



邹徐

他一年吃上百家小面 要把小面做大

邹徐是重庆小面协会秘书长，如何将小面做大做强是他吃面的目的

一根板凳都没有的面馆 为何能每天卖出2万元？

“你知道吗？三个重庆人里头就有一个人，每天都会吃一碗小面！”邹徐又在吃面了，这次是坐在路边的小板凳上，以另一根板凳为桌，一边挑面，一边侃侃而谈。

重庆小面每天都要卖出一千多万碗！这是来自重庆小面协会的不完全统计。

“对小面的热爱，已深植重庆人心里。”重庆小面对人的味觉冲击很大，几天不吃就会觉得不舒服，而重庆每个角落都能看到小面馆，有人甚至会专程驱车十几二十公里去吃某一碗小面。

从去年下半年开始至今，整整一年，邹徐吃了上百家不同的小面，最多的一天吃了四家。

让他印象深刻的面馆不少。其中有一家只有五六平方米的面馆，开在城区的转角处，小得连一根板凳都摆不下。老板索性购置多张泡沫地垫，直接放置于马路牙上，安排食客就坐在路边吃面。没想到，这样的吃面场景颇具冲击力，形成了独特的记忆符号，加之这碗面味道确实不错，不少美食博主、“大咖”主动来“打卡”，甚至还有明星来吃。辐射力不断叠加，吸引了更多人来吃，高峰时段还需要等“位”——哪怕是一个并不正规的“位子”。

于是，一个新鲜的场景误打误撞地诞生出一个“网红面馆”，日均营业额竟达2万多元！邹徐来“探店”后发现，虽然这种模式“出其不意”，取得了好的效果，但也是不可复制的，具有一定偶然性，其他店难以模仿。

这家小面馆只开半天 原是老板没精力做太多

邹徐在四处吃面过程中见到，很多小面馆都具有鲜明的性格。比如有的店老板非得收现金，顾客颇有怨言，也只得遵循他的规则；有的店开到下午一两点就停止营业，想吃面还得赶早！

他曾光顾过一家开在渝中区某家属楼、专做牛肉面的面馆，每天供不应求。但老板坚持每天只卖几十斤牛肉，有时不到12点就卖光了。这家店时常被顾客“骂”：“我跑了这么远，都吃不到一碗面，这算开什么店嘛！”有的顾客断定这是“饥饿营销”。

然而，邹徐经过了解才知道，其实这家店老板是根据自己的能力和体力来制定的这个“规矩”。“他自我评估每天只有做几十斤牛肉的精力，如果再多就没办法保证品质。”

这家店通常在中午12点半前售罄后，老板在下午就去准备第二天的食材，亲自在市场上精选牛肉，还只选五花牛肉。每天凌晨三四点就要起来开始烧制牛肉，每一块基本保持分量一致。就这样，周而复始。老板没有请其他人扩大经营，只是在默默坚守这门传统手艺。

他坚持每天只做新鲜牛肉，一天只做得出这几十斤，不希望为了挣钱而打破规矩——在邹徐看来，这正是重庆人的“倔强”“耿直”。“其实这也是我所期盼的，每个店有各自不同的脾气，独特的个性，来发展有鲜明特色的小面品牌。”

一碗面，其实是重庆人的写照。

重庆小面的“灵魂” 是重庆人的匠心

邹徐在吃面后会跟老板聊天，也逐渐了解到一些小面的“奥秘”。

人们常说，重庆小面的精华在于作料，而作料的精华在于辣椒油。在品种繁多的辣椒里，重庆小面通常会选择三到四种辣椒，有提香的，提色的，提辣的，各司其职。

在将热油倒进这三四种辣椒时，会根据提香、提辣、提色的不同需求，来控制油温。比如油温200℃、220℃、240℃时分别该放什么辣椒？什么时候倒油？这些要素都非常讲究，最终会直接影响到小面的味道。如果没有达到理想中的香辣，厨师又会尝试着把油温调高10℃、20℃。

邹徐了解到，这些小面馆可能通过千百次的打磨，反复试验，才确定结果，制成一

勺色香味俱全的小面辣椒油。在与一位面馆老板的攀谈中，对方问邹徐：“你知道打一碗面时，什么时候放高汤吗？”原来，要在起面那一瞬间放高汤，而且高汤要达到开水的温度，也就是所谓的“一热胜三鲜”，这是他反复试验了多次后才得到的经验——这些微小的细节，看似简单，实则体现了重庆人的匠心精神，对产品味道的极致追求，也是重庆小面代表的文化底蕴。

“我们常讨论什么是重庆小面的灵魂。在我看来，小面的灵魂既不是面条，油辣子，也不是让人回味无穷的‘浇头’，而是重庆人的这份匠心。”

一碗重庆小面并不简单，需要多年、甚至几代人的匠心汇聚而成——邹徐认为这是重庆小面的“根”。

小面馆可以阅读 还可以喝咖啡？

邹徐在吃面的过程中发现，原本单纯果腹的小面馆，近来也有了更多元化的呈现。

比如一家连锁面馆就做成了“书香+面香”的形式，每家面馆里有不少书籍，装修也带有文化气息。开第一家店时，邹徐就去吃过，还带着朋友去吃，研究如何把小面做出“文化”属性。

在吃小面或者等待时翻几页书，利用碎片化时间汲取知识，谁说就是多余的呢？

邹徐说，重庆小面本属于“快餐文化”，自然是希望食客吃了面就走，不要过多停留，提高翻台率。因此很多面馆的环境不一定非常舒适，不会让你舍不得离开。

然而，如今越来越多的面馆反其道而行之，比如诞生了“面咖”：食客既可以吃面，也可以喝咖啡，让重庆小面融入了社交属性，吸引了不少小面爱好者前往“打卡”。

邹徐挺认可这样新颖的运营模式：“卖小面除了中午的高峰期之外，空余时间比较多。比如下午1点半到5点之间的时段，完全可以利用起来。店面环境布置好一点，也可以让食客产生‘反差感’，有兴趣来体验。”

另一家连锁面馆也在打造“小酒”+“小菜”的模式。在卖面的同时加入一些自制卤菜，晚上顾客吃面时可以顺便喝两杯小酒，就着卤菜独酌或跟朋友共饮，放松一下心情。

本月有一家红酒供应商就找到重庆小面协会，希望把他们的红酒加入到小面中来，让消费者一边吃小面，一边喝红酒……这可不是天方夜谭，邹徐在一次吃面时真的就尝试了这样的搭配。“口感还挺和谐，值得尝试！”

“小”面如何做“大”？ 重庆实体小面馆达8.4万家

目前，重庆实体小面馆多达8.4万家，年产值420亿元。此外，开在外地的重庆小面馆年产值保守估计也有200多亿元。

如何将这张重庆名片做大做强？其实，这才是邹徐一年吃“百面”的真正目的：吸取好的经验，总结失败的教训。

他回忆说，自从2013年，《舌尖上的中国》将一碗生动的重庆小面呈现在全国观众面前后，外地游客来重庆，除打卡火锅外，必吃一碗小面。“可以说，重庆小面是重庆美食的第二张名片。”一道普通面食，迅速成为全国现象级的小产业，也是始料未及的。

随之“跟风”新增了大量重庆小面店。然而，跟全国其他面业比起来，重庆小面还存在不少问题，也具有更大发展空间。

比如有的老店不轻易教徒，仅专注单店营业收入，难有新的突破；又比如重庆小面在互联网上做得还不理想。如果线上线下做到饱和，至少有千亿规模。可以参考的案例是螺蛳粉，据广西柳州商务局公布的数据，去年螺蛳粉全产业链做到了501.6亿元。

于是，在这一年当中，邹徐三分之一的时间都泡在小面馆，要么吃面，要么跟老板交流创业心得，对重庆小面有一个通透的了解，并进行诊断。

如何让重庆小面发展得更好，培育出更多叫得出名字的品牌，在全国生根、开花，结果，是邹徐在吃面时思考的问题。

让他欣慰的是，目前已举办了第一届“重庆小面文化节”，又在大渡口区修建了“小面产业园”，并专门培养重庆小面人才。他期待着，将重庆小面的味道继续传播到全国，乃至全世界。会有更多人端起一碗重庆小面，痛快地一口气吃上几口，心服口服地赞一声，“巴适！”

据上游新闻

清晨，一家开在闹市区的面馆繁忙异常。煮面的汤里升腾起热气，老板将七八种作料舀入面碗，撒一把葱花，小跑着端上桌。邹徐仔细将铺满的酱料拌匀，夹一口送入口中，又打量起周围环境，似乎在细细品味着什么。

作为重庆小面协会秘书长，邹徐在一年之内吃了上百家不同的小面馆，最多一天吃了4家。他一边吃，还一边看、一边听，一边思考。在他看来，小面不仅仅是重庆的饮食文化符号，还蕴含着重庆人的性格特征。

关于重庆小面的故事，他能说上一天，而如何将这碗“小”面做“大”，才是他吃面的目的。



吾家有喜

张显令先生 ♥ 马敏女士

2023 日

11/18 期

万事胜意

亦作留念

特此登报公告全城

佳偶自天成

良缘由夙缔

NOUS SOMMES MARRIES



邹徐(右一)在路边吃面