京城湘菜的灯塔

——姚经建和他的北京浏阳河大酒楼

北京浏阳河大酒楼董事长 姚经建

□ 刘彩凤

姚经建是湘菜业界的知名人士，他一手创建的北京浏阳河大酒楼是目前北京市档次最高、规模最大的湘、粤菜大酒店之一；成为北京外宾接待、学术交流、婚庆寿宴、商务往来的重要场所，被誉为湘菜成功登陆北京的“灯塔”。成功背后藏有太多不为人知的艰辛，姚经建在15年的磨砺和挫折中探索出了一套自己的经营秘诀。

北上做湘菜　京城是首站

1993年，出于援助，姚经建全资收购朋友濒临倒闭的餐饮店——长沙南海渔村酒楼，开始吃湘粤结合这个螃蟹。酒楼重新开业甚至没有换一个新员工，出人意料的是，在姚经建的精心经营下，酒楼很快就出现食客盈门，高朋满座的喜人景象。初涉餐饮行业，姚经建一举成功，这极大地激发了一个男人的事业心，促使他萌发把餐饮作为主要事业来经营的念头。

在长沙有所成就之后，姚经建期望把这项事业做大做强，1997年他开始考虑“北上”。当时的北京餐饮市场，粤菜遥居高端，川菜风靡低端，湘菜处于档次极低的排档经营模式，有规模、上档次、纯正地道的湘菜酒楼寥寥无几，湘菜一度处于惨淡经营中。能做出正宗的毛式红烧肉、臭豆腐的酒楼屈指可数，姚经建毅然决定“北上”推湘菜。

湖南人天生敢闯敢拼，骨子里贯穿了一种“辣椒”精神，姚经建就是典型的代表。从长沙到北京，地域的不同人们味觉的差异性更是不同。在这种状况下，姚经建意识到，盲目模仿别人绝不是湖南人的作风，也不可能使湘菜在北京有立足之地。“辣椒”精神刺激着他走出一条创新之路。打造新派湘菜，姚经建有自己的全新想法和规划，核心思想是六个字：借鉴、创新、超越。其中，创新是湘菜生存发展的灵魂。他特别强调，创新应该大胆去想，小心去做。

辣椒引进门　创新靠各人

在辣椒文化的提升和创新方面，姚经建做了大胆的尝试，成为把世界“辣椒之王”泰椒用于湘菜烹饪的第一人。

以前湘菜用的辣椒原产地都是湖南，而东南亚的泰式辣椒圈被湘菜拒之门外。听说广东、海南部分酒楼用的餐间配料泰椒圈辣味独特，色艳味香。他就首先自己尝试，发现这种辣椒味道过浓过辣，在口腔中的穿透力非常强。大家担心客人接受不了，特别是北京的客人。姚经建放开胆子，毅然决定做一次创新式的尝试，还是坚持把泰椒引入菜品之中。湘菜各菜品辣味更加厚重和独特，刚开始客人频频称辣，甚至产生一种小小的畏惧。但他并没有因此轻言放弃，对泰椒的信任，对市场的了解，对创新的追求让他坚持下来。果不其然，一个月下来客人奇迹般地由畏惧到接受，由接受到喜爱，最终到无法舍弃。这无疑是辣椒文化的又一次革命，在姚经建的带领下取得了巨大成功。各大湘菜酒楼也竞相学习借鉴。

姚经建在辣椒创新之路上经历坎坷和成功感悟很深：“湘菜在不变其神的基础上不断创新，才能满足口味的差异性，所有的条条框框不如客人满意来得直截了当，客人要的是感觉，回味的是味道。未来之路就是在推广的基础上要不断创新，天天与食俱进，日日开拓创新。”

好日子包厢

“新新”之火　足以燎原

经营北京浏阳河以来，姚经建坚持以创新为己任，大胆去想，小心去做，精做湘菜，湘粤结合……不断推出新思路不断创造新做法，这“新新”之火，逐渐呈现“燎原”之势。湘菜的知名度节节高升。

当时的北京市场粤菜遥居高端，精美的菜肴艺术、到位的卫生管理、特色各异的刀法是粤菜的突出特点。姚经建便要求自己的厨师积极学习粤菜的长处，取长补短，大力改进湘菜经营。

在食材的选择上，大多数湘菜馆强调“就近取材”，以此来达到节约成本的目的。北京浏阳河大酒楼却坚持用原产地食材，用苏轼被贬地东坡的猪肉来做地道的“东坡肉”；空运湖南的水鱼来做名菜“良友水鱼”；丝瓜则非醴陵的不上菜。

菜品的不断创新是酒楼持久吸引顾客的一大要诀。姚经建第一个将湘菜创新作为自己的使命，始终坚持“天天与食俱进，日日开拓创新”。传统的湘菜馆往往只有几十个菜品，二三个主打菜，时间一长客人就吃腻了，如果酒楼这时候不能推陈出新就会流失大量老顾客。从2001年至今，姚经建领导开发了1000多个湘菜品种，菜品几乎日日出新，迎来了五湖四海食客的好评。开发出来的新菜品他也从不吝啬不保留，定期邀请行业其他经营者来交流学习。他的行动大大推动了整个湘菜行业的产品创新速度。

姚经建毫不忌讳自己的员工独立门户，也不忌讳同行相互学习自己的先进经验。多年来，他以培育湘菜新人为己任，数千个湘菜经营者从这里出师，为整个湘菜行业的升级输送了大批人才。

做餐饮就是做文化，这是全球公认的餐饮成功经验。肯德基、麦当劳的成功实际上就是塑造了一种饮食文化。姚经建充分认识到这一点，结合湖湘文化的博大精深，在餐馆的设计装潢、菜品命名等方面都做出了特色。利用文化的接近性来拉近与顾客的心理距离，让顾客一走进酒楼就自然而然地产生一种亲切感和归属感。

正因为姚经建的诸多创举，浏阳河大酒楼得到了社会同仁的认可，更是深受广大新老客户的喜爱，被誉为“京城湘菜第一家”。2005年酒楼被中国酒家酒店等级评定委员会授予“国家特级酒家”称号；2006年5月的第四届中关村国际美食节上，荣膺了“中关村最具影响力的餐饮品牌”殊荣；同时，酒楼的“良友水鱼”、“水晶鱼冻”两道菜品在“中华美食养生烹饪技术交流赛”上一举获得金奖。

姚经建的诸多创举，有力地推动了湘菜经营在北京的换代升级，改变了湘菜在北京上不了档次上不了规模的经营状况。继姚经建的北京浏阳河大酒楼成功之后，湘菜馆在北京以惊人的速度增加，从1997年不过40家发展到现在已经超过3000家，且相当一部分是高档酒楼。姚经建的努力得到了行业的充分肯定，在第一届中国湘菜美食文化节上，他荣膺“2006年度中国湘菜十大最具影响力人物”。

引领美食文化新时尚

——湘水之珠酒楼品牌经营之道

□ 孔敬元

在湘菜领域，有一个赫赫有名的品牌。它是潇湘之水孕育的明珠，是闪耀在北京餐饮舞台的明星。短短的15年里，它以自己独特的创新菜品、真诚的服务理念、优秀的企业文化引领着美食文化的新时尚，成为湘菜美食文化的一面旗帜。今天，我们有幸来到它的北京分店，感受这个名叫“湘水之珠”的酒楼的品牌经营之道。

菜品创新树品牌

1993年，在长沙这个“吃的精，吃的叼”的城市里，一个年轻的酒楼——湘水之珠应运而生。星城独有的灵性赋予了它独特的文化内涵和品牌特色。由于经营得当，菜品出色，湘水之珠受到了长沙人的喜爱和追捧，每天宾朋满座，食客盈门。这种成功和繁荣，增加了总经理王德友进军北上的欲望和信心。2002年，湘菜文化被王德友带进了京城，在北京这块人杰地灵的宝地上，湘水之珠翻开了新的一页。

京城是美食聚集地，八大菜系各领风骚，但是，许多酒楼习惯按部就班的经营，八大菜系被生搬硬套的进入各大餐厅，很难形成独特的品牌。为了在众多酒楼中脱颖而出，湘水之珠决定在传统湘菜的基础上进行菜品改良，打创新牌。

首先解决的是辣椒问题。湖南人爱辣是出了名的，可湖南人的辣让北方人敬畏。为了使北方人对辣椒由“畏”变为“爱”，湘水之珠对湘菜的辣度作了适当调整。比如湘西土匪鸭，它味浓且辣，肉质鲜嫩，很符合湖南人的口味。但对北方人来说，难以适应。于是，王德友带领厨师们多次寻找适合北方人口味的辣椒。他们深入北京当地多个餐馆，对几百位北方食客进行了调查。几经选择与品尝，终于找到了伏地椒这种特别的品种。它肉厚、口感好，用它做出来的湘西土匪鸭口感微辣、味鲜，融合了北方人口味，深受当地客人的喜爱。

另一个独具特色的创新菜是湘水之珠的招牌——洞庭甲鱼。美丽富饶的“八百里洞庭”是享誉全国的“鱼米之乡”，更是天然湿地保护区，当地出产的甲鱼营养丰富、肉质鲜嫩。湘水之珠看准了其中商机，15年前就开始经营甲鱼系列产品。在湘菜大师聂厚忠的指导下，经过反复试验，他们研究出创新湘菜“红烧甲鱼裙边”。十多年不断改良的私家秘方，让这道菜成为了名副其实的镇店之宝，同时还荣获了“中国名菜”的称号。许多同行打包带走在自己的企业内部研究，就是做不出那个口感与口味！许多老顾客每次来都要点这道菜，百吃不厌，他们纷纷称赞：“红烧甲鱼裙边的味道真的很不错，让人吃了还想吃，回味无穷。”一道菜，不仅满足了人们在口味上的需要，还顺应了现代人对原生态美食的追求；不仅将湘水之珠品牌特色展现得淋漓尽致，也让湘水之珠的品牌唱响了餐饮舞台。

北京湘水之珠酒楼

真诚服务守品牌

有人说，创品牌难，守品牌更难。15年的品牌发展历程中，湘水之珠从来没有放松过企业经营管理，从来没有停止过对服务的追求。

走进湘水之珠大门，映入眼帘的是迎宾小姐亲切的微笑。这里有专人引座，炎炎夏日他们还特别送上清凉的冰水；这里讲究诚信经营，客人菜点多了服务员会真诚地提醒……一次，湘水之珠的老顾客陈先生在等菜时心血来潮，想看看酒楼厨房卫生条件。于是向服务员提出请求，没想到服务员竟很爽快地答应了他，将他带到厨房。厨房的一切让他眼前一亮：洁白的墙壁、干净的厨具、摆放整齐的菜料·····井然有序地陈列在湘水之珠的厨房里。厨师们头戴洁白的厨师帽，身穿干净的厨师服，丝毫没有厨房“油烟脏”。陈先生感慨地说：“每次到餐厅吃饭我最担心的就是卫生和服务，但是你们做得这么好，让我们这些顾客吃得放心，吃得开心。湘水之珠确实是个值得信赖的品牌！”

企业文化扬品牌

企业文化体现企业的价值取向和品牌特色。湘水之珠的文化理念之一就是“以人为本，回馈社会”。它是职工价值观与正确经营行为的确认、凝聚力与向心力的体现、员工完美执行力的体现。在这种理念下，湘水之珠用爱心回馈社会，服务社会，让品牌的光芒更加夺目灿烂。

湘水之珠为培养员工团队精神和社会责任曾多次组织公益事业。今年母亲节，湘水之珠餐饮有限责任公司20余名领导员工走进瑞祥敬老院，为那里的100多位老人，80多位母亲送去节日的慰问和祝福。公司为敬老院送去了羊肉、大米、白面，主厨精心为老人们烹制了浓汤野生甲鱼等11桌总价值8千多元营养丰富、适合老年人食用的精美菜肴。面对一桌子美味，73岁的孤寡老人柴梅花湿了眼眶：“以前只听说过有母亲节，从来没过过，今天第一次过母亲节，收到了慰问金，收到了鲜花，还有大厨给我们做美味佳肴，这么多人给我们过节，真是太谢谢你们了。”

15年来，湘水之珠在总经理王德友的带领下，荣获了“京城最受尊敬品牌”“全国绿色餐饮企业”“中国特色风味餐厅”“中关村特色餐饮品牌”“中国湘菜申奥推荐菜”等多项荣誉称号。这对于湘水之珠来说，不仅仅是骄傲，更是一种激励。今天，湘水之珠正以积极、务实、敬业的态度，为顾客带来健康、绿色的美食享受，提高了人们生活品质！明天，湘水之珠将面临不尽的追求和社会责任，为探索中华餐饮文化真谛而不懈努力，把湘菜的内涵以文化品牌的形式传播至世界各地，让世界认识湘菜、认识“湘水之珠”！

精美的菜品

“一席美味十年功”

——记湘菜大师邓和平

□ 王珊 阳颖

“中国人对‘吃’是很有讲究的，所以做湘菜也是很有讲究的。”这句看似平凡的话便是湘菜大师邓和平的开场白，言如其人，干练、朴实。

邓和平，现任湖南宾馆行政总厨、中国烹饪大师、湘菜大师、中国烹饪协会西餐委员会委员。虽然身兼多职，颇负盛名，但他为人却特别低调，做事特别讲究勤奋扎实。

他说，在饮食上，日本人是用“眼睛”吃，特别注重食物的形色；美国人用“头脑”吃，讲究食物的卫生与环保；中国人则是“全身”吃，色、香、味、形、质、皿，样样都有要求。正因为中国饮食要求高，所以湘菜发展需要好的厨师，需要素质高、能吃苦的厨师。

文革时期，原属电力系统的邓和平被下放到农村当知青。后来，“湖南宾馆”招工，他意外地被招了去，兼学中西餐，师承大师傅陈兴启、王力仁。

学徒的日子，邓和平比其他人付出了更多的努力，原本5、6年的学徒时间他磨练了8年。一开始，做下手活，每天杀十几只鸡，一次会议下来洗好几百个碗，每星期还要从十几公里外拖煤回来；后来学习西餐了，仍然是每天凌晨三点起，剖两小时鸡蛋，再煮100多斤牛奶……那时候室内温度高，做奶油蛋糕必须得在零下几度的预冷间里穿着棉衣进行，所以练习的时间不很长。邓和平为了让手艺学精，常常趁着中午下了班一个人在预冷间里偷偷练习，一练就是一两个小时。

1988年，国家选派厨师去中国驻外使馆，邓和平凭着扎实的基本功和过硬的人品被单位推荐了去。技术考核、政审考核、外交培训……他不仅通过了层层考核筛选，而且成为培训班40多个人中唯一一个去美国的厨师。回国后，他更因学习、交流跑遍了除非洲以外的世界各地。无论在哪个地方，无论做什么工作，邓和平总能发现不一样的饮食特色、不一样的烹饪优点，积累不一样的经验和知识。

如今，邓和平已是湖南宾馆的行政总厨、桃李满园的大师傅，但他依然相信，成功来自苦练和积淀。他对徒弟要求十分严格：切丝要多细、切片要多薄、蒸炒要多久、火候要多强……甚至出锅后怎么配碟都不得马虎。有一次，徒弟们见师父不在，想随便完成任务了事，被突然袭击的邓和平逮个正着。邓不仅严厉的批评了他们，还让他们重新来过，不完成就不能下班。徒弟们都说，有这样的师父他们既怕又感激，做什么都必须一丝不苟。

“学厨是件严肃的事，”邓和平说，“一席美味十年功，不仅要‘练手’，还要‘练脑’。”他现在最担忧的，是新培养的这一代厨师文化素质普遍偏低。要提高厨师素质，不仅仅是通晓专业知识，还必须学习与专业相关的知识，如营养学、化学、统计学等等。只有这样，才能真正做好湘菜。

接着，邓和平又谈到了一个更深层的观点：做大湘菜产业，与做菜一样，也需要一个下功夫的过程，一个磨砺和积淀的过程。磨砺指的是规范化和标准化，积淀指的是湘菜文化的发展。从国际饮食业经验来看，湘菜产业要做大做强，规范化、标准化是必经之路。要做出大众认可的菜品，必须在有代表性的东西上做标准，在标准化的基础上创新。而积淀湘菜文化，一方面要讲历史韵味，一方面又要挖掘现代特征。他表示，湘菜美食文化节和《湘菜周刊》就在宣传湘菜文化上做得很好，有看头，希望能够继续保持和发扬。

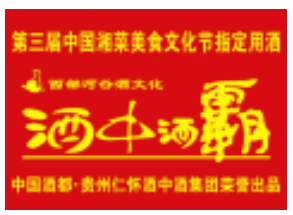
采访结束，邓和平大师扎实做事的态度给我们留下了深刻的印象。“一席美味十年功”，不仅是学厨做菜的箴言，更是发展湘菜产业的至理名言。让我们期待，湘菜能够在踏实的步履中迎来发展的春天！

湘菜大师邓和平

“国酒之乡”诚邀您共赴酒的盛筵

——2008中国（遵义）酒类博览会将于9月19日至20日在遵义举行

2008中国（遵义）酒类博览会将于9月19日至20日在遵义举行。为发掘和弘扬中华酒文化，加强酒业交流与合作，大力培育和打造白酒名优品牌，贵州省人民政府在国家商务部、中国国际贸易促进委员会的大力支持下，决定于9月19日至20日在历史文化名城遵义举办2008中国酒类博览会。

据介绍，为扩大此次博览会的影响，遵义市的各级领导分组带队在全国各地，诚邀知名酒类经销商与会。近日，前来我省邀约经销商的遵义市委领导在长沙特意举行新闻发布会，省内20余家经销商出席。遵义是国酒之乡，历史悠久，酒文化积淀深厚，白酒产业蓬勃发展。贵州省想借此机会，竭诚欢迎全国各地政府及有关部门、国内外酒类生产企业和经销商参展参会，期待酒业专家、学者到会建诤言，献良策，开展交流合作，共同振兴中华酒业。

（李重臣）