

鄧師傅

Chef Teng Restaurant

since 1984

功夫菜

街邊滷味

躍上餐桌

Interview with 執行長 ● 鄧至佑

老字號中菜餐廳 飄香千里

鄧師傅是高雄知名的老牌中式餐廳，從一開始在中正三路上僅有 6 張桌子的「鄧師傅滷味」，發展到現今共有 8 間實體店面的「鄧師傅功夫菜」。二代接班後，餐飲服務更加細膩多元，致力將鄧師傅飄香近四十年的好滋味傳承下去。

● Text by 鄧明珩 ● Photography by 戴倫





鄧師傅單人份量的點餐方式，讓一個人也可以打造屬於自己的滿漢全席。



每逢用餐時間，鄧師傅餐廳座無虛席。

色澤飽滿油亮的乾燒蹄膀、鹹甜甘鮮的蔥爆鯽魚、爽脆多汁的四喜烤麩……走進鄧師傅功夫菜餐廳，色香味俱全的菜餚一字排開，不禁讓人食指大動。托盤上一碟碟的美味佳餚，讓一個人也可以打造出屬於自己的滿漢全席餐桌。

不同於清粥小菜、自助餐類型的餐館，鄧師傅雖亦為單人份點餐方式，但在數十道琳琅滿目的菜餚中，既有道地家常菜，也有豬腳、鯽魚、獅子頭等手路大菜，全隨客人喜好點單，且道道精緻美味，成為鄧師傅獨具風格的特色。

鄧師傅創始人鄧文裕，年少時在餐飲業擔任基層學徒，曾赴日本、香港精進廚藝，於中、西式料理領域耕耘多年。積累深厚餐飲經驗的他，為了實踐創業理想，1984年在自家樓下掛起「鄧師傅滷味」招牌，以小餐館的形式販售師承廣東老師傅乾燒技法的各式滷味。

鄧師傅獨具一格的乾燒滷技，收服高雄人挑剔的味蕾，並因應客人需求，陸續增加飯麵、熱炒、小菜等多樣化中菜品項，讓鄧師傅從專賣小吃滷味的店面，逐漸拓展成為現今擁有3間街邊獨立門市，以及進駐5間百貨公司美食街的中菜連鎖餐廳。

托盤上一碟碟的美味佳餚，
讓一個人也可以打造出
屬於自己的滿漢全席餐桌。



鄧至佑導入 SOP 流程觀念，促使鄧師傅從家族事業轉變成為企業經營模式。

《總裁獅子心》啟發餐飲想像， 美國快餐店工作累積實務經驗

現任鄧師傅功夫菜執行長的鄧至佑回憶，以前全家人就住在現今創始店的樓上，小時候常趴在2樓窗台上，看著樓下客人川流不息，「店面幾乎全年無休，父母忙碌整天之後，衣服甚至擠得出汗水。」

餐飲業的艱辛，鄧至佑都看在眼裡，父母也諄諄教誨他跟哥哥要認真讀書，將來不要從事如此辛苦的工作，他笑著坦言：「因此我一開始真的沒想過要接手家裡事業。」

鄧至佑國三時就遠赴美國成為小小留學生，在這段期間，他偶然讀到前任亞都麗緻大飯店總裁嚴長壽所寫著的《總裁獅子心》一書，對於餐飲服務業的想像因而被啟發，並進一步申請餐飲旅館管理研究所進修。學業即將完成之際，正值台灣 SARS 疫情高峰，鄧至佑選擇先留在美國求職，並進入美國知名中式連鎖餐廳「熊貓快餐」工作。

在熊貓快餐工作期間，不僅讓鄧至佑累積豐富的實務經驗，也讓他學習到與過去截然不同的餐廳管理方式。

傳統中式餐廳相當仰賴掌廚師傅的廚藝及經驗傳承，因此難以快速複製經營模式，熊貓快餐則以工廠生產線原理，訂定出一套標準做菜流程，將複雜繁瑣的烹煮步驟簡化成標準作業程序（Standard Operating Procedures, SOP），例如將醬料編號、食材分類，員工只要按照流程進行「組裝」即可。這套料理 SOP 不僅降低員工培育門檻，同時也確保每一間分店餐點的品質皆能維持一致，無論何人掌廚，都可以完成風味口感俱佳的料理。

鄧至佑在熊貓快餐任職6年期間，一路從店經理擔任到區經理，在2006年時，他決定返台接手家業。而當時鄧師傅已從街邊滷味小店，發展成為高雄知名中式餐廳，正計畫要逐步展店，擴大營業版圖。

發展網路通路， 由傳統餐飲業轉為食品製造業

培養一位師傅至少要 2 到 3 年的時間，加上鄧師傅菜餚品項已發展至近百樣，製作步驟繁複，要如何調度人力，將是展店的一大難關。於是，鄧至佑提出移植熊貓快餐的餐廳管理策略——將料理製作流程 SOP 化。

但是鄧至佑的提案，立即被擁有正統餐飲養成背景的父親及哥哥反對：「SOP 根本抹煞料理背後蘊藏的技藝，讓從事料理工作的人不尊重自己烹煮的餐點！」

為避免衝突，鄧至佑決定先按兵不動，他花了近兩年時間到分店門市觀察餐廳運作，並持續和父親及哥哥溝通：「制定 SOP 是為了讓分店能維持與本店一致的品質，並讓有研發能力、適合標準化作業的員工可以各司其職，不僅增進效率，也提升客人用餐體驗。」

在溝通過程中，鄧至佑也逐漸理解父兄對於料理精神的堅持：「中式料理有諸多繁複步驟與技巧，無法全然複製國外作法，但我們仍可以導入部分觀念，增進餐廳經營效率。」父子三人達成共識，由哥哥主導餐廳新菜色開發，鄧至佑則負責擬定公司行銷及營運策略。

鄧至佑著手成立小型中央廚房，將料理前置處理程序標準化，例如秤重、包裝等步驟；在公司營運方面，則導入數據化管理，統計來客量，並建立業績、營業額會計報表，使餐廳跳脫過往「憑感覺」經營模式，由家族事業慢慢轉為以經理人、數據為依據的企業經營模式。

鄧至佑還做了個大膽的決定——在十幾年前少有餐飲業發展網路電商的時空背景下，決定研發冷凍真空食品、拓展網路通路，讓鄧師傅逐步從傳統餐飲業跨足食品製造業。

「最初想法很單純，我們位於南部行銷資源較少，希望透過網路提升知名度，並以冷凍真空食品的方式打破地理限制。」他笑著回想，一開始完全以土法鍊鋼的方式摸索，遇到不少挫折，例如料理降溫知識不足，將做好的熱湯直接放入冷凍，導致料理壞掉等。如今回過頭看，幸好有當初的堅持，讓鄧師傅在冷凍真空產品及技術上累積充足的經驗，當 COVID-19 爆發，導致實體店面業績受到衝擊，網路通路需求激增時，能適時應對彌補原本實體店鋪的營業額。

父親常提醒我們，
做任何事
最重要的是自己能夠安心。



鄧師傅的點餐方式類似自助餐、清粥小菜模式。

堅守品質初心，建置食品工廠提升產量

「父親常提醒我們，做任何事最重要的是自己能夠安心。」鄧至佑表示，提供好的產品與服務，不僅是父親創辦的理念，也是鄧師傅穩定成長的核心要素。品牌信譽累積不易，為了把關品質，鄧至佑每一步都走得小心謹慎，例如目前鄧師傅 8 間門市皆為直營店，婉拒其他加盟邀約；冷凍真空食品則經過不斷反覆嘗試修正，力求能還原成現場用餐的風味口感。

展望未來，實體店鋪與食品製造將會是鄧師傅未來持續發展的兩大重點，鄧至佑計畫在 2022 年建置食品工廠，不僅是為了提升產量，開拓更多異業合作的可能性，也會逐步加強服務的多樣化。「我們不只要做好料理，還要把服務也做到客人的心坎裡，並透過料理將高雄的人情味，傳遞到世界各地，這就是鄧師傅的品牌精神。」他堅定地表示。



鄧師傅創辦人鄧文裕的名言「餐飲工作是良心與道德之事業」，至今仍掛在鄧師復創始店的2樓中。

獨創力——

獨門乾燒滷法，單人份點餐方式及品項豐富的菜餚，打造一人也可擁有的豐盛餐桌。

創新力——

從餐廳經營跨足食品製造業，並導入標準作業程序管理經營制度。

傳承力——

貫徹創辦人品質至上的態度以及服務精神。