



■文/图 伶小白

近年来,湘菜逐渐走出湖南,甚至走向世界,湘菜馆在全国范围内如雨春笋般涌现。其中,广东地区的湘菜品牌发展尤为迅猛。在湘菜入粤的大潮中,不乏有其他行业跨界投身餐饮的身影!在此,让我们一同走近广州市“渔痴鱼醉”品牌,了解创始人卢卫国的南下创业历程。

### 从老师到厨师,31年漫漫餐饮之路

1993年,年仅21的卢卫国在益阳南县当了三年民办教师。由于喜爱餐饮,他决定改行去长沙学厨。干一行,爱一行。勤奋好学的他,白天会在别人偷懒时抢活干、多练刀功;晚上别人出去玩时,他则捧着食神石荫祥所著的《湘菜集锦》边看边学。在持之以恒的努力下,卢卫国仅花了一年多时间就学会雕花、雕龙凤,并开始指导其他厨师做菜。不到两年时间,他就当上了厨师长。

1996年,广州湘楼酒家开第二家分店,老板找到卢卫国,希望他能过去帮忙,于是他带着一行5人的厨师团队到了广州。当时,广州湘菜馆很少,而且大部分本地人还不太能接受湘菜的辛辣口感。但为了带给在异乡发展的湖南人家的味道,卢卫国毅然选择不改良,坚持做正宗地道的湘菜口味。这一举动也顺利收获了湖南人和广州外来客的喜爱,餐厅生意日益火爆。

2006年,积攒了一定积蓄和经验的卢卫国尝试开了一家以湖南土菜小炒为主的湘菜馆——“湘里外婆菜馆”。这是一家只有5张桌子、100多平方米的小餐饮店,但他却将益阳南县洞庭湖边最新鲜的河鲜带到了广州的餐桌上。从此,他踏上了高歌猛进的创业之路。

抱着将家乡最地道的味道带到广州的理念,卢卫国陆续推出了干锅木奶鱼、野生黄鳝、河蚌、田螺、刁子鱼等一系列洞庭湖鲜招牌菜。由于许多菜品市面上根本没有,是他独创并琢磨出来的口味,加上食材独具特色,小店自开张起就生意火爆,随后逐渐拓展成为一家五六百平方米、可容纳几十张桌子的大店。

2011年,卢卫国将湖畔生活的人们痴迷于钓鱼、捕鱼的乐趣,命名为“渔痴”,而因洞庭湖鱼鲜美味道而陶醉的意境,则谓之“鱼醉”,以此理念融入到自己的新店——“渔痴鱼醉”中。这是一家更有特色、适合中端商务宴请的湘菜馆。13年的发展,而今天的“渔痴鱼醉”已成为拥有6家门店,并保持年营业额高达7000多万元的餐饮连锁品牌。

## 创「一菜一味」式洞庭湖鲜 老师跨界当厨师 「渔痴鱼醉」卢卫国：



卢卫国,1972年出生,益阳南县人,渔痴鱼醉品牌创始人



### 从服务到品质,以百菜百味呈原汁原味

卢卫国坦言,从事餐饮行业31年的他,在面对广州餐饮市场时,能把湘菜做出彩也并不容易。广州人消费非常理性,而且本身对于吃就很讲究。为了在广州立住脚,厨师出身的卢卫国也拿出了自家的独门秘笈。在他看来,餐饮的“根”在食材。他们为保口感,从甘肃、宁夏等地空运价格昂贵的沙葱;为保新鲜,专程包车从益阳洞庭湖托运湖鲜,没卖完的食材,自己吃掉也不隔夜卖;宁可接受损耗,也坚持不做预制菜,立下必须现点、现做的规矩。

为了确保烹饪出绝佳口感的菜品,“渔痴鱼醉”特别邀请了王伏明、刘志国等多位湘菜大师对厨师团队进行辅导,并严格要求所有厨师在烹饪过程中少放调料,力求保留食材的原汁原味,呈现出“一菜一味,百菜百味”的口感。对于不合格的菜品,或者口感不佳的,坚决不允许其离开厨房,否则由厨师自行买单。同时,也向顾客承诺,如果对菜品有任何不满意,都可以随时无条件退换。

门店要求服务员在熟客到店时都能准确叫出名字,并了解其偏好。食客点单时,也要尽量“利他”,时刻提醒餐馆菜品分量大的特点,不要点太多了造成浪费,不够可以随时再加。

除了对于出品的严苛追求之外,卢卫国多年来也一直专注于细分赛道,只做湖南益阳的洞庭湖鲜。他说,“我们湘菜人一定要做好自己地方的特色菜,把湖南各个地方特色做到极致,湘菜才能更好地百花齐放。”

正是在卢卫国对于品质和服务的不懈追求之下,“渔痴鱼醉”才得以一直保持人均120-160元的高客单价,并且生意长盛不衰。在广州市场,他们甚至将湖南口味的腐乳(每瓶售价38元)卖到了畅销的地步。更有老食客表示,这里的味道比益阳南县老家的还要正宗。

### 从现在到未来,凭优质出品迈向全国市场

在卢卫国看来,餐饮行业一直都不容易,不同时代会有不同的市场需求,关键在于如何去应对。他认为,在开餐饮店之前,必须想清楚三个问题:你是谁?你与别人有何不同?凭什么让人信服?

对于未来湘菜的发展,卢卫国持乐观态度。他认为,湘菜将进入一个更加美味、更加高端的快速发展阶段。这主要得益于三个方面:一是湖南人敢为人先的精神,这将为湘菜的发展带来更多可能性;二是随着现代物流和信息化的进步,全国各地都能更便捷地采购到新鲜食材,这将大大提升湘菜的品质和档次;三是与川菜偏麻、粤菜偏清淡、杭帮菜偏甜相比,湘菜口味适中,更容易被年轻群体接受。

展望未来,“渔痴鱼醉”的客单价计划进一步提升,并以更优质的出品方式进军深圳、上海、北京等城市。