

□韩爽

记得几年前的一次选题会上，针对要不要做一期男士美容护肤的专题，一帮平日里一团和气的同事争得面红耳赤，壁垒鲜明地站成了支持派和反对派两大阵营。有意思的是，女同事们理想化地认为职场男士理应关注时尚、重视“面子”，而男同事则毫不留情，一边倒地站在了时尚的对立面。编辑室的“纯爷们儿”李哥拿自己举例：一年到头唯一的护肤品是一块“舒肤佳”，“连大宝都有了，也照样对得起咱这张脸！”另一位男同事老七对男人的消费心理进行了一番深度剖析，结论是热衷时尚重视皮肤保养的男人大多不可靠。由于遭到男士们的集体抵制，该选题就此搁浅，不了了之。

时隔数年后，号称与时尚绝缘的老七用上了GUCCI钱夹，李哥也已是一身名牌傍身：POLO衫配Jeep裤子、鳄鱼皮带，据说面子问题也早已告别了“一块肥皂打天下”的阶段，开始欣然接受媳妇买回家的男士洁面乳和面霜了。连两个冥顽不化的北方保守派男人都受到了时尚的熏染，如此一来，重拾男人风尚这一话题也就变得势在必行了。

男人们对于时尚的热衷度究竟有多高？这点真不好一概而论，不像女人们，总能自觉自发地在时尚的风向标下迈着整齐划一的步调——上一季流行烟熏妆，便纷纷施以浓墨重彩；这一季流行曳地长裙，就呼啦啦四处裙袂飘摇。而不同地域、不同职业、不同层次和性格的男人，对于时尚的理解和接受度却有着天壤之别。这一点虽令男装设计师们挠头，却也为女人们“看衫识男人”提供了便利。

细论起来，那些喜欢穿正装的男人，大多为人严谨行事稳重，有较强的事业心和进取心，内心则充满焦虑和危机感；工作时间穿休闲装的男人，要么职业自由性格洒脱，要么有着一份身份地位，无须受职场条条框框的约束；穿胸前印有醒目名牌logo，总是把自己搞得像人广告牌的男人，大多处于懵懂未开化的阶段，向往时尚却难免流于肤浅；还有一些男人的穿衣风格天马行空，一切跟着感觉走，时而文艺，时而乡土，时而卡通，却总也找不准自己的着装定位；而那种老婆买什么便穿什么的男人，虽然时尚神经钝感，缺乏生活情趣，却通常是可以让女人放心的好男人。

由于工作关系，经常参加一些全国性的媒体活动，时间久了，见的人多了，眼前的男人来自南方还是北方，一线城市还是二三线城市，无须交谈，仅凭目测就能猜个八九不离十。见过南方时尚媒体的男记者，打三个耳洞，上穿西装下着短裤，露出一截爬满纹身的小腿，让人见之虎躯一震。他们离时尚最近，却离大众最远，倘若这幅装扮出现在街头，不是行为艺术家，便是发廊小弟。与过度修饰的南方男人相比，北方的男同行们则显得过于粗犷，似乎永远不知正装为何物，套一件广告衫就满世界跑。一个紧跟潮流的男人会把女人吓跑，而一个毫不在意自己形象的男人则会令人索然无味。

看了不少不修边幅或“用力过猛”的男士，偶尔遇到一两件“正面典型”，总是忍不住暗中多看两眼。前些日子朋友聚会，做东的是位三十几岁的商务男，穿暗色格纹衬衫配牛仔褲，戴运动款的豪雅表，身上散发着好闻的丝丝烟草气息，像是博柏利伦敦香水的味道，头发和指甲短而整洁，显然精心修剪过，整体装扮既考究又妥帖，时尚而不轻佻，给席间的女士们留下堪称完美的印象。

其实，女人心目中的“上品男人”形象，不管经历了多少年多少代也未曾改变过，一个衣冠楚楚，风度翩翩，有着良好修养和得体举止的男子，加以适度修饰，便是永不过时的时尚代言人。

简约而不简单，在低调处显奢华，于无声处见真章——男人的时尚之道，远比我们想象的深奥。

消费，
是一门艺术
消费，
是一种态度



微声态>>



@齐鲁晚报都市消费

山东, 济南

五花八门各色消费
物语、败家宣言、生活
感悟持续搜罗中……

◎型男说

【一个有品男人应具备的8大items】香水：隐形的时尚符号；雪茄：打造神秘气息；军刀：精神图腾；打火机：即便只买来收藏，也可点燃内心的激情；轻薄笔记本：高端商务人才；领带：细节之处体现独有个性；手表：衡量男人严谨与否的重要标准；女人：体现一个男人生活态度的终极考验。

◎时尚先生

【陈道明谈男人的时尚】我喜欢收拾家，这是一种心境，收拾完特干净，会觉得很舒服。我觉得男人最大的时尚就是多在家待一待。其实把所有该回家的人都召回家，这个社会就会安定许多。现在有多少不回家的人，不是因为事业，而是在酒桌上，歌厅里。如果晚上每个家庭的灯都亮了，也是一种时尚。

◎荷兰毛毛

【看一眼男人的穿着，就知道太太的水平】两种女人可以毁掉丈夫的形象：一种是追求时尚，一种是力图节俭。男人穿衣不只是为了迎合时尚，而是展示出深沉、可靠、威严、力量、自信和成熟。质地粗劣，不合体，颜色不搭配的着装足以扼杀一个男人的事业。

(以上言论来源于网络，不代表本刊观点)

作为城市的“味道领袖”，以向“许留山”看齐的方式，向“开心”索爱，是二〇一二这一年高第街56号餐厅释放出的“正能量”。



泰冰爽

一九六零年，那是水果捞之年。

一九六零年，香港元朗。许留山选中了炮仗坊14号的一间小铺面，开了他的第一家凉茶甜品铺。铺名不是“许记”，而是直接用了自己那颇具阳刚气质的名字“许留山”。听起来很man的铺子，做的，却是水果捞。

“呐，做人呢，最要紧的就是开心啦！”——每集TVB剧里必定会出现的这句台词，或许正是香港人心态的映射。一九六零年的元朗，一种“开心”的味道，开始酝酿。

芒果、柚子、菠萝、榴莲、木瓜、猕猴桃、草莓、凤梨的微小果粒，融进西米、糯米、香芋的醇香，沁入椰丝、蜂蜜、西瓜汁的环绕，与淡奶油、乳酪、冰激凌的甜蜜浑然化为一体，色彩绚烂又争奇斗艳地互相辉映和厮缠；而后，以一种与西式冰点迥然不同的大分量方式呈现到一只剔透的大肚玻璃杯中；而后，转动一支精致的搪瓷小勺，完成一系列“捞”的动作，随机获取任意的味道组合，于惊喜美味中，“开心”就此入胃。

那是港人无论如何都离不了的味道，那是一旦有了就不想放手的幸福，那是TVB剧集里的固定情节：当男人需要表达爱意时，总会拎个“许留山”的便利袋，“老婆，我特意去元朗给你买的”，女人立时双颊含情，温柔入怀。

公元一九六零年，水果捞之年所发生的事，正在拷贝给公元二〇一二年。

二〇一二年，雨水旺盛的一年，居住在我们这座

水果捞之年

城市里的每一处泉眼，都从沉睡中醒了过来，陆陆续续欢腾喷涌。一家传播“香港味道”的知名茶餐厅——高第街56号餐厅也被触动了甜心神经，全心投入地做起来了水果捞。

当下的济南，正在分成两类人，一类是已经迷上高第街56号餐厅的人，另一类是马上就会迷上高第街56号餐厅的人。作为城市的“味道领袖”，以向“许留山”看齐的方式，向“开心”索爱，是二〇一二这一年高第街56号餐厅释放出的“正能量”。

香港跨界创作人欧阳应霁为自己爱吃甜食找到一条相当冠冕堂皇的理由：“即使理想中的La Dolce Vita(甜美生活)未必能一一兑现，就先给自己尝尝甜头吧——嗜甜不止是痴爱，简直就是一回高贵而幸福的纵欲。”

就这样，二〇一二年，理所当然地成为又一个水果捞之年。

水果捞最好是出现在前菜、主菜之后，让Waiter把餐桌收拾妥当，然后，把水果捞叫上场。不同的玻璃杯赋予了各式水果捞们不同的姿态。椰浆西米捞被盛在一只硕大的玻璃碗里，盛杨枝甘露的是一只碗状的玻璃杯，而属于西番莲榴莲汁的，则是一只小巧的玻璃奶瓶……几乎每款都有自己的独特造型，好像巴黎时装周期间的街拍女孩，不博出位怎敢出街。所有冰饮都有一颗脆弱的心，但依然需要我们不急不缓地享用它。一面斜眼翻着时尚杂志，一面慢慢地捞，这一勺入口，不忙赶下一勺，而要等待果味在口中Blooming。舌尖开花，心自然也会跟着开花。从星期天到星期六，“开心”的水果捞日子接连不断，结束之后，新的星期天起，又开始了新的水果捞的每一天。

二〇一二年，是水果捞之年。高第街56号餐厅调出了一杯又杯的水果捞，输出了一份又一份的“快

乐”。将快乐的水果，放入快乐的奶昔，撒上快乐的蜜汁，盛入快乐的玻璃杯。水果捞在快乐中诞生出来，浸润了二〇一二年的光阴，载你我心怀喜悦，继续人生。

■美食Tips

在这个暑意渐退秋意渐浓的时节，沐浴着七夕的绵绵深情，高第街56号餐厅充分发挥创意思象力，洋溢着泰国风情的泰冰爽系列、果味十足的果真系列、各种奇妙滋味的100%果汁，以及那令“许留山”都会自叹弗如的水果捞，一场super happy的“水果捞7日趣搭”更在倾情上演，每周7天，每天都有超值、超优惠、超劲爆的冰饮与美食的情趣组合推出，让亲情、友情、爱情，随美食在此时此刻肆意弥漫。

■高第街56号餐厅就餐指南

- 和平路店 地址：济南和平路55号
电话：0531-86565665
- 杆石桥店 地址：济南民生大街22号
电话：0531-82904567；82064567
- 明湖路店 地址：济南大明湖北门西300米
电话：0531-86935666；86935777
- 文东店 地址：济南文化东路55号
电话：0531-67897676；67899996
- 山大路店 地址：济南山大路137号
电话：0531-86962666；67860656
- 七里堡店 地址：济南二环东路1950号
电话：0531-87905666；82895666
- 阳光100店 地址：济南阳光100美乐汇B-116
电话：0531-85805656；87987898
- 边庄店 地址：济南北园大街齐鲁国际美食广场
电话：0531-83165556；83165557



芒果捞



荔枝泰冰爽



芒果汁



椰浆西米水果捞