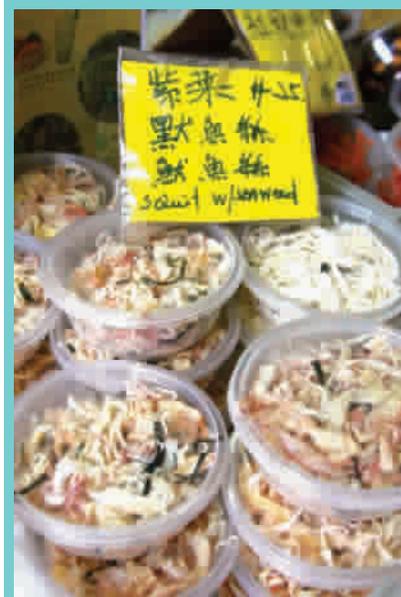


# 南丫岛，发哥故乡的味道

文、图/小曲

这个小小的离岛曾是香港的乡下，这里有史以来最有名的本地人可能就是周润发。如今越来越多的作家、艺术家和外国人搬到岛上，在发哥从小长大的鱼市、菜摊和海鲜大排档间，开出绿色食材店以及有机餐厅。



## 慢生活吃出好心态

许多人来南丫岛的真正目的只有一个：找好吃的！

岛上人都知道的“建兴亚婆豆腐花”，就在那棵好大的紫荆花树下，若你找不到，随便问问过路当地人，他们会很热情地为你指出方向。

这家店铺仿佛还活在上个世纪六七十年代的香港，店堂的怀旧感并非粉饰出来，而是从那时起它就再也没变过：简简单单几张桌椅，糖水也是简简单单几样；变的是店主，从年轻夫妻到亚婆亚公，每天起早磨豆，豆花卖完即止，就这样卖了一辈子。要什么浇头？糖还是蜂蜜？姜糖还是蜜豆？

虽然南丫岛不缺海鲜店，但说到名气，哪家也比不上天虹海鲜，它的规模很大，几乎整个索罟湾都被它占据。

据说发哥每次回岛，都一定要到天虹尝尝地道家乡味；而香港的明星名流，也很热衷来这里吃海鲜，墙上的合影多得挂也挂不下。

我点了扇贝、椒盐虾和炸鱿鱼，果然名不虚传。老板会过来聊天，送餐后水果，并告诉我他家有自己私人渡轮，在天虹吃过海鲜之后，会送回港的船票。

岛上饮食文化新旧交替，中西混合。蔡记、棠记、森记、寿记、仁记、林记、威记……这些大大小小的馆子里永远不缺人气。

与此同时，住在南丫岛上的洋人带来了咖啡馆、酒吧、比萨店、素食餐厅和有机食品超市，与此同时，他们也带来了健康环保的饮食观念。

岛上这么多餐厅，产生的废弃食油也多，人们自发形成了“绿南丫”项目小组，通过社区合作，将这些厨余废油循环再造，变成适合厨房和家庭使用的绿色清洁皂，极易被大自然生物分解，毫无公害。而收益所得，全部用于继续教育、支持和推广岛上绿色生活和饮食方式。

在慢生活中活着的南丫岛人，把自己变成绿色的一部分，因为他们坚信：你吃什么样的东西，你就会变成什么样的人。



从中环码头随便跳上一艘去榕树湾的港九小轮，半小时后，香港闹市的浮华渐远，一座“丫”字形小岛慢慢浮现。

上岸，右拐，一边崖壁峭立，一边港湾帆影，再走几步，便是中西混血的榕树湾大街，戴斗笠荷包的婆婆与开着拖拉机去菜地的金发小伙交错而过，写满洋文店招的有机超市和散发着腥味的海货摊比邻。

## 来自大海的馈赠

总是有很多热爱钓鱼的人乘渡轮来南丫岛，日出日落，度过等待与收获并存的一天，所以南丫岛上最常见的就是渔具店和海鲜店；略有所得，便提着去找相熟的店家活杀现烹，独斟小酌，心满意足。

岛上的索罟湾，不仅是垂钓的好地方，更是体验南丫岛传统生活的好地方，渔排、三桅渔船、摇橹舢舨和龙舟以及当地人捐赠的古旧渔具和生活用品，营造出昔日繁荣小渔港的风情。

在渔民的示范下，我织网结绳，起桅升帆，认真享受岛上劳作的清苦和愉悦。南丫岛特产虾膏和咸鱼，渔民们至今坚持他们传统的制作方法，并相信这些能够传世的技艺才是最可靠的。

无论天气好坏，他们都一定要用擦盐、生晒、自然发酵的古老程序制作咸鱼，重质不重量。过去的人没有冰箱冷藏设备，腌渍是最好的保存办法；香港气候闷热潮湿，将腌好的咸鱼切块，浸入冷油中慢火熬熟，下饭、耐藏，在物质不丰富的年代，一瓶凝聚了时间与滋味的油浸咸鱼是馈赠亲朋好友极体面的伴手礼。

而又名“白饭鱼”的银鱼，身形细小，鱼骨含有丰富钙质，不需要腌渍即可入食，每年农历十一月至次年三月是它的捕捞季，渔家把大量鱼货晒干，吃时捞一把，加油、糖和少许姜茸，与白饭同蒸，散发令人满足的诱人鲜香。

## 药膳同源的饮食传统

过去渔民出海时是找不到医生的，祖祖辈辈传下来的经验之一，就是如何在周围的自然环境中寻找可以药食兼用的食材。

亚热带气候，为这里带来了丰沛的降雨和阳光，万物滋长。岛上人擅长腌渍，新鲜采下的果蔬，吃不完便腌起来，比如青柠，腌成咸柑橘，既可以当零食止渴和因风浪引起的恶心，又可以清热解火，喉咙痛时取两到三粒，放入杯中轧碎，注入水和蜂蜜，化痰润喉。

一餐一饭，来之不易，简单的食材在渔家妇女手中化为神奇，既营养又不失风味。

只需一碗冷饭、一点肉末、两汤匙虾膏，便能做出供全家分享的野味炒饭。烧红铁锅，落油爆香姜茸和半份虾膏，再加入肉末，若手边能找到任何蔬菜，切碎同炒，盛起备用；将打匀的蛋浆入热油锅中至五分熟，倒入冷饭翻炒后，再加虾膏肉末蔬菜粒。

蛋液金黄，包裹起一粒粒米饭；虾膏赤红，散发来自大海的鲜香。

渔获期，将丰收的牡蛎、海带、海草统统晒干存起，遇到不适合出海的日子，就拿出来煮汤，鲜美可口，又能预防甲状腺肿大和伤风感冒。

至于南丫岛海货店里随处可见的花胶，其实是各种鱼腹中取出的鱼鳔，切开晒干后而成，含有丰富的蛋白质、胶质，岛上人相信食花胶能令人迅速消除疲劳，对产妇和术后体弱者有巨大的复原作用。

## 乐虎势不可挡 “饮”领能量市场

乐虎功能饮料上市仅仅一个多月，已经在全国范围内各超市、零售店、便利店辅展开来，“喝乐虎，提神抗疲劳，喝乐虎，激发正能量”已经成为了时下一条流行语，在市场上取得了良好反响。

### 提神抗疲劳 激发正能量

作为达利集团2013年重拳打造的全新功能饮料品牌，“乐虎”的品牌定位非常清晰，过硬的产品品质加上空前猛烈的推广力度，上市短短一个月，就已拥有了大批的粉丝。目前，很多工作繁重、压力大职场人士来到超市、便利店购物首选就要乐虎，乐虎口感纯正，提神抗疲劳功效显著，已成为时下提神抗疲劳人群的必备饮料。

据了解，乐虎还通过了国家食品药品监督管理局严格审查并获得了“保健食品批准证书”，获准使用“功能饮料”名称，在国内，获得此资质的企业仅有少数几家，产品一上市备受全国各大经销商的一致好评。

### 市场反响热烈 能量势不可挡

功能饮料在我国受到越来越多的消费者喜爱，我国逐渐成为功能性饮料的消费大国。乐虎饮料五月份全面上市以来，已经取得了不错的销售量，全国各经销商针对乐虎的目标市场和产品定位的接受率已达到90%以上。“乐虎”的包装分为250ml罐装和380ml瓶装两种规格，价格的定位具有优势、性价比较高，而

“乐虎”380mlPET瓶装的出现填补了市场空缺，真正满足了主流人群的消费需求。

达利集团“乐虎”功能饮料凭借其自身品牌与质量优势被越来越多的人熟知与接收。乐虎市场反响热烈，能量势不可挡，2013年必将成为能量饮料市场的一支奇兵，成为当下功能饮料的又一能量巨人！

