琢磨，琢磨，门道就出来了

——记中国全聚德集团烤鸭技术总监吴玉波

本报记者 冯其予

吴玉波工作照。 本报记者 冯其予摄

用40年时间来侍弄一只烤鸭，这是怎样的一种人生体验？

对全聚德集团的吴玉波师傅而言，这个过程既非平淡如水，也不惊心动魄。“我这个人，就是干工作有点认真。”面对记者，吴玉波说起自己的职业生涯反复提到的就是“琢磨”这两个字：从鸭坯的选用、晾制，到烤炉温度的拿捏，再到片鸭时入刀的角度和力度……琢磨久了，琢磨深了，门道就琢磨出来了。

（一）

吴玉波本来没想干烤鸭。

1975年，刚毕业的他被分配到全聚德前门烤鸭店实习，跟老师傅从切肉切鱼等最基本的厨房基本功学起。“实习的时候可没什么门道，就是看谁更加勤学苦练。”吴玉波告诉记者，那时候，他就喜欢跟人“攀比”，“就是看谁能多干一点。比如你今早上8点来上班了吧，我恨不得明天7点50就要到”。凭着这股认真劲儿，吴玉波在实习的时候，就能在厨房上手炒菜，还得到了厨师长的认可。

1976年，一年实习结束，吴玉波被正式分配到前门烤鸭店上班。不过，单位给他安排的任务却是学习制作烤鸭。“其实那时我不想去干烤鸭，不过分哪儿就在哪儿干吧。”这一干就一直到了今天。

吴玉波回忆说，刚工作的时候，前门烤鸭店的老前辈张文藻、蔡增连、王东林、李兴录等师傅还在工作。这些师傅各自的烤鸭手法技艺不尽相同，这让他受益匪浅。

“有时候，我觉得这位师傅的烤制动作不错，有时候又觉得那位师傅的手法挺好，我就惦记着综合他们的手艺，吸取经典之处。”吴玉波告诉记者，烤鸭烤炉分为前梁和后梁。烤鸭有一个环节叫燎裆，经过几个步骤，烤鸭颜色基本上齐，有时要前后梁倒换来采用不同的炉温。有一次，他和蔡增连师傅学习，燎完鸭子正要往后梁换时，蔡师傅突然对他说，如客人不急着吃鸭子，并不需要倒，用后梁也一样成熟。而且后梁由于离后墙近，鸭胸的颜色还会很匀。“这些技术细节的积累对我烤鸭技术的提高起到了很大的作用”。

技术学习到一定程度，吴玉波也渐渐开始发现和解决问题。“烤鸭烧劈柴，会产生炭灰。我们在给烤鸭上色的这个环节需要来回晃动鸭体，鸭油滴到炭火里，就会起烟，影响着色效果。”吴玉波几经琢磨，想出了一个简便易行的办法。“我把完全燃烧的炭灰，在炭火上盖上一层，油滴下来烟气明显减少，鸭子烤出来油亮光鲜”。

（二）

从业多年，吴玉波曾经向领导和同事征求意见，让自己负责烤鸭这块工作到底行不行？答案让人有点哭笑不得，“他们说，您就是有点太‘事儿’了”。

“事儿”在北京方言里，有多事、挑剔的意思。对这个回答，吴玉波倒是十分坦然，“我不生气。这说明我起码对这个企业负责。如果有一天，大家都说我不‘事儿’了，对企业来说未必就是件好事”。

几十年工作下来，吴玉波在单位里是出了名的认真。无论是烤鸭子还是带徒弟，甚至是搞卫生，都认真到近乎严厉的程度。“有人说差不多就行了，但是我觉得差一点都说不过去。比如擦地，一般用洗衣粉水擦一遍，地面无水迹和油迹就行，但我还要强调再用清水擦一遍，这样才清洁、干涩、防滑。我觉得，年轻人就得有认真工作的态度，如果连搞卫生都不认真，学技术也不会精益求精”。

在烤鸭的诸多工序之中，晾坯是其中的关键一环。鸭坯如果晾不干，会影响后续的烤制和片鸭的效果。为了确保万无一失，吴玉波每天上班都是第一个到店，到店后就去晾坯间冷库查看一番。冷库里一般装2000只鸭坯，标定温度为零下18摄氏度。“我来了以后，就会去看看晾坯间的空调和风扇是不是正常开着，温度湿度对不对。通过空调和除湿机来控制温度和湿度，保证晾坯质量达到标准。晚上下班还要看一次。这要是出了问题可了不得。”吴玉波回忆说，有一次他夜里睡觉突然惊醒，心里怎么也想不起来下班时晾坯间的风扇运转得怎么样。他一骨碌爬起身，给值夜班的同志打电话，确认无误后才踏实睡去。

赶上忙的时候，吴玉波经常早上8点就来到店里，晚上10点多才会离开。有一年国庆节，店里客人特别多。吴玉波一人烤两个炉子，一天烤了将近300只烤鸭。其他人都说，几乎到极限了，可吴玉波却感觉“稀松平常”。“我们这个技术，就是勤快。比如片鸭技术，普通厨师学两年肯定会了。但是看着简单，里面也有学问。”吴玉波告诉记者，仅就片鸭技术而言，就有“推刀片”“拉刀片”“斜刀片”“平刀片”“划切”等诸多刀法技艺，“烤鸭有步法，片鸭有姿势，这里面的东西，关键是得用心去做。”

（三）

传承，是吴玉波很在意的话题。他为此琢磨了许多。

为让烤鸭技术更好、更有效率地传承下去，吴玉波广泛征求同事们的意见，并结合自己的实践经验，制定了一整套标准操作规范。从鸭坯的晾制时间、温度，到烤制时的动作、手法，乃至片鸭师的刀法、站姿，全都有具体的标准要求。采访时，他专门给记者提供了他手写整理的关于烤鸭的技术规范——“一只烤制成熟的1500克鸭子，片下的鸭肉应在500克左右，片下的鸭肉片不能少于90片，要求片片带皮，鸭架干净整齐……”

“我知道我很严厉。有的片鸭师片完的鸭片薄厚大小均匀，码放也还不错，可就是姿势难看，所以我还是会提出意见。”吴玉波的意见说来让人咋舌，“我们的标准专门要求，片鸭师站姿双脚不能过肩，站成横一字步，身体离片鸭车或片鸭台远近保持在10厘米。”吴玉波表示，对这个要求，片鸭师多是半接受半不接受的状态，但他看来却是很有必要，“要让顾客感受到老字号的独特魅力，不仅要有美食，同时也要让顾客有一个全方位的体会”。

这种要求多少也反映出吴玉波对技术的想法：一方面，标准化的技术设定有利于口味的稳定，也便于技术的传承；另一方面，老字号之所以是老字号，多少有一些特殊的底蕴和文化传承。“如果有一天技术发展到这边是鸭坯进去，那边出来就片好装盘了，那虽然也叫烤鸭，但跟历史文化就没关系了，也就不是全聚德了”。

150年来，全聚德的烤鸭师们一代代的传承，把这种代表北京地域特色的美食推广到了世界各地。同时，全聚德也形成了一个鲜明的传承特征，像吴玉波这样的烤鸭技师，每一代都会有几个突出的人物，成为全聚德挂炉烤鸭技艺集体传承的代表。

寻找好工匠

我心飞翔

“爱是咖啡”创始人徐若侃：

用咖啡给生活加点爱

本报记者 闫伟奇

走进“爱是咖啡店”，处处透着精致用心。最显眼的是一面墙上，写满了爱是……其中一句是，“爱是永不止息”。这里是爱是餐饮科技公司的第一个项目，一家在北京CBD开业不久、以品质生活为主题的咖啡馆。

徐若侃，北京爱是餐饮科技有限公司CEO，一位笑称自己一直打拼在北京CBD的“80后”。

他曾就读于北外、清华，一毕业便就职于世界500强企业，后又成为互联网广告公司联合创始人……这样一个牛人，选择放下一切开一家咖啡店，为什么？徐若侃说，相信消费的升级将让喝咖啡从休闲消费向刚需消费转变。

准确的定位、充分的准备，使得“爱是咖啡”刚开业满一个月就收获了不少关注。至于原因，徐若侃认为是品质和服务。虽然店里咖啡价格不是周围最便宜的，但顾客最多的反馈就是“你家咖啡好喝”。

“今天早上，我们刚丢掉一包‘冠军豆’，就是因为顾客闻完没有及时封好，会对口感造成影响。店里提供的蛋糕等小甜品，也都是由高端法式甜点工作室合作供应，品质毫不含糊。”徐若侃介绍说，店里所有的咖啡豆都要经过严格的品控验证，从源头上保障咖啡的口感。店里还会提供世界各地知名庄园的冠军级别单品咖啡豆。

口碑有了，大订单就来了。如今，爱是咖啡已经与CBD周边的多家企业实现合作配送。这不，上周五，他们刚为一家上市企业配送了200多份下午茶。徐若侃说，“把客户服务好，就是要给客户下一次继续用你的理由”。

有品质，是做产品的第一步也是关键的一步，但要消费类产品更具有生命力，有文化是关键所在。

用咖啡给生活加点爱，是徐若侃对“爱是咖啡”的品牌定位。徐若侃说，自己最爱的是家和家人。不论在外面多忙多累，回到家就会放松、会安心。他也很爱“爱是咖啡”的顾客们。以色列的老先生、韩国的小姑娘、英国的大叔……似乎每一位老顾客，徐若侃都能讲出一两件他们与咖啡店的故事。

徐若侃说，自己爱咖啡，是因为咖啡就像人生，有甜蜜，比如爱，也有苦涩，比如创业。

创业最难的是什么？徐若侃的体会是：前期做好选择，后期及时调整。定位是什么，是开一家眼下很火的众筹咖啡店、主题店，还是一家像“爱是咖啡”这样看似普通却以品质为核心的咖啡店？选址在哪里？这些背后都关系着战略以及资源的使用和匹配。“选择是最困难的，执行总是快的。我光做这些选择就花了6个月，确定之后反而简单了”。

此外，创业中及时调整也很必要。当初在店面设计装修过程中，由于不可控的因素，工期被延长了好几个月。这对于初创企业来说，打击是巨大的，甚至直接意味着现金流的断裂。于是，徐若侃果断选择融资。幸运的是，一周内资金就到位了，这也得益于他在之前工作经历中积累的信誉。

创业起步了，如何做出好品牌？徐若侃的体会是不要急功近利，要学会沉淀。“创业中，千万不要想一蹴而就、一口吃个胖子。哪怕是创业失败了也不要紧，只要在过程中做足某一方面的尝试和积累，比如管理经验、资源人脉等。就像爬山一样，不要一味地只顾登顶，而是要欣赏每一个阶段的风景。”徐若侃说，“现在，太多创业的人都仰望马云，却忽略了20年前的马云在做哪些努力”。

先难后易，是他创业的另一点体会。徐若侃说，之所以将“爱是”定位为一家餐饮科技公司，是因为，他的目标是希望做中型的咖啡馆连锁。但他不会靠纯粹的线下门店复制，而是要靠线上线下的互动。先把不擅长、不熟悉的实体线下打牢基础、做出品质，然后再发展线上模式。因为自己出身互联网传媒公司的工作经验以及合伙人的IT背景，打造线上相对容易，“互联网+”只不过是顺序的问题。

徐若侃说，现代人的品质生活方式和科技是分不开的。科技也可以是一杯咖啡、一束鲜花的悠闲。好的科技是工具，可以用来提升工作效率，也可以解放自己，让人多一份从容淡定，获得更好的生活品质。

女装设计师赵卉洲：

向世界展示东方韵味

本报记者 祝惠春

2014年，赵卉洲成为APEC会议服装核心主创设计师之一，她和团队设计的“新中装”，惊艳了世界。

与APEC的结缘，对于赵卉洲来说意义非凡。“在西方服装界统领世界时尚的今天，中国服装代表的东方气质或许还有很长的路要走。在APEC，我们只是播下一颗种子，期望其赶快发芽、成长，直至开花。用国际化元素表达东方韵味，这是我一生的职业追求。”赵卉洲对《经济日报》记者说。

每一位设计师都苛求完美，赵卉洲尤其执着。这位娇小的女性，好像一个“永动机”。工作室是她每天待的时间最长的地方，已经在业内享有盛名的她，至今仍对设计工作满怀热情。

在赵卉洲的眼里，服装不仅是用来看的、穿的，更是用来感受的，它是有美感、有灵气，甚至是“带有呼吸的有生命的东西”。在工作中，她可以为了一个扣子和团队谈论到深夜，可以为了面料的选择打无数电话，也可以为了纹样样式做上百份草稿。

“坚守自己的风格，表达内心真实的感受。这是我20年来一直的坚守。一条路走到底，是不是也是一种工匠精神？”赵卉洲幽默地问。工匠精神，在她看来，就是匠心独运，就是不脱离传统的创新。

从小，赵卉洲就喜欢在衣服上弄点小特别。大学时，她在湖北美术学院学习服装设计，对服装设计有了更加专业的认识。1997年，赵卉洲南下深圳，创办了艺之卉服装品牌，开始了和服装结缘之路。

一开始，她只是单纯地设计自己喜欢的衣服，但是随着见识的增长、品牌的发展，她的设计动力转变为对东方美学的根和魂在当代时尚体系中进行阐释与浸透。

知易行难。文化底蕴的积累、国际化视野、传统技艺的跨界融合……缺一不可。二十年如一日，赵卉洲怀抱初心，不断创新。赵卉洲认为，“原创”对于设计师来说，就如生命一样重要。道阻且长，但是她并不觉辛苦，反而很快乐。

赵卉洲的设计从来没有沉重的着色和古怪的造型，她偏爱一份清雅：“我的服装要创造幸福感。”

创造幸福感的人，首先要自己体会幸福，感受生活美学。在生活中，赵卉洲追求工作家庭“一个也不能少”。她经常定期把工作采风和家庭旅行相结合，把工作和生活相融合。在米兰攻读时尚管理硕士期间，她每年都要去米兰两次。而每次进修，她都会带上家人陪读，这样就可以在周末和先生及一双儿女逛逛美术馆，聊聊生活琐事。她说，“在一个幸福满满的状态里，我常常感受到生活美学的启迪，灵感纷至沓来”。

赵卉洲的包里随时揣着画本和笔，一有灵感就赶忙翻出纸笔记下。在酒店下榻，凝望房间外面的湖泊，水面在不同的光线里渐次变化，这种光影的变化或许可以运用在面料上？在花园赏花，娇弱的花瓣在微风中摇曳生姿，这种动静相宜的线条或许可以运用在剪裁上？就这样，本子上的素描，画了擦，擦了再画……

“我追求工作、家庭、生活等不同维度的统一。在生活的每一刻，我都没有走出过设计。”赵卉洲有点不好意思地“承认”。

赵卉洲对传统和文化的传承与创新同样执着。

对于服装设计，赵卉洲有自己独特的方法论。要做好服装设计，仅仅从有限的服装圈里汲取营养是不够的，要推动本土设计的持续突破，就必须跨界合作。时装与生活、艺术是没有边界的。怎样才能发挥新思维，运用跨界合作的方式，通过服装载体来表达品牌更深层次的文化创意？

2015年，赵卉洲成为首位登上米兰时装周的中国女装设计师，这次她带去的是汉绣。汉绣最大的优点是装饰性，但是，传统文化也需要现代的表达，方能成为现代生活中的美学元素。赵卉洲尤其痴迷于此。在米兰时装周上，她用更带有现代气息的柔和色调取代汉绣原有的过于鲜亮的色彩，体现出内敛的东方气质美。

这套兼具东方神韵与国际元素的设计一举成功，这也让赵卉洲更加坚定地关注非遗传统技法与当代时尚设计巧思的跨域。

在一次考察中，赵卉洲接触到了贵州苗族的绣娘。当地精致的非遗手工制品和落后的生产生活方式又激发出她的创新灵感，“让非遗文化活起来，成为设计和艺术的源泉力量”。在她看来，当地产品之所以只局限于旅游产品和低端复制品，并不是因为工艺不达标，而是因为缺乏创新设计。如何解决这个难题，让传统手工通过服装和设计走向市场？

赵卉洲工作照。 （资料图片）

赵卉洲不断探索对传统手艺进行设计转化：她把过分浓郁的色彩变得素雅，把复杂的图案进行精简，把苗绣、蜡版画、银饰等更多手工技艺运用到时尚设计中，把浓缩了东方文化的元素，用现代极简的手法去完成，将经典纹样与高超工艺，用非常现代、国际化的设计语言表达，展现东方美学中的意蕴。

如今，赵卉洲与贵州的“锦绣计划”合作，成立了深圳市妇女儿童发展基金会·卉基金，把苗绣、银饰等非遗传统手作符号，转化成当下的设计力，让传统手作能够产生自我供血功能，持续发展。

“文化是设计的根。中国设计师的责任就是传承中国人文足迹，做有思想、有情怀的工匠。‘设计扶贫’需要一代设计师去共同完成，用设计创新力带动非遗手作的发展，是我现在的追求。”赵卉洲坚定地说。

本版编辑 韩 叙
本版邮箱 jjrbqyb@163.com