

# 在餐桌“避暑” 你还差这些餐具

从视觉为夏日降几摄氏度，不只是多养几盆植物，或在家中增添几个粉色单品。清凉的餐桌风景，可让你的家中“避暑”计划更完美，而选餐具则是非常重要的环。满有大自然生机盎然的木餐具，冰凉透心的瓷器，热情洋溢的珐琅……餐具中盛载的，是和谐的缤纷，食物的灵魂，还有对家的尊重。

■新快报记者 何璐诗  
■图片:资料图片



## 木制餐具 不易碎不烫手

说到餐具，最常接触的材质离不开陶瓷、玻璃、不锈钢、塑料。与火及水不容的木头，看似不太适合制作餐具。然而与其他物料相比较，木制食器捧在手中不会感到过分烫手，热力是慢慢传递暖意到手掌心，且不容易打碎。不同木材带不同天然木香，能为食物增添香气，让人有种处在森林间的感觉，夏日的凉意就此添上。质地坚硬的杉木、松木、栗子木、槐木等都是常见的木食器素材，各自有着不同的木质、木色及木纹，每一只成品都赋予独特个性。一般木食器会以生漆为涂料，令食器具有防水作用。然而久用后，木器会因吸收了食物与手持时产生的油分，慢慢产生不同深浅的色泽，在这种养木的过程中，更能令木食器增添时间的味道。



## 日系陶瓷 从《舌尖 3》开始种草

陶瓷，这种叫法常忽略了陶与瓷其实是不同器物。瓷器用的是瓷土或高岭土，经摄氏 1200 度烧制，颜色多呈白或米白，质地细致顺滑，精细的骨瓷，冰凉的触感，适合夏日，却无碍它的优雅。

陶器则是以陶土，经摄氏 900 度

烧制，颜色多为泥灰、土黄、深啡等色调。夏日不想色彩过于单调，可以考虑上番的日本古陶器，兼备手做自然质感，与釉彩“染付”的精美。还有近年很受欢迎的波佐见烧，江户时代便开始制作，除了《舌尖上的中国 3》将此系列餐具带红，包括明星黄磊、美食博主日

食记等，也都用过波佐见烧。这种陶器以天然的天草陶石混合陶土以超高温烧制，上不上釉，食物油分或酱料都不易渗入陶器内，当与手或口接触时，充满温润触感。其次是设计大多方便堆栈收纳，既可放入烤箱或微波炉内使用，也可放入洗碗机洗涤。

## 珐琅餐具 会说故事的食器

人们迷恋珐琅器物，偶因刮花产生的岁月痕迹，亦有人贪恋其色泽简约优雅。不少珐琅品牌随着不同季节推出各式茶壶、餐具、厨具等，款式花样洋溢夏日热情。

所谓珐琅就是我们熟悉的搪瓷，铸铁锅或金属锅上的涂料，烧制后形成如玻璃质的釉，质地坚硬外表光滑，耐酸抗碱，不会黏附气味，耐用得很。适用于明火、电磁炉、焗炉，能抵受超过摄氏 250 度高温，保温效能高，传热极快，所以在六七十年代曾盛极一时，运用在不少生活器具上。唯一缺点是

猛烈碰撞会摔伤涂层，露出底层金属，容易造成生锈。

珐琅非名贵餐具，许多地方也有生产，但质素参差。不少收藏家推崇经典品牌是英国 Falcon，1920 年生产珐琅器皿至今。白底蓝边的外貌，底部有招牌猎鹰图案，是珐琅的经典形象。而近年的珐琅潮物，则是缤纷或插画类型的餐具。例如系列名为 Folklore 珐琅餐具，由英国精品品牌 Wild & Wolf 出品。该系列以森林为题设计，茶杯、咖啡杯、茶壶、餐盘……变成设计师的故事本，主人公是猫头鹰、狐狸、灰熊、

麋鹿、松鼠等森林动物，笔触绚烂、充满童趣的动物画，配合白与深蓝色调，营造森林白天与黑夜两种不同氛围。不过，这种会说故事的食器，清洗时忌用粗糙刷子或钢丝刷，以免刮花表面。水垢可用白醋清洗，切忌用漂白水，以免残留化学物。

## 追求美之余 设计不要妨碍触感

即使不同年代对食器的物料形状颜色各有偏爱，但如果说有什么东西不会随潮流褪色，不受时间干扰，也许是餐具的触感。

一件食器最重要是能耐，所谓能耐是指耐看、耐用，不会因年代不同

而失去美态。很多时候，买餐具大多想有惊喜的感觉，也喜欢多细节方便拍出最惊艳的大片，但食器始终与人有最亲密接触，设计太浮夸细节太繁琐，反而影响了实际使用的手感及触感。在选择餐具时，除了外

形样式，需要特别留意的，是手与嘴的触感，餐具的厚薄也会影响嘴唇碰触时的感觉。其次，最好加入实用考虑，例如会考虑可否放入焗炉或微波炉内使用，未来能否放入洗碗机洗涤等。

## 关注

### 宜家要做“家居生活服务专家” 2020 年在中国投资额将为有史以来最大

新快报讯 8月22日，宜家中国在北京宣布在中国未来三年的“未来+”发展战略，2020财年作为最大投资年度，将全力渠道拓展、提升数字化能力，以及探索新业务模式，致力成为消费者的“家居生活服务专家”。

基于积极预期，宜家将继续深耕中国市场，2020财年总投资额将为宜家中国历史上最大年度，投资额为100亿元人民币。此外，宜家表示，还在评估、

布局更多项目，接下来两年投资额会进一步增加，并将在新财年招聘超过3000名新员工。宜家中国区总裁Anna Pawlak-Kuliga表示：“中国的家居市场目前正处于稳定增长阶段。同时，城镇化建设不断深入、数字化发展迅猛、大众人均可支配收入不断增加，这些改变了人们的生活和消费方式。因此，我们对中国市场充满信心。”

据介绍，渠道和数字化，将是宜家

战略投资的重点方面。在线下，宜家将全面升级现有商场。在数字化方面，宜家将运用数字化工具简化线下的购物体验。宜家首席数字官宜家中国区李宗颖坦言，“在数字化这方面做不好的零售商，很可能被时代淘汰，零售商需要频繁地转换营销模式。”宜家于2019年7月8日成立了宜家中国数字创新中心，作为一个全新的业务部门，该中心将致力于提升

宜家整体数字化能力。

此外，从下月起，从卧室和厨房开始试点，宜家还将推出“全屋设计”业务，为消费者提供一对一家居设计咨询，并提供整体解决方案。对公业务，同样是持开放态度，地产项目的精装房和长租公寓、教育机构、办公场所、个性店面的家居解决方案，这些都是宜家对B2B业务的畅想。

(何璐诗)