



▲蜜饴火方響鈴夾



▲脆煎灌湯小籠包



▲清滋小排骨



▲主廚樂華宏是來自上海的揚州人

舊的不去，新的不來，當我們再來到元朗這個地方，已沒有以前那種到了郊區的感覺。現在的元朗大廈林立，其中於今年九月開幕的「YOHO MALL形點」，一如其名，以嶄新型格豎立於元朗區。內裏除了各類牌子的店舖外，亦有形形色色的食肆進駐。元朗既是新舊對比的寫照，記者訪尋食店，就由新舊兩派出發。
大公報記者 陳惠芳 圖/文



▶各色水果雪糕，部分還能與鹽搭配



▶鹽磚鮮虎蝦橘子沙律配香檳醋汁



▶冰島醃魚凱撒沙律

元朗舊地

尋新食

到訪當日（十二月十日）正是「YOHO MALL形點」開幕一百天，就如小孩子的百日宴。傳統的中國人，多選擇中式菜，而今次不是吃廣東菜，而是上海菜「家上海」。甫踏入門口，綠色的復古地磚很好看，椅及周圍的擺設，讓人感覺時光倒流去了老上海的時光。

主廚樂華宏是來自上海的揚州人，他遞上名片一再說自己姓氏發音是「聯」。他說老闆就是要求他保留傳統的上海菜口味。老闆覺得香港的上海菜加入太多新意，反而失去了上海菜的原有風味。是次主廚介紹的菜式有茶香油爆蝦、蜜汁脆鱈、麵醬毛豆炒年糕、蜜饴火方響鈴夾、蘿蔔燻肉、清滋小排骨、脆煎灌湯小籠包、桂花拉糕、狗薑湯圓和上海百合。

傳統上海菜玩新意

樂華宏說，「家上海」在香港目前只有元朗這一間店，他希望讓來到這裏的食客能品嚐到正宗上海菜。他推薦的菜式茶香油爆蝦，是由龍井茶葉炮製，而蜜汁脆鱈入口香脆，關鍵在於不是即炸即上碟，而是前一晚炸一次，翌日上碟時再翻炸，才能達到香脆效果。

至於麵醬毛豆炒年糕，雖是用本地肉蟹，但上海製的麵醬，才是精華所在。蘿蔔燻肉則是一味家常小菜，但要做得好吃不容易。樂華宏介紹，其中蘿蔔處理最不同的地方就是沒有去皮，因蘿蔔皮可以鎖着肉汁，讓其更為可口。而小籠包是幾乎無人不知的上海點心，市面上常見的灌湯小籠包多以蒸的烹調手法處理，而樂華宏則是以原塊鐵板奉上，包內豐盛的肉餡不只有豬肉，他說這更能提升小籠包的口感層次。

有云：「牡丹雖好，也要綠葉扶持。」冰涼的上海百合，呷一口如一道清泉入胃，沖淡了上海菜一點鮮香。最後送上的狗薑湯圓，薑湯的辣味，令食客明白到薑真的是越老越辣，如一個廚師主廚入行幾十年的功力般。至於那粒大大的彈牙芝麻湯圓，軟綿綿的，無論

是湯或湯圓，都令人暖在心頭。

調味鹽變做主角

小孩的百日宴，會受到大家的祝福快高長大，長大了小孩最愛就是玩。來到了西式餐廳SALT RECIPES，門口前售賣家品店，而後才是用餐的地方。這裏主廚Eric說老闆想將這裏打造成一個如家的感覺，食物更是充滿不同玩味。餐廳以SALT（鹽）為主題，為何以此為概念？

原來，有一年Eric去了業內一個飲食展覽，發現一小塊的喜馬拉雅方鹽，售價竟要百多元，在當時而言已是很貴。因此，他好奇心大起，開始研製以不同食鹽佐味的食譜。在一般人眼中，鹽就只有餐桌鹽或粗鹽，但原來不是。Eric介紹了四種不同地方的食鹽，其中冰島醃魚凱撒沙律，伴以煙熏鹽，入口

感覺除了鹹，還有一分濃郁的煙熏味。另一款是本地白飯魚，伴鹽味道也不錯。

Eric解釋，因冰島的魚本身較鹹，是故伴鹽吃的話，鹽的分量不能過多。當發現枱面上有一大塊粉紅色方塊鹽磚，腦子想着這塊鹽磚如何用來烹調食物？Eric似乎發現了我們的好奇，解釋說，就是將食物放在鹽磚上烹調，而不是傳統的煮食用法。接着，他推介一款鹽磚鮮虎蝦橘子沙律配香檳醋汁，他說以鹽磚作底，蝦肉就吸收了鹽多種礦物質，對於講求健康的香港人而言，他相信能夠讓很多人喜歡。

鹹與甜的碰撞

除了喜馬拉雅粉紅岩鹽外，還有夏威夷黑岩鹽、法國布列塔尼灰鹽、波斯藍岩鹽、丹麥煙熏鹽。如果不是那次鹽的奇遇，他就不會鑽研以鹽為主的菜式。最難得是老闆也如一個「大細路」，任由他發揮創意。以鹽做主題的餐廳，相信這是香港的第一間。

進入店內，最吸引自己的其實是透明雪櫃裏的雪條，五顏六色令人心曠神怡。Eric說雪糕也是自家製的，有各種不同味道，有些更可以伴鹽吃，所產生

的化學作用令其味道非常特別。他說用不同種類的鹽烹調食物及伴食雪糕，會有意外的驚喜。他覺得港人的飲食習慣，來來去去都是那幾個種類，就像被困在一個框框內，是故他要跳出來嘗試不同的食物，同時希望能滿足自己還有部分港人對新鮮食物的好奇。

而店內陳設，每一個杯，每一隻碟，都可以看出店主的用心，如盛載番茄醬的就是一個番茄型的器具，而客人飲用的清水，水樽裏亦加入了紅蘿蔔及青瓜，Eric說這樣令水變得有蔬菜味，看着特別，喝着健康。

以前，去元朗的人多是去尋找舊跡，或尋覓可能已被遺忘的小吃，但食物如人，一代新人換舊人，哪會想到連食鹽也可以弄出如此多的火花，更在元朗這個地方扎根。港人愛新也不忘舊，這次尋食就是得到這個答案。

Hello Kitty

萌遊「昂坪360」

今個聖誕，「昂坪360」推出「Hello Kitty開心萌遊昂坪360」，屆時Hello Kitty、Dear Daniel及家人好友，將可換上大澳風情的服飾，現身昂坪纜車和昂坪市集，與大家一同踏上一趟「大澳水文化感官之旅」，將大澳特有的水鄉風貌、傳統習俗、美食及文化呈現於大家眼前，展示「昂坪360」與大澳的魅力。

「Hello Kitty開心萌遊昂坪360」活動期間，纜車車票上均印有Hello Kitty肖像，具收藏價值；十五架纜車也會變身成Hello Kitty主題車廂，讓遊客拍照以留下美好的回憶。凡持有即日昂坪纜車車票的乘客即可參加活動。



◀「昂坪360」約定Hello Kitty與大家歡度聖誕和新年
主辦方供圖

玫瑰汽酒香檳杯

不少女孩都喜愛Hello Kitty，當這個天真可愛的主角，配上可口香醇的美酒會有何感覺呢？今個聖誕，Le Vin Mignon再次與Sanrio Hong Kong合作，呈獻一份貼心禮物，特別設計出一套Hello Kitty限量玫瑰汽酒香檳杯套裝，莊主亦特別為香港市場調配半乾型（Demi-Sec）微甜口味，為愛人送上更甜美時光。

Le Vin Mignon這次與Sanrio Hong Kong合作推出的紀念套裝，除了將Hello Kitty圖案作為酒標，每套更附送限量版手鏈及Hello Kitty & Dear Daniel香檳杯一對，而每款手鏈更配上一顆捷克水晶。限量玫瑰汽酒香檳杯套裝，建議零售價\$799。



▲Hello Kitty玫瑰汽酒香檳杯套裝
主辦方供圖

▶Eric因一次鹽的奇遇，開始鑽研以鹽為主的菜式



▼張毅認為，設計核心在於文化的支撐
琉璃工房供圖

▼「月影搖」紅酒杯對杯
琉璃工房供圖

闡述東方美學 琉璃工房之「月影搖」紅酒杯

琉璃工房旗下的LIULI LIVING挑戰水晶材質及技巧的限制，歷時十五年，造就了一隻有着十七秒的回響，將華人飲酒習慣納入設計之中的紅酒杯。

「月影搖」紅酒杯，設計元素橫跨千年，而製作則耗費十五年。杯腳紋飾，源自殷商青銅彝器上的饕餮紋與夔龍紋，這兩款圖紋造型神秘，代表了尊貴與王權。「月影搖」紅酒杯節節向上的杯腳由四個部件組成：夔龍紋、饕餮紋、菊仙球及圓形片，連杯身一共是五個組件。杯身格外飽滿、圓融，除了呈現東方人飲酒的豪氣之外，1.2-1.5毫米的杯壁厚度，經過測試，比普通的薄杯身，更能引發清澈連綿的碰杯聲。

設計核心在於文化支撐

從一開始，LIULI LIVING就決定要用自己獨創的酒杯。如今，高級紅酒杯基本被西方品牌所壟斷，如何突出重圍，創作一隻經典傳世的，闡述東方美學意涵的酒杯，成為品牌創意總監，同樣也是琉璃工房創始人的張毅，最先思考的問題。

張毅認為，設計的背後，或者說其核心，在於文化的支撐。因此設計不能局限於對外形的模擬，而在於器物由內而外表現出的精神價值。張毅近年行走不同地方，主導並參與了多個地區諸多重要藝術展覽，感受到東方美學對世界的影響，更深知其中的路漫漫其修遠兮。

「不談設計，我比較關心文化層面上在這個時代能夠如何表述。當設計呈現一種價值體系時，文化成為這個體系裏最重要的部分，所以設計不只是外形或者元素，而是想表達的中心價值。」張毅不是要背棄什麼，他認為認識經典，才能更好地創新，而將藝術與美學融入生活中，也許將成為文化最好的傳承。