



Featured in

HK Economic Journal

Posted on

8 DECEMBER 2010

香港人食飯要人教？

「香港人的飲食文化與西方不同。我們可以去裝潢簡單的小店，只要東西好吃就行。西方人對環境與食物外觀就看重得多了。」本地飲食指南WOM創辦人馮仕耕說。



WOM的另一位創辦人龐心怡並不認同飲食指南對香港人沒有用。「製作WOM的其中一大原因，是鼓勵香港人多試新餐廳、新菜式。香港地方好細，但不知為何，香港人吃飯卻來來去去都是那幾個地方，走遠些都不願意。」

「我希望透過WOM，讓香港人知道，原來有些新餐廳、新菜式，正等待他們嘗試。」

「其實我覺得香港人吃東西已經夠多，根本就不必用什麼指南。好的餐廳一開張，大家都會一窩蜂跑去試啦！坦白講，香港人應該不會用什麼餐廳指南的。這東西應該主要是給外國遊客用吧。」

三位港人作主評審

WOM的另一位創辦人龐心怡並不認同飲食指南對香港人沒有用。「製作WOM的其中一大原因，是鼓勵香港人多試新餐廳、新菜式。香港地方好細，但不知為何，香港人吃飯卻來來去去都是那幾個地方，走遠些都不願意。」

「我希望透過WOM，讓香港人知道，原來有些新餐廳、新菜式，正等待他們嘗試。」

有一點始終還是餐廳與食評意見一致的，那就是大家都希望食客吃得開心。

「说到底還是食客個人口味最重要。對於未試過的餐廳，指南還有點參考價值。然而當你去了，覺得不好吃，再送多十粒星你都不會去啦。」Alvin一席話說得簡潔。

我把這段話轉告了Jean Luc Naret，他答道：「是這樣啊。嘿，他剛剛才發了電郵給我，說很高興他在香港的Spoon by Alain Ducasse 取了一顆星。我想我就不必給你那電郵了吧。」

廚魔：三星是一種榮耀

「廚魔」Alvin則認為，香港人對福臨門這些老字號，早已耳熟能詳，嘗過的人自會有一套看法，不會特別關心其評級如何。反倒是Bo Innovation這類新式餐廳，星級評價絕對可吸引本地新客試菜。

「（米芝蓮）第一年推出時，反應特別好。因為個個香港人都好奇它選了什麼食肆。名氣小，但質素高的餐廳亦因此多了本地客。」他說。「不過好奇過後，

「我們對那些『很表面的』，不會太在意。廣東菜歷史悠久，裏頭有極複雜的文化色彩，不是『如此簡單』就能明白當中精粹的。」福臨門魚翅海鮮酒家董事總經理徐維均如此評論。

「香港人的飲食文化與西方不同。我們可以去裝潢簡單的小店，只要東西好吃就行。西方人對環境與食物外觀就看重得多了。」本地飲食指南WOM創辦人馮仕耕說。

「中西口味有着根本差異！我帶來自瑞士的大廚吃飽參翅肚，他每樣吃了一口就不要啦！」自號「廚魔」的Bo Innovation老闆Alvin道。「你說，飲食指南究竟是給本地人用，還是給外國遊客用呢？」

Alvin問得對。年底是飲食指南的「當道」季節，米芝蓮、WOM等等陸續推出。不過這些指南書，真的是給我們用的嗎？向來識飲識食的港人，還要人「教」他找吃的嗎？

福臨門：不知米芝蓮新版推出

百年老舖福臨門對此問題的答案是否定的。老闆們自言對米芝蓮毫不關心，甚至於上週四推出2011版都不知道。事實上，他們就連作為獲選標誌的米芝蓮貼紙也沒有貼在店門口。

「香港客對它不是很重視。」該酒家執行董事徐德耀說。「福臨門的名字已經深入民心，靠口碑宣傳已很足夠了。」

徐維均亦斷言，「有錢佬都是精明的，他們知道你好



福臨門的店主認為，Openrice比米芝蓮更實際，對香港人而言也更具參考價值。

本地品牌 WOM 遇米芝蓮

銷量不減反升



WOM的兩位創辦人認為香港人看重食物的味道多於餐廳環境

米芝蓮港澳指南推出日期是12月2日，WOM則是12月1日。

「不、不！巧合而已，我們不是特意與它撞期。」WOM的創辦人龐心怡道。「我們去年甚至與米芝蓮同一天推出呢，彼此都不知道，原來撞個正着。」

「其實每年我們大概都是這段時間前後推出的，因為很多人都喜歡買它來做聖誕禮物。」今年WOM已是第六年印行，比米芝蓮年資還要長三年。

2005年，龐心怡與馮仕耕創辦WOM，原因是「喜歡吃，平時坐下來說的都是吃。」「六年前Fergus（馮仕耕）從東京回港不久，我則剛自美國回流，有見當時香港還沒有食評，我們便食得意做了一本。」

主編外國回流 口味受質疑

米芝蓮2009年登陸香港，WOM銷量卻不減反升。「真的要多謝他們！」龐心怡道。

「以前港人對飲食指南不很認識，米芝蓮來港才帶起熱潮。當時很多傳媒拿WOM跟它做比較，於是我們也流行起來了。」她說，米芝蓮推出那年12月，WOM更登上Dymocks書店暢銷榜首位。今年WOM初版印刷二萬本，米芝蓮印刷五萬。

米芝蓮與WOM的最大分別，在於前者由職業評審製作，後者則以網站的公眾食評輯錄而成。「評分不是我們的意見。我們只負責編輯與撰寫餐廳簡介。」馮仕耕說。

打着「本地薑」旗號的WOM，今年更附送大排檔小冊子，以地道風味作招徠。

不過，福臨門徐德耀卻道：「我也認識WOM的編輯！有本地出版的飲食指南是好事，但它是否真能代表本地食家呢？兩位編輯與我一樣，在外國生活多年，口味或許與港人有少許偏差也未可知！」