你们做梦都想吃的米其林餐厅其实全是轮胎厂的“阴谋”

欧洲吃货界一直流传着一本“美食圣经”——《米其林指南》。据说《米其林指南》收录了全欧洲最值得去的餐饮店。

这本书中最高级的便是三颗星的餐厅，而每一颗星的增减都会影响餐厅每月百万欧元的收入。在业界人士眼里，《米其林指南》是不折不扣的“餐饮界的江湖榜”。

说起米其林，多数人能想到的应当是米其林轮胎和它的吉祥物。虽然两个领域相差甚远，但确实是同一家公司的两个壮举——“美食圣经”和汽车最佳搭档。

退出官场，发明橡皮轮胎

提到米其林公司，必然要提到米其林家族。不得不说，没有这么脱线的家族也不会有这么脱线的公司。

米其林一家能成为乡里首屈一指的家族，一开始是因为老祖宗路易·米其林。路易·米其林不仅和时任皇帝路易十六同名，同时也是皇帝身边的红人。直到路易十六被送上断头台，米其林家族才退出了官场。

路易·米其林的孙子于勒过上坐吃山空和靠老婆的日子。不得不说，于勒选择靠妻子阿黛勒是个非常正确的决定。阿黛勒的家族也是名门望族，当时法国最大的橡胶生产商之一，巴比埃家族。

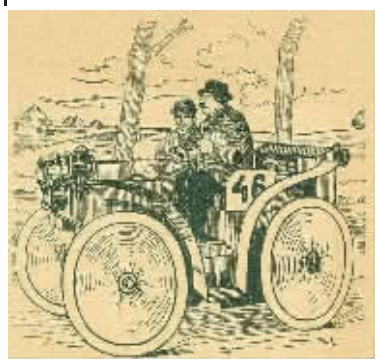
于勒和阿黛勒的孩子安德烈和爱德华，便是未来米其林商业帝国的缔造者。两个孩子长大后，大哥安德列成为了工程师，老二爱德华成为了画家。

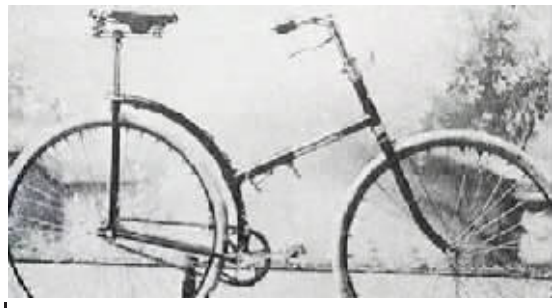
但一次偶然的机会让他两掺和进了巴比埃家族的生意：巴比埃家族遇到了超级财务危机。米其林兄弟的商业天赋同时被激发，更是展现了超前的创造力。

当时全法国也不过3000辆汽车，再加上轮胎还未普及，钢制的轮胎容易磨损，汽车只是少数人的选择。大多数人更喜欢依靠马车和自行车出行，虽然就两个轮胎，但也是极大的市场了。

工程师出生的安德烈最先想到了橡皮轮胎。橡皮轮胎不仅可以降低木质或铁制轮胎与地面接触产生的噪音，还能提高乘坐的舒适感。

橡皮轮胎很快占据了市场，几乎所有的自行车和马车都换上了这款新产品。而画家爱德华也同时眼光毒辣地锁定了汽车，认定这种四个轱辘的交通工具一定是未来的大趋势。为了证明自己没有错，爱德华还自费参加了各种汽车拉力赛。





《米其林指南》应运而生

随后搞艺术的爱德华还展现出了艺术家的才情，将企业品牌建立玩得炉火纯青。

有一天，米其林兄弟参加法国里昂万国博览会，米其林的一个职员给了爱德华灵感。职员原本为了噱头，在展台口用不同直径的轮胎堆了个轮胎山。

爱德华从这座轮胎山里仿佛看到了一个轮胎人，于是轮胎人的形象在他脑海里快速构架。

一个高举酒杯的米胖子，手里拿着一只装满钉子和碎玻璃的杯子说道：“Nunc est bibendum!”——意为米其林轮胎能处理一切路面障碍。

回去后，爱德华将轮胎人画了出来，这便是后来比米其林公司还出名的“米胖子”必比登。一开始的必比登不是我们现在见到的样子，它的轮胎圈要更细，戴眼镜，还喜欢抽烟。

除了形象深入人心的吉祥物，爱德华还曾为了宣传轮胎，米其林公司还特意造出安有自家轮胎的汽车。不仅如此，他们还有更深的套路。

“去哪玩?吃什么?”这种困扰无数选择强迫症患者的问题，同样困扰着当时的欧洲人民。爱德华准确的把握到了人们不爱出游的原因，他认定这是一个好主意。

爱德华一拍脑袋：出一本能够指引人们出游的指南，让大家更积极出游。有人出去玩了，就有人买车，有人买车就有人需要轮胎。

第一本《米其林指南》应运而生，出游时哪里有加油站、哪里能修车、哪里有旅店餐馆都清楚地记录在里面。

因为免费，首版印刷的3500本瞬间就被抢完了。爱德华仿佛看到了光辉的未来，于是不停印刷、赠送，这一搞就是20年。

卖轮胎的老本行依然步步高升

小红书的诨号传遍大江南北，直到有一天，爱德华在一家书店看到了一本垫桌脚的书。那天之后他做出了一个决定：小红书不再免费。

但这样的决定，并没有伤害到真正需要《米其林指南》的人，只是垫桌脚的人被筛选掉了而已。《米其林指南》从此走上辉煌道路，6年后还分成了红色的美食指南和绿色的旅游指南。

我们俗称的《米其林指南》多是指《米其林红色宝典》。新的小红书在美食评定上逐渐成为业界魁首。

他们有着一批特殊的“美食密探”，不动声色地去每一家餐厅，对各种方面进行评定。先是看看餐厅的环境、服务、氛围、卫生等等，不同的环境水平就标记不同数量的“刀叉标记”（最多五个）。随后才是评定星级，能够获得星级评定的餐厅才真正称得上“值得一去”。

米其林的餐厅评鉴最高的三颗星，已经是代表着值得为其安排一场旅游的水平了，当然了，非常贵。

《米其林指南》小tips：想当上米其林餐厅不难，一副刀叉就够了；一家店评上米其林餐厅不代表这家店的连锁店也是一个级别的；米其林餐厅是一个店的荣誉，决不是一个厨师能够赢得的。

这样的餐厅，不仅仅是服务好，味道香，更是极为考验菜品的稳定性。而且对于这些神出鬼没的“美食密探”，各个餐厅是又爱又恨。

这些密探都是些钱多事少图开心的主子，他们无所谓贿赂和威胁，是真正能做到公平的一群人。再加上每一家星级评定都需要10~15人反复确认。

爱德华设计的吉祥物和他的红色宝典将米其林公司的名声推上高峰，是真正的宣传大师。爱德华还曾顺便将做《米其林指南》的素材做了份公路地图。谷歌地图现在做的事情，早在工业时代，爱德华就已经轻松玩转。

当然，尽管米其林公司在歪路上越走越远，轮胎制造也从未落下。在大哥安德烈的各种富有创造性的发明下，卖轮胎的老本行依然步步高升。

米其林轮胎的胎面被称为米其林胎面，成为了当时的业界标准。为汽车打造的可拆卸钢制轮圈一直沿用至今。低压汽车轮胎也大大提高了汽车行驶的安全程度。

■据 SME