



# 这就是人间四月 江南的味道

■本报记者 邵珍 王嘉旗

谈起杏花楼，老上海人再熟悉不过，招牌豆沙月饼更是填满了几代人的中秋团圆记忆。而自从2016年推出了咸蛋黄肉粽青团，这家老字号从此一发不可收拾走上了“网红青团”的研发之路。

今年的“青团大战”中，杏花楼又推出一款新口味——鸡丝培根青团。乍听这一组合，许多人或许会感到吃惊，虽然近几年咸口青团并不少见，但将鸡丝培根嵌进青团，这样的搭配组合还是超出了许多人的想象。

## 三种芝士调出 经久不散的浓郁奶香味

鸡丝培根青团，虽然这个组合乍一听觉得有点怪，但许多尝过的年轻白领们说，“在这款青团里，竟然吃出了法式奶油蘑菇汤的味道。”

咬开青团，香气浓郁的芝士入口，既不寡淡也不厚重，唇齿间的分寸把握得刚刚好，也没有掩盖掉青团原本的香气。鸡丝、培根，再搭上些许新鲜笋丝和蘑菇，春天的时令美食就这样裹藏在一个小小青团之中，鲜艳可爱。

有一点令人称道，鸡丝培根青团无论是热食或是冷吃，浓郁的奶香味总能第一时间沁入人们的味蕾，俘获食客们的欢心。

制作鸡丝培根青团的创意来自杏花楼中式烹饪高级技师徐璠俊。他告诉记者，鸡丝培根青团冷热均适口的背后，是研发团队近一年打磨尝试的成果。为了保证包裹在青团中的芝士即便在冷却后也能长时间保持奶香味，徐璠俊曾尝试了不下二十种芝士。直至试验到最后，他相中了三种芝士的“混搭”。究竟最后挑中的是哪三种芝士，以及三种芝士的配方比例自然是秘方，不过人们最直观的口感享受就是，混搭而成的芝士馅料汲取了各家所长，既能保证芝士香气经久不散，口感又十分轻盈。

酱汁调制完成，只意味着新品研发完成了一半。最能体现青团入口质感的，无疑还是馅料的选择。鸡丝、培根、蘑菇片、笋丝……这些食材搭配成青团馅心的灵感源自哪里？徐璠俊说是来自奶油蘑菇汤。“现在许多年轻人喜欢西餐，我们在研发的时候也一直在思考青团的制作能否实现中西结合。”研发之初，金针菇等食材也曾进入徐璠俊的视野，但最终他还是认为必须紧扣时令二字，敲定了笋丝、蘑菇等食材。制作馅料的时候，培根切碎，蘑菇切片，鸡肉、竹笋等则切丝，这样才更有嚼劲。于是，新鲜笋丝带着山间的清新，在口腔中与鸡丝、蘑菇、培根共同完成了奇妙的味蕾转化。

## 蒸煮是否刚刚好 瞅一眼就知道

如果说徐璠俊制作的馅心是“台前宠儿”，那么国家级点心师章吉泉制作的青团皮就是“幕后英雄”。

小小青团皮，看似不起眼，背后的讲究却一点也不逊色。在章吉泉眼中，一口咬下青团皮，不粘牙且弹劲十足，才算合格。要论青团皮是否好吃的几个关键，章吉泉说，其一是麦青汁，其二是饼皮。

色泽上更加鲜亮，带有一股淡淡清香的麦青汁是许多人儿时对青团的记忆。

不过，麦青汁的选择十分讲究，只有第二波收割的麦青才是青团皮的最佳原料。第一波收割的麦青口味略显清淡，而接近谷雨时分的麦青则纤维太老，因此只有第二波收割的麦青，香气和色泽才能达到最佳状态，是制作麦青汁的最佳选择。

光有麦青汁还不够，饼皮的制作更是考验师傅的功力。章吉泉每年必做的一样事就是“摸粉”。虽然杏

花楼有自己固定的面粉供应商，但每年送来的糯米粉在章吉泉眼里都是“新人”，必须经过磨合，才能调制出当年制作青团面皮的最佳配比。研发鸡丝培根青团的这几个月里，每逢老搭档徐璠俊灵感闪现，就会第一时间找到章吉泉，请他“定制”面皮。“青团皮的制作没有一成不变的套路，每一味原料的改变都有可能影响到面皮口感。”章吉泉说，



上图：面团需反复揉捏，考验师傅手上功夫。

左图：麦青取其汁揉入粉团，再均匀分成一个个面剂子。

右图：青团的馅由鸡丝、口蘑、笋丝和芝士组成，口感酷似奶油蘑菇汤。

左图：青团出笼后再刷上一层薄薄的油，煞是诱人。

下图：每天杏花楼门口排队购买青团的市民络绎不绝。

摄影 本报记者袁婧 视觉中国 图像处理 王梓含

因此需要不断尝试，为不同馅心寻找最佳搭配。

做好青团，蒸煮环节也十分关键，时间太短，夹生不好吃，煮的时间过长，面皮容易糊，样子就会塌掉。而对此，章吉泉早已练就一手绝活。蒸煮过程中，青团的体积会慢慢膨胀，站在蒸炉外，他只要透过玻璃往里瞅一眼，就能从青团体积的膨胀程度，准确判断蒸煮时间是否到位。

## “黄金搭档”誓要 俘获年轻人的味蕾

有人说，做菜是一件需要掌厨人最大限度发挥想象力的事情。

章吉泉与徐璠俊同为70后，二十余年的厨房生涯，两人一同从当初懵懂的小学徒成长为如今老练的大师傅。徐璠俊擅长红案，而章吉泉的所长则在白案，这些年，两人一起斩获了不少餐饮奖项，也合作推出了许多令人眼前一亮的实力新品，堪称“黄金搭档”。而为了一个小小青团，他俩更是将创意发挥到极致。

为了今年推出的鸡丝培根青团，这对“黄金搭档”分工明确，徐璠俊负责馅心，章吉泉把控青团皮。据悉，早在去年青团销售结束后，两人就开始着手准备今年的新品。他们特意留下几桶麦青汁，用来开发新品。厨房里的活计，从来没有捷径可走，两人就这样一遍遍地试验原材料的口感、搭配，寻找出最符合大众口味的青团。徐璠俊记得，他曾在一天里尝了19个青团，创下了自己吃青团的新纪录。虽然研发新品之路十分辛苦，但每次看到外卖窗口大排长龙，自己心底还是会油然而生出一份自豪感。

章吉泉还记得，2016年他第一次尝试打造甜咸复合款青团，前前后后的尝试也花了很长时间，最后才推出了咸蛋黄肉粽青团，“一大块的肉馅不适合做青团，所以我们当时试着用肉松取代。油酥型、肉粉型的肉松纤维短、口感油、难以塑形；太仓式的纤维长易塑形，但是口感比较干。我们最后将几种肉松按不同比例进行混搭，再加上咸蛋黄和秘制的酱汁，才获得了大家的首肯。”这款青团的问世，可谓开启了“网红青团”的元年，当年单月销售额就达到4000万元，这几年来销量也一直保持稳定，名列前茅。值得一提的是，不同于过去排队买美食的队伍里阿姨叔叔是主力军，杏花楼福州路店前，许多背着双肩包、戴着耳机的年轻人，也默默加入了购买青团的长队之中。而此后，咸蛋黄肉粽青团犹如鲶鱼，搅动了清明期间的餐饮市场，“脆皮青团”“马兰头青团”……不仅是杏花楼，越来越多的老字号年年推出新品，“这是餐饮市场的良性竞争。”在这对70后大厨看来，老字号要永葆生命力，就不能停留在过往的光彩历史中，只有不断创新，用更优质的产品留住年轻客群的心。

今年的青团销售季过后，章吉泉和徐璠俊照例会留下几桶麦青汁，并开始琢磨准备在明年推出的新品。徐璠俊说，“目前光备选的方案就有10多种，忙完当下，就要在之后的几个月里不断的尝试、磨合，期待能有新的突破。”

老字号独有的魅力或许就在于此，无论是延续传统或是创新再造，总能有几款代表作在历经时间的洗礼之后，承载起一代人甚至几代人的美好记忆。章吉泉心里藏着一个小心愿，希望退休的那一天，杏花楼依旧是人们口口相传的金牌老字号。

又是清明，青团无疑是这个时节一道颇具江南特色的美食。

今年的青团市场，传统的豆沙青团依旧屹立不倒，创意无限的新品更是悉数登场。从鸡丝培根青团到Q心奶茶紫薯肉粽青团、爆浆奶黄流沙青团，各种新奇搭配层出不穷。以盒马鲜生为代表的新兴互联网企业也频频发力，不仅与新雅联合推出了海苔咸蛋黄肉粽青团，还自创了流沙爆浆青团、笋干菜肉青团等新品。这些新品不仅在对青团情有独钟的江浙沪地区销售，更被推广到北京、深圳、西安、成都等地，受到人们的追捧。

然而，无论是传统的豆沙青团，还是脑洞大开的新奇搭配，只有吃过这款青团，你才算真正尝到了春天的味道。

## 这一口 尽是她的满满乡愁

■本报记者 王嘉旗

在见到沈万英之前，首先映入记者眼帘的，是一方并不太起眼的青绿草，茂盛地长在稻田边的一个角落。沈万英说，千万不要小看这方青绿草，它可是自家青团与别家区分开来的关键。

在沈万英还小的时候，这样的青绿草在田头随处可见，而如今，想要搜寻到它的踪迹却要费一番周折。早在今年2月底，沈万英就开

自从七年前开办了生态农场，沈万英家出品的米糕和青团不仅在松江本地颇有名气，不少市区客户也会专程来这里体验如何制作传统青团。尝过她家青团的人都说，没有过多的装饰与创新，就是这一口青团的本来味道，让他们回味无穷。

始搜寻起了青绿草的踪迹。她告诉记者，这种草的叶片要比艾草的叶片窄一些，打出的汁液也没有艾草深，而是呈现出一种青翠欲滴的色泽，煞是好看。一丛丛青绿草喜水边，因此沈万英就专门驱车前往黄浦江畔搜寻。今年的上海雨水格外充沛，江边也变得湿漉漉的。她套上面鞋，小心翼翼地走在湿漉漉的泥地上，低头弯腰，一路仔细搜寻。采草回农场后，她再挑选最鲜嫩的部分，洗净、焯水、晾干、榨汁。野生青绿草毕竟数量有限，沈万英也因此十分宝贝她的青绿草汁。采访间隙，她特地舀了一勺青绿草汁让记者闻闻看。绿油油的青绿草汁散发着一股大自然的清甜本味，给人一种说不出的纯净之感。

每天上午4点到9点半，是阿姨们包制青团的时间。更多的准备工作要在头一晚准备完毕，比如熬制豆沙。沈万英没有求方便，购

## “进击”的青团 老将新秀的竞合生态

清明节将至，如今提到青团，你还会“熟视无睹”吗？恐怕不会。这两年，胖乎乎、绿油油的青团用自身实力再度“C位出道”，成了年轻人踊跃尝鲜的网红食品。

作为江南地区有着百年历史的传统点心，青团不断攀升销售高峰的背后，只有一个关键词——创新。在激烈的市场竞争中，唯有不断创新出新，才能把消费者的视线紧紧锁住。青团正是一个经典案例。

■本报记者 徐晶卉

## 拼创新：老字号“杠上”新零售

往年要接近三月中旬才会上市的青团，今年2月底就已陆续亮相。老字号冲在创新第一线，新雅今年推出的组合装青团，六只青团各有讲究，其中三款标注了新品，分别是爆浆奶黄流沙青团、Q心奶茶紫薯肉粽青团和蟹粉鲜肉青团。新雅粤菜馆行政总厨黄任康透露，今年春节期间他们已经开始研发新品，目的是为了让消费者尽早尝鲜。

老字号起劲，新零售也不含糊。生鲜超市今年都推出了不少青团产品，盒马的几款新品青团听名字就很时尚——流沙爆浆、笋干菜肉、

酸菜鱼等。盒马工坊产品研发负责人黄海飞介绍，流心馅虽然充满视觉效果，但口味容易发腻，因此研发人员在流沙中增加了蓝莓味爆浆，以此中和流沙的甜腻。而酸菜鱼青团的诞生则与大数据有关，盒马线上线下酸菜鱼相关的菜品一直颇受消费者欢迎，于是今年研发人员大胆尝试了酸菜鱼青团，结果在盒马内部“试吃会”上一路杀入前三。

分析人士认为，老字号新零售同场竞技，整个青团市场这几年一直在扩大，归根结底是创新带来的推动力。

## 拓渠道：联手推全网爆款

过去只在盒马上海门店才会出现的青团，今年第一次走出江浙沪。“青团是传统的江南点心，如今已卖到西北、西南、两广地区等地，受欢迎程度远超想象，自3月12日全国统一上线以来，三天卖出了一周的量。”盒马工坊负责人张千表示，青团在北京大排长队，最受欢迎的流沙爆浆青团更是上架就被抢空。

不仅是北京，在成都、西安、深圳，“进化”后的青团也受到了消费者的热捧，连制作青团面皮的麦青汁都一度跟不上供应量。如今，位于苏州的青团加工厂在最紧张的

时候甚至24小时赶工，最熟手的女工六秒钟就能包一个青团。

从地方特色时令点心到成为全国的爆款，老字号与新零售的联手至关重要——老字号有品牌和质量，新零售有渠道和创意，只有双方联手才会形成一加一大于二的效果。据悉，目前包括盒马、叮咚买菜、饿了么等渠道都能够实现“线上下单、30分钟送货上门”。张千认为，老派点心以更贴近年轻人喜好的方式得以形成消费潮流，这是一个好现象，而新零售需要有意愿地将青团带去更广阔的市场，进一步普及推广这道传统点心。