

伊朗也有自己的速食「馬當勞」和「卡德基」，但它們全不是正 版

3-3 minutes

本文來源：**beebee**星球

微信id：**beebeesub**

作者：**beebee**

伊朗沒有麥當勞和肯德基，但伊朗人有自己的馬當勞和卡德基。

遍及全國的美式快餐連鎖店，已經重度介入了這個世界上最反美國家的市民生活。

只有魔法才能擊敗魔法，這也許也是一種策略。





這個偉大的國家可能在政治上不會愛美國，但人民熱愛美式食物，尤其是快餐。

幾乎每個著名美式快餐品牌都在當地吸引和俘獲了伊朗人的味蕾。

只不過，這些餐廳並非真正的授權店，如果你仔細觀察，你會發現從形象到拼寫都會有很多細節的不同。

這種微創新是體現原創性的法寶，也是沖破經濟封鎖的關鍵。



▲ 伊朗的翻版麥當勞叫做Mash Donald's

小丑微笑著，沒有揮舞拳頭的憤怒人群，也沒有燃燒的美國國旗，只有平靜的就餐環境和可口的夾肉漢堡。

作為也許是美式快餐帝國主義最著名的象徵，麥當勞同款金色拱門在德黑蘭的大街上閃爍著美味的油炸光芒。





「麥當勞意味著品質。伊朗人民也知道這一點。因此，當他們看到麥當勞叔叔時就會停下來。」

店主哈桑在解釋為什麼使用麥當勞的徽標吸引顧客時說道。



Mash Donald's的顧客對所提供的食物感到滿意。

「這個沙拉三明治很好吃。當然，如果正版麥當勞來了，我也會去吃。在去麥加朝聖時，我們每天晚上都會去麥當勞。」

29歲的伊斯法罕說。



對於麥當勞來說，伊朗並不是一個完全未知的領域。

在1979年之前，伊朗就有過麥當勞。

1994年，一位勇敢的伊朗企業家獲得了開設麥當勞的官方特許經營權。

這使許多伊朗人興奮不已，但也引起了強硬派的注意。

兩天後，餐廳被燒毀。

司法部門也推翻了衛生部允許麥當勞開業的決定。



「如果我給麥當勞打了電話，我會受到強硬派的光臨。」

「所以我兒子建議我取名Mash Donald's，聽起來一樣。」

店主哈桑說，由於擔心伊朗強硬派和美國的商標律師，他不想公開自己的姓氏。

政府官員和伊斯蘭革命衛隊仍然走訪了餐廳，稱這個名字太西方了。

「但沒過多久他們就習慣了。」

店主說。

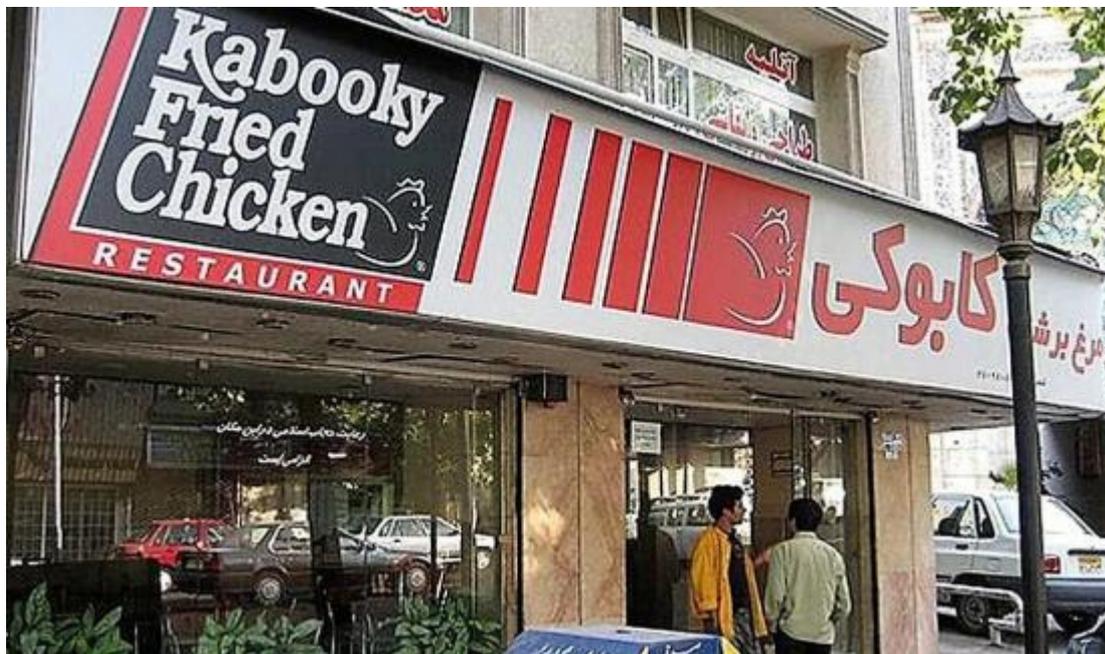


由於國家之間的敵意和制裁，沒有一家美國快餐在伊朗設有分支機構。

取而代之的是，名稱發生了本土變化的復刻品在激增，而且應有盡有。

除了Mash Donald（麥當勞），伊朗還有Kabooki Fried Chicken（肯德基）、Pizza Hat（必勝客）、Burger House（漢堡王）、Raees Coffee（星巴克）、Freshway（賽百味）、Super Star.....





美國飲食文化的復刻品正日益在伊朗主要城市的街道上占據主導地位。

這標誌著自1979年推翻國王統治的伊斯蘭革命以來，官方敘事或多或少受到了反革命的干擾。

但強硬派警告說，外國人的金錢和異端思想可能進一步破壞國家的價值觀念。

他們試圖傳達出的資訊是：外國人可以來，但是他們不能帶來資本主義放縱的象徵。



Naveed
@Naveed_Mohebbi



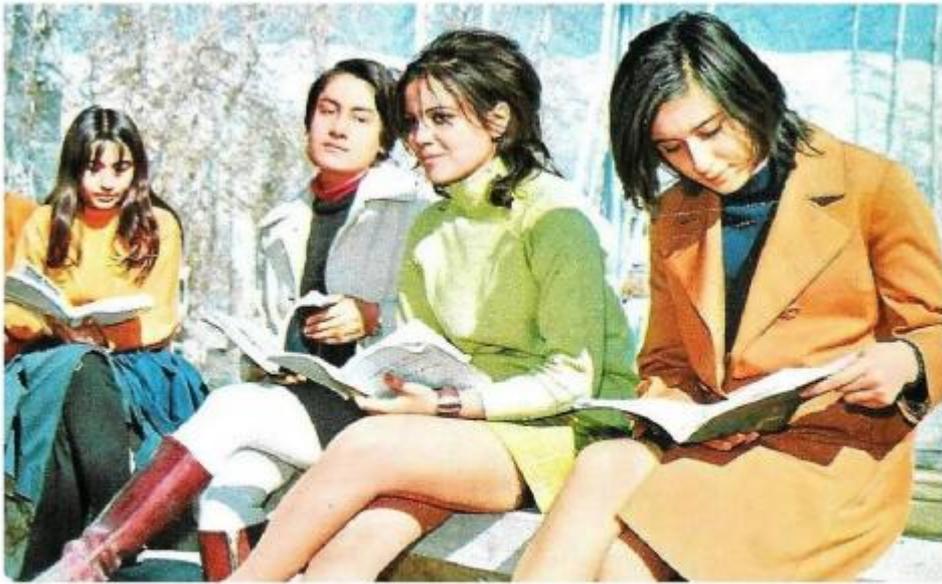
👉 Tomorrow's my last day in Iran. I'm going to miss all of the bootleg restaurants here.



40年前，在德黑蘭開設肯德基專營權是進步的標誌。

今天，這是違法的。

革命之前，伊朗首都德黑蘭是一個國際化的城市，充滿了來自西方的影響：世俗主義，迷你短裙和連鎖快餐，例如麥當勞和肯德基。



Iranian women in 1979 before Islamic Revolution



Women wearing chadors in Tehran during Revolution of 1358 Š./1979. After *Pa'd-nāmo azwālān sālgard, enqelāb-e eslāmī Irān 22 Bahmān 1358*, Washington, D.C., 1980.
Detail of photograph by J. Rostam. K K K

Iranian women in 1980 after Islamic Revolution

但是新的國家推動了伊斯蘭價值觀的回歸，並消除了美國的影響力。

因此，婦女重新披上黑布，西方文學在教科書中刪除，美國特許經營權被禁止。

但依舊有伊朗人仍對一些西方文化保持贊賞，無論是對被禁的文學作品還是麥當勞的漢堡。



如果政府行政命令無法取締一件事，那就說明它是真正的民意。

這就是為什麼伊朗現在擁有從啃得到必勝閣的幾十個翻版美國快餐品牌。

他們提供危險的漢堡、薯條和墨西哥卷餅。

只不過，無論是金拱門還是山德士上校，都具備了本土的特徵。



快餐成為伊朗人體驗外界的一種方式。

「伊朗人厭倦了有限的食物選擇。快餐是一個出口，特別是因為許多伊朗人前往杜拜嘗試美國的快餐連鎖店。」

《伊朗主義者》的分析師霍莉·達格裏斯說。



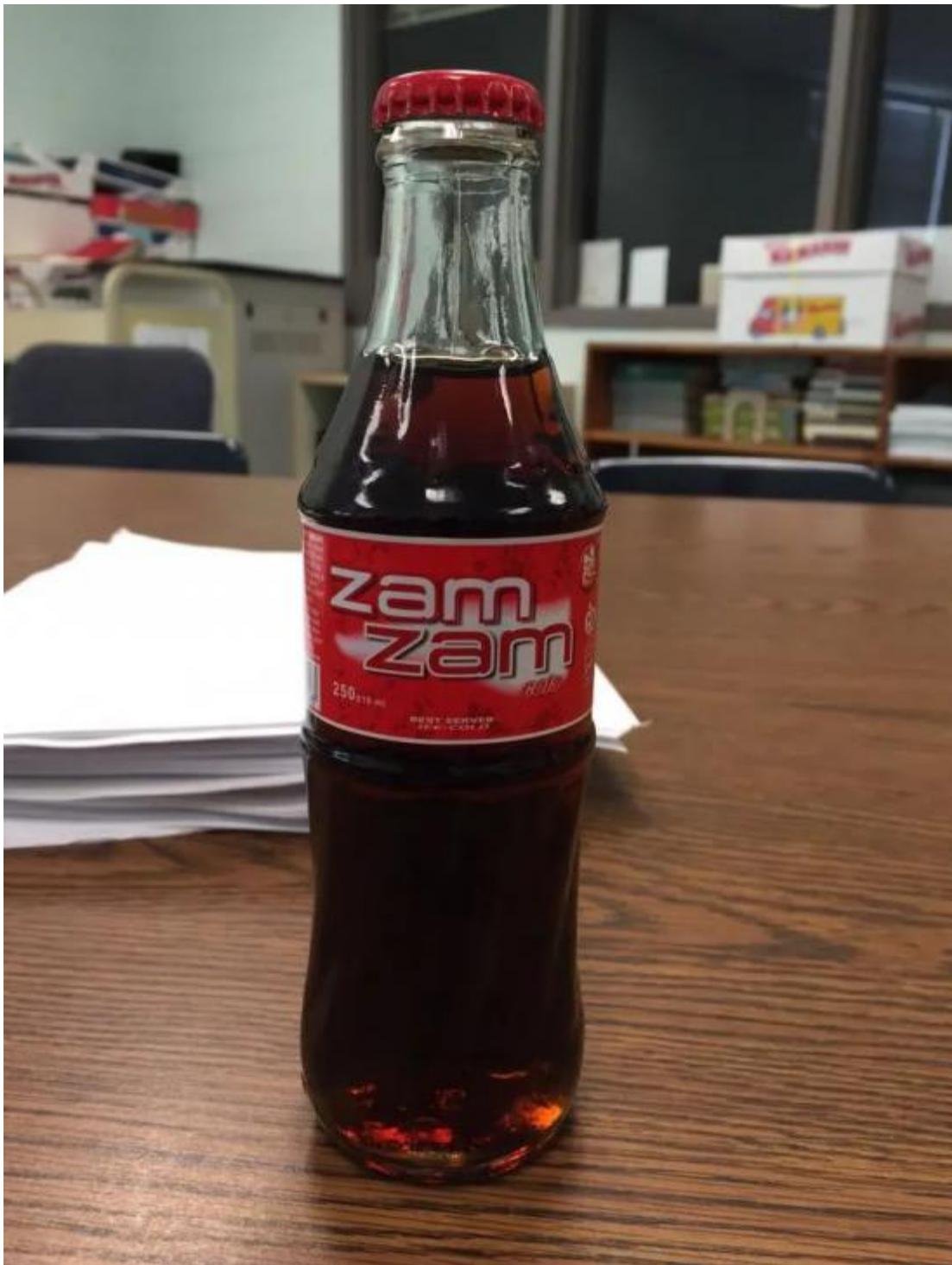


儘管並不是每個伊朗人都能買得起比烤肉串更貴的漢堡，但快餐浪潮正在難以阻擋的興起。

翻版品牌有著迅速膨脹甚至達到飽和的趨勢。

傳統食材與西方風味相結合，創造出了獨一無二的菜單。

例如羊肉漢堡，烤蔬菜，藏紅花飯和葡萄乾派。



制裁、關稅和政府的敵視使伊朗人失去了國際知名的餐飲品牌。

那麼，通過民間的智慧來復興傳說中的飲食需求自由，就是伊朗人做出的回答。

在大多數國家和地區，翻版快餐最擔心的是正版品牌律師提起的訴訟。

而伊朗翻版快餐最擔心的是不能讓自己成為「美國文化帝國主義的象徵」。



所以餐廳老板設法達到了某種平衡。

模仿西方連鎖店以吸引想嘗試這些品牌的伊朗人，但和正品毫無關係和牽連，任何人都沒有理由指責其腐朽和文化受侵。



普通的伊朗人可能只是想買一包薯條，享受他們渴望的食物。

官方對美國產品的厭惡也同樣並非絕對。

例如，可口可樂和百事可樂在伊朗無處不在，伊朗人也用iPhone聊天，跑步也穿耐克。

這些都是合法且正當的。



與美國的關係升溫後，還有誰獲得了麥當勞？

1990年1月，俄羅斯。

1990年10月，中國。

2014年2月，越南。

還有誰在等待？

葉門、敘利亞、玻利維亞.....





一個國家獲得專營權有什麼意義？

聖約瑟夫大學食品營銷學教授約翰·史坦頓說：「對於世界其他地區來說，麥當勞就是美國。」

「當它在莫斯科開業時，人們並不是要去漢堡店，而是去美國。」



有人說，模仿是最真誠的奉承。

但星巴克和肯德基的律師團隊並不這麼想，他們都曾經試圖起訴伊朗的盜版，但他們都沒取得成功。

畢竟伊朗不是世貿組織的一部分。

伊朗如果要恢復與西方的關係還有很長的路要走，這取決於雙方的政治意願。

但我們希望這個世界更加和平和平等——沒有超級大國，沒有經濟制裁，沒有霸權和封鎖、族群敵視和遊弋在太平洋的軍事堡壘。



[閱讀原文](#)