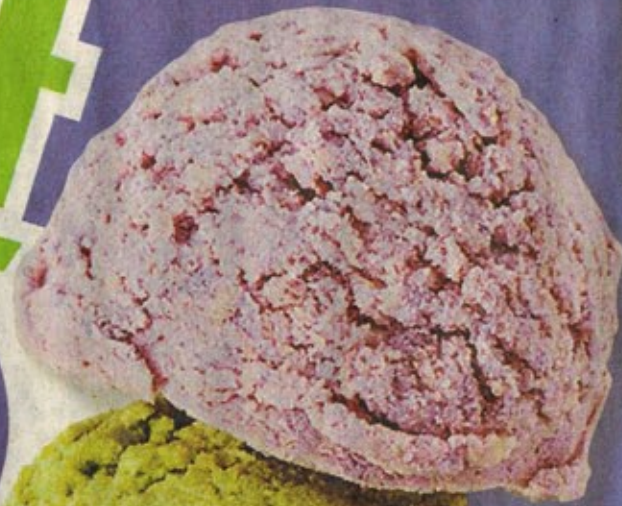


消暑食文化

世

談

雪糕



在沙發上抱着家庭桶裝雪糕一口接一口的你，會不會也偶然想起科技出現前的年代？其實不必替那時的人錯過雪糕而惋惜，因為人類對食的欲望和追求實在遠超我們想像。據說早在古希臘和羅馬時代，羅馬皇帝尼祿(Nero)為要喝以酒或蜂蜜調味的冰涼飲料，不惜大費用周章，命人到附近山上採集冰雪，然後儲存在低溫處冷藏，以便製作冷飲。雪糕正正是以這種冷飲形態，面目模糊地誕生……

文：潘曉彤
圖：路透社、美聯社、
出版社提供、星島島圖片庫

優讀樂進

在人人怕輸在起跑綫的年代，速度似與成功掛鉤，就連閱讀也要一目百行。然而我們始終相信慢的力量，翻一本書，看山看水，打開心扉，感受文字溫度。書要讀，更要慢讀。



【知識書送】

DIY天書

想吃美味雪糕又想保持健康，何不自己動手



《冰淇淋：吃的全球史》，作者蘿拉·魏斯。

《十八世紀的雪糕小販》

《Ice Cream: A History》，作者Ivan Day。

誕生及演化

《冰淇淋：吃的全球史》講述雪糕在歷史演進下如何成形，怎樣從宮廷流入資產階級，繼而走進平民小巷，記述了段段有趣食史。你也許沒想過，雪糕最初並非以奶油、糖、蛋等材料製成，而是一種非奶類冷飲。中世紀的阿拉伯出現了一種叫雪泥(Sherbet)的液態飲料，其後由旅人從中東傳回歐洲，以酒、香料或水果混和糖及水而成，這冷飲轉瞬間成了貴族間的風尚。到了十七世紀中葉，冷飲加入了冰或雪，拌以糖、草莓或檸檬等調味，成為名雪酪(Sorbetto)的冰凍甜點。那時雪酪在其孕育之地拿坡里已不限於豪門貴族間品嘗，而是一種家家戶戶都會做的小吃。

除了雪糕質感與口味進化史外，書中也記述了雪糕最初的街頭販賣情況。據說早在1828年的紐約街頭已找到雪糕小販的足跡。根據一篇媒體報道，到了1901年，紐約市的廉價雪糕小販已達四千個之多！當時的雪糕約一便士一口，小販會用紙或小玻璃杯盛載。要是用玻璃杯的話，小販只匆匆擦一下便會給下一位顧客再使用。書中援引倫敦華年中作家圖爾(Andrew T. Young)在1907年出版的《叫喊》(Cries)所述：「他們並不出借湯匙，這種軟綿綿、半結凍的美食，是以手口並用方式來吃的。」可見當年雪糕販賣的衛生情況相當惡劣。然而，許多雪糕小販仍因而發財，有些更創立了雪糕公司。

銷售營運大轉變

現今許多意式雪糕店以自家製為旗號，但窗明几淨的店鋪環境與現代化管理及經營模式，感覺上始終與Homemade本質有着根本的矛盾。雪糕達人Arron Liu曾遊歷多國拜師學藝，對意式與法式兩大主流雪糕派別的歷史文化素有研究。他指從前的意大利雪糕店都是小店，以家庭模式經營，那時的自家製雪糕真的是指用雞蛋、砂糖、鮮奶、忌廉和各口味原材料製成，冷凍攪拌前的雪糕漿全以人手製作。「可是在約十八年前，意式雪糕傳統製作和經營模式起了巨大改變……」Arron將意式雪糕的故事娓娓道來。

原來當時意大利商人考慮到傳統生產模式成本過高，拓展海外市場時，外銷雪糕製成品的冷凍運輸和儲存都有一定風險並得付上額外成本，於是想出了一條妙計。「他們把意大利雪糕的製作和行銷經營包裝成一個完整的計畫出售。首先把製作雪糕的材料研製成粉狀，不用雞蛋，完全脫水然後包裝出口。材料包上會附上放奶的比例，也會提供不同口味的調味醬或調味粉。所有材料會連雪糕機一併售賣，附上操作說明，並指示店鋪裏工具器材的擺設方式。此外，還會為客戶度身訂造銷售計畫，建議售價，並計算每杯雪糕的平均成本，以及每天賣出數量與利潤的比例。」Arron笑言，從那時起，製作意式雪糕不再需要經驗人才，整個工作環境少於一百方呎，而且雪糕質素有保證，利潤又高，許多東南亞國家爭相吸納，市面上也頓時出現了很多以這形式經營的意式雪糕店。

法式嚴守堅持

法國菜以精緻見稱，法式雪糕亦不例外。Arron說，要是到羅馬旅行，可能發現一整條街都開滿意式雪糕店，但在巴黎，要找一家法式雪糕店卻是件難事，那是因為法國人對食物的執着。「法國人視煮食為一種藝術，一直堅持傳統手藝，所以法國雪糕店大多是百年老店，雪糕師傅都經驗老到，他們為自己的手藝感到驕傲，看不起不靠個人技術生產的雪糕店。」「法式精神」除了堅持，還有創新。分子雪糕採用接近攝氏負二百度液態氮將雪糕漿迅速冷卻，因而產生冒煙的視覺效果，店員和食客在加入液態氮的一刻恍如「騰雲駕霧」。



Arron的Ice Cream Gallery主打法式雪糕，全由他親自主理。