



把世界引進台灣

GB 鮮釀餐廳

讓世界刮目相看

運動吧檯，很多人下班後的最愛。

葛長林學長(EMBA 第八屆)是美國鮮釀啤酒餐廳龍頭 *Gordon Biersch Brewery Restaurant* (GB 鮮釀餐廳)的忠實粉絲，自己出差常去不說，到柏克萊上課的那年，一班 EMBA 學長們，也被葛學長請去 GB 餐廳喝啤酒。

經過多時努力，葛長林學長終於在 2008 年 6 月，於台北設立了亞洲區第一家分店。隨後一年，台中店於 2009 年開張。最近，台北二店也選定地點，將擇期開張。問葛長林學長要給交大校友的話，他提醒校友們要「享受人生！慢活！」，還有，「會議不一定要在會議室開」！



文：王麗娟
圖：李慧臻

GB 餐廳有三寶，「鮮釀啤酒」、「現做佳餚」，以及「熱情款待」。

自家手工鮮釀的啤酒，有六種口味；食材頂級而且現做的佳餚，幾乎每道都是招牌菜；更難得的是，這裡熱



GB 總經理李宏智 Jeff：「我們經營的是浪漫的事業，我最尊敬的人是我的客人」。

情款待客人的氣氛，帶給人歡樂與難忘的時光。

熱情，拿下台灣代理

Gordon Biersch Brewery Restaurant 是以創始人 Dan Gordon 先生及 Dean Biersch 先生的姓氏而命名。Dan Gordon 是位釀酒師，專長釀製德國啤酒；Dean Biersch 則是資深餐廳經營者。經朋友介紹認識的兩人，在 1988 年一起創立 Gordon Biersch，一間餐廳內設有小型釀酒廠的主題餐廳，目的是希望讓客人能品嚐到精緻手工食物外，還能喝得到新鮮的啤酒。Gordon Biersch 餐廳至今已有 22 年歷史，第一家店於美國加州的 Palo Alto 1988 年 7 月成立，全美國與夏威夷的 29 個據點，

每個據點都有一個精釀啤酒廠，以及半開放式的廚房。

在電子行業表現傑出的葛長林學長(EMBA 第八屆)，在美國洽公時，不約而同被三位生意上往來的朋友分別以「我要帶你到我的私人餐廳」以及「我要帶你去喝最好喝的啤酒」等熱情的字眼，帶到一個餐廳。一到現場，葛長林學長發現，竟然都是 Gordon Biersch Brewery Restaurant！！

被三個朋友，分別在舊金山、San Jose 以及 Palo Alto 三座城市，都帶到 GB 餐廳，這是什麼樣的巧合呢？

到了餐廳，服務生問葛長林學長要喝什麼？「我要喝啤酒」，葛長林學長回答。

「要喝什麼啤酒？」服務人員接著問，這下子可把葛長林學長給問倒了。葛長林學長後來才知道，原來在這裡，啤酒不只一種，她的顏色、口味，及名稱，都很有學問。

利用不同的麥子種類、發酵方式，釀製出多元化的啤酒口味，葛長林學長慢慢領略德國啤酒醞釀工法的特別，進而喜歡上她。後來換成葛長林學長帶著同事、朋友，介紹說「我要帶你去喝有小麥香氣、有果香味的啤酒」，GB 餐廳的創始人之一，Dan Gordon 先生，他在 2008 年 6 月 9 日來台灣慶祝台北信義店開幕。

的釀酒工藝，已經達到一定水準。

覺得 GB 餐廳的啤酒很好喝的葛長林學長，出差回到台灣後，他忍不住想，「如果這啤酒在台灣釀，是不是會一樣好喝呢？」，還是「我人在異鄉，可能特別寂寞，所以才覺得好喝」？

當 GB 鮮釀餐廳在台灣的第一釀完成後，葛長林學長



第一時間親自品嚐。「哇！一喝，覺得一樣好喝！」葛長林學長說，那種從有點擔心台灣是否可以釀出一樣好喝的啤酒、到喝了之後完全有信心，並沈醉在啤酒美味中的感覺，讓他很感動。

葛長林學長也帶德國朋友到 GB 喝啤酒，擁有高度民族自尊的德國人，也肯定 GB 鮮釀的啤酒，就是他們傳統德國啤酒的口味，沒錯！

「我喜歡大杯喝啤酒的感覺」，葛長

林學長說出他喜歡德國啤酒的心聲。而葛長林學長真心喜歡 GB 啤酒的態度，正是 GB 總部同意將代理權交給他的關鍵。

葛長林學長說，「從接觸到正式取得代理權，我足足花了七年的時間」。「其實早在 2000 年，我就想把 GB 引進台灣。初期的連繫都得不到回音」。不放棄的葛長林學長在因緣際會之下，一位葛長

比賽：釀酒人大會

每一年，美國釀酒人大會 (American Brewer Festival) 上，評審會嚴格地在 73 個品項 (category) 上，對啤酒進行評分。GB 鮮釀餐廳的啤酒，每年都在這個大會上接受考驗，也總是能夠名列前茅。葛長林學長表示，得獎啤酒最重要的意義在於，肯定 GB



聽GB總經理李宏智Jeff說菜，精彩萬分，可以感受他的熱忱

Jeff說菜

口述：總經理李宏智 Jeff

GB 餐廳的食物的範疇，在形象上是美式餐廳的菜單，菜系是地中海到亞洲系的無國界美式烹飪料理。

我們有很多種手工披薩，也有日本料理生魚片沙拉，那個醬其實是有一點點哇沙米，吃起來不是那麼嗆，會給客人筷子跟龜甲萬醬油。

台灣人很會吃牛排，我們對牛排也蠻用

心的，甚至超過美國總公司的要求。高級冷凍牛排 USDA Choice 一客 14 盎司，一開始竟然還被顧客抱怨不夠多汁。經過不斷努力，最後，我們特別去請教台北牛排界的教父，終於找到神奇多汁的關鍵。

我最尊敬的人是「我

的客人」。我感謝我的客人，尤其是當大風大雨還有人願意衝進來 GB，全身濕濕的，這樣的客人要不把他當皇帝般侍候，那真的是虧待他了呀！每當有人在 GB 餐廳辦 Party，那就是我最開心的時刻！



沙發啤酒向你招手，坐下來聊聊天！

林學長在上海的工作夥伴認識美國GB總部高階主管，透過這位朋友的安排，葛長林學長終於打開了聯絡GB總部的大門。

「他們考我喝酒」，葛長林學長說。原來約好與美國GB市場發展副總裁見面的，但臨時對方說班機要到晚上11點才到，請葛長林學長先到GB餐廳用晚餐，店長會招呼他，同時也約定了，隔天早上與副總裁見面。

這個晚上，葛長林學長在GB鮮釀餐廳，很愉快地被介紹了至少10幾杯啤酒。第二天，約了11點碰面，走進餐廳時，葛長林學長發現，昨天招待他的店長及吧台長(Bartender)，正在跟副總裁報告昨晚的情形。

副總裁開宗明義地跟葛長林學長說，「我感受到你對GB的經營理念非常了解，雖然有很多人想要跟我們談授權，但我們希望找的是認同我們文化的人」。就這樣，副總裁接著說，「我們決定跟你們合作，你回去慢慢找人，一切妥當之後，我們再來開始談」。

回到台灣的葛長林學長花

了2年，才找到專業經理人，也就是吉比鮮釀總經理李宏智(Jeff)。專業經理人到位，終於可以開始談合約了。美國GB把授權合約看得非常寶貴，這合約細節往來，又花了2年。

GB在台灣設立以來，頗

受歡迎，一年開一家店。繼台北信義店、台中店之後，台北二店很快即將開張。

問葛長林學長要給交大校友的話，他提醒校友們要「享受人生！慢活！」，還有，「會議不一定要在會議室開」！



GB 鮮釀啤酒，真的好喝！



葛根若拉肋眼牛排，藏著鮮嫩多汁的秘密！

和世界一流都市同步享受新型態餐飲文化！

談起 GB 鮮釀餐廳的特色時，「鮮釀，才叫啤酒！」(Beer like it ought to be)正是 GB 鮮釀餐廳與眾不同之處。GB 鮮釀手工啤酒得獎無數，傳承自 1516 年的德國啤酒純正釀法，堅持只用新鮮、天然的原料，在台灣本地鮮釀，以傳統方法控管整個釀酒流程的品質，這也是極少數釀酒廠能夠遵循的嚴格標準。

餐廳供應的美食，承續著 Gordon Biersch 對食物製作的精細工藝、材料挑選的高標準要求，特別講求「新鮮」以及「手工精製」，所提供的菜單內容採用最原始的物料烹

飪，不使用加工半成品；半開放式的廚房，客人用餐過程隨時可見廚師細心料理的認真神情與身影，置身其中，食物入口的感受更不同凡響，加上店內親切的服務，將是 GB 鮮釀餐廳與眾不同的飲食新享受。

每年推出全新推出多道創意美食，更是發揚多國風味的料理特色，從義式、地中海、西班牙到日式風味，均是菜單上的點餐大熱門，豐富的海鮮料理也是 GB 菜單上的一大特色，供應的魚類有海鱸魚、與美國同步的 Mahi Mahi(鬼頭刀)等，每一種魚類幾乎只用來製作一道主菜，由此可看出 GB 對食材的講

究。

掌握細節，展現特色

GB 總部除了要審核開店的地點，連店面的音樂、燈光，所有細節都各有學問。舉個例子，有關餐廳的音樂，總部提供的編曲 CD，會根據今天星期幾、什麼節日，以及不同時段，各有不同的音樂。

一個連鎖餐廳吸引人的特點不外乎是食物、飲料、氣氛，還有服務。氣氛要靠裝潢、燈光，還有音樂來營造。Jeff 說，「我們是在做浪漫的事業，是作秀的事業，也是人的事業」，所以除了鮮釀啤酒，頂級食材之外，結合音樂燈光及裝潢所呈現的氣氛，也很重要。

例如，下午茶時間人不多，音樂的音量應該要關小一點。晚上 7、8 點人多了，講話的聲音多，音樂聲音就可以大一點。Jeff 說，好的服務是要被管理出來的，不是自然發生的。

GB 的三大特色，第一是得獎的啤酒，而且是在現場鮮釀的啤酒。台灣由於法令限制，所以，GB 餐廳把鮮釀啤酒廠設在新店廠區，在餐

廳裡有透明冰箱將冰涼的啤酒分配到啤酒機器上。

第二個特色是食材，產地直送，新鮮現做，不用半成品，甚至連甜品也不用OEM代工。一般連鎖餐飲管理達到經濟規模時，會想要做中央廚房。好處是品質穩定、成本降低，讓一些廚房的生財設備不必重覆投資，相當合乎經濟學跟管理學。但GB餐廳反其道而行，好處是什麼？「就是新鮮」。

第三個特色是獨特的裝潢。沙發、吊燈及餐廳中間的地毯區，都是跟美國一樣的裝潢。播放運動節目的吧台，搭配啤酒及下酒菜，成為許多上班族下了班的最佳解壓去處。所以在美國 17 州 22 年 29 家，GB 餐廳在大都市的大金融商圈，成功地吸引了 25-40 歲的專業經理人。

慢熱，跟台中人博感情！

台中人的消費習慣在改變，公益路有很多燒烤跟火鍋，大型化的趨勢相當盛行。但他也發現精緻的飲食文化，在台中還是有潛力，GB 看準台中也有很多中小企業商務人士及都市升格的國



海鮮彩虹沙拉，很超值。

際化，因此決定到台中開店。

由於台中的辦公商圈不像台北那麼密集，所以在找地點時，GB 鮮釀餐廳決定把

GB 台中店開在有餐飲街群聚效應的公益路附近。2009年6月開幕後，GB 台中店也呈現穩定成長，「只要台中人認識GB，有機會進來，大概就會

上癮了」。

我們住在台中的朋友HoHo，就是GB的超級忠實客戶。她帶我們去吃台中GB，還說了經典的兩句話：「我要吃遍GB餐廳Menu上的每一道菜」，以及「要找我吃GB，隨時有空」。

閱讀客人

按照標準作業流程，並不能真正把服務做好。最重要的是，要能夠閱讀客人，要有一顆「想要好好款待客人」的心。

大部分人到餐廳都是快樂時刻，但也有少數人用餐時，是孤單的。GB訓練員工要能夠閱讀客人，有的客人坐在運動吧台上，臉上似乎

寫著「Please talk to me, 我今天很孤單」，吧檯Bartender要有敏感度來跟他聊天。聊了兩三句，就要知道客人想不想繼續聊天。

好的服務要做到超過客人的期望值。GB在找外場的員工時，特別下功夫，個性(Personality)特質是第一要素。通常面談主管甚至會要求面試者做才藝表演，有人會質疑這樣的要求，但有人則會想盡辦法做表演，後者所呈現出來的態度，就是GB要的人。

讓Jeff印象深刻的一個面試者，在地上滿是灰塵的臨時辦公室，被要求做才藝表演，他躺在地上，說「我要花1分鐘表演72個角色」。「首

先我的名字叫蔣中正」接下來，他又演「我叫孫中山」，眼見時間快到了，他直接說「唉呀，我的名字叫黃花崗72烈士啦！」，表演完畢。雖然大家雞皮疙瘩掉滿地，但大家都給了熱列鼓掌。Jeff說，「這就是GB要的員工」。

注重員工訓練

相較於許多餐飲業者，找到員工後沒有施予足夠和適當的訓練就開始營業，Jeff認為，這樣會消耗掉客人的消費感覺。

GB餐廳施予開店員工約2週左右的密集訓練，廚房不斷練習烹飪技巧，而外場同仁不斷試吃並勤做筆記，要求每個人都能夠清楚說明每一道菜。期間有實際服務流程演練，還要考試。當中還有試吃活動，真的找人來扮演客人，模擬點菜、服務客人到結帳的所有細節。萬事



加入GB快2年半台中店長朱志偉Weki：「我覺得我不只是在一個餐廳工作，我們在創造一個品牌，讓亞洲人可以去認識它」。



美式臘腸 & 新鮮蘑菇手工披薩，令人感動的香氣。

具備後，GB 鮮釀餐廳才會正式對外營業，「這就是GB很棒的服務文化與傳統」。

企業文化傳承

好的團隊，以及好的企業文化，這是一家餐廳成功的兩個重要關鍵。GB很注重回頭客，亦即有忠誠度的客人。GB花很多時間在行銷方面，去投資跟經營回頭客。GB還有句名言說：「百分之八十的業績，都是那百分之二十的客人貢獻的」。

企業文化，是讓一家企業能夠走得更久遠的重要關鍵。問Jeff想為GB餐廳創造的企業文化是什麼？他說，其實就是要讓大家快樂！很多人都是跟著Jeff十幾年的伙伴，對Jeff而言，這些人像是家人，「要怎讓家人跟著自己及公司成長，是很重要的課題」。如何讓每個人Happy，上下左右、裡裡外外，是Jeff認為工作上最大的挑戰。

文末花絮：

恭喜GB 鮮釀餐廳，除了台北信義店、台中店，最近台北二店，也敲定地點準備開張嘍！

GB 鮮釀餐廳台北二店地

址：台北市敦化北路102號1F

官方網站：www.gordonbiersch.com.tw

上網登錄會員，申請成功即贈送『第一杯手工鮮釀啤酒

免費』招待券；壽星於生日期間另有主餐買一送一優惠券。所有即將舉行的活動『最新消息』都將透過e-MAIL通知您，並邀請您參加。友聲



超級薯條，啤酒的最佳搭檔。