

中国油焖大虾第一人 何以“隐身”三十年

湖北日报全媒记者 刘振雄 汪芹 黄璐 通讯员 艾帅 王富田

“小李子”是谁？

30年前，潜江一个小伙子端出全国第一盆油焖大虾。30年后，潜江小龙虾产业综合产值突破900亿元，虾店4000多家，走出了“几十个亿万富翁、几百个千万富翁、几千个百万富翁”。而这位中国油焖大虾原创者，拒绝扩张的冲动，拒绝“龙虾大王”的江湖名号。他只守着一家店。

全网都在找“小李子”。近日，湖北日报全媒记者前往潜江，找到了他——58岁的李代军。

从潜江市区往王场镇方向驱车半个多小时，在广华寺街道五七大道桥头，“五七小李子”虾店安静地开着，没有连锁，没有分号，就是一家店。这是油焖大虾真正的发源地。

2006年李代军
就已声名大噪。



为爱辞职： 电工“小李子”的“疯狂”决定

李代军1968年出生于潜江。他是家里老幺，遇事有父母和哥哥姐姐罩着。但他调皮，不好好读书。哥哥是老师，骂他打他，没用。高考那年他病了，没报名，哥哥要辅导他第二年考，他却说“我已毕业了”。

他这么“狂”，是有底气的——潜江又叫江汉油城，1972年油田建成，油田人与当地情同鱼水。李代军景仰石油精神，恰逢江汉油田招聘电工，他应聘上了。月薪36元+300元补贴——在那个月收入普遍不到100元的年代，这不是一般的高。

拿着高薪，他天天下馆子，“味道一般的馆子我不去第二次”。但有一家小馆子的油焖鸡仔特好吃，他天天去吃。不仅菜好吃，做菜的人，他也挪不开眼。

做菜的人叫何凤珍，1971年生，小学三年级辍学，当过保姆，在餐馆“看”会了一身厨艺，最拿手的就是油焖鸡仔。李代军托人说媒，把她追到手，娶回家了。

李代军是“嘴刁的吃货”，娶上会做菜的老婆，天天捂着肚子喊幸福，却突然有一天做了个让所有人都看不懂的决定——辞去油田高薪工作，拿出5000元积蓄，租了一间10平方米、只够摆3张桌子的小门面。原因是——“我老婆做菜太好吃了，却不能出去炒菜，太屈才！”

“但第二天就迎来当头一棒！”李代军说，“我们是那个门面第28个租户，前27家都是亏本走人的。”他这才有点发怵。

何凤珍却镇定地说：“石油工人都豪爽，朋友天南海北，我们不愁客源；你辞高薪开餐馆不是为赚钱，是不让我屈才，受考验的不是你，是我！”

那是1996年初夏一个闷热的夜晚，小两口坐在10平方米湿凉的水泥地上，双手紧握，彼此壮胆：“我们一定行，我们会成功的……”这份创业的忐忑，时隔多年，已奔六的李代军和何凤珍每每忆起，仍眼眶一热。

怕老婆屈才和怕亏本，李代军选择了前者。一个产业的起点，不是什么宏大的商业规划，而是一个普通人决意“宠”一个人的瞬间。



2021年，潜江拍摄首部龙虾产业纪录片，李代军夫妻接受采访。

第一盆油焖大虾，是怎么“吵”出来的

还原·揭秘

开店了，何凤珍主厨做油焖鸡仔，李代军跑堂，自称“小李子”。他“疼妻惜艺”的故事感动了油田人，他们热心捐来桌椅、米油，还捐来油田工装——不是油田人，穿油田工装开餐馆，成了一道风景。

李代军从“家庭顶梁柱”变成“餐馆小李子”，幸福还在，“面子”却若有旁落。一次老婆要他去菜市场买莴笋，他图省钱买回便宜的“棒棒菜”，老婆吼他不会做事；洗碗又不小心摔破一个，老婆把他往外推，你一边玩去！他一气之下，回老家王场镇红桥村了。

小龙虾那时还是“害虫”。李代军说：“我们小时候比赛钓虾，看谁钓得多，钓的虾都扔掉，没人吃。”回老家后他闷得慌，去钓虾，钓了很多，就带回餐馆“挑衅”老婆：“名厨，有本事做盘虾试试？”

何凤珍不接招：“你自己做！你做你的虾，我做我的鸡仔，看顾客吃谁的！”

李代军较上劲了，他偷师一个月，琢磨出一盘麻辣虾球。恰逢电视剧《虾球传》热播，主题曲《游子吟》正打万千打工仔，“看虾球、唱虾球、吃虾球”成了时髦。虾球大卖，“小李子”扬眉吐气。

但很快，满大街都卖虾球，李代军愁眉苦脸。无意中他发现凉拌毛豆没剥壳，他脑中灵光一闪：虾壳也可以嗦味，虾为什么剥壳？

他把两只整虾偷偷丢进油焖鸡仔的锅里，何凤珍发现时已焖熟了，油焖鸡仔没法上桌，只能自己吃，顺带把大虾也尝了一口，不料味蕾的天灵盖“嘭”的一声开了——可以用油焖鸡仔的方法油焖大虾呀！

这次两人没吵架，一起摸索，而且多了上次麻辣虾球被轻易模仿的“技术防备”——虾壳厚，入味难，下锅前在头、背、尾部剪四刀，既入味，又方便剥壳；接着又摸索出剪虾头、挑胃囊、剪小爪、挑虾线、剪虾背等“七刀剪虾法”；还在选材、火候、配料上精琢细磨，试出白芷、白蔻、丁香等十几种香料可以添味生香。1996年夏天，第一盆油焖大虾，正式诞生。

“各个餐馆都模仿，但我琢磨的这些手法和配料不是一眼能看出来的。你可以模仿虾，但模仿不了味。”当时大虾每盆10元，他卖12元，顾客仍吃他的，还要提前预订。他们的小排档从3张桌扩展到近百桌。

李代军在潜江
龙虾学院授课。

30年只守一家店， 他真的不想做大吗

深挖·追问

“小李子”崛起了。2003年从10平方米小店入驻五七夜市，取名“小李子油焖大虾”。

“我没打广告，家家餐馆都有卖，打广告没用，只能靠口口相传，做回头客生意。”李代军说。

湖北是“千湖之省”，各地都有小龙虾。李代军完成了0—1，各地就开始1—100，小龙虾热席卷各地美食街，虾店鳞次栉比，但良莠不齐，很多都直接套用“小李子”招牌。李代军没追究，他知道初始的火爆总会很杂乱，规范要有个过程。他觉得重中之重，是对“味”的坚守。

他先后也开了三家分店，但2006年CCTV-7对他专访报道后，他开始警觉了：“烹饪技艺普遍不精，都一窝蜂扩大规模，这么鱼龙混杂下去，油焖大虾会跟很多时髦行业一样，轰隆隆来，稀拉拉散。”

他淡出媒体视野了，将分店转出去，默默回到五七大道桥头独守“五七小李子”这一家总店，专心钻研油焖技艺的规范化、标准化。

“我就这一家店，但还是叫它总店。”李代军说。他心中有另一套商业版图，人们往往以生意规模设立总店和分店，他却认为民以食为天，食以味为尊，总店输入分店的首先是“味”。很多同行的经营规模比他大，酒店装潢也比他气派，仍尊称他的“五七小李子”为总店。2024年7月，他的“五七小李子油焖大虾制作技艺”被列入潜江市非遗名录，这无形中印证了他一直坚守的店，是当之无愧的“总店”。

他说，他要做百年品牌，店开多了会分心，会毁了品牌。2016年湖南卫视《天天向上》多次来潜江登门请他上节目，他不去。

中国水产流通与加工协会小龙虾产业分会常务副会长张远华评价他：按通常思维，“第一人”要在人们还在观望时就迅速扩大规模才能永立潮头，但李代军不像生意人，他的每一步转型都不是为赚钱。

30年只守一家店，这不是“躺平”，这是清醒。匠心不是喊出来的，是“守”出来的。当规模与品质发生冲突时，他选择了后者。这种选择，在追求“快”的商业时代，反而稀缺而珍贵。

他不是不做大， 是换了一种方式“做大”

李代军不扩张，不代表他不传承。

他是“中式烹调高级技师”“中国烹饪大师”“中华美食工匠”……同时还在传承“五七小李子油焖大虾制作技艺”。这项非遗技艺不是前人创下的，是他首创的，他是“源头传承人”。

2017年，潜江龙虾学院成立，专设“李代军大师工作室”，聘他为客座教授。“七刀剪虾法”、清洗去腥、虾黄保留技巧……所有绝活，他都免费传授，他的“徒弟徒孙”已逾万人。

潜江养虾大户蒋成虎说：“他挑虾极严，非7钱以上的母虾不要，退货是常事，一点情面不讲。”有人建议他自建养殖基地，不用天天跟供货商磨嘴皮子。他说一个产业的所有链条如果被一家掌控，这个产业就长不了。“自己养虾自己焖，自己养的虾也不合格怎么办？人都有私心，监督别人易，监督自己难。”他认为上下游链条必须是监督型合作关系，各自独立，各守本分，自担风险，才能同进步、共繁荣。

对李代军来说，产业的健康比个人的版图更重要。真正的传承，是教会更多人，而不是控制更多人。他把油焖大虾变成了公共财富，自己甘愿当“铺路石”。这种胸襟，是乡土产业能够“从一盘龙虾长出一个产业集群”的底层密码。

不辜负一只虾， 就是不辜负一生的热爱

“小李子”没有消失。从他1996年端出第一盆油焖大虾那一刻起，30年了，他一直跟小龙虾在一起，没有离开半步。

张远华说，真正的大厨，厨艺都富含哲理——尊重、爱惜食材，拒绝让食材为生意让步。李代军不贪规模是对虾的敬畏，独守一店是对味的承诺。他回避喧嚣，坚守朴素信念：食材有灵，匠心无价；不辜负一只虾，就是不辜负一生的热爱。

他就在潜江五七大道桥头，守着那家店，守着那锅虾，守着30年前一颗不甘让妻子屈才的初心。

58岁了，他已不必天天亲自掌勺，但坚持每天尝虾，坚守正味，思考如何进一步创新。他已研制出了两款酱料，超市里有卖。“你回去照着使用说明，自己在家焖虾，也能焖出我店里一样的味。”

何凤珍总是笑咪咪的，30年来如一日，天天守灶台，坚守从李代军身上悟出的“挣钱”心态而不是“赚钱”心态，为她的八方顾客，精心焖好每一只虾。记者在他们店前停车场上看车牌，连看15辆车，13辆是外地车牌。

她因为知足而幸福，很开心“小李子”当年追到了她，说他当年辞职开店其实是“宠我”，端出第一盆油焖大虾其实是“气我”……“我们现在偶尔还拌嘴，但每次还是他来牵我的手。”

他们的儿子叫李云梦，在武汉开店，聘父亲当技术顾问，经营上自己来。他给父母带来的惊喜不是赚多少钱，而是为二老生了3+1个孙子——头胎是三胞胎，三个男孩，奶奶何凤珍取名臭臭、皮皮、匠匠，说“三个臭皮匠抵一个诸葛亮”，她还想要个孙女，名字都预备好了，把诸葛亮的“亮”改成“靓”，叫靓靓。

结果二胎仍是男孩，只能叫亮亮。

李代军又拌嘴了，说：“诸葛亮是谁，名字能让你改？”一屋人欢笑，把屋顶亮亮了。

一个产业可以很大，但它的原点往往很小——小到只有一间10平方米的店铺，小到只有一次夫妻间的拌嘴赌气，小到一个人决定“宠”一个人的瞬间。而正是这些微小的原点，在时代的发酵下，最终撑起了一个超900亿元产业的浪漫传奇。

本版图片由受访者提供

调查·发现

