

# 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节。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

猛力碰撞会摔伤涂层,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)