

ISSN

2011年8月9日

NO. 1

# NOT

MAGAZINE



**THE COOK: PAUL PAIRET from ULTRAVIOLET**

NOT FEATURE

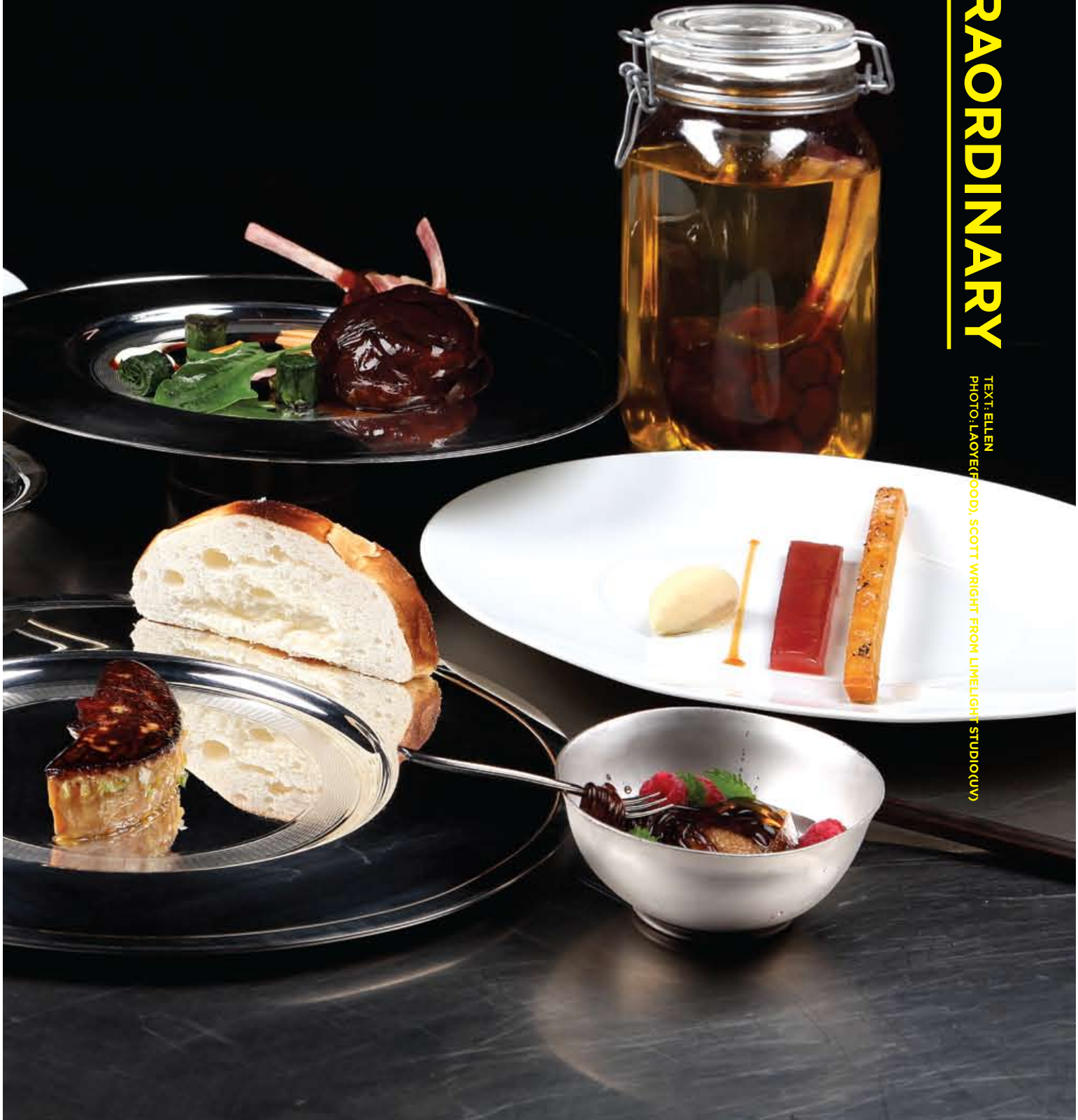


© → R → F → S → T → G

感官世界

EXTRAORDINARY

TEXT: ELLEN  
PHOTO: LAOYE (FOOD), SCOTT WRIGHT FROM LIMELIGHT STUDIO (UV)





传统厨师只管料理事务，厨房的咫尺天地，唯我独尊。传菜铃一按，道别菜肴。以后的上桌、进食、环境、音乐、灯光，与厨师无关。任何外来因素的介入，都不可预知：

吃中国菜时莫名奇妙地响起美式流行曲；  
邻桌食客高谈阔论，如入无人之境；  
侍应心不在焉，客服让人愤慨；  
餐厅忙成一团，上菜速度富慢活风格；

谁都知道，在海边吃海产特别回味，道理简单显浅。新鲜海产即捕即煮，即使不思进取如菲律宾海边的那些炭烧海产小店，多年来厨艺零进步，竟也可长存而不衰，因为地灵。人类对味道的认知，往往混合着记忆。而记忆，未必与味蕾直接挂勾：带咸味的季候风；温暖的地中海日照；放在纯银盘上的生蚝；弗拉明戈边上的一盘tapas……

城市无法建立绿洲，黄浦江边没有咸海风吹送，厨师得寻求变法。

15年前，法国厨师Paul Pairet把餐厅卖掉，恢复自由身，却陷入更大的瓶颈：做好一餐饭，一直是厨师最单纯的想法。但是，按菜单点菜的传统餐厅(A La Carte)没法完善美食。厨房要预备大量半成品，等客人按菜单点菜，才忙不迭下锅，保证了效率，却限制了创意。Paul Pairet的想法很简单：就像在家里吃饭，自己主理个性化菜式，设定进食时间，搭配音乐，调节光线……却有点背离现实。

#### PAUL PAIRET

生于法国，受训于法国，1998年加入Paris's Café Mosaic (常被评论家拿来与知名的米其林餐厅SPOON by Alain Ducasse相提并论)，然后是香港、悉尼、雅加达，Paul Pairet慢慢练就自成一格的“French-but-not-French”招牌厨艺。2005年，他来到上海为浦东香格里拉酒店创立旗舰餐厅Jade on 36，短短三年间即以意想不到的先锋菜，享誉国际。2009年他创立的Mr and Mrs Bund-Modern Eatery by Paul Pairet，以简约现代法国菜，连续两年高踞“The Miele Guide”中国最佳餐厅的三甲位置。今年，蕴酿多时的Ultraviolet餐厅即将落成，将为其厨艺事业打开全新的局面。  
[www.uvbypp.cc](http://www.uvbypp.cc)



Ultraviolet用餐区。其顶上及周边满佈著的尖端科技，让饮食的感官体验得以全面提昇。图为投影测试，并非大厨真正要呈现的情境。Photo: Laoye

辗转来到了上海的Jade on 36, 然后一手创立Mr and Mrs Bund, 待蒸蒸日上后, Paul Pairet终于遇到了人生契机: Ultraviolet餐厅(下简称UV)。两年来一副风雨欲来之势, 誓要掀起一场感官风暴。传说餐厅只设一间房间, 满布高科技设备, 每晚一桌, 每桌10位, 每位吃20道菜, 收2000元起, 只限网上预订, 预计将于今年九月开始营业。其商业模式无可比拟, 也无从参考, UV走向极端, 巧妙引进音响, 灯光, 气味及投影仪等高科技设备, 企图为每一道菜注入五感元素: 吃鲑鱼时耳畔响起上游的涓涓水声, 投映出挪威的蔚蓝天空, 身边有清冽的北欧寒风绕动? 柠檬甜品来了, 气味机适时喷出果香, 灯光投映出炫目的柠檬黄? 还是加州阳光短片较心旷神怡? 感官和想象力与美食同步, 甚至发挥美食最大值。这种结合情感体验的料理, 名曰“Psycho Taste”。15年前的想法很朴素, 一人主理, 15年后演变成更极端, 更细致的体验。

要准备一顿五感盛宴, 设备与人力媲美100座位的餐厅, 且看部分数字说明:

29.5吨钢材, 1102平方水泥, 900平方米区域面积, 146只灯泡(包括LED), 10块计算机屏幕, 56个扩音器, 7个高像素投影仪, 4个干气味送投影机(dry smell projectors), 4274件餐具, 10000封电邮(其实1000封已足够有余, 其他都是重复着沟通), 高达

40000支香烟(一小撮人吸食, 匿名), 5000杯espresso(来自同一批人士), 300公斤双层芝士汉堡, 一碗泪水, 十碗怒气, 一棵300岁的老树(已死), 700个工作日(增加中), 2.5名雇员/每位顾客, 250万美元的投入, 一年的延误……

这是一间高级餐厅却没有金(OK, 洗手间里价值连城的Baccarat水晶吊灯除外), 这是一顿视听效果俱全的饭局却不是红磨坊。

Ultraviolet究竟是什么?

有幸一窥究竟。六月底炎夏, 步入了位于外滩不远处的老仓库。大厨“右手”Greg Robinson带领, 让我们得以摆脱保安盘问(保安对UV毫无头绪)。由于仍在建设中, 拍摄是徒劳无功, 只能运用想象力, 总之神秘黑暗。直至进入挑高8.5米的用餐区, 被360度(加地板)的投影包围, 才真正感到“气场”所在。我们痴迷地盯着地上投映着的“阿凡达”电影片段, Greg连忙解释这仅供测试。我们无暇问及其他四感, 因为光是投影效果, 已足够冲击力。

Paul Pairet出来迎接。也许前一天那条典型媒体思维的问题“会否担心高科技凌驾于美食之上, 转移了食客视线, 从而忽略了味道”让大厨念念不忘, 适逢大家都在现场, 他巨细无遗地向我们解释了五感与食物的关系:



1. 树龄300，已枯死，大厨在街上捡到，送回UV，安置在有天窗的小房间，人人爱不释手。
2. 用餐区(计算机效果图)，投影内容还在不时调校中。老实说，身历其境，视觉冲击力要巨大得多。

气味触发心理效应。现场配置了法国Scentys公司研发的干气味送投机，能够针对特定情境，喷射出适当而对应的气味。有别于一般以水份粒子为主的气味剂，由于干身，能控制停留时间与气味强度。由此，保证在下一道甜品来临之前，前一道海鲜香味已消散得一干二净。“那些酒店洗手间庸俗的香味，不是我们那杯茶，我们希望气味提升进食的体验，而不是干扰美食。”气味由领先世界的瑞士公司Givaudan为餐厅度身订造，Greg给我闻了其中一种，说是“教堂”。

寂静无声带来张力，紧绷的琴弦触动情感……听觉，或者声音，是最难控制的一环。22个扩音器有规划地设置在用餐区，其中的环回立体声响主管宏观效果，而细小的扩音器却能精准地把音效细节传递至每一位客人的耳中，在不妨碍其他人的情况下，向目标食客传送私密的音效信息，例如：吃到脆皮时，通过设置的镜头，控制室可实时向某名食客传送“脆脆的”的声效，开个无伤大雅的玩笑。

触感：风机吹送一切温的、热的、凉的、冷的、带劲的不带劲的……

视觉关键在灯光与投影。

烹调在于创造。创造关乎美食，也关乎环境。灯光与投影是UV的精心之作。除了能打出黑白的彩色的禅意的刺眼的不同效果外，7个投影仪为360度的墙面提供各式静态壁画，还能配合音效，针对不同菜式，变幻出身临其境的高清动态效果。其余3个投影能针对每一道菜，精确地将灯光扣紧桌上的餐具，或明或暗，以示开始与结束。“无关戏剧效果。灯光的作用，在于提示食客，将注意力集中在眼前的碟子上”。明白不过了。

味觉呢？

高科技只是手段，不是目的。一切，只为了彰显、提升、强化感官。五感充份协调，才算是完整的饮食经验。现时UV的菜单上有不少源自大厨当年在Jade on 36的创作，以保证水平稳定。“因为Mr and Mrs Bund的餐饮业务繁重，过去两年我暂停了创作。所以这次推出的多为我的经典创意菜，以更好地配合其他感官效果。一旦UV开业，我将专注于钻研新菜色。”

Psycho Taste最富挑战性之处不在美食(制作流程已训练有素)。如何让五感同步、协调、互动，和谐如一支交响乐，美妙如一幅食之风景，才是最考验厨师的地方。

## THE PSYCHO TASTE 部分菜单



### 1 PINK, TRUFFLE-SORREL ENGLISHED LAMB 黑菌油封羊排

传统羊排菜，如何革新？大厨着重改良羊排肉质，方法是：待羊排慢煮至接近玫瑰色的粉红，加松露和香草调味后，在煮法上突破传统餐厅做法，摒弃塑料袋真空包装的慢煮，改以使用一种含各种香料的凝胶，有效封锁肉味，并且精确保持烹调温度，而不至于像塑料袋胶压缩羊排，外型仍能完存原好，而且凝胶还能渗透羊肉，赋予香气与味道。羊肉至上桌时才取出切开。

### 2 SASHIMI "STEAK FRITE" 金枪鱼中脂排

金枪鱼刺身，色泽口感如一分熟牛肉，正中大厨“look-alike”惯常把戏，重新演绎传统法国菜“Steak Frite”。干脆配芥末(呈雪花状)，也要来一抹日式面豉酱调味，别忘了牛排之友：Mr and Mrs Bund的招牌巨型薯条。吃法：将菜肴横向呈现眼前，果断垂直切下鱼与薯条，宜顺势把碟上每一配料也蘸点一番，让不同配菜同步送进口里。

### 3 SEARED FOIE GRAS, LIME-GINGER MERINGUE 姜味青柠煎鹅肝

鹅肝先烟熏，再烘烤，然后以香醋润滑表面。柚子佐以柠檬，盐和干姜，帮助化解鹅肝脂肪的肥腻感。吃时需伴以酸“面包”，其实是蛋白和糖混合制成的蛋白糖饼(meringue)，制好后需于室温晾干半天，以求制造出一手握碎成粉末状的“吐司”效果，不仅带来惊喜，也为整道菜带来完美的平衡。

### 4 STRAWBERRY-COCA COLA SPAGHETTI 草莓，可口可乐面

采用可口可乐源于大厨对普及食品的反思。这种饮料自诞生以来攻陷中外社会，成为居家必备、无分国界的流行产品。几乎没有一种食品或饮品能具有如斯大的普遍性和影响力。这意味着什么呢？1998年大厨以海藻萃取凝胶凝固了可乐，做了这道可乐面，尝试给可乐一种新身份。上桌时备有筷子及叉子。

### 5 LEMON & LEMON TART 柠檬柠檬挞

UV餐厅里唯一来自Mr and Mrs Bund的名菜。“柠檬柠檬挞”乍听有点唠叨，其实是擅于挑战经典菜的大厨，拿传统甜点开刀之作：于柠檬底下开一个洞，小心掏尽果肉，水煮12小时软化外皮，再极小心地刮去白色内层，以去掉苦味，再经过高温糖水浸泡等多重工序，直至外皮呈半透明状，这时可加入橙肉、青柠肉，柚子果肉以及奶油与柠檬雪葩，配棒型挞皮，以另一形式重现“柠檬挞”，进食时需连外皮同吃，才能吃到多重的层次。耗时3个工作日，促成有香气没苦涩的柠檬挞，简直青出于蓝。反经典的Re-constructive之作，却最终成了餐厅现时的经典菜。

### 6 PASSION-HOCO FOIE GRAS OPERA 热情果巧克力鹅肝蛋糕

以法国家喻户晓的甜品Opera命名，实为掩眼法，真身是滑溜细致的鹅肝，顶端覆盖着一层热情果结晶与一层朱古力，外形极美，务必一口吃尽三层味道，酸的甜的，脆的肥美的，在口里打成一片，体验复杂的味觉层次。

### 7 ENCAPSULATED BOUILLABAISSE 法式鱼羹胶囊

来自法国的大厨也拿自家的经典菜大做文章。今次选择从马赛家常海鲜炖汤着手，引用凝胶技术，把海鲜炖汤浓缩成两颗胶囊，娇嫩欲破，请赶紧用小勺将胶囊送入口中，轻咬一下，让其迸发，爆开。

