

策劃：蘇添平、郝雨凡、王海濤、李自松
 主辦：香港文匯報、澳門蓮花衛視
 支持：澳門特區政府經濟局、澳門消費者委員會、澳門大學
 贊助：工商業發展基金
 主編：王海濤
 採寫：王禹、李潔穎 攝影：uste

特刊 責任編輯：何全益 版面設計：歐鳳仙

編者語：

品牌，好似一本厚重的書，記載着各行各業中出類拔萃者的昨天、今天，還有明天。翻開這本書，會發現每一個品牌的背後，都擁有獨一無二的品牌故事，或跌宕起伏，或一帆風順，或絕處逢生，或披荆斬棘。香港文匯報與澳門蓮花衛視再度攜手推出「品牌故事@澳門」系列四，為您講述十個澳門品牌的精彩故事。

老佛爺

澳門，是一個中西文化相融的城市，也是個讓美食愛好者流連忘返的城市。在這裡，有太多令人難忘的美食：從豬扒包到咖喱魚蛋，從杏仁餅到薑汁撞奶，還有那大街小巷處處可見的傳統手信餅店。不過，在澳門，也有一家高檔西式餅店鶴立雞群，備受推崇。每當客人走近店舖，總會被那烘焙麵包發出的陣陣迷人香氣所吸引，店裡客人絡繹不絕，往往使得剛烘焙好的麵包和西餅在出爐後很快便被一掃而空。這家西餅店就是——「老佛爺」。

澳門葡京酒店總經理 楊振業



品牌宣言

「老佛爺」是葡京酒店集團旗下的一分子，秉承集團為客人提供最優質服務的信念及宗旨。餅店只採用最上乘、新鮮的材料，加上對品質的嚴謹要求，製作出各款高水準麵包糕點。

品牌之光



「老佛爺」店內暢銷的牛角包，曾一日賣出逾900個。

「老佛爺」每日賣出的麵包及蛋糕約2000個（平日），假日更多達約3000個。此外，店內最暢銷產品種類之一的牛角包，更曾試過每日賣出約800-900個的數量。

東哥自1998年開業起，便看着「老佛爺」一路成長，對這間店舖充滿了感情。



品牌標識

「Deli Lafayette」的靈感源自當年老闆何猷倫在美國哈佛廣場見過的一間麵包店，裡面的麵包出名且份量十足，他接觸過後便想將此概念引入澳門，開一間法式麵包店。Lafayette既是法國一位將軍的名字，同時亦是法國巴黎一間著名的高級百貨公司的名字，於是餅店便取名為「Deli Lafayette」，而中文譯名「老佛爺」亦與Lafayette同音，同時亦有高級名貴的含意，與餅店走高檔路線不謀而合。



老佛爺招牌

品牌傳奇

歐陸麵包 飄香澳門

從1998年開業算起，「老佛爺」的歐陸麵包至今已伴隨澳門居民和旅遊遊客走過了14個年頭。這家位於澳門新八佰伴的餅店，每天用新鮮烘焙的麵包和甜點，帶給客人幸福的滿足感。眾所周知，澳門是一個中西文化交融，華洋雜處的地方。在90年代末期，澳門旅遊業逐漸興盛，外國遊客日益增多，亦有不少外國人來澳門從商、工作，儘管當時的澳門已有各種知名且美味的中式點心，但歐陸式麵包的需求亦與日俱增。

當年，何猷倫在美國哈佛廣場見過一間麵包店，裡面的麵包出名且份量十足，很大一個麵包，裡面有充足的餡料，他接觸過後便很想把歐陸式麵包店的概念引入澳門，在澳門做一些份量十足、物超所值的法式麵包西餅，開設一間能為消費者帶來滿足感的麵包店。於是，「老佛爺」在澳門就此誕生。

用心之作 日售數千

被大家喚作「東哥」的林冠東，自70年代起已開始在葡京酒店工作，如今是葡京酒店的餐廳經理，從1998年開業起，東哥便看着「老佛爺」一路成長，對這個店舖充滿了感情。現在他負責「老佛爺」的日常經營。

談起「老佛爺」的麵包，東哥的臉上洋溢着滿滿的驕傲和自豪。他說，每天早晨6時，「老佛爺」的麵包師傅們就開始烘焙麵包，直至下午4時左右，不停有新鮮麵包出爐。「老佛爺」大部分的包點，不論是很簡單的甜餐包，還是工序複雜的牛角包，都堅持以人手一個一個來製作，絕對是手工之作，每一個麵包裡面都投放了製包師傅的心思，讓顧客入口即嚐盡師傅認真用心的誠意，而這些感覺並不是機械所能帶來的。正是這樣的用心之作，僅以麵包來計，「老佛爺」平日約可以賣出2000個，而假期更可賣出超過3000個。

由於「老佛爺」堅持只賣最新鮮的麵包，所有麵包都不會放至隔天，因此每晚9點半都會推出半價優惠，既不浪費，客人又可受惠，實乃一舉兩得！但其實通常而言，店內的麵包

每一個麵包裡面都投放了製包師傅的心思



包到了晚上8點半就只剩下廿、三十個左右了，而某些備受追捧的麵包，更是在傍晚時分就已售罄。特別是近幾年，旅遊業愈來愈興旺，很多內地遊客來光顧時都會十個十個的買走，有時甚至會一買就是幾十個，很早就售罄。

問及「老佛爺」的暢銷產品，東哥如數家珍。他說，各種不同口味的牛角包、皇室忌廉包、中式的大包（叉燒包、雞包、菜肉包）都是「老佛爺」的暢銷產品。其中，中式大包是「老佛爺」的長春熱賣之選，究其原因，自然也離不開餡料豐富，吃罷後有「滿足感」。此外，New York Cheese Cake亦是「老佛爺」的得意之作，口感濃郁的芝士蛋糕上鋪滿鮮甜的藍莓，入口清新不甜膩，非常受顧客的歡迎。當然，最受歡迎的還是自開業起就已經有的巨型牛角包，常常很早就售罄，有時一日更可賣出逾900個。

堅持品質 發展之道

如今的「老佛爺」，坐落於澳門新八佰伴的一角，透明的玻璃窗後總能看到師傅們認真地製作每一個麵包。擁有開放式廚房的西點烘焙店在澳門並不多見，說起這種想法，澳門葡京酒店總經理楊振業說，這樣做是希望顧客都可以清楚看到廚房裡面的員工如何製作一個麵包，對「老佛爺」的清潔程度和製作過程都能了若指掌，當然也是希望與顧客分享麵包烘焙的幸福。

與其他餅店選擇於地舖開店不同，「老佛爺」自開業起便遷址於百貨公司一角內。楊振業說，之所以選擇百貨公司，是因為看中了客人在百貨公司能夠泊車，也便有更多的時間慢慢挑選到心頭好的食品。他坦言，其實也曾考慮過增加其它銷售點，但由於澳門地方比較小，要揀選一個合適的地點並不容易，與其隨便找一個地方，倒不如堅持在百貨公司內經營，令品質能有保證。

談及今後的發展，楊振業說，一直以來除了希望繼續經營八佰伴內的「老佛爺」外，亦希望能在外面物色到適合的地點再開分店。由於新鮮是麵包最重要的質素，所以希望找到一個除了方便顧客購買的地方，同時亦能保證麵包的流量，讓顧客每日都可以買到最新鮮的麵包。

品牌秘笈

選料上乘 保證新鮮

對於「老佛爺」每日顧客盈門，東哥坦言，這並沒有什麼特別的秘笈。自開業至今，「老佛爺」的經營手法並沒有特別改變，在整個生產過程中，始終堅持選用最高級優質的原材料製作。例如，為了從不同品牌及來源地的朱古力中挑揀出最佳和適合的，「老佛爺」會有專人逐個牌子嘗試，親自挑選最好的。

總經理楊振業認為，新鮮是麵包的生命，所以「老佛爺」的麵包只在烘焙當天售賣，絕不會放至第二天。每天晚上9點半，「老佛爺」都會推出半價優惠，讓消費者以更優惠的價錢買走當天出爐的新鮮麵包，既不浪費，又為客人帶來更大的優惠，一舉兩得！

價平料足 帶來滿足感

「老佛爺」最與眾不同的地方就在於麵包的份量特別大、料特別豐富。就好像備受客人鍾意的吞拿魚牛角包，拿到手裡，濃郁的牛油酥皮香撲鼻而來，一口咬下去，滿滿的餡料便湧入口中，吞拿魚的鮮美混合着粟米的甘甜和西芹的清新，在口中與味蕾親密接觸。每一口都能品嚐到所有餡料的口感和味道，頓時有種好滿足的感覺。一般來說，女生若是早上吃了一個巨型牛角包，基本上到了午餐時間都不餓，那份滿足感，仍在體內存在，而這樣一個份量十足的吞拿魚牛角包，只售20澳門幣。

每個中式大包都有兩個拳頭的大小，滿滿的餡料。



每一個麵包都是手工之作



New York Cheese Cake亦是「老佛爺」的得意之作



早晨開始營業時的「老佛爺」，瀰漫着烘焙麵包的迷人香氣。



不斷創新 開發新品種

在「老佛爺」，各種不同口味的麵包被整齊有序地擺滿貨架。櫃檯前每一寸空間，都被各種美味的甜點和西餅佔據着。但剛開業時的「老佛爺」，遠沒有這麼多豐富的品種，現在看到的很多麵包和西餅，都是不斷創新的結果。

剛開業時，「老佛爺」主要是以歐陸形式及港式麵包為主，隨着時間的推移，客人對歐陸麵包的口味需求和變化，不斷增加新的麵包種類。例如最受客人歡迎的巨型牛角包，雖然從開業起便有供應，但當時主要是以原味為主，後來才慢慢增加了吞拿魚、火腿芝士等各種不同的口味。難怪有客人評價說，「老佛爺」的牛角包有不同餡料可選擇，比牛角包的原創地法國更創新求進。

楊振業說，「老佛爺」非常鼓勵員工及師傅們對麵包的創新提出意見及構思，不斷推陳出新。每一次的新構思，那些經驗豐富的麵包師傅們都會經過無數次的嘗試及實驗，直至在色、香、味上都百分百滿意才會推出，希望能為食客帶來不一樣的新鮮感。