

奇妙的就餐体验

余潼音

悬挂在50米的高空，坐在一把椅子上，前后左右都是空气，在这样的场景下用餐，是一种不可多得的刺激体验。在南非约翰内斯堡，就有这样一家空中餐厅。

在南非约翰内斯堡工作的华人经常会被一件事难倒：怎么打发空闲时间？

约翰内斯堡既不像南非南部临海的开普敦依山傍水，也不像被赤道“刺穿”的内罗毕风景那样独特。不过，最近笔者终于发现了一处令人兴奋的“景点”：空中餐厅。

空中餐厅的创意，源于比利时。12年前，一位有想法的比利时营销员找了个能帮他实现愿望的起重设施专家，两人一拍即合，在布鲁塞尔策划了一场别开生面的空中盛宴，一开张就旗开得胜，受到爱刺激的都市人追捧。勇气与美味相伴，感官与刺激共舞的空中盛宴就此开始，风靡全球。

空中餐厅有严格的选址标准。迄今，其身影悬挂在45个国家的上空，而且数量还在增加，从拉斯维加斯机场跑道到上海东方明珠电视塔、从布鲁塞尔50年宫到悉尼海滩，与伦敦眼比肩，与埃菲尔铁塔相邻，与顶级都市里的建筑相生相伴。空中餐厅不仅费用高昂，而且“一座”难求，一般都得提前几个月预订。

约翰内斯堡空中餐厅位于该市北区极负盛名的教会学校St. Stithian内，拥有得天独厚、俯瞰整个城际线的高地位置，视野非常开阔，绝对是开空中餐厅的好地方。

餐厅每天开始营业时，都有隆重的走红毯开餐仪式。之后，吃客落座，紧接着22个座椅的钢铁餐厅被长臂起重机拉起，缓缓上升，停留在离地面50米的空中。

整个餐厅的结构其实并不复杂，类似一个寻常酒吧里常见的中空大型岛台，餐厅上面有棚顶，客人坐的椅子呈合围之势，分布在平台的边缘，中间空地留给为客人们服务分餐的工作人员。座位下面除了一个小踏板外，完全镂空。坐在空中餐厅中，前后左右都是空气，整个人就像悬挂在空中。为了增加刺激性，座位没有设计成固定模式，可以自由调节，向外倾斜。

笔者就餐时，对面几位不怕高的非洲小哥哥、小姐姐，就把座位向外调到极限，摆出各种姿势凹造型，拍照、拍视频上传社交媒体，玩得不亦乐乎。

看到笔者紧张地看着她们，生怕一不小心出什么意外。工作人员很善解人意地走过来解释，整个空中餐厅的设计制作都是“欧标”，有严格的安全认证，每个座椅配备多条安全带，定期维护检修，不必有任何安全方面的担忧。最后，还特牛气地补充，全非洲只此一家，而且是高配的“2.0”版本，不仅“高”，还会“动”。

笔者大吃一惊，难不成是跳楼机餐厅？工作人员哈哈大笑，说笔者只说对了一半。他们随即用行动演示了什么叫“2.0”升级版。几个人拽着绳子，向一个方向拉，空中餐厅就随之缓缓地旋转，确保每位顾客在1个多小时的用餐时间内360度俯瞰整座城市美景。

不知是出于定价考虑，还是厨师水平有限，空中餐厅的菜单并没有什么新意，前菜、主食、甜品和饮料酒品，依次上桌，没有欧洲版米其林三星厨师现场高空烹饪的精彩步骤，餐食都是事先烹调好的成品，只有酒水是根据客人点单现场调制的。

伴随着微风、美景、美酒和带着鼓点的音乐，客人们兴奋不已。在经历了升空时的紧张后，慢慢适应高空的风速和身体悬浮，与友人攀谈、拍照、唱歌助兴，前所未有的刺激与惊喜胜过口腹之欲。这个时候，吃什么已经不重要了，毕竟比起欧洲米其林版近300欧元/位的超高定价，约翰内斯堡的“2.0”版本费用还不到其四分之一。

都说空中餐厅与爱情表白更配，不过如果当事人胆子不够大，还是要量力而为。毕竟在某些国家，去“空中餐厅”吃饭前，是要签“生死状”的。



空中餐厅的外景看上去并不“豪华”，就像是一个镂空的吧台。

余潼音摄

东京城市农业花样多

苏海河

见闻

东京都的23个城区中有个练马区。据区史记载，这里是东京都周边城市化最晚的地方，20年前还被称为东京的城乡接合部。近几年，练马区以逆向思维积极发展城市农业，成为现代城市中市民生活指数较高的地区之一。

行走在练马区，在成片的公寓、独栋小楼之间，经常能看到一片片的菜地果园，这就是当地的城市农田。据统计，东京都内23区现有农田面积526.9公顷，练马区就有215.6公顷，占到市区内农地总面积的40%；观光农园有147家，有38家在练马区，占四分之一。

笔者在当地走访了几家农户，农民们都说，自家祖辈在此耕种，至少五六百年，自称是正宗的“老江户”，即老东京人，言谈中无不流露出作为城市农民的自豪。

浅见蓝莓园坐落在三面住宅区和一条马路之间。主人浅见喜代司今年80岁，高中毕业后就一直在此务农，经营的两块果园各有1000平方米。祖辈以种粮、种菜为主，浅见喜代司高中毕业后，正值日本上世纪60年代城市化大发展，便开始种花，向市区销售。1964年东京奥运会时，主会场火炬塔周围的千盆菊花就来自浅见花圃，这也成了老人家几十年来自豪的谈资。

老人告诉笔者，当时年收入能达到1000万日元，比城市工薪阶层富裕很多。10多年前，随着年纪越来越大，种植花卉、

蔬菜明显吃力，经当地农协介绍，他改种了蓝莓。每块田地各种150株不同品种的蓝莓。改成果园后，田园作业量明显减少，固定的剪枝、锄草、施肥、浇水，自己一个人就能打理。在新型绿色果园中，果树施用有机肥，不用任何农药。

一般果园，水果成熟时，采摘、上市需要大量劳动力，浅见果园改变了经营方式，实行开放型采摘园，消费者自行采摘，称重付费，减少了果农的大量劳动力。开放季节从7月中旬持续到8月底，不同品种成熟期各有先后，只需简单讲解，消费者就能摘到最佳果品。每到周末，很多家庭带着老人、孩子举家前来采摘，甚至从东京都以外的千叶县、埼玉县驱车前来。

当地也有农民把自家农田分成小区块，作为体验型农业用地出租给城市居民耕种，农民负责技术指导并在必要时帮忙，农民与市民也成了好朋友。

当地政府号召农产品当地产当地销，让民众吃到新鲜、放心的当地蔬菜。区内中小学的午餐大都采用当地种植的蔬菜，早晨采摘的蔬菜中午就能出现在学生们的餐桌上。

为了鼓励城市农业发展，当地政府的网站上公布了每一家农业园的地址、电话和开放时间。在税收和农业投资方面，也为农民提供支持。只要被确定为绿色农业用地，其固定资产税只相当于城市住宅用地的三百分之一，农业生产用大棚、护栏、防鸟网、机械设备等投资，东京都和区地方政府合力给予近一半补助。

为了进一步推广城市特色农业，练马区计划于今年11月29日至12月1日在东京召开首次世界城市农业论坛，邀请纽约、伦敦、多伦多、首尔、加尔各答等城市官员和农民代表，共同交流研讨，练马区区长前川耀男觉得，这次论坛将为东京的城市形象增加更多绿色。

不用雇劳动力采摘，等于节约了成本，消费者自己采摘的蓝莓每100克售价200日元，比购买农民采摘的成品(300日元)能便宜三分之一。

在练马区，仅蓝莓采摘园就有30家，此外还有葡萄、橘子、草莓、猕猴桃等采摘园，以及蔬菜种植园。

以蔬菜为主的西贝农场，菜地面积达4500平方米，由西贝夫妇和上门女婿三人耕种，黄瓜、茄子、西红柿、花生、玉米、萝卜、白菜，各种时令蔬菜一样不少。曾经在建筑公司当技术员的女婿西贝伸夫说，



图① 在西贝农场，西贝伸夫查看农作物生长情况。

图② 浅见蓝莓园里，又一批蓝莓要熟了。

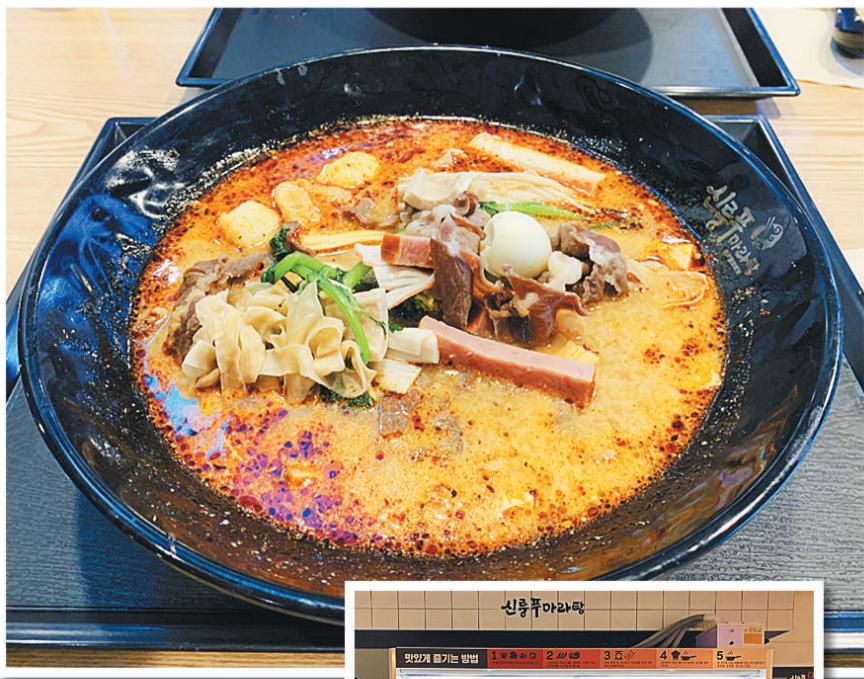
图③ 西贝伸夫展示刚采摘的圣女果。

苏海河摄

麻辣烫在韩国走红

白云飞

麻辣烫在韩国走红



上图 韩国一家“网红”餐厅制作的麻辣烫。

右图 韩国民众在麻辣烫餐厅挑选菜品。

白云飞摄

“这道菜是辣的，没问题吧？”在韩国去餐厅吃饭时，老板发现笔者是中国人后，经常会问到这样的问题。笔者起初好奇为何会这样问，但在韩国生活久了，发现“中国人不吃辣”貌似很多餐厅老板和服务员的“共识”。

有趣的是，麻辣烫这种地道的“中国菜”突然在韩国火了起来，韩国人对“中国人不吃辣”的“共识”正因麻辣烫走红而改变。韩国《中央日报》近日发了一条新闻称，说麻辣烫最近一两年在韩国受到追捧，甚至还与中国的羊肉串一同助推了中国啤酒在韩国的销售。

两年前，大多数韩国人还不知道麻辣烫为何物。几乎是在突然之间，几家麻辣烫饭馆出现在明洞、弘大等商圈。笔者当时还因在异国他乡吃到麻辣烫兴奋不已，把麻辣烫店址视若珍宝般分享给其他中国朋友。再后来，意想不到的事情发生了。麻辣烫店如雨后春笋般爆发式增长。现在多到了什么程度？笔者家楼下有个很短的小胡同，仅在这个小胡同里，就开了3家麻辣烫店。

现在的首尔，麻辣烫店不仅数量多，很多店还越做越大，分店越开越多，形成了一定规模。有一天，笔者看电视的时候，竟发现楼下的麻辣烫店出现在韩国知名电视台插播的广告中。网上一查，才发现这家麻辣烫店的分店竟已遍布韩国全国，仅在首都圈就开了50多家，惊呼“原来网红店就在楼下”。

韩国麻辣烫店，装修风格一般都很简约，老板和员工也多为中国人。虽然名为麻辣烫店，但很多店是麻辣烫和麻辣香锅不分家。店内摆放着各种肉类和菜品供顾客自行挑选称重，制作时既可以做成麻辣烫，也可以选择做成麻辣香锅。还有很多店会提供其他中国炒菜、凉拌菜等，作为辅助菜品。

在口味上，韩国的麻辣烫店出于食材种类有限及迎合韩国人口味等因素考虑，作出一定调整。虽然韩国饮食中普遍会加入辣椒或辣椒粉，但韩餐的辣味相对较淡，而且韩国传统饮食中不使用辣椒。所以在韩国吃的麻辣烫、麻辣香锅，还有火锅店里的辣锅，“辣、麻”程度都与国内略有不同。

仔细一想，麻辣烫火遍韩国也不奇怪，因为在它之前，已经有很多中餐火了起来。说起在韩国受追捧的中餐，炸酱面可谓鼻祖。清末，华侨将炸酱面传入韩国，并做了本土化改良，开设面馆。百余年后的今天，炸酱面已经成了韩国人日常餐饮的一部分。仁川还建有专门介绍这段历史的炸酱面纪念馆。1992年中韩建交之后，中式火锅和羊肉串先后在韩国风行，现在轮到了麻辣烫。

其实，中餐传入韩国，本身就是两国民间交往的产物，也是两国关系史的缩影。随着中国的发展与对外交流的深入，今后中韩两国民间交往势必越来越多，两国百姓之间也会因为“吃”多一份了解和友谊。



空中餐厅的外景看上去并不“豪华”，就像是一个镂空的吧台。

余潼音摄



客人们在空中兴奋地自拍。

余潼音摄