

照片决定味道? 如今流行“晒食族”——

放大招!国外餐厅助客人拍出食物“美色”

文/张慧

试想一下,如果要你花大价钱去一流餐厅吃饭,但里面规矩多多,很可能还吃不饱,你会去吗?

答案是,你看那些米其林三星餐厅,尽管很贵,也不能大快朵颐,但仍有大批人争相前往,为什么?因为“晒食族”知道,在那里拍的照片一定会迎来社交网站上潮水般的点赞。没办法,如今的人不仅爱自己的“颜值”,也由此及彼地爱食物的“美色”。为此,国外不少餐厅也迎合客人的需要,“大招”频出,只为让他们把自家食物拍得更“上相”。



顶级食物摄影师丹·佩雷茨传授食物摄影的基本知识,以及如何用简单步骤将菜肴拍得令人垂涎。

以色列主厨设计“自带镜头感”的美食

如果你要前往以色列旅行,千万别忘了带智能手机,因为特拉维夫的 Gatit 餐厅不仅不反对拍照晒美食,还为喜欢晒照的客人提供便利。为了和年轻人“接轨”,该国历史最悠久的酒业公司卡梅尔携手 Catit 餐厅,给“晒食族”提供了适合拍照的定制菜单。这些菜肴不仅配色丰富、造型优美,十分有镜头感,而且盘子上自带摆放手机的插槽,不用你辛苦寻找拍摄角度。

主厨梅厄亚多尼设计的5道菜,更多地是为了满足摄影爱好者,而非美食鉴赏家。梅厄亚多尼是以色列美食界的领军人物,与他共事的是顶级食物摄影师丹·佩雷茨,以及著名餐具设计师阿迪·尼萨尼。来此用餐的食客自动加入了佩雷茨的摄影工作室,他会教客人们食物摄影的基本知识,以及如何用简单步骤将菜肴拍得令人垂涎。

这些菜肴的照片,能帮助你在图片分享社区“Instagram”网站上收获诸多好评。不过,餐厅每小时收费155美元,如果拍个没完,肠胃和钱包都会遭殃。



美国餐厅花心思,一切方便客人拍照

美国彭博社称,人类已进入通感移觉的阶段。那些照片中显得“囿囿有神”的食物,通常被顾客先入为主地认定为不好吃,因此很多餐馆开始花心思设计“看起来就好吃”的“上相”菜肴。

比如,美国一家麻辣烧烤酒吧为了让菜肴在“Instagram”(一款分享图片的移动应用软件)上看起来可口,干脆自己拍好照片,让顾客们直接分享,免去他们动手拍照的麻烦。不过,也总有人想亲力亲为。为了让美食显得更诱人,这家餐馆提供的免费餐包都“颜值颇高”,薯条摆在光可鉴人的不锈钢架子上,而餐盘中的汉堡包被特意垫高,方便拍照。该餐馆母公司的CEO罗伯茨·怀曼说:“我们在食物呈现方式上下了功夫。除了(顾客)自己,食物是被拍得最多的东西。”

不过,业界对这种餐馆讨好晒食者的行为褒贬不一。英国名厨肖恩·希尔对于晒食感到“困惑”,在他看来,“食物是用来品尝的,不是摆来看的”。英国《独立报》评论员克里斯托弗·霍腾写道,在社交网站上晒你的晚餐一点问题都没有,“不过整个餐馆都为晒食者服务,可能有点过分了吧”。

“晒食族”,餐厅爱恨两难

自从2013年“晒食”一词诞生,餐馆厨师纷纷陷入“同意”还是“不同意”的苦恼中。2014年,多名法国厨师曾试图阻止客人在他们的米其林星级餐厅中对着食物拍照,因为“这不仅是糟糕的餐桌礼仪,而且侵犯了厨师的知识产权”,并且毁掉了未来就餐者的惊喜。纽约的多家高级餐厅则正式出台了“禁晒食”的规定。

不过,有些大厨自己就是晒食狂人,因此对于顾客拍照不以为逆。英国多切斯特的米其林星级餐厅 Sienna 主厨罗素·布朗就乐呵呵地承认:“我在推特上发了好多菜品的照片,因此没资格抱怨别人。”

有人指出,食客发布的照片是免费的市场宣传,可惜很多厨师对这样的免费宣传并不领情。尤其是看到拍照技术堪忧的晒食照时,名厨们连“自挂东南枝”的心都有了。

伦敦 Duck and Waffle 餐厅的主厨丹尼尔·多尔蒂告诉英国《每日电讯》报,他本来不介意客人对着食物拍照,但有些食客的拍照技术叫人不忍恭维,将他精心烹饪的美食拍得倒足胃口,“就像三流餐厅的垃圾”。更让他哭笑不得的是,有的顾客“拍上10分钟,然后向我抱怨食物是冷的”。

从善如流:西班牙餐厅开设“美食家的摄影课”

早在2013年3月,晒食被讨论得如火如荼时,西班牙阿利坎特的 Grupo Gourmet 餐饮集团就开设了“美食家的摄影课”。这家从善如流的餐厅认为,若无法阻止顾客拍照晒食,起码别让照片看起来倒胃口。该酒店的厨师玛丽亚·圣罗曼告诉英国《卫报》,最糟糕的莫过于客人拍得一塌糊涂,或者吃完了才想起拍摄残羹冷炙,那样的照片对于餐厅形象是严重破坏。

西班牙摄影师纳达尔·加兰被 Grupo Gourmet 请来从零基础教授食物摄影技巧,他从清洗镜头盖开始讲,还传授了很多实用的小技巧。比如,如果拍照时手抖得厉害,可以倒扣一个玻璃杯,把手机支在杯座上;不能使用闪光灯,那不仅影响其他就餐者,也会让食物显得死气沉沉。加兰还建议,不要使用变焦。著名战地摄影师卡帕曾说:“如果你的照片不够好,那是因为你离得不够近。”这句话同样适用于晒食爱好者。



链接 >>

晒食者与餐馆的“仇和怨”

2014年,一家“受到当地人和游客青睐的”纽约餐馆老板再次接到投诉,称等位时间长、服务质量差。这类投诉数量持续增加,餐厅增加了服务人员人手也无济于事。

为了找出症结,餐馆老板调出10年前的录像,与2014年7月某一天的录像对比,发现晒食才是投诉增加的“罪魁祸首”。

以10年前后的晚餐时段为例,餐馆45张餐桌的顾客表现,成了一幅鲜活的浮世绘。

2004年,当顾客被引到座位上时,只有3桌客人要求换位。到了2014年,要求换位位的增加到18桌。录像证明,他们换到光线更好的地方是为了拍照。2004年,顾客平均花8分钟浏览餐单然后点菜。到了2014年,顾客在打开菜单之前先拿出手机,有人拍摄周围环境和菜单,有人对着手机傻笑,不知道在干什么。有7桌客人将服务员叫过来,询问wifi密码,占用服务员5分钟后仍然没有点菜。当他们终于点菜时,21分钟过去了,这个过程中多数人手机不离手。

6分钟之内,开胃菜上桌。2004年的顾客开始用餐,而2014年的顾客中,超过一半拿起手机开始拍照,平均用时3分钟。接下来,“晒食族”中的一半开始用餐,剩下一半忙着与食物合影,不满意还会重照,平均用时4分钟。然后,9桌顾客将食物退回厨房,重新加热。

用餐结束后,2004年的顾客检查账单、付账,一般会在5分钟之内离开。2014年的顾客中,有27桌要求服务员给他们拍合影,14桌对于照片不满意,要求重拍。从他们吃完饭到要求结账平均花20分钟。有8桌客人在进出餐馆时因为对着手机不看路而碰到其他客人或者服务员。

2004年,每桌客人用餐平均花1小时5分钟,10年后用餐平均时间为1小时55分钟。

这家餐馆将结果公布在美国大型免费分类广告网站“Craigslist”上,在社交网络上疯狂传播,被分享75万次,获得了超过2600条评论,其中不乏深有同感的服务员,他们声称遇到反复拍照、反复要求加热食物的顾客,想“用盘子砸他们的脑袋”。