

重新定位 複製傳統 挖掘新味

有人說港式茶餐廳是內地餐飲業的初代網紅，有人稱它是飲食男女的「都市傳說」。然而，餐飲的江湖，新秀頻出，在流量為王的盛宴中，曾以400多個單品一騎絕塵的港式茶餐廳，因船身太重而光環褪色。幾經沉浮，有人重新定位，有人複製傳統，還有人挖掘新味……新年伊始，等待爆紅。新老港式餐飲人並不掩飾自己的期盼和野心，懷舊派、小清新爭霸神州，期許在流量為王的餐飲「光明頂」大會上，霸居热搜榜再創傳奇。

大公報記者 胡若璋、黃寶儀

由朝開到晚乜都有 顯港人務實及智慧

「早安，打工人」。這是2020年10月，內地社交圈爆出的新梗。而早在十多年前，「打好這份工」的口號就在香港社會流傳開來，連茶餐廳都不例外。茶餐廳在港遍地開花，它的經營時間幾乎是無間歇運營。美食評論家閻濤說，這是一個經濟管理上的奇跡。

相較傳統的餐廳，早點舖、宵夜賣完到點收攤，茶餐廳不敢這麼悠閒。為了應對香港高昂的舖租，它得充分利用所有的營業時間積極創收。早年港遊玩，茶餐廳裏噴乳鴿的、飲汽水的、吃乾炒牛河的都自得其樂。那種「什麼都有」的氛圍，閻濤至今記憶猶新。「茶餐廳創造了一種積極的經營思維，也滲透出香港人的務實和設計智慧。」閻濤理解，這就是茶餐廳為什麼會先誕生在香港的理由。巴掌大的空間場所裏提供早餐、正餐、下午茶、主食、休閒食品到宵夜的一條龍服務，還能滿足了全球各色胃口，這在全世界都是獨一無二的經營體現象。

閻濤認為，香港特殊的地緣政治環境造成了茶餐廳各取所需的用餐功能和場景，是香港城市化發展的集大成者，也非常符合當下內地城市發展的需求。一個產業鏈自成體系的城市，需要學會集成也必須學會分工協作。所以茶餐廳在內地，近些年的消費需求場景在改變。內地食客為追求高檔環境、新奇風味，大有選擇。這個時候茶餐廳主動做減法來瘦身，反而符合茶餐廳它慣有的務實精神。「這並不是所謂的衰落，而是逆境之中發自本能逆轉求生力。」閻濤說，疫情之下，很多人抱怨經濟不景氣。在此背景下，再看茶餐廳的精神，反而更像是一盞溫暖的心靈雞湯。「無需追求虛無的形式感，為自己找到定位，充分探索市場的真實需求，做到極致。」閻濤說，這也是茶餐廳值得大家去讚美的理由。



▲敏華冰廳外大排長龍。 大公報記者胡若璋攝

精製單品 突圍而出

廣州熱門商圈走一回，銷售凍檸茶、菠蘿油、西多士、蛋撻、港式燒鵝、雲吞、咖喱雞的單品店隨處可見；商場、步行街內的茶檔、冰室、茶餐廳，全是以奶茶、菠蘿油、乾炒牛河為主打。這些高居人氣榜單的美食都脫胎於港式茶餐廳。

表叔茶餐廳創始人梁國強對此更加深有感觸。2003年，梁國強在廣州淘金路開出第一家表叔茶餐廳，店面積超500平方米，設有中廚、水吧、燒臘、粉麵等五個檔口，單品更高達400多個。「碟頭飯就有五六十種，都是借鑒當時香港茶餐廳裏的現有菜式。」幾乎網羅了當年廣州所有都市麗人們的表叔，卻讓梁國強無法挑出一家獨大的明星單品，「如果有，那應該是好幾打！」港式茶餐廳作為爆款單品供應商，其優勢不容小覷。仔記創始人武怡發現，菠蘿油、西多士、楊枝甘露等單品作為年輕港人的創業項目，都非常有活力和潛力，店舖更是開遍了內地各城市的步行街、大學城，「擁有100多個品類的港式小食，就是創新寶藏資源庫。」做好單品打撈者，武怡樂此不疲。

「茶餐廳就是一個迷你的『文和友』。」在美食評論家、《舌尖上的中國》顧問閻濤看來，茶餐廳人能看到自己集大成者的優勢並善於融入內地的新業態，為當年輕人小口味做一些創新的同時還提供一個社交場所，這就是茶餐廳最有魅力的地方。

港式茶記

懷

舊

派

小

清

新

爭

霸

神

州

► 跟隨着港商和港產片的腳步進入廣東，港式茶餐廳於上世紀90年代初開始嶄露頭角。網絡圖片



「最風光的時候，每一個省會城市的熱門商圈都有它的一席之地，而位於西安賽格國際購物中心的表叔，開業的前半年每月純利潤超150萬元（人民幣）。」細數五年前港式茶餐廳的風光，表叔創始人梁國強用「一時無兩」來形容。

跟隨着港商和港產片的腳步進入廣東，港式茶餐廳於上世紀90年代初開始嶄露頭角，400多個單品的餐單讓食客們永遠都在吃着碗裏的，念着菜單上的。2008年前後，翠華、太興、表叔等都紛紛走出廣東、闖蕩京滬，成為當地的攬客人氣王。

好吃還需好看好談

然而，在今天的打工人糾結吃什麼時，第一選擇很難再是港式茶餐廳。點開美食平台大眾點評的APP搜索「港式茶餐廳」，廣州1104個，上海約1744個，北京則只有640個。再輸入當下最能打的「四川火鍋」，廣州的數量與茶餐廳不相上下，北京、上海則多有超過2000個的商家數據。

數據代表行情，何時開始了急轉？又是一個五年前，美團和大眾點評合併，內地餐飲江湖的規則由此全面改寫。導流、打榜、人設、話題，讓這幾年的餐飲界在流量盛宴中變得硝煙四起。「老餐飲人一根筋穩出品不想玩打榜，奈何本地人、外地遊客都已經習慣打開手機搜一搜，結果你都不是選擇題。」梁國強發出這番感嘆的時候，他已收窄門店、減少單品、甩掉大面積豪華裝修，請來新銳設計師重新改頭換面。

「當下餐飲，好吃不再是唯一標準，還得好看、好談。」梁國強融合港味和國潮的元素，在重新自我定

位。「做清爽的中年潮大叔。」表叔更新換代後的第一家即將在番禺面世。據悉，面積八九十平方，單品二三十個。

和表叔遲到的頓悟不一樣，以90後、95後為管理團隊為絕對主力的仔記，從出生開始就瞄準了港式小食。「會爆漿的王者西多士」，2018年一上市，每個門店日銷300份，食客自覺排隊當鮮。

「當下，年輕人來茶檔不僅是吃飯喝奶茶。」仔記創始人武怡及其團隊很早意識到這一點，為此她開啟了「爆款」的探索創新路，並在她的店面裝潢上復刻了香港上世紀60年代的茶檔場景，那是港式茶餐廳的前身。把茶檔原汁原味搬到了廣州，武怡希望仔記更像是《老友記》裏的咖啡館，三五好友可扎堆「廝混」，嬉笑打鬧好不自在。年僅5歲的仔記茶檔，作為後起之秀最大的特點便是善於在港式小食中打撈單品造爆款，積攢大批回頭客。這樣的後來者居上故事還有很多。

打造社交互動場景

廣州天河城內的敏華冰廳自開業至今，工作日食客十一點半就得排位入場。它的王牌大招，可從每個門店

都不同主題的「復古角落」一探究竟。2018年從港北上的敏華冰廳（前身為文華冰廳），深諳好吃、好拍是時下餐飲默認的基本招數。在廣州天河城餐廳內還原的復古髮廊角，進門一張「被迫營業」的地毯，讓整個空間變得「會說話」。這樣一個具有互動感的社交場景，正是餐廳的「引流」王者。年輕食客在此，十有八九都會掏出手機，拍照、拍視頻、寫小作文分享用餐體驗。

2018年，太興集團總經理陳家強在港一手挖掘敏華，又重塑冰室內涵。陳家強自創的BIG MEN菠蘿包、「騷氣」命名的黯然銷魂飯，食客在拿起菜單的一瞬間便有了調侃的小心情。帶着這份「小確幸」，他們主動分享到了自己朋友圈，一傳十、十傳百，便自帶了社交屬性。

「等待爆梗。」陳家強、武怡、梁國強等的港式茶餐廳「掌門」，並不掩飾這份期盼和野心。作為新老港式餐飲人，在講究社交場景的餐飲新江湖，他們完成了控品瘦身、養顏有術的自我革新，賦予港式茶餐廳情懷之外的國潮內涵，期許在流量為王的餐飲「光明頂」大會上，霸居热搜榜、再創傳奇。



▲表叔創始人梁國強。



▲仔記創始人武怡。



▲太興總經理陳家強。

茶餐廳熱搜單品

表叔茶餐廳



▲表叔港味燒鵝 ▲香滑奶茶 ▲乾炒牛河

仔記茶檔



▲炸豆腐 ▲雞扒撈丁 ▲王者西多士

敏華冰廳



▼黯然銷魂飯 ▼打工人摯愛四寶飯 ▼BIG MEN菠蘿包