

碗里乾坤 有容乃大

餐饮湘军儒帅柏鹏的共富思想和大渡情怀

2010年，湘菜餐饮产值突破千亿元大关，湘菜在中国八大菜系中的排名也从第七位跃升至第三位。有人将这个现象与“电视湘军”做比照，称其为“餐饮湘军”。

杨电华/文

近年来，湖南餐饮消费市场持续火爆，2009年营业额达807亿元，零售额占湖南省社会消费品零售总额的11.6%，对全省GDP的贡献率超过了5%，与餐饮业直接相关的食品加工业产值达1568亿元，从业人数超过120万人。一些本土有实力的餐饮企业高举“创新湘菜”的大旗走出湖南，进军全国市场，仅北京、上海、深圳、广州四地的湘菜餐饮企业就新增6000余家。去年，湘菜餐饮产值突破千亿元大关，湘菜在中国八大菜系中的排名也早已从第七位跃升至第三位。湘菜在全国的影响力和美誉度不断攀升，继粤菜、川菜和淮扬菜风靡一时后，湘菜餐饮终于厚积薄发，火了！有人将这个现象与“电视湘军”做比照，称其为“餐饮湘军”。

在这支“餐饮湘军”中集实力、魅力、魄力于一身的领军人物，正是有着“儒帅”之称的秦皇集团董事长、中国餐饮文化大师柏鹏。

重剑无锋，大巧不工 用创意打开一个世界

走近柏鹏，很快就被他博古通今、娓娓道来极具开拓性的思维语言所吸引。“餐饮二字，一餐一饮，简单通俗来说，无非一碗饭、一碗菜、一碗酒而已，但这碗里乾坤究竟有多大、多深？大多身在其中者，也只略知其一二。在我看来，餐饮这碗乾坤，有容乃大！有多大的能力，就有多大的市场；有多大的心胸，就有多大的天地。”难以想像这位在海商沉浮20年，引领百万餐饮湘军叱咤风云的商界翘楚，身上竟会有如此个性鲜明的文人色彩，让人不禁感慨“唯楚有材，于斯为盛”，自宋明理学昌兴以来，曾国藩、左宗棠等湖南儒帅文武略之风范，在新一代湘商身上熠熠生辉。

1992年，在湖南第一师范任教的柏鹏觉得中国市场经济的道路已经坚定了，于是想下海经商。亲友同事为了劝阻柏鹏，请他吃宵夜。问他辞职下海的目的是什么？柏鹏没有

回答；又问他打算做什么生意？柏鹏还是三缄其口。“不是不回答大家，而是当时我其实也没完全想好。只是心里有个大方向：赚钱才是硬道理！只有赚了钱才能做更多事。”酒过三巡，柏鹏随口问老板：“啤酒多少钱一瓶？”“2块5。”柏鹏转身朝不远处的下河街批发市场走去，从那得知这啤酒批发价是1块1，退瓶1块。第二天，受啤酒差价利润启发的柏鹏，跑遍长沙几处大的鱼肉类调料酒水市场，将了解到的进货价格与昨晚夜宵的花费一对比，好家伙！利润高达300%。柏鹏的大脑开始高速运转起来：“所谓民以食为天，人就要吃饭，干脆我也搞餐饮！只要人的嘴巴在，以食为业就不怕没生意。”

一番筹谋，柏鹏去找朋友投资。朋友看着合作方案上的标题“美国西部牛仔烧烤城”一脸茫然。柏鹏说：“契合美国文化的涌入，用自助烧烤形式来经营，肯定生意好！”朋友好奇地问：“只听说美国牛仔牧马贩牛，没听说美国牛仔也搞烧烤的啊。”柏鹏大笑，却不再点破。

1992年，装修豪华的美国西部牛仔烧烤城开张，生意火爆。“38元一位按人头算账”一时成为长沙大街小巷热议的话题。一家建筑公司经理带领一百多号民工涌进餐厅，对柏鹏说：“怕不怕我们吃垮你？”柏鹏笑到：“没事，尽管敞开来吃！”多年后，还有人没有明白其中道理，柏鹏云淡风轻地说：“餐馆不怕饿鬼，懂得吃的人还是少数，一般人几串肉几瓶啤酒下肚，肚皮再大也撑饱了，谁能吃得回38元的成本？”听者无不佩服柏鹏胸中气魄。

对于第一次创业成功，柏鹏说：“所谓‘重剑无锋，大巧不工’，心中有大方向，找对一条路、做好一套经营模式，成功的大局基本已定！”当年的柏鹏还不到30岁，而他们的美国西部牛仔烧烤城在全国已经开了31家分店。

秦皇领航，筷乐出湘 用筷乐改变一个世界

1998年，柏鹏到陕西参观秦兵马俑，兵马俑壮观而丰富的历史文化内涵让他热血沸腾

起来。秦始皇统一中国，置郡县、统法令、车同轨、书同文，“治大国如烹小鲜”，治国如此，企业又如何不是？一个新的思路在柏鹏心中悄然升起。这次创意的焦点定位在了“文化”上，“文化”于人、社会乃至国家是何等的重要，那么“文化”于企业，更可谓是企业之魂。如果能通过一座酒楼、一个餐厅来表现一个时代、一个地域的文化内涵，这更是与时俱进的创意。

“善思者，贵于行”。柏鹏迅速在西安注册成立了秦朝瓦罐餐饮有限公司，按照秦风秦韵他亲自参与设计了店内环境装饰，开业当天即引起轰动。这在当时是西安第一家以秦代风格为背景的大型主题餐厅，许多外国政要在参观了兵马俑后，都选择在秦朝瓦罐就餐，为这里的秦风秦韵所折服，但大家却都不了解这家企业的老板居然来自湖南。也正是西安秦朝瓦罐的成功，为日后的长沙秦皇食府勾画了雏型。

2003年，柏鹏将秦文化主题餐饮带回湖南长沙，在湘江边开了第一家秦皇食府。大厅的整体装修以秦代皇家用色黑、黄色调为主，辅以紫、白色，高贵大气。迎面而来的秦国兵俑和战车，于瞬间将人拉进千年强大的大秦王朝，熙熙攘攘之中士大夫、王公卿相举手作揖，兵马流动，一派繁荣；上楼，竹筒雕刻的《秦皇食府序》堪称长沙酒楼序言中的经典美文。秦代的瓦当、图腾、篆文、兵马俑、铜车马、编钟、铜鼎、酒樽，在灯光与色彩的映衬下，绚丽多姿，如梦如幻。每个包厢均以秦朝三十六郡命名。

当人们以舌尖去品读一个朝代的历史时，这是何等的时尚和惬意？在这里，饮食已升格为一种乐趣、一种享受、一门学问和一种文化。通过菜品、环境和服务，营造出了这样一种体验、一种意境、一种格调。去秦皇食府吃饭，自此成为了长沙人时尚生活的标志。

秦皇食府的创意，并不是简单的秦朝文化的依附，而是在发掘秦皇文化的基础上，融合了多种元素的综合创造。根据当代都市人的审美需求，柏鹏提出了“文化渗透、生态美食、地方品味、品牌延展”16字方针，集八大菜系为一体，收“七国”佳肴于一席，南北兼融，东西并容，特别是湖南本土的名流菜、组庵菜、官府菜、宴席菜、家常菜等，通过挖掘提炼，不断推出新菜品，使菜式风味呈现出多姿多彩的局面，让食客有永远吃不完的新鲜感，永远有品不完的文化味。

如果说将秦文化融入餐饮中，是柏鹏作为一位文化人偶得妙笔生花之后的匠心独具，那么，深谙湖湘文化内涵的柏鹏，必然将会捉刀雕琢一枚能体现湖湘文化厚重底蕴的餐饮品牌。果不其然，2007年12月28日，筷乐潇湘在柏鹏的张罗下开门迎客。金红为主调的筷子，火辣为品性的红椒，代表了“筷乐潇湘”最基本的文化元素。潇湘烟雨、山市晴岚、远浦归帆等以潇湘八景为名的包厢，各有特色。在这里，人们可以品味千年学府、白沙古井的历史积淀，可以体味曾国藩、黄兴、蔡锷等一代名流的将帅雄风，更可以在一箸一投箸之中感受到湖湘文化的古典与时尚。凡此种种，体现的正是柏鹏与众不同的经营理念和独具魅力的儒商个性。

柏鹏对于湘菜的研究可谓到了骨子里，对于一些贬低湘菜的说法，柏鹏举例驳斥：“拿组庵菜来说吧，组庵是谭延闿的字。谭延闿曾任湖南督军、省长、南京政府行政院院长等职，是个不折不扣的美食家。有些人认为湘菜档次低，但是，谭延闿是个没有鱼翅不上桌、没有鲍鱼不下饭的角色，能说湘菜低档吗？‘组庵鱼翅’是湘菜的经典之作，已经成为高级宴会中的上乘佳肴。”言谈间，柏鹏力挺湘菜的态度可谓旗帜鲜明，而其作为餐饮湘军领军人物的风范也可略见一斑。

“湘菜文化源远流长，筷乐潇湘用新的时尚理念来挖掘传统的东西。通过传承塑造灵魂，通过创新延续生命，希望能用我们的经营模式来擎起湘菜的旗帜。用我们的广告语来说，有健康，人生才会快乐；有美食生活才会快乐；有筷乐潇湘，中国人没理由不快乐！”柏鹏说到这里信心满满：“我们要用筷乐改变一个世界。”

“我们追求的是长远效益，立足的是永续发展。”柏鹏说：“对于一个想要做大做强、永续经营的餐饮企业来说，理念是灵魂，产权是根本。”走产权式经营的路子正是柏鹏气磅礴又智高一筹的表现，至今已拥有近2万平方米的商业楼面的产权，不仅坐收房产升值，更为秦皇集团夯实了稳健发展的基础。



渡人在于渡心，
渡业在于渡德，
渡己在于渡众。
柏鹏

秦皇食府现已拥有投资过千万元的直营店5家，加上筷乐潇湘总店、山东济南店和广西南宁店，秦皇集团业已形成了“秦皇领航，筷乐出湘”的发展格局，成为中国著名的餐饮连锁企业，湘菜餐饮龙头企业被评定为“中国餐饮百强企业”、“全国绿色餐饮企业”。柏鹏本人也被评为中国餐饮文化大师，并被中南大学商学院聘任为企业文化研究中心教授。2010年，秦皇食府、筷乐潇湘被湖南省政府确定为湖南餐饮行业唯一一家上市后备企业。

上善若水，厚德载物 用大爱普渡一个世界

一个大师曾送柏鹏一副对联：“一支秃笔，笑傲文坛酸腐文人；几壶创意，灌醒路路商场诸侯”，横批是“一代儒商”。柏鹏笑言，自己更喜欢“低调做人，高调做事”这八个字。自视儒家弟子出身的柏鹏，熟悉儒家经典，擅长书画，对佛、道教义也颇有心得。他喜欢“渡”这个字，立志渡人共同致富，以报答邓小平改革开放政策给了他获得事业成功的机遇。

“人们常用‘宰相肚里能撑船’来形容一个人度量，不计较。我认为这句话还有说法。宰相何人？治国安邦者也。不仅是胸中有文韬武略，更要有济天下苍生的精神。宰相肚子里摆渡船，即为渡国家之强盛，也为渡老百姓之幸福。所谓佛渡有缘人，也是一种从精神上渡人的意思。我做企业现在已经不是为自己赚多少钱了，而是追求渡人、渡业，最终实现渡己成为对社会有贡献的人的目标！”柏鹏字字掷地有声。

对于“渡”，柏鹏总结有三句话：“渡人在于渡心，渡业在于渡德，渡己在于渡众。”普通人最怕的是贫穷，但这个贫穷往往并不只是物质上的匮乏，更多的是思想上的茫然。要渡一个人成功、获得幸福，必须先帮助其思想产生改变，就是渡心；餐饮这个行业，最重要的其实并不是忧虑其市场是否饱和，而是要好好反思这个行业的灵魂是什么？核心发展动力是什么？在我看来就是一个“德”字。要想推动餐饮行业良性健康发展，就要首推“道德诚信”，让“道德诚信”深深扎根在每一位餐饮人的良心中去，这就是渡德；我本一教书匠而已，三尺讲台难以普渡每位学生，因为能力有限，现在凡是我想帮助的人我基本都可以做到了，但我要做的不是帮助一两个人，而是要帮助更多的人摆脱贫穷获得幸福安康的生活，这就是渡众，也是作为一个企业家应有的良心和使命。”

柏鹏对人才的回报秉持一个理念：财散人聚。为了让更多人得以致富，柏鹏想到了打造一个全新的品牌，一个以湘派精品快餐为核心经营理念的品牌在柏鹏脑海中逐渐清晰起来。

“一些品牌受麦当劳、肯德基等洋快餐的影响，片面模仿其经营模式，结果搞成洋不洋、土不土，外观看上去像麦当劳、肯德基，一吃还是米粉挂面和辣椒炒肉，这用老百姓的话讲叫丢了魂。”柏鹏说：“我们中华餐饮文化源远流长且博大精深，有的是地道中式快餐的源脉，完全不需要模仿洋快餐。何谓地道中式快餐？其追根溯源就是以前的码头酒肆饭铺，贩夫走卒落脚打尖的地方，一碗茶、一碗饭或者再加一碗酒，吃完抹嘴挑上担子走人。这就是我们中式快餐老祖宗的模样。”

为了打造一个纯粹的中式快餐品牌，他注册了“米粉之湘”商标，湘是指这个品牌发端于有着鱼米之乡美誉的湖南，而米粉二字则给人门槛低的亲近感。主题背景就是湘风、湘情、湘味，以清末民初长沙的会馆饭铺为背景，白墙青瓦，酒旗高挑，方桌条凳，蒲扇大碗；服务员直接叫伙计，肩搭毛巾跑堂；店总就叫掌柜，里里外外一把手。“除了这些形式上的复古，给人一种时光穿梭般的感觉，让人感受到什么是原汁原味的地道中式快餐的风貌。更重要的是我们提供的产品种类繁多，都是精品，有各种米粉面条、湘菜小炒、包点小吃和酱醋油碟，包罗万象。”柏鹏表示：“米粉之湘最重要的还是所提供的产品保证健康和安心。我们每到一城市开店，先开食品加工厂，从源头上保障原材料的安全，全程视频监控，让消费者可以明明白白看得到。”这不仅让人想到洋快餐曾经发生的苏丹红事件和激素鸡翅风波，对于米粉之湘如此重视食品安全是否要与洋快餐短兵相接这个问题，柏鹏说：“我做事儿只遵循自己的良心指引，心里从来没有对手，只有目标！我们不怕竞争，而且我们的米粉之湘将来还要开到国外去，在外国市场上与洋快餐展开良性竞争，让全世界人民感受一下中华美食的魅力。”

对于新品牌米粉之湘的开店计划，柏鹏介绍说：“首先分别在长沙和北京开10到20家，打造中等城市和大型城市的样板市场，然后再进一步拓展，5年内在全国达到1000家分店的规模，每月总营业额达5亿元。到那时，我们将开始走出国门……”说到这里，柏鹏看了一眼桌上的地球仪，那上面已经用红笔圈注了很多城市，红印遍及亚洲、美洲、欧洲和澳大利亚。

“一个民族要有一个国家的凤骨，一个民族要有一个民族的魂魄，世界发展到今天，虽然说在经济上已经是没有国界概念了，但我们应该始终不要忘记我们是中国人，是有着五千年辉煌文明的中华民族，中华餐饮人切不可在洋品牌咄咄逼人的气势下俯首称臣，甘做国内的‘香蕉’，徒有一身黄皮肤。”说这番话时，柏鹏字句铿锵，神情犹如临风松柏，傲骨铮铮！

人物档案

柏鹏，1984年毕业于湖南师范大学美术系，于湖南第一师范任教。1992年在长沙创办“美国西部牛仔烧烤城”，在全国开至31家分店；1998年赴西安创办秦皇集团餐饮有限公司；2003年回长沙陆续创建秦皇食府餐饮有限公司、秦皇皇朝酒店有限公司、秦皇食府农业科技有限公司和筷乐潇湘餐饮有限公司，统称秦皇集团，成为餐饮湘军中的龙头企业、中国餐饮百强企业。2010年被湖南省政府确定为湖南餐饮行业唯一一家上市后备企业。柏鹏被评为中国餐饮文化大师，并被中南大学商学院聘为企业文化研究中心教授。



秦皇食府外观



著名书法家文选德为柏鹏新打造的品牌题字



筷乐潇湘