ART MAP ⑲ 2013・6月

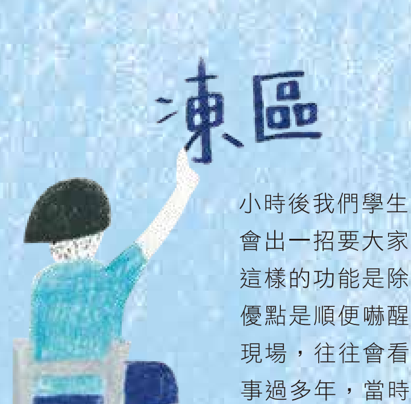
媒婆報

發現東區新魅力，體驗藝術好生活。

●東區？凍區！
●點點冰冰，東區冰店大集合！
●玩Cool子弟，難以定義的冰山一角！
●大話風涼，東區涼蔭路線！
東區，
凍媒調！
Pasión
apruebade olas
SPF
30
PA+++

富邦藝術基金會
www.fubonart.org.tw

寫在前面



阿媒編輯部

小時後我們學生字，印象中老師總是要大家先朗讀部首筆畫，然後會出一招要大家伸出手臂，憑空書寫大聲再朗讀一遍的集體表演，這樣的功能是除了用身體經驗字的筆畫外，一併矯正筆順。附帶的優點是順便嚇醒要打瞌睡的同學，製造出「郎嗯是哇抬ㄟ」的殘殺現場，往往會看見一捺一頓點的角度就是有人瞄準同學的頭肩背。事過多年，當時學的筆順誰也沒想到在智慧型電信年代，正確的筆劃協助了電腦的辨識，當年學得好的現在大獲全勝，鬼畫符的就等著電腦給些瞎猜的錯字。

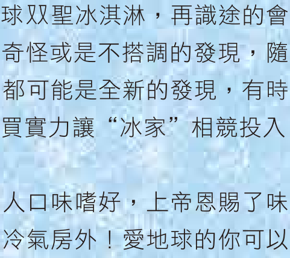
會想起這件事是因為這刊的主題要說些冰涼暢快的主意，恰好東字甩上兩點「冰」部就結成了凍。古人發現水少了一點成為固體狀態就成為比涼還要紮實的凍與冰，這點身為中華兒女很是銘感五內，同時也覺得中華文化是門顯學。

談東區的涼品或是凍物，吃、喝、用都有。主要都在抗暑排熱，四季沒啥分野的溫室世代，全年都在街市上受歡迎，就算偶爾遇上冷颼颼的天氣，冰品也是一解鹹辣滾熱的食物對策！

如果要認真圈點出冰凍的東區路線，事實上會像微血管一樣密佈，就算是在老饕才會上門的咖啡店或飯館，一樣都會有"冰"的選項，基本上在中式的前菜也都很合理的一直列在冰箱內，搭著烏梅汁及雪碧可樂一起接受客人的挑選，不用加溫一樣風味飽滿，冷盤最常是主菜的敲門磚！可以記得冰的口感在味覺上的重要，但正宗的冰品當然在東區也是有一定位置的，響噹噹的東區粉圓除了眼花撩亂的料項，一捧捧刀削的粗冰其實才是粉圓冰品的魂，而新探勘的Ice Monster帶著濃濃的芒果味以及先在永康公園惹出的新聞話題，讓東區人例外地在ZARA和Uniqlo之外也甘願排隊親臨。

其實在東區上班的人多半會有慣性的冷飲或是冰品喜好，有人貪杯就會戀上「好了啦500毫升楊桃汁」，有人飯後會買上一杯山西小小冰豆漿，或是來一球双聖冰淇淋，再識途的會鑽進undercover，找到一碗古早味凍豆花。在東區，沒有甚麼奇怪或是不搭調的發現，隨興是最高的指導原則，走走逛逛吃吃喝喝，一個轉彎一個手扶梯都可能是全新的發現，有時候引領一種吃法，想當然聖品也絕不缺席，東區就是有足夠的購買實力讓"冰家"相競投入。

但最終怎樣才能在冰甜的口味中為鹹辣油膩畫下句點，但看個人口味嗜好，上帝恩賜了味蕾讓食物的樣貌可以在舌尖展現！炎炎夏日想要暢快清涼，除了冷氣房外！愛地球的你可以嘗試揮汗如雨的體溫，透過冰品解熱脱困！



阿媒檔案

戶籍：富邦藝術基金會
業務範圍：台北東區
服務資歷：15年
座右銘：天涯若比鄰。
人生觀：業精於勤，更精於嬉
畢生專長：讓藝術遠離冷感，讓生活開始妖嬈。鼓勵與生活一見鍾情，空間與藝術家情投意合，促成良緣無數。不說表面話，只看潛規則，透視「貌離」中的「神合」，不失誤的媚眼，一條紅線連接相屬意合的有情人。
現身頻率：一年四季。

東區冰品落點

東區數字報告

5月，是東區迎接仲夏的前置期，攤販、店舖、餐廳蓄勢待發，準備好冰鎮一夏。東區的老冰、新冰分別報數！阿媒周旋在東區各種冰品之間，共尋得約55家夏日提供冰製品的清涼店家。踏破鐵鞋，細抄菜單，冰價落點整理如下：
（範圍以敦化南路與忠孝東路交會區塊，計900餘間各類店家）

阿媒提醒您，
因順丁烯二酸事件，消費澱粉類食品，請以店家公告之安全檢驗報告或廠商證明為準。

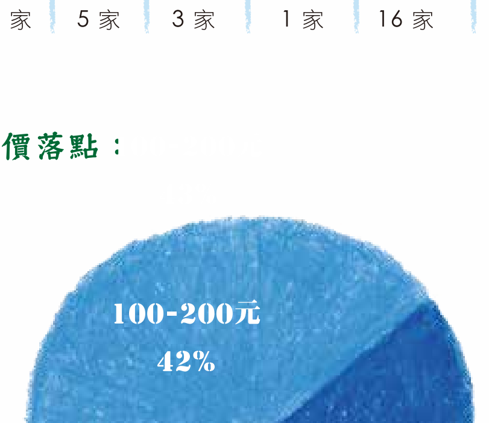
店家的夏日專注力：

專賣店	兼賣店
20 家	35 家

冰品國籍統計：

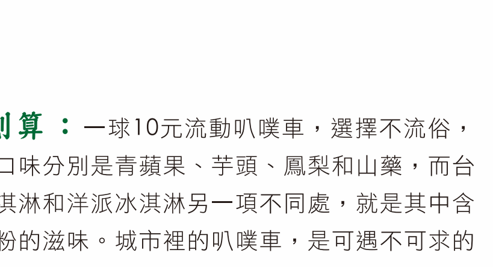
台灣	日	港	比利時	美	瑞士	義	混血	其他
16 家	5 家	3 家	1 家	16 家	1 家	8 家	3 家	2 家

冰價落點：



佛心價50↓	8 款
銅板價50-100	19 款
有感價100-200	30 款
咬牙價200-700	12 款
貴冰價700↑	3 款

最划算：一球10元流動叭噗車，選擇不流俗，四格口味分別是青蘋果、芋頭、鳳梨和山藥，而台式冰淇淋和洋派冰淇淋另一項不同處，就是其中含有奶粉的滋味。城市裡的叭噗車，是可遇不可求的難得一見，更是阿媒數年才遇一次的都市奇緣。



最高貴：若冰淇淋一旦進入了社交的層次，成為聚會的亮點與期待，會是什麼樣子？Häagen-Dazs，推出1080元皇家繽紛午茶，是許多女孩兒們的聚會焦點。三層呈盤，超過10種的口味齊上陣，口味不但繁多，還精心設計了滴管加果露的互動吃法，豪華與豐富內裝，真不愧是冰淇淋中的凱迪拉克。

關於東區「市」態炎涼的學問呀！

美學：

柏拉圖認為，視覺和聽覺所產生的快感，高於飲食色欲之類的快感。

吃冰這件事，不單是口腹之慾而已。冰淇淋末端的捲翹弧度、雪花冰的層疊紋理、冰砂的半透明色澤、湯瓢澆灌糖膏的路徑，不管哪一種冰品，如果不能拋出這種讓人心癢的媚眼，便失色了一大半。東區的冰品不單在吞嚥前就跟顧客調情，關於冰品的審美，更有著類似色票的搭配，結構的複雜度也已經與高第的聖家堂有得拼搏，那越見澎湃的冰品尺寸，冰砂、冰淇淋、水果、煉乳，各種「元素」的堆疊配搭，也考驗著老闆結構概念與平衡感。表現精彩的店家：Ice Monster。

經濟學：

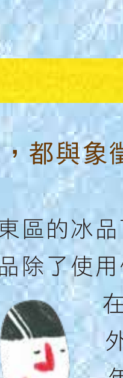
史蒂夫・藍思博指出，經濟學的核心用一句話就可以說完，那就是：「人會對誘因產生反應」，其餘的不過是注釋罷了。

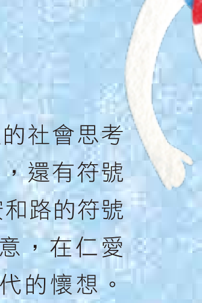
東區的冰價，是一個介於個人經濟學與總體經濟學的問題。
個體經濟的切面是：為什麼我們願意用餵飽一位大漢的四碗滷肉飯價錢，購買一碗主原料為水和糖，吃不飽又稍縱即逝的冰品？而總體經濟的切面是，東區的冰價怎麼能在通貨膨脹、物價上漲的夾擊下，仍保持如此美麗的身價？看著每樣都有故事可以述說、吃來口感無懈可擊的冰品，或許，價格其實反映了消費者的心理認知：在家裡做出一碗品質相似的冰，比在家做出一碗噴香的滷肉飯，要來得困難。心靈需求所能換算的價格，往往無可限量呀！
身價不凡的冰款有Glacio的甜蜜列日雙饗宴。

社會學：

根據布西亞的說法，一切的消費，都與象徵符號有關…。

既然是社會學，必然要有批判性。東區的冰品百百款，背後集體的社會思考是？在後現代的勞動與消費中，物品除了使用價值與交換價值外，還有符號價值。因此，一支20元的叭噗，在鄉村是甜品，在安和路的符號價值則是懷舊；一支甜筒，在國外是隨時可吃的快意，在仁愛圓環落腳，早年是異國風尚，近年則轉變對純真時代的懷想。都市中的社會階級成員各有不同，透過冰品，每種自我認同都能有所棲止，每種冰品都有一套價值觀可以宣說。曾經的時髦，今日的復古-双聖。





心理學：

拉康主張，潛意識就是被內在地結構化的一種語言。

什麼人愛吃什麼冰？冰品可以透露真實性格？許多剛開始交往的情侶，為了顧及形象，在還用娃娃音交談的初期，絕不會相約吃臭豆腐、大腸麵線，或麻辣鍋…等危險性較高的食物。冰品不但不會是交往初期的致命傷，還更能讓你瞭解他或她：你以為該吃甜筒的淘氣女孩，其實喜愛腳踏實地的粉圓豆花；你以為花心的跑車男，芒果冰裡只專情於芒果，其他什麼都不加…。不用費心在聊天內容裡安插心理測驗，讀心，只消，一碗冰。

台式老冰 1. 東區粉圓

關於吃冰的流程

轉角遇見粉圓冰，傳統好味的清涼邂逅

東區粉圓，這個響亮的名號，無疑已經是「東區+冰品」這條算式最鮮明的答案。
而每天上午11點開始，東區粉圓便會在這個光亮亮的轉角，開啟一道道隱形的流程。透過這些不宣說的緊湊步驟，讓東區粉圓可以做到「當天做、當天賣、絕不隔夜」的自我要求；也讓酷暑中的消費者得以在品管中快速消火。

樣樣不能失誤，一比一的中央工廠

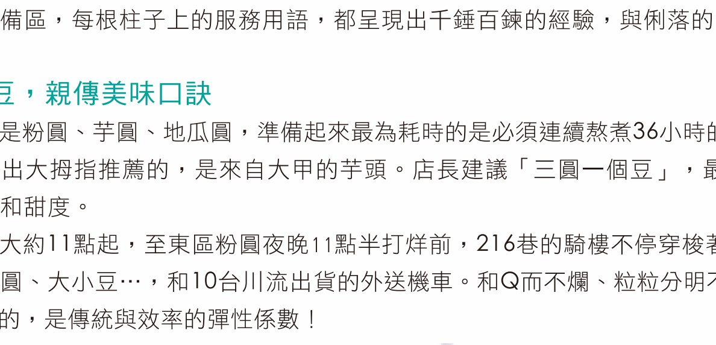
於是，「效率」，似乎是東區粉圓的經營重點。東區粉圓總共有27種配料，能否力行現做現賣的自我要求，或落實從原料到產品都由自家製造，必須要有品質控管的空間，因而，全台僅此一家的東區粉圓，儘管絕無分號，竟因而費心張羅出一對一的中央廚房，據店長説明，中央廚房中有10口鍋爐不停熬煮配料，更有7台製冰機做出顆粒均勻的剉冰，透過店長現場監看，評估客流量的浮動，隨時透過「窩機」與中央廚房連線下料，平均2至3分鐘的頻繁補貨，嚴密掌控「料Q冰脆」的品質。而這厲害的中央廚房藏身在216巷40弄裡，與店面相距不到50公尺，不論補冰補料，路程不超過1分鐘。

你也是流程之一，眼明嘴快的10秒輸送帶

而消費者的流程呢？6月至8月的旺季，東區粉圓每日平均可以賣出4000碗粉圓，為了能快速服務大量的顧客，東區粉圓會在10秒內完成一位顧客的點餐需求，店門口的車台前端，站著一位工作人員，大聲與顧客確認要點的冰品後，便會快速地收錢、找零與發票。接著顧客會被送到27項配料前，請務必大聲喊出心儀的配料，然後一碗沈甸甸的冰就會被送到車台後端，與飽滿的一包碎冰一同端整地被放進白色提袋裡，此時，請不要在這裡逗留，正確的流程是：離開！如果想多加些冰與糖膏，請不要回頭詢問店員，快快轉向店門口，店家已備好材料供你盡情取用。
而如果再花些時間（當然切忌站在輸送帶上）端詳店裡的空間配置，你絕對會傾倒於空間淋漓盡致的應用，接外送的電話與二台滋滋滋猛吐發票的收銀機、與現點車台幾乎一樣配置的外帶準備區，每根柱子上的服務用語，都呈現出千錘百鍊的經驗，與俐落的流程思維。

三圓一豆，親傳美味口訣

經典配料是粉圓、芋圓、地瓜圓，準備起來最為耗時的是必須連續熬煮36小時的關西仙草，而店長比出大拇指推薦的，是來自大甲的芋頭。店長建議「三圓一個豆」，最能配出恰恰好的口感和甜度。
每天上午大約11點起，至東區粉圓夜晚11點半打烊前，216巷的騎樓不停穿梭著各式仙草、粉粿、芋圓、大小豆…，和10台川流出貨的外送機車。和Q而不爛、粒粒分明不沾黏的粉圓同樣耐嚼的，是傳統與效率的彈性係數！



↑排隊的時刻，你便已經進入東區粉圓悉心安排的隱形流程了，27款配料在兩個柱子分明條列，趕快決定你的心頭好料，10秒不塞車。井井有條的店面規劃，是比27種配料還要豐富的經驗累積。

B1
東區粉圓
忠孝東路四段216巷38號
2777-2057
11:00-23:30

台式老冰 2. 216粉圓大王

巷子內的在地傳說，低調樸實的手工美味

神秘老伯的武林秘笈與不冬眠的粉圓冰

傳奇故事總是引人入勝。30年前，一對年輕夫婦，因緣際會獲得新竹城隍廟口粉圓攤阿伯的真傳，學會熬煮製作粉圓、豆花與芋頭的技巧。據傳，一本厚厚的手寫筆記本，從產季叮嚀到氣候觀察，鉅細靡遺地記載關於食材特性與加工方法。於是，一台賣冰的小攤車，在東區216巷翩然落腳。那是個粉圓冰一碗10元，羅大佑唱著戀曲1980，楊林跟林慧萍還是當紅玉女歌手的時代。

從來吃冰就是夏天的風景，這對年輕夫婦卻勇於嘗試，他們在冬日收留冰癮客人，用傳統配料的好滋味，一路低溫護航到夏季。經過三個冬季的流轉，他們成功改道老東區人的涼品首選路線。只是，「消失」似乎是傳奇故事的定番情節，祭出亮麗成績5年之後，小攤車消聲匿跡。

↑純手工製作的芋圓及地瓜圓充滿食材的原色香氣，Q彈口感圓滾滾，是專屬夏季的跳躍記憶。

東區最Q彈的500平方公尺：關於粉圓的規模經濟

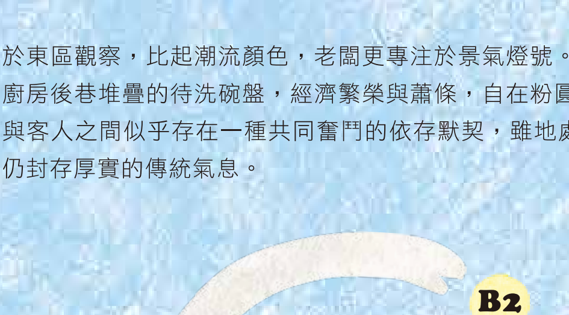
千禧年初，離開十餘年的粉圓大王以小巷店面的姿態重回東區，此時，巷口的同業已在多年經營之下，打造出東區與粉圓的等號公式。216巷粉圓大王順勢依乘這股粉圓規模經濟，以克守本份的姿態，用心準備每道配料，低調地為東區再添上一道涼品選擇。

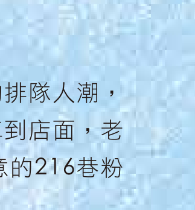
轉個彎，多走10步路，尋得一碗解饞的冰品究竟暗藏什麼致命吸引力？對粉圓大王來說，重點在於找到每樣食材的特性。粉圓、湯圓、芋圓、地瓜圓、粉粿、芋頭、豆花，是店內七大招牌首選。紅心粉圓的原料地瓜粉，來自新竹老伯推薦的品牌；粉粿由地瓜粉與黑糖熬煮而成，濃郁香甜的黑糖滋味尤其仰賴刨冰的涼水中和，不規則的塊凍形狀充滿手工感，裝盛在自助餐方盤內幾乎滿溢而出；面對芋頭，老闆充滿一種使命感：非產季時節，得靠著嚴選芋頭品質，達到與產季一般等級的香甜，而農曆9月到隔年4月的盛產季節，不由分説，得依賴大鍋熬煮的技巧，達到更上一層樓的美味；而豆花是以貨真價實的黃豆量，營造出濃郁的豆香與腳踏實地的焦香；比一般小湯圓明顯大一號的紅白湯圓，則是手工搓製的成果。老闆耿直地笑著說：「搓大顆一點，比較省手工啦！」

粉圓大王的一天，小本生意的行動辦公室

側看216巷粉圓大王，每天早上8點，店內便開始熬煮一日冰品配料。右後方的客桌此時搖身一變成為老闆的辦公室，只見不同材料供應商陸續上門，與老闆結算每日進貨量與費用。偶有早起嗜冰的客人零星上門，老闆便起身服務舀料。下午員工陸續上班之後，老闆便回家製作湯圓、粉圓、芋圓等配料，完成周而復始的一天。

關於東區觀察，比起潮流顏色，老闆更專注於景氣燈號。透過左鄰右舍店家的排隊人潮，與廚房後巷堆疊的待洗碗盤，經濟繁榮與蕭條，自在粉圓大王心中。從小攤車到店面，老店與客人之間似乎存在一種共同奮鬥的依存默契，雖地處潮流東區，小本生意的216巷粉圓仍封存厚實的傳統氣息。





B2
216粉圓大王
忠孝東路四段216巷40弄3-1號
2711-8002
11:00-23:00

台式老冰 3. 北門鳳李冰

極簡主義的古早味

在這裡，你就專心吃冰吧！

在招搖的東區走逛，經過北門鳳李冰，會誤以為自己踩進時空縫隙，落入另一個時空。紅底黑字的招牌立在一方綠色小院落前，開敞的門市，一眼就看穿室內的空間：白牆、水泥地板、樸實的折疊桌與四腳椅、冰櫃、八種冰品以絹秀字體，書寫在大黑板上，沒有冷氣，連冰品價格都落在東區的經濟曲線之外，平實親民地讓人以為是聖誕節的驚喜。
以電影來說，北門鳳李冰如同奧黛麗赫本在窈窕淑女中的脫俗清新；也像是葉問在磅薄大雨中以一敵十的氣定神閒。為什麼會選擇用這麼清湯掛麵的門面立足東區，陳店長說：「因為老闆希望，大家都可以在這邊專心吃冰。」就像年少時，一間冰果室用一碗碗實在的冰，陪你一起度過變聲的夏天，那樣地心無旁騖。

在這裡，你就放心吃冰吧！

出身宜蘭的老闆，並非以冰品業起家，但因希望重現兒時吃冰的回憶，而投入冰品的研究。去年四月，北門鳳李冰悄悄地在東區初試啼聲，不打廣告、不做行銷，老闆徒手拿出八種冰品，在百家爭鳴的江湖中正式出道。
店內製冰遵循先人古法，也無須藏私，所有的冰品製作公式都是「冰=水+砂糖+原料」，嚴禁任何人工添加物。水則一定得是煮滾過的開水，而非冷飲水，因為僅有過濾，還是無法保證百分百的殺菌。
另外，水果和芋頭、花生等作物，會隨著產季與生產地，而有相異的甜度表現。老闆利用科學的方式，經由機器檢測，微調糖量，讓出品的冰品維持相同的甜度數值，而不因季節有所落差。

在這裡，你就開心吃冰吧！

招牌的「鳳李冰」，是老闆精心研發的口味，想要「詮釋台式冰品獨有的清香甘醇層次，是西式冰淇淋無法達到的不膩滋味」。主體是紫蘇梅冰，搭配紫蘇梅和鳳梨醬，爽口解膩。針對這道原創冰品，老闆也自有一套獨家的吃法：「拿到冰之後，先嚐一口基底冰的原味。接著把冰和上面的配料充分攪拌，讓它稍微融化。接著，咬一口紫蘇梅，再配上一口冰。至少用這種吃法吃一次吧！」
除了成本較高的鳳李、荔枝兩個招牌口味無法混搭之外，其他六種口味，店家都開放混搭，消費者可以在6x6的排列組合中，找到專屬於自己的黃金拍檔。根據陳店長的觀察，最受歡迎的雙拼是以李鹹冰為基底，再搭配花生或芋頭，酸甜各半，對比的味覺都可關照。如嗜重甜，不二的選項是花生加芋頭，這個從冰品業開天闢地以來，屹立不搖穩坐龍頭寶座的經典組合。外帶來說，「芋頭」和「綠豆」等澱粉含量較高，不建議隔天食用。
今年六月老闆預計推出「冰棒」，芋頭、鳳梨、花生、米糕四種口味，讓消費者可以透過宅配服務，也嚐到良心公道的童年滋味。

↑由左至右：鳳梨+芋頭、花生+桂圓、招牌鳳李冰。每碗冰店員一定會竭盡所能地填滿紮實的一碗，絲毫不馬虎。

B3
北門鳳李冰
忠孝東路216巷33弄9號
2711-8862
12:00-21:30

美式經典 双聖美式餐飲 （仁愛店）

SWENSENS

美式「冰」臨：八〇年代起，青春一抹甜

遙望1948年，創始於美國舊金山的双聖，以冰淇淋專賣店起家。
時光倒轉到Disco舞廳與墊肩外套火紅的八〇年代台北，1984年，36歲的双聖，選擇落腳仁愛圓環，一住就是29年的Longstay。

「球」好心切：從複製到創新

双聖登入台灣的挑戰有三：口味、甜度、新鮮度。
初來乍到，全盤複製美式路線的双聖，不全然被台灣人接受，美國暢銷口味橘子巧克力和經典口味洛基，就像老外看到紅龜粿一般生疏；而美國人對糖份的攝取，如同道地四川人相較我們對辣味追求的距離；保存容易的冰淇淋卻會隨時間流逝影響新鮮度壞了口感。經流程改良，現在你吃到的每一球冰，都是堅持著一個月內生產到銷售；就口味而言，除了糖度減低，也會跟節氣推陳出新，夏季有時令的西瓜、荔枝、芒果限定；甚至隨國籍不同而因地「製冰」，泰國有榴槤，台灣則是有芋頭、紅豆。台灣的双聖，每年會推出2到4種的新口味，多達200種的配方資料庫，如果冰有性格，双聖的冰淇淋算得上是表情豐富的古靈精怪。

花招百出：兩人以上，多人分享

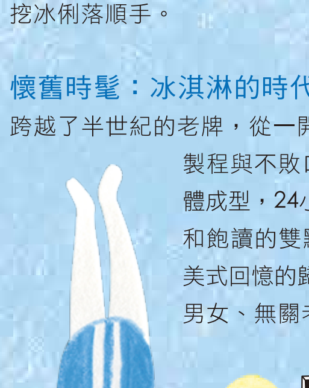
冰淇淋，一球，嫌空虛；兩球，無法滿足你。妄想特別日子來點新意，甚至是渴望一場跨時空的旅行？除了冰櫃裡的桶裝口味，双聖也有眾多花式組合：有適合壽星的「冰火奇緣」，大膽地在冰上冒險放火，計時一分鐘燃燒殆盡的視覺驚奇，適合一年一度許願吹蠟燭；以及，原名「金山大地震」的「環遊世界」，除了震撼你的視覺和飽足感，也領著舌尖環遊八球冰淇淋的滋味，推薦給嚮往豪邁風格的親友歡聚，份量絕對滿意。

「冰冰」有禮：與時間賽跑的挖冰術

話說，有規矩的冰，穿戴有考究（水果要當令、餅乾要酥脆…），出入講排場（擺盤要整齊、氣勢要夠力），甚至蘊藏嚴謹的數字密碼，如：一球模範冰，體重需控制在3.5盎司，直徑限制6.5公分。挖冰的技巧與大廚的控火實力一樣重要，因此，資歷深的員工才能挖冰。甚至，同西餐內場一般，另闢一處術語為Fountain的冰淇淋調理區（英文原意為噴泉），專業的冰淇淋師傅坐鎮，從挖冰、秤重、擺盤無法慢半拍，細心呵護對溫度敏感的冰。挖冰是有學問的，太用力會擠壓掉冰淇淋內的空氣，使口感嘗起來偏硬。專業的挖冰勺內含特殊的防凍液調節，接觸到冰那一端不至於使冰溶解，與手接觸的把柄也不會將冷度傳到手。定期將挖勺的邊緣磨利，就像磨刀霍霍的大廚一樣，只求挖冰俐落順手。

懷舊時髦：冰淇淋的時代交替

跨越了半世紀的老牌，從一開始的經典複製，到現今隨著流行脈動微調，卻也堅持嚴謹製程與不敗口味。店內的橡木地板、鑲崁玻璃、第凡尼燈…懷舊氛圍一體成型，24小時的全年無休，不打烊的餐廳緊鄰不打烊的書店，建立飽食和飽讀的雙默契。從早年的趕稿記者、Disco熱舞的帥男靚女，到追尋美式回憶的歸國學人，或是點上一球冰吃得滿嘴歡心的老人，這裡，不分男女、無關老幼，一代接一代，闔家歡欣。



B4
双聖美式餐飲
仁愛路四段109號
2772-6174
24小時（全年無休）

→最嗨的冰品：冰火奇緣，由草莓、花生巧克力、芒果雪寶、巧克力餅乾，最自豪的四種冰淇淋口味作底，盛裝在格子餅乾碗上，以奶油、鮮果點綴，尖端搭上香蕉切片載著一塊點燃的方糖。

新舊交乘 騷豆花

「冰」上添花，「果」真有料

新舊交乘：找得到傳統純粹，也能混搭嘗鮮

騷豆花，一間依傍在延吉公園旁的老店，「騷」字取自於古早時代豆花慣吃熱款的「燒」豆花而來，諧音「騷」，絕非風騷，而是承襲了詩人的風雅之情，店內的石地板、入口的紅磚小拱門、晝夜變換的公園窗景，這間13年的老字號，如同公園裡的老樹一樣，在東區客的記憶中紮根。
豆花好比為甜點界的魯肉飯，是再單純不過卻又滋味深刻的常民小食。這碗在廟口和市場口不可或缺的古早味，轉載到繁華的東區街角，口味展現了多層次的性格與可能。騷豆花的甜品，蘊含著店主人劉爸爸與劉媽媽的堅持與創意，簡單分為兩種：懷舊版的招牌「騷豆花」，以及具備混搭風格的水果豆花系列。

爸爸的豆花復興：古早滋味傳承，火侯是關鍵

招牌「騷豆花」，一碗簡單的傳統冰豆花，演員陣容有三：碎糖水冰、花生、豆花。其中的靈魂人物——豆花，來自於劉爸爸的經驗真傳，火侯的悉心掌控，營造軟、嫩、濃、醇和微微的焦香後味。豆花不可或缺的拍檔便是一勺甜香糖水，騷豆花的糖水，選用炒過的黃砂糖，焦香不生苦，在搶味和提味之間，拿捏得當。最後在頂上點綴，灑落約25粒的軟花生，口感助陣！

媽媽的豆花維新：順著食材的出產節奏，好料上演

隨著芒果入冰蔚為風潮，早在10多年前，劉媽媽的創意讓豆花遇見水果，發掘懷舊以外的實驗精神。因而，吃豆花也是有分季節的！跟著國產水果的當令產季位移，炎夏有芒果、西瓜豆花，嚴冬則是草莓豆花。一碗冰涼水果豆花的起承轉合，和傳統豆花有著相似的組成結構，同樣的軟嫩豆花壓陣，直接將鮮果冷凍後打成冰沙泥，替代碎糖水冰的基底，原本軟花生的點綴口感由西米谷（西米露）接手負責，最後澆淋上的鮮奶和煉乳則是擔當濃醇奶香的戲份，也巧妙串連了果香和豆香，混搭的花式冰豆花演出陣容更龐大，配料們卻能層層分明各司其職，好味好Match！

騷式拿手絕活，偷偷透露

騷豆花的箇中學問，有四大招式流傳：沖、炒、敲、削。
豆花的製作是最耗時，從泡黃豆、打漿、濾渣到煮滾，步步為營。最後一步：沖豆花，技巧不外傳，需謹慎拿捏速度與角度，才能切中口感的核心。炒砂糖，用意為萃出糖的焦香，需在焦苦以前起鍋，時間的判斷是關鍵。敲冰沙是騷豆花的堅持，將煮好的糖水放涼後入冰庫，在結成冰沙與冰塊的曖昧狀態取出，手工敲打10多分鐘的碎糖水冰，入口的晶瑩顆粒，在舌床上滾兩圈後冰涼化開，除了滋味曼妙之外，也不會像一般的白冰淋糖，有甜度分配不均勻的狀況。削水果，再平凡不過的場景，隨時在店內都能瞧見，現削現切，避免水果發黑或出水。這些踏實製程，都是騷式手感堅持，請用舌尖感受每碗冰的微妙細緻，一口緊接一口，湯匙與瓷碗敲擊的聲音，是好滋味的回應。

A1
騷豆花
延吉街131巷26號
8771-8901
週一-六12:30-22:30
週日公休

↑新冰代表「芒果西瓜豆花」，夏季限定。流傳於日港韓的觀光圈，在Twitter、旅遊書、海外電視台都小有名聲，魅力與招牌騷豆花不相上下。根據統計，男性較偏愛主打清涼香甜的西瓜，女性則多是忠愛芒果的酸甜香。

國際驚豔 Ice Monster

CNN也驚豔的冰品概念店

在一碗冰中吃到台味的創意變身

一到夏季，就算不是去吃冰，只是去銀行趕三點半或去新東陽買肉乾，Ice Monster外頭洶湧的人潮，也讓你無法忽視它的存在。去年五月進駐東區，旋即以獨創冰品、逗趣活潑的視覺包裝，擄獲老少愛冰客的注意力。Ice Monster的羅老闆，原是永康街冰館負責人，可說是帶動芒果冰風潮的先驅和指標。2010年冰館結束營業後，他選擇東進，在忠孝東路重振旗鼓重返冰品市場。

↑店內招牌「新鮮芒果綿花甜」被CNN選為世界前十名最好吃的甜點，讓外國人也感受到熱帶黃金水果投出的口感變化球。

曾經叱吒永康街數十年，風靡無數觀光客和在地客的金黃芒果，在Ice Monster依舊魅力不減，口感更升級：綿花冰加上雪酪(sorbet)、新鮮芒果丁、芒果醬，除了感受不同的冰品質地，還可嚐到台灣各式芒果的特性，愛文的甜蜜、金煌的黏性、凱特的酸味、和土芒果的香氣，交疊出豐富的果香層次。

談到食材，羅老闆說必須要感謝台灣果農，台灣地小人稠，農耕面積小，反倒成為促進農業改良的動力，不斷地培植出質優農作物，冬季也能夠採收作物。同時，老闆也熟知台灣各地的作物，以確保進貨的水果，能夠符合要求。因為就算是同個品種，只要產區不同，品質可就天差地遠。

此外，羅老闆也致力於研發新口味，融入在地特色，讓人在一碗冰中吃出台灣味。如以龍井茶香入味，搭配檸檬清新微酸的「翡翠青檸棉花甜」，或是打破常規，以冰的質地表現國民飲品的「珍珠奶茶棉花甜」，都是讓客人驚艷不已的力作。老闆說：「吃冰是一件開心的事，透過一碗冰，可以讓人感到幸福。」

前進國際，成為冰品界的鼎泰豐

從事冰品業已邁入第十七個年頭的羅老闆，希望藉由Ice Monster將台灣冰品推展到國際。過去在永康街的店面，受限於三坪大的空間，用餐區往往一位難求。而Ice Monster目前的店面佔地七十坪，無論是座位安排、動線規劃、整體視覺形象，與內外場服務，希望客人能夠充分地享受吃冰的樂趣。他覺得台灣的冰品不應只有自助冰或成本低廉的人工冰品，而要創造出屬於台灣的風格，想要「透過冰品、服務和用餐環境，讓吃冰成為一件很fancy的事情，並且走上國際舞台，在國外開設分店。」

羅老闆的努力沒有白費，今年三月美國有線電視新聞網CNN和《Travel + Leisure》雜誌共同評選世界最好吃甜點，Ice Monster的芒果冰征服了外國人的味蕾，名列前十大，為店家進軍國際的目標打了一劑強心針。

加碼：老闆心中的TOP 3

詢問羅老闆，如要推薦Ice Monster前三名的冰品，他的順序會是甚麼？老闆思考了一下說，「翡翠清檸綿花甜」是首選，龍井茶的清香別具魅力，對於需要控制熱量、或剛嗑完麻辣鍋的客人，這道冰品既清爽又解膩。如果是情侶結伴來，「珍珠奶茶綿花甜」絕對是浪漫的選擇。而如果是遭逢情傷的人客，他建議點「變態咖啡棉花甜」，讓咖啡些微苦澀的香氣，安撫那顆受傷的心。
如需外帶，以雪酪(sorbet)為佳，口感較不會隨著時間改變。

A2
Ice Monster
台北市忠孝東路四段297號
8771-3263
週一-週日10:30-23:30

創意搭配 Mango ChaCha

一整年的芒果冰不打烊，海鹽提味！

訓練有素的冰品部隊，東區登場！

開宗明義先來個分門別類：水果剉冰經營型態有兩種，一，強調現削現切的手工感，二，追求泰勒化速度效率的極致。Mango ChaCha是後者。短短三年間，它像台黃色的法拉利跑車，從國父紀念館對街的露天小攤，瞬間加速，以冰品為中心，發展出近十種全然不同芒果品項，衝刺成為坐擁台北、高雄、吉隆坡、青島等六座城市分店的冰品小王國，展現傲人的屬於芒果的0~100km/h加速成績。

↑「金牌情人」是店內暢銷冰品，一盤芒果冰，吃得到冰淇淋、剉冰及芒果三種口感。

Mangolization－熱帶水果的情境式消費

這股效率其來有自。Mango ChaCha靈魂人物「芒果長」鎮守東區總店，只見他全身上下，從服裝到配件，舉凡衣服、手錶、眼鏡、球鞋、手機殼，通通歸化成芒果的標準色。就連髮梢末端三公分，也以二個月一次的頻率挑染。為此量身打造一個新詞“mangolization(芒果化)”也不為過！

正因為相中東區人愛嘗鮮的性格，芒果長選擇落腳光復南路。面對慕名而來的日本遊客，他先是熱情地「口泥雞蛙」，再用流利的日文介紹冰品。除了擔當店家活招牌之外，芒果長更是絞盡腦汁研究將冰品製作流程化繁為簡。於是，一挑選，二急凍，三刨切，芒果冰的製作步驟，收線乾淨俐落。而店內芒果全數來自屏東枋山，甜度高達12至15度（白糖為17度），8至9分熟的愛文芒果，名列外銷等級，去核切成條塊狀後，立刻送入耗資千萬打造的中央急凍室冰封低溫冷藏，封存果香，達到全年無休芒果供應的期待值。正因為高品質的芒果足以獨當一面，Mango ChaCha所有冰品完全不需糖漿調味，一盤比臉還大的芒果冰，熱量便可控制在280大卡左右。根據芒果長第一手消息，光是台灣四間分店，一年便可賣出11萬份冰品，約可疊出42棟台北101。

芒果「忙」果，什麼戲份都想軋一角！

特別的是，為了讓芒果的香甜發揮極大值，芒果長隨盤送上一小罐海鹽，這獨門配方的靈感來自於牛排館，只消輕輕地在芒果灑上兩道，甜中帶鹹的滋味的確更有層次。如同這超越框架的味覺體驗，芒果長樂此不疲地在腦內激撞各種新創意。除了在冰品上「動手腳」，例如用芒果搭配黑糖挫冰、把有機玫瑰花瓣灑入冰品等創意吃法之外，也匯聚芒果茶、芒果酒、芒果醋、芒果咖啡、芒果湯圓、手工肥皂、奶酪等五花八門的品項。簡直就是在打造一間芒果主題樂園。

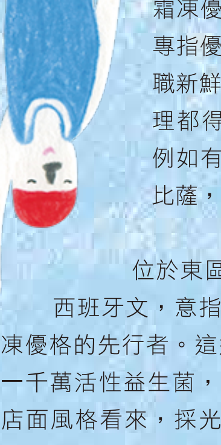
有那麼微微一瞬間，感覺純樸的芒果綜藝化了。但，正因為這生猛無拘束的活潑創意，才能讓東區的冰品市態如此蓬勃精彩。

D1
復興SOGO店
忠孝東路三段300號B3
7745-0520#114
週日-四11:00-21:30
週五-六11:00-22:00

←芒果醬、芒果醋、手工肥皂…，所謂情境式賣冰，賣的是夏天的涼感，以及無所不包的綜合體驗。

B5
總店
光復南路562號
2702-9506
週一-日11:00-23:00

健康新訴求 hielo 吃冰也要顧窈窕，頂著國際認證光環的創意冰種



無奇不有的標準規章：關於活益菌認證

霜凍優格。這洋詞，在維基百科自成一個欄位，專指優格製成的冷凍冰品。這年頭，不僅求職新鮮人需要證照壯大聲勢，連食材料理都得兢兢業業以達官方標準。
例如有機農業，例如正宗拿坡里比薩，例如霜凍優格。

↑“Olivia”，以草莓優格為基底，搭配草莓、巧克力、白玉麻糬；充滿濃濃的少女風。

位於東區龍門廣場的hielo（「耶囉」，西班牙文，意指「純淨感的冰品」），是台灣引進霜凍優格的先行者。這道輕爽無負擔的冰品，每公克含有至少一千萬活性益生菌，完全符合美國優格協會(NYA)的標準，從店面風格看來，採光明亮，白淨清爽，在大片落地鏡面的加持之下，烘托出室內渾然天成的美肌模式，常有客人陷入忘我的自拍快門迷幻境界，彷彿魔鏡在旁悄悄説著他就是世界上最漂亮的人；從冰品類型看來，標榜「零脂肪」的霜凍優格，選用進口益菌粉，搭配台灣牧場專業調配的零脂優格與在地水果，堪稱冰品界的窈窕淑女，在傳統非黑糖即煉乳的懷舊口味陣仗中，以酸中帶甜的清爽口感成功與東區其它冰品劃出一道風格分水嶺。

hielo的主角霜凍優格包括原味、草莓、蔓越莓、抹茶等等，口味不定期推陳出新。搭配的食材，則根據水果、麻糬、巧克力、杏仁片、小泡芙等不同的組合，排列出以當紅明星命名的八款經典系列。例如“Ben”這款冰品，以布朗尼搭配巧克力與OREO，適合怕酸的客人；而“Olivia”則以草莓優格為基底，加上草莓、巧克力與白玉麻糬的組合，充滿濃濃的少女風；希望一石二鳥吃冰兼吃飯的，則可以選擇帶點飽足感的穀物系列。據説，每位店員對優格都有不吃不可的執念，所以，遇到無法抉擇的時刻，不妨直問他們的個人意見。

hielo的一天是東區的縮時攝影

正因位處東區最熱鬧的廣場交會處，hielo的一日風景更是耐人尋味。通常，第一批光顧的族群是SOHO或是服務業，他們把握彈性的自由時光，搶先一步享受冰品的撫慰；接近午後，等待孩子放學的媽媽們陸續出現，hielo成為主婦們喘口氣的中繼站；放學後，客群年齡層筆直下降，儼然成為中小學生的安親班；天色漸黑，上班族湧入；打烊前，收留等待clubbing入場的帥哥辣妹。這時候，店內一整片的落地鏡子，瞬間成為補妝修容的好幫手。細數五花八門的客群，有逛街人潮、家庭聚會、朋友見面、情侶約會、小學生寫功課等等，遠遠超出評估開店時的客群設定：愛美女性。

下次，相約龍門廣場，遇上朋友遲到，千萬別生氣，轉進hielo吧！看店內風景，也看廣場來往的人們。用一匙霜凍優格的時間，轉換一份好心情。

hielo
hielo
hielo
hielo

D2
hielo
忠孝東路四段124號
8772-6632
12:00 -22:30（全年無休）