

当艺术融入餐饮

## 探索舌尖上的文化体验

在香港视觉文化博物馆 M+ 的咖啡店,市民李小姐惊喜地发现,这里竟然有一款彩虹咖啡,其图案色彩与前不久在此展出的日本彩虹艺术家的作品一模一样。得知这是经作者授权的艺术打印咖啡,李小姐立刻点了一杯,并开心地自拍留念。

刚刚在香港故宫文化博物馆看完“圆明园——清代皇家园居文化”特展的游客张先生,在楼下的“下江南”餐厅里,吃到了慈禧太后爱吃的驴打滚小吃。“以前也吃过,但今天的感受真不一样!”

在香港文化地标西九文化区,艺术餐饮店尝试将艺术元素融入餐饮场景,与博物馆展品呼应,将观展感受延伸到舌尖味蕾,带来不一样的文化体验。



这是4月8日拍摄的M+“CVIEW 华”餐厅入口。 本版图片均据新华社

## ■ 初试水温成热门餐厅

M+楼下的咖啡店和顶楼的艺术主题中餐厅“CVIEW 华”,以及香港故宫文博馆的博物馆特色中式餐厅“下江南”,同属香港一家文化艺术企业集团。“我们尝试通过餐饮将艺术融入生活,这种方式更接地气,能覆盖更多人群。”创办人吴振宇说。

“重要的是找对商业点。艺术品门类很多,有的非常高冷,有的则雅俗共赏。”吴振宇此前在一家老牌拍卖行工作近7年,这段经历培养了他敏锐的艺术嗅觉和较为扎实的“落地”能力。

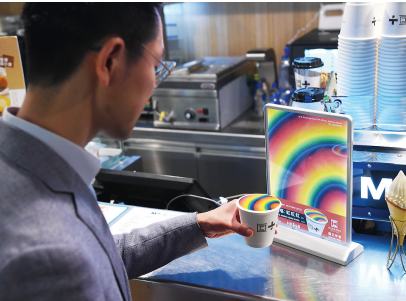
“首先要找到适合的艺术品,以大众易于理解的方式演绎出来,还要符合餐饮的特点和运营规律。”2018年,吴振宇初试水温的第一家艺术咖啡西餐厅开业。

“店面挑高的空间差不多有四五米高,非常适合举办艺术活动。”他邀

请艺术圈朋友来讲座和研讨,并推出了主打产品——艺术打印咖啡,通过与很多艺术家合作,展示和销售各种艺术潮玩,市场给予了积极反馈,成为港岛的热门餐厅之一。

2019年初春,吴振宇接到正在建设中的西九文化区邀请,参与投标M+咖啡店。经过前后三轮的激烈竞争,最终赢得标的。

“我们的产品有很强的独特性,而且很灵活,可以紧跟博物馆的展览做各种配合,不断吸引人流,这是艺术餐饮的独特竞争力。”吴振宇说,他们配合M+草间弥生作品展推出的南瓜作品打印咖啡,香港故宫文博馆三星堆文物展推出的三星堆面具造型雪糕和巧克力,都深受欢迎。



这是4月8日拍摄的打印咖啡。

这是4月8日拍摄的“大千宴”中的第一道菜——“六一丝”。



## ■ 张大千菜单和清帝下江南

餐桌上,六个古色古香的定制瓷碗里分别盛有黄瓜丝、绿豆芽等六道小菜,色泽鲜亮,摆盘精致,令人食指大动。

这是M+“CVIEW 华”餐厅研发的“大千宴”中的第一道菜——“六一丝”。“这是当年为庆祝张大千61岁寿辰推出的一道菜,由鱿鱼丝配五款素菜丝做的小炒。”吴振宇介绍,餐厅墙

上悬挂着张大千的亲笔菜单,七菜一汤里正有此“六一丝”。

张大千是画家也是美食家,他常邀请朋友来家里吃饭,亲拟菜单。“这张菜单是张大千20世纪60年代旅居美洲时写的,后来被他的女儿收藏。里面大部分是淮扬菜,正是我们餐厅主营菜系。”吴振宇说,在前年的苏富比拍卖会上他一看到这张菜单,就当即拍了下来。

做当代版“大千宴”,要与时俱进。比如“六一丝”,按原菜谱做出的味道好吃,但造型不够艺术。据介绍,反复研究之下,他们把六款食材拆解成六道小菜,再组合成全新版本的“六一丝”。

圆形拱门、木色飞檐、湖蓝色天花板……香港故宫文博馆的“下江南”中餐厅,处处充满了江南园林的写意。“装修设计本身讲的就是康熙皇帝下江南的故事,康熙皇帝在杭州题了很多诗,其中就有平湖秋月,所以店面包括餐单设计都是以西湖和月亮为元素,让顾客一进门就进入下江南的故事氛围里。”吴振宇说。

设计精美的宫廷主题菜单上,不仅有宫廷菜品名称,更用中英文介绍佳肴背后的历史小故事,引经据典,注明典籍出处,读之既有历史知识,又饶有趣味。

“在香港故宫文博馆看完中国文物展览后,再坐这样的环境里点一份美食,会大大延伸观众的参访体验。”吴振宇说。

## ■ 香港独特优势带来发展新机遇

吴振宇第一次参与竞标的时候,西九文化区还是一片工地。而今,随着一系列文化设施的相继建成及配套



4月8日,吴振宇接受记者采访。

完善,这一区域已然成为香港的文化地标。

在吴振宇看来,香港是全世界最大的艺术交易平台之一,每年的艺术展会备受业界关注。近年来香港故宫文博馆等一批新博物馆的出现也吸引了越来越多的海内外艺术人才。

“现在香港的文化艺术生态活力满满。”吴振宇说,香港作为中外文化艺术交流中心的独特优势,会给艺术餐饮带来发展新机遇。

他们以艺术餐饮店为平台,不断推出相关艺术项目,开展文化交流。今年3月,他们先后举办了好几场重量级的艺术分享会,包括邀请来自欧洲等地的艺术家进行对话和研讨;还与美国插画家合作,制作其作品的打印咖啡和打印饼干。此外,他们尝试开办工作坊,拓展茶艺、插花等新品类。

在艺术餐饮的探索之路上,做好博物馆项目一直是吴振宇的“初心”。他透露,香港故宫文博馆近期将会推出其IP产品新系列,他们正紧锣密鼓地研发餐饮新品与之配合。

“我相信市场对于中国优秀传统文化的需求是个趋势,作为业内人士我们有责任做好市场推广。”吴振宇说,“特别希望能为推广中国优秀传统文化尽一点力,这是我非常想做的。”

新华社香港4月21日电