

### 今日香港 + 全球化

味覺享受

本港某電視台近期推出一個名為《品味咖啡》的資訊節目，節目主持由知名藝人陳豪主持，首周收視達21點，算是一個較受歡迎的資訊節目。節目受歡迎除因明星效應外，品味咖啡作為一種時尚文化和生活品味，相信是不可或缺的客觀事實。

■林援森 香港樹仁大學新聞與傳播學系助理教授

**作者簡介** 林援森畢業於香港樹仁學院(2007年正名為樹仁大學)新聞系。其後取得香港新亞研究所歷史學碩士、博士學位，以及上海復旦大學新聞學博士學位。



候任行政長官梁振英也愛喝咖啡。資料圖片

# 咖啡飄香

## 雅俗共「享」

曾被視邪物 「受洗」瘋傳歐陸

根據唐建光主編的《風物的歷史》顯示，咖啡產自非洲埃塞俄比亞，一般學者也認同此說。據悉，西元9世紀，牧羊人卡阿迪在尋找迷途羊群的過程中，無意間發現羊群正在吃一種紅色的漿果，那些羊群一邊吃着，一邊跳躍起來。他在好奇下，拿起那些紅色的漿果嚼了一口，情緒隨即高漲起來。咖啡文化歷史便由這名牧羊人的第一口品嚐而展開序幕。

到11世紀，有也門商人把咖啡帶到阿拉伯半島的摩卡港。同時，有阿拉伯人把咖啡豆製成第一杯咖啡飲品，當時稱為誇瓦(Qahwa)。到15世紀，咖啡從君士坦丁堡(現稱伊斯坦堡)進入歐洲社會。

### 教皇破禁嗜「黑水」

咖啡傳入歐洲初期，天主教徒把咖啡視為「黑水」，意指撒旦的花朵，人類喝了「黑水」，靈魂便會出賣給魔鬼，這是異端行為。但教皇克萊門特八世品嚐咖啡後，宣稱咖啡必須接受洗禮，成為教徒的飲料。咖啡此後便名正言順地成為歐洲文化的一部分。

咖啡之所以成為一種生活品味，始於法國國王路易十五，他重視咖啡的焙製方法，甚至自製一個鍍金的小爐子及器具，以供享用咖啡。

### 意英生活必備 假貨始現

到1654年，咖啡品味從皇室府第傳至百姓萬家，當時意大利人在意大利半島開設歐洲的首間咖啡館。但亦有另一種說法，英國人早於1637年在牛津已開設歐洲的首家咖啡館。姑無論如何，咖啡已成為歐洲人生活的一部分，而這也不爭的事實。

到18世紀後，歐洲國家的商業活動全面發展起來，但同時亦有不少不法商人為圖利，製造問題食品，其中包括咖啡。據威爾森(Bec Wilson)撰寫的《美味詐欺：黑心食品三百年》(Swindled: The Dark History Of Food Fraud)一書指出，著名醫學雜誌《The Lancet》於創刊初期(1831年)，曾大量調查並報道劣質食品問題，包括假咖啡問題，其時大量咖啡被混入菊苣根粉末、狗餅乾和豆子等。假咖啡亦曲線反映咖啡已是當時主要的商品之一，正因咖啡受歡迎，才會以假作真。

## 港式鴛鴦散發本土韻味

今天，我們在香港可品嚐到不同款式的咖啡，如意式濃縮咖啡(Espresso)、泡沫咖啡(Cappuccino)、牛奶咖啡(Caffe Latte)、摩卡(Mocha)、美式咖啡(American Coffee/Americano)及愛爾蘭咖啡(Irish Coffee)等。另外，近年坊間亦出現越南咖啡(Vietnamese Coffee)，飲用時把咖啡粉盛在過濾器，倒入滾水，讓咖啡一滴一滴地流進杯子。但在眾多咖啡款式中卻沒有一款具香港風格的咖啡。

### 香濃膩滑 齒頰留香

其實，具本土風格的咖啡在香港早已發展起來。近年，我們一直自命為本土文化一部分的大牌檔和茶餐廳，其發展出來的鴛鴦，不正是一種奇特的本土化咖啡產品嗎？《新不如舊：香港舊事返照》一書中指出，港式奶茶本身是雜茶，其後衍生出「鴛鴦」，都是清濁不分且見混雜的飲品，但這卻是徹頭徹尾的香港風格。由陳冠中撰

寫的《我這一代香港人》提到，混雜是美的，也是香港文化所在；擁擠是香港風格，普通(建築)才是主菜。筆者不是咖啡迷，但自覺茶餐廳咖啡絕不遜色，不少茶餐廳咖啡的製作水準高，咖啡身段十足，香濃膩滑，如果喜歡「鴛鴦」者，更是只此一家，別無他選。

筆者總是感到，本港近年的所謂「咖啡文化」，或多或少有點媚外影子，特別是對西方品牌傾斜。其實咖啡本身的原產地是非洲，從東到西的關鍵是阿拉伯國家，在整個咖啡文化的發展過程中，不同民族都有所貢獻，沒有一地一民可以把咖啡私有化，這是人類共同的精心傑作，因此不應存任何高低之別。流行文化強調雅俗共賞，不應先行設定任何框架，我們欣賞西方的咖啡口味之餘，也可品嚐一下自家的茶餐廳咖啡和鴛鴦，當然還有汪阿姐(汪明荃)的《熱咖啡》。

### 巴西出口最多咖啡

小知識

正如上述，歐洲國家自18世紀後全面發展，並開始在全球殖民，在殖民過程中亦把咖啡種子向世界各國散播。其中最重要的國家相信是巴西。根據國際咖啡組織(International Coffee Organization)的數據顯示，巴西目前是全球最大的咖啡出口國，其於1990年出口2,728萬包咖啡豆，佔全球30%；1999年急升至4,575萬包，佔全球33%；到2011年仍高達4,348萬包，佔全球32%。

第二大出口國則是越南，1999年達1,163萬包咖啡豆，至2011年升至1,850萬包。至於咖啡消費國，則以美國(2,178萬包)、德國(925萬包)、日本(719萬包)、法國(578萬包)、意大利(571萬包)等為主。

## 二戰後市場速擴 澳移民掀「革命」

咖啡現今能成為一種生活時尚，其發展關鍵點可能是1952年。二戰前，由於戰爭所致，咖啡是配給品。咖啡在配給制度下，變成一種珍貴的生活必需品，並無任何溢價空間。但戰後，歐洲各國開始恢復元氣並放鬆商品管制，如英國於1952年取消實行超過10年的咖啡配給制度。咖啡的貿易額回升，不同產品如雨後春筍，紛紛進出市場。

### 即溶裝面世 飲用便利化

咖啡回歸自由市場之後，價格隨之上升，以英國為例，其由原來每杯3便士上升至9便士，甚至高達1先令6便士。同時，飲用咖啡亦開始便利化，雀巢公司在1953年推出不同種類的即溶咖啡，以配合發展迅速的城市生活。

### 濃縮咖啡吧 口眼齊享受

不過，對咖啡影響深遠的事件，相信是1957年先後在澳洲悉尼及墨爾本開業的濃縮咖啡吧(Espresso Bars)。當時，澳洲移民從意大利引入濃縮咖啡機，並開設專門咖啡吧，以供咖啡愛好者享用，他們除精心沖製咖啡外，對咖啡吧的裝修設計也匠心十足，有些以豪華作招徠，有些則以簡約為主，各家各自營造不同的氣氛。從咖啡、濃縮咖啡到濃縮咖啡吧，可見咖啡的口味日漸多元化，營造出從上世紀50年代後至60年代的濃縮咖啡文化(Espresso Culture)。這股濃縮咖啡文化對全球咖啡文化發展帶來劃時代的影響，如Markman Ellis在《The Coffee House: A Cultural History》一書中指出，這是一場革命。咖啡文化進入城市生活，也在先進國家全面發展起來，而另一段更重要的咖啡歷史仍悄然醞釀——星巴克(Starbucks)的誕生。

## 不只飲料選擇 更是品味體驗

新聞背景

《品味咖啡》已是同類節目的第二輯作品，第一輯於2009年1月4日至3月8日期間播出，平均收視也有21點，受歡迎程度與第一輯一樣。由此可見節目受歡迎總有一定的客觀因素。近年，香港的咖啡文化日漸發展起來，飲用咖啡已不是一種日常飲品的選擇，更是生活品味的體驗。這種生活品味的體驗，從歷史角度而言，香港則只是整個咖啡文化中的其中點滴而已。



星巴克是聞名全球的連鎖咖啡專門店。資料圖片

### 小知識 全球一哥——星巴克

星巴克是美國連鎖咖啡專門店，1971年成立，當時正值美國嬉皮文化盛極的時代，他們反對商業標準化的食品，不滿足於即溶咖啡，強調另類、自然、有別於商業化的咖啡。自家烘焙咖啡豆成為新意念。星巴克在這種另類的氛圍下誕生。1970年，3名大學畢業生成立自己的咖啡店，取名為Starbucks。Markman Ellis指出，Starbucks沒有特別意思，只是名字具時尚感，但當時他們也猜想不到，這家咖啡專門店可以發展成現今全球首屈一指的連鎖咖啡專門店。

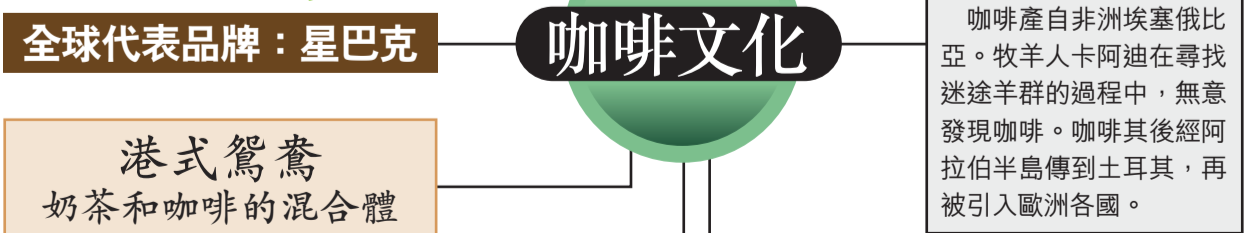
星巴克在10多年來港開業。筆者認為，本地咖啡文化，或多或少與星巴克相關。星巴克首間分店於中環交易廣場開張。星巴克咖啡公司主席Howard Schultz曾在星巴克在港開業10周年紀念活動(2010年)中指出：「星巴克希望繼續在香港將咖啡文化發揚光大，並分享我們對咖啡的喜愛。」由此可見，星巴克所販賣的絕不只是一杯咖啡，而是一種文化和生活品味，這也是其成功的關鍵。

另外，太平洋咖啡專門店是本港另一家較具規模且西化的連鎖咖啡專門店，早年在港由外籍港人創辦，近年轉手給港資公司，繼續在港發展，並向海外拓展。

### 廠廈自家店 開班教烘製

近年，不少自家咖啡店於廠廈或偏遠地區開業，不但以獨特方法炮製咖啡，更引入不同地方的咖啡豆以作招徠，以至開班教授咖啡製作，生意多元化之餘，亦提升本港的咖啡文化。

### 概念圖



### 想一想

1. 根據上文，解釋咖啡的源起經過。
2. 分析咖啡傳遍世界的原因。
3. 咖啡文化為何近年在港發展起來？試舉3項並加以說明。
4. 你認為鴛鴦是港式咖啡文化的一部分嗎？為甚麼？
5. 為何港式咖啡不在世界代表之列？試加以討論。

■香港文匯報記者 吳欣欣

### 延伸閱讀

1. 《港式茶餐廳》，香港旅遊發展局網頁 <http://www.discoverhongkong.com/tc/dining/tea-hongkong.html>
2. 《歷史悠久的歐洲咖啡文化》，吐泡網，<http://tc.toopao.com/food/detail/5c6.html>
3. 《不同國家的咖啡文化》，香港咖啡會網頁，[http://www.coffeeclub.com.hk/country\\_tc.htm](http://www.coffeeclub.com.hk/country_tc.htm)

■香港文匯報記者 吳欣欣