

本报记者对话米其林指南国际总监普勒内克 首版杭州米其林指南是如何诞生的

本报记者 马焱

昨天,首版杭州米其林指南的正式发布,轰动了杭州美食圈。这次,共51家餐厅首次进入米其林指南榜单,包括6家一星餐厅、12家必比登推介餐厅和33家米其林指南入选餐厅。这些餐厅中,既有众望所归的金沙厅、桂语山房等,也有超级接地气的小笼馄饨、蕙心小吃店等街边小店。

米其林指南为何选择被人戏称为“美食荒漠”的杭州,作为进入中国大陆市场的第五座城市?上榜的这些餐厅、馆子又是如何被评选出来的?记者采访了米其林指南国际总监格温达·普勒内克(Gwendal Poullennec)。



2023杭州米其林指南发布会现场合影

杭州美食发展潜力巨大 精致餐厅的数量和水平稳步增长

2016年起,米其林指南先后在上海、广州、北京、成都发布榜单,2023年中国大陆的第一张榜单出自杭州。

“网络上将杭州调侃为‘美食荒漠’。但我们评审员团队,无论是来自中国还是海外,都非常享受在杭州探索美食的过程。”格温达·普勒内克说,疫情过后他到达的第一座中国大陆城市就是杭州。

格温达·普勒内克提到,“我们注意到杭州精致餐厅的数量和水平正在稳步增长。杭州美食虽以本地菜系为主,但其他类型美食也应市场需求而稳步攀升。希望这本指南可以随杭州餐饮业一同演变,记录丰富多彩的杭城美食图景。”

在他看来,杭州自古繁华,韵味独特。作为浙江省省会和历史文化名城,多元立体、传统与现代交融的独特魅力早已在杭州美食文化中确立。大江南北的风味交汇于此,更是沉淀了众多来自附近地区的地方美食。

评审员来自20多个国家 五大标准全球通用

或许很多人都会好奇,杭州米其林指南是如何诞生的?

“我们有一个全职的、专业的评审员团队,团队成员来自20多个不同的国家。”格温达·普勒内克告诉记者,“在过去的几年中,他们在杭州的诸多餐厅、

馆子里进行匿名评审,这是一个比较漫长的过程。但也正是在这一漫长过程中,评审员们看到了杭州美食行业的发展潜力,同时,杭州独特的生活方式也给他们留下了深刻印象。”

评审员又是用什么标准来评判一家餐厅或馆子呢?格温达·普勒内克坦言:“我们有五大评审标准,包括盘中食材、烹饪技巧、口味融合、菜肴所展示的创意以及菜品持续稳定性。而且,全球任何一个地方的米其林指南都是参照这五大标准来评审的。五大标准对于世界上任何一种美食来说都是相通的。”

欢迎更多人参与进来 把中国美食文化带到全世界

米其林指南从20世纪初诞生至今,一直没有忘记向全球旅行者推荐美食的初衷。一百多年过去了,美食爱好者的口味和喜好发生了许多改变。

“我们发现,现在的消费者在享受美食的同时,也更注重生活方式的体验,更希望通过美食来汲取当地文化的滋养。同时,他们还会关注美食的可持续性,比如,使用当地的、当季的食材来制作美食。”格温达·普勒内克告诉记者,米其林指南在制定时也会同样考虑到这些因素。

然而,米其林指南的意义又不仅限于向旅行者、美食爱好者推荐美食,对整个行业的发展也起到了推动作用。格温达·普勒内克认为:“米其林杭州指南发布后,全球美食爱好者的目光都会聚焦到这里。对于受到认可的餐厅来说,他们有了进一步提

升的动力。同时,又能影响和带动更多的餐厅参与进来,让杭州的美食行业生态系统更为完善。”

他表示:“把中国的美食文化带到全世界,让世界了解中国美食,是我们想做并且一直在努力做的事。”

6家米其林一星餐厅

珀、桂语山房、解香楼、金沙厅、龙井草堂、新荣记

12家必比登推介餐厅

宝中宝食府、方老大、复兴面王、福缘居(上城)、蕙心小吃店、金仲帮、庆春朴门、荣鲜面馆(钱江路)、伍子面馆、笑典皇、小笼馄饨、知竹(西湖)

33家米其林指南入选餐厅

1913、湖滨28、大头隐食小馆、德明饭店、悦轩、福宴、福泉书院、龙吟阁、观言鎏金、桂语家面(西湖)、叶马餐厅、兰轩、虎哥私房菜、胡庆余堂药膳、江南渔哥、奎元馆(解放路)、一痕月、三曦阁、里安、楼外楼(孤山路)、芒种(拱墅)、百县千碗名家厨房、水漾、粤榕轩·君宴、天伦里(西湖)、万丽轩、王氏烧饼、Wild Yeast、无名氏面馆、武林坊、寻味江南、知味观·味庄、紫薇厅

星巴克咖啡师换“粉围裙”了? 竟是因为这款网红饮品

本报讯 你听说过Pink Drink吗?作为星巴克的网红饮品,在海外社交媒体上,关于它的话题讨论多达20多万篇,在国内社交平台,也有不少关于它的热帖。

昨天,这款饮品“当红炸子鸡”在大陆地区首发,会引发点单热潮吗?记者去门店一探究竟。

咖啡师第一次穿上“粉围裙”

上午10点左右,记者通过啡快提前下单,APP页面提示,这是星巴克新推出的生咖系列产品,咖啡因含量低。

选择饮品下单后,页面提示5分钟后可取,到达门店后,店内人并不算多。

“早上有20多位顾客,下单了这款新品。因为该店在写字楼周边,早上八九点已经迎来了一波点单高峰”,星巴克门店经理Eric告诉记者。

除此之外,记者还注意到,店里有2位伙伴穿戴上了粉色围裙。

“我在星巴克工作了8年,这也是我第一次穿上粉色围裙,不仅颜色亮眼,也很配新品色彩。”Eric

表示。

据了解,此次的生咖系列包括四款新品,分别是Pink Drink粉粉生咖、Dragon Drink幻紫生咖、粉莓柠力生咖和芒紫柠力生咖。

其实,这四款生咖都属于一个星巴克存在已久的系列——Starbucks Refreshers。“Refresher”有着“提神”的意思。

星巴克中国方面介绍,星巴克生咖刷新边界的秘诀,就在于其中的咖啡生豆原萃液。星巴克的研发团队打破“咖啡生豆必须烘焙才能喝”的铁律,采用未经烘焙的100%阿拉比卡咖啡豆,用水萃取出其中的咖啡生豆精华,提供恰到好处轻咖啡因,浅浅提神。

从“隐藏菜单”到“正式编制”

考古Pink Drink的热度,其实可以追溯到星巴克的隐藏菜单。

当年,星巴克粉丝自选定制的产品,被以“秘密菜单”的形式分享到社交平台上,衍生出一系列高颜值的“星巴克隐藏菜单”,如大理石美式咖啡、覆



盆子玛奇朵、独角兽星冰乐等,都曾在社交平台引发超高热度。

而Pink Drink就是其中之一。

因为话题度高,大量用户在线下定制同款饮品,这也引起了星巴克官方的关注。2017年,美国星巴克宣布将Pink Drink加入到正式菜单中,完成了一场粉丝和星巴克的“双向奔赴”。

此后,Pink Drink在全球多个国家和地区上市。2022年7月,澳大利亚、新加坡、中国台湾、中国香港等地也都上新了Pink Drink,这也引发了内地粉丝对“Pink Drink”的呼声。

有业内人士指出,从此前预热的新品海报不难看出,针对此款饮品,星巴克中国主打传递“生咖”这一轻咖啡因概念,至于消费者是否买单,还有待时间印证。
本报记者 何慧婷