場的比例最大，但如今則是美國、加拿大、西班牙、丹麥、墨西哥等五個國家主要佔據日本的進口豬肉市場。但民進黨當局不是時常吹噓「台日友好」嗎？還說「台日是夫妻關係」，如今台灣豬肉終於可以恢復出口了，難道日本方面不應該打開大門「歡迎」台灣豬肉嗎？但事與願違，目前只有少量台灣豬肉出口到菲律賓等國，至於日本市場是可望而不可即。

民進黨當局無時無刻不在想着「經濟去中化」，說「雞蛋不能都放在同一個籃子裏」，但實際上台灣方面開拓其他市場有這麼容易嗎？「把雞蛋放在其他籃子裏」可不是動動嘴皮子就能做到的。

日本方面對於進口生鮮、冰凍肉類等農產品都有嚴格的檢測標準，台灣農產品進口日本市場相當不易。大陸是台灣地區農產品出口的最大市場，但近年大陸暫停有問題的台灣農產品進口，使得美國、日本成為台灣農產品出口前兩大市場，但自2021年起台灣農產品外銷仍連續三年衰退，可見美、日市場根本無法替代中國大陸市場。

民進黨當局為了搞「台獨」而百般討好美國和日本，聲稱「台美關係」、「台日關係」史上最熱絡，但其實是被美、日予取予求。在美國政府的施壓下，台灣方面不得不進口美國瘦肉精豬肉、牛肉。對於台灣方面想打開美國市場，美方只是玩「拖字訣」。在日本方面，對於其不顧國際社會強烈反對而強行把核污水排放到大海，衝擊台灣漁業，民進黨當局竟然為日本政府辯解。日本對台灣農產品農藥殘留檢測相當嚴格，但出口到台灣的日本草莓被驗出農藥殘留，日方卻要求台方放寬標準。台灣方面把美、日當「寶」，但美、日不過是把台灣當「草」。