



橄欖油



醬油

# 品味

## 與眾不同的用心 都藏在細節中

文圖／徐仲

閉上眼，捧著湯碗深深吸氣，辛辣的蒜香及肉燥的芬芳，一溜煙地滑進鼻腔，於上千個嗅覺細胞中穿梭，化做一把鑰匙，開啓上回享用這碗麵的記憶，迎接對滋味的期待。

嚼麵、啜湯，閉眼回味。彈性正好，鹹甘恰巧，這一碗…

味道真不錯哩。我對著煮麵的阿伯輕輕點頭，嘴角微微上揚，盡可能表現出優雅高尚的神情。被晾在一旁的朋友忍不住問：「又吸又聞，又聞又吸，你的表情也太誇張了，不過吃碗擔仔麵而已，有必要搞得這麼複雜嗎？」

### 享受細節 期待滋味

嗯，問得好，回答這個問題前。請讓我先說一則故事：十九世紀法國有位美食家叫布利亞·薩瓦蘭(Brillat Savarin)，某天讓朋友於會客室中等了好一陣子後，才滿懷歉意的說「剛剛正在客廳享受晚餐，請原諒。」

這句話讓薩瓦蘭的朋友大為訝異，因為在客廳用餐，完全不符合法國上流社會禮儀，薩

瓦蘭隨即解釋：「我不是在吃晚餐，而是享受晚餐。在吃之前1小時，我便由廚房傳出的氣味開始享受它了。」

因此呢，就我來看，所謂的品味，是盡情地享受食物的每個細節，不僅僅於感官上，還包含著心理層面。對於滋味的期待，印證味道時的愉悅，結束時的回味，感受這一切，然後讚詠！

「喔，完全了解。你的意思是說，把擔仔麵當做上千元的大餐來享受，就會有種賺到的快感，是吧！」友人一臉恍然大悟。

「呃…！實話總是殘酷的，難怪白雪公主的小媽會抓狂。」雖然微利時代的阿Q精神被戳破，但在我內心中，總覺得剛剛說的「品味」理念中，有些地方值得好好探索。

話說回來，這家擔仔麵的小老闆和我交情不錯，扛著百年老店的招牌，這幾年他努力將擔仔麵精緻化，脫離吃粗飽的路邊攤形象。相對來說，他對於同為麵品的義大利麵便很不以為然。在他的眼中，好的擔仔麵和義大利麵一樣，都要講究麵條的品質，都要精心準備醬料，彼此都是由麵、肉、醬汁組成，相差不大，但是為何義大利麵的價位動不動就以百元為單位起跳？擔仔麵稍稍貴一點，就搞得老顧客集體抗議。

「要怎樣才能讓顧客接受，好的擔仔麵是一種『吃巧』的精品食藝呢？」每回和他聊天，總會在酒蛋貢丸及啤酒間，用這疑問句做結尾。

### 味覺辨識 吃巧食藝

後來，我到義大利的美食科技大學(University of Gastronomic Science)進修，經過

了一連串的「味覺辨識」課程，遊歷於各地餐館與農家的餐桌上，我對於如何包裝平民化食物，將之精品化這碼子事，有了更深一層的體會。畢竟這件事在歐洲已經有了許多範例。舉凡葡萄酒、起司、火腿、麵條或橄欖油等，全是活生生的好例証。這套行銷方法也不是什麼秘密，簡單的說，就是「品味教育」。將食品或料理簡單化、科學化、透明化及細節化，並教導消費者如何品嚐、如何享用，由視覺、嗅覺及味覺來感受食物。

「品味教育」最重要的步驟，就是強調嗅覺。「味道不能靠空想，你必須先將它具體化。」教起司品嚐的瑞可卡迪斯(Riccardis)教授將起司的味道分為牛乳味、蔬菜味、花香味、水果味、麵包味、香料味、動物味、發酵或其他味等八大類，每一類再細分數十項，一共近百種味道，通通列成一張表格。然後他選擇一塊乳酪，用手掰成兩段，將鼻腔湊著乳酪的斷口處用力吸氣，並要全班跟著他的動作，用鼻子逐一分析潛藏在乳酪中的各種氣味。

數秒鐘後，我感覺到了牛奶及香草的味道，還有一點點優格的酸味，身旁同學也說出類似的答案。但接下來的5分鐘，舉凡蘋果、蜂

蜜、早上的草地…等各種答案紛紛出籠。

「有些味道很難察覺，你必須用一點想像力，盡量地細部化，找出任何一絲一毫的與眾不同處。將來有一天，當你必須加強消費者對於產品的印象時，這招保證

有效。」瑞可卡迪斯教授表示，學著如何去引導、去挖掘、用遊戲的心態來對待。

以香氣做為入門，藉由這個食物中經常被忽略的元素，來塑造「期待」的感覺，一步步藉由心靈與感官的開放，掌握氣味分子在空間及時間上的變化，由鼻自喉，由外而內。連串過程，令人動心，產品的價值自然顯現。

## 嗅覺旅行 觀光賣點

我的韓國同學東耀(Donyoung)曾經是一家法國餐廳的主廚，他希望在畢業後，回韓國在山上開一間民宿，提供自己製作的泡菜、火腿及各式蔬果，聽了瑞可卡迪斯的話後，當場便有了靈感：「應該找些餐廳，來和農場及民宿做結合，主題就是嗅覺旅行。」

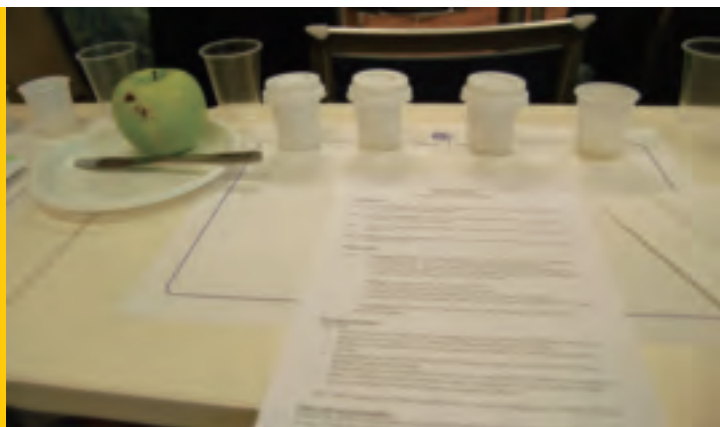
他表示觀光果園往往只有在水果成熟時，才会有遊客前往參觀。其實果樹自開花、結為小果一直到果實成熟，果園的氣味都不相同。現代人或許了解玫瑰、百合等花香，但對於果花的香氣，又有多少人知道？因此他希望與幾間都會中的餐廳一同合作，這些餐廳除了使用他的產品如手工泡菜、火腿及有機蔬菜水果



以瓷碗比較醬油的色澤



醬油品嚐杯



橄欖油品嚐



外，也是一個「嗅覺旅行」的宣傳點，用餐的客人可以在例假日組團到他的民宿，他將帶著大家用「鼻子」認識大自然。

我倒是想起有回擔仔麵的小老闆和我聊天時，提到他絕對不用化學醬油，只用傳統的手工醬油，剛巧他用的這家醬油廠我也熟識。上了瑞可卡迪斯的課後，我有個想法，或許擔仔麵可以和醬油廠做個異業結盟，開發以嗅覺旅行為主題的「品味教育」課程哩。

在客人點餐前，先讓他們做一次醬油品嚐，用鼻子比較化學醬油與傳統手工醬油的不同，我相信化學醬油的刺鼻味，一定會讓消費者赫然驚覺：「平日我們用的是什麼醬油呢？」藉由一個小動作，讓「精品擔仔麵」的理念凸顯出來，同時也讓對醬油有興趣的客人，報名組團到醬油廠觀光，相信許多人吃了一輩子醬油，卻沒看過醬油怎樣釀造。藉著這種「品味教育」的課程，可以讓消費者更了解祖先是如何做出醬油，除了教育外，也是加強印象的銷售方式。

類似這種「由產地到餐桌」的品味教育課程，除了可以加強餐廳與生產者間的關係，更能顯現出餐飲經營者的用心。我撥了通電話給擔仔麵的小老闆，告訴他這個品味教育的想法，順便也討論除了「嗅覺」之外，還有「味覺」及「視覺」，該如何運用在他的擔仔麵中，才能讓顧客了解他家的擔仔麵是一種「吃巧」的精品食藝。

「不要只是說『好吃』、『好好吃』、『非

常好吃』等形容詞，你的用心都在細節中，將這些說出來，引導客人了解你的產品，教導你的客人，什麼樣的感覺才是專屬你家麵攤的品味。」

我以瑞可卡迪斯的課程為例子，

對於原本只要1分鐘便咀嚼吞嚥的乳酪，我們硬是花了20分鐘，討論這塊乳酪的氣息與味道，並比較不同生產者做的同型乳酪。雖然不至於這樣就變成這款乳酪的專家，但對於如何到市場挑選、如何品評，內心已經有了定見，不會只看價錢挑貨色。

「要求客人有品味是種被動的做法，你必須主動告訴他們，什麼叫做品味？」我以這句話來鼓勵他。



美味的醬油是台灣料理的精神所在



## 從泥土冒出的有機人生

黃仁棟和他創辦的柑仔店 朱慧芳/著 260元/每本

有機創業者的開店入門手冊

十年前，黃仁棟從土壤中體驗真實生命的滋味，因而立下推廣台灣有機好產品的心願。他所創辦的柑仔店有機超市，是一家超越台灣環保標準的綠色商店，不僅為消費者的健康把關，更希望促成  
人與人、人與環境和諧共好的美境。

豐年社 台北市溫州街14號  
電話：02-23628148分機30或31 傳真：02-83695591  
郵撥00059300財團法人豐年社（郵購另加掛號郵資60元）

豐年代售新書