



岗巴羊肉做的汤锅。

岗巴羊手抓。

岗巴羊展厅。

苟东杰 “90后”餐饮深耕者 以产业之力筑高原振兴路

一盘热气腾腾的日喀则岗巴羊手抓肉,从平均海拔4700米的雪域牧场,经48小时专业冷链直达拉萨餐桌,这是春轩台餐饮打通的高原美味通道。“90后”苟东杰从工程设计一线跨界投身餐饮经营的烟火人间,以餐饮为桥,不仅让岗巴羊从“藏在深闺”走向全国餐桌,更将春轩台打造成西藏好物推广平台。依托线下展厅、线上渠道,他让更多高原绿色农产走出西藏,以产业力量带动农牧民增收,践行着企业助力乡村振兴的初心。

文/记者 德吉曲珍 图/记者 贡曲罗杰



工作中的苟东杰。

跨界转型 从工程现场到餐饮烟火 以实干写成长答卷

2017年夏天,刚走出大学校园的苟东杰,怀揣着对西藏的向往,告别家乡来到拉萨,入职和亿源集团,投身工程设计领域。此后三年,他的足迹遍布公司各个项目工地,工地的风沙磨砺了他的意志,一线工作让他积累了扎实的项目管理、现场统筹能力,也让他对西藏的资源禀赋与民生需求有了深刻认知。在工程一线的摸爬滚打中,他练就了严谨务实、雷厉风行的作风,更培养出敏锐的市场洞察力,为日后跨界创业埋下伏笔。

2020年,是苟东杰职业生涯的重要转折点。当时西藏特色农牧产品资源丰富,但品牌化、市场化程度不高,餐饮行业蕴含着挖掘本土特色、推动产业融合的巨大潜力。凭借对市场的深刻理解与敢闯敢干的魄力,在集团支持下,西藏春轩台餐饮有限公司在拉萨成立,苟东杰出任总经理,正式开启从工程人到餐饮人的跨界转型。面对全新领域,他从零起步,以工程人的严谨态度深耕餐饮经营,从战略规划、运营管理到团队搭建、品牌打造、营收管控,每一个环节都亲力亲为、精益求精。“我完全就是餐饮小白,刚开始时有无从下手的窘迫,好在我愿意摸索。”苟东杰是个踏实肯干的小伙,他喜欢有挑战性的工作。

在苟东杰的理念里,餐饮不仅是做味道,更是做良心、做责任、做西藏的发展。六年来,餐饮行业遭遇客流减少、成本上涨等多重压力,不少同行选择裁员降薪,春轩台也一度面临无客到店的困境。但他为公司立下铁律,再难不裁员、再苦不降薪、不让一名员工失业。“他们都是跟我一样从零开始打拼过来的,不能一遇到困难就抛弃共同奋斗的人。”他说。

如今,公司38名员工大多并非餐饮专业出身,却在他的悉心培养下,从零基础成长为业务骨干;从服务员到主管,人人都能独

当一面。六年来,春轩台累计为130余人提供就业岗位,不分学历、不论背景,为西藏稳就业注入温暖力量。苟东杰也在这场跨界成长中完成了自我蜕变,从职场新人成长为公司负责人,在三十而立之年,以实干交出了一份满意的答卷。

产业赋能

让岗巴羊从雪域牧场到城市餐桌 以订单带动农牧民增收

在藏八年多,苟东杰对西藏的情感愈发深厚,也始终在琢磨如何以餐饮为纽带,把西藏的好物带出高原,让农牧民的日子越过越红火。2021年,他走进平均海拔4700米的岗巴镇,纯净的雪山融水、天然的高寒草甸,加之农牧民世代传承的生态养殖方式,让他一眼就认准了这里的岗巴羊。肉质鲜嫩无膻、营养丰富,是高原馈赠的天然美味,却因包装简陋、冷链缺失,一直“藏在深闺人未识”,农牧民守着优质资源,却难以换来实实在在的收入。

看着农牧民们期盼的眼神,苟东杰心里有了主意,春轩台扎根西藏,就该做连接牧场与餐桌的桥梁,让岗巴羊走出高原,更让这只高原羊变成农牧民的“致富羊”。说干就干,他带着团队与岗巴镇党委、养羊合作社深度合作,坚持“直采基地、直联牧民”模式,砍掉中间环节,让餐饮订单直接对接养殖基地,既保证了羊肉的新鲜品质,也让农牧民拿到了更实在的收益。

针对冷链薄弱、包装滞后的短板,春轩台主动搭建冷库,引入专业物流,硬生生打通了保鲜运输的堵点,实现了“48小时从牧场到拉萨”的高效配送。去年5月,春轩台与合作社、顺丰速运正式签约,岗巴羊“牧场-加工-物流-餐桌”的全产业链彻底贯通,这也成了产业发展的重要里程碑。

在春轩台的助力下,岗巴羊的名气越来越大。2024年,仅春轩台就帮岗巴县卖出500多只羊,农牧民的养殖积极性越来越高。岗巴镇也成了“西藏绿色食材供应基地”,岗巴羊的品牌曝光量超10万人次,从地方特产慢慢变成了有影响力的“高原IP”。

记者在餐厅三楼的一面墙上看到岗巴镇送来的感谢信与锦旗。信中写道,春轩台不仅帮助岗巴羊打响品牌、拓宽销路,更让牧民的辛勤付出有了实实在在的回报。同样,随着电视剧《日光之城》热播后,更是掀起了岗巴羊“追羊热”。苟东杰抓住机会,在保留传统吃法的基础上,创新推出一系列的新菜品,让这道高原美味既能登大雅之堂,也能走进寻常百姓家。如今,岗巴羊系列菜品已是春轩台的招牌,而这只从雪域走来的羊,也真正成了带动牧民增收、助力乡村振兴的“致富羊”。

品牌拓路

挖掘西藏绿色农产价值 以创新推动好物出圈

在岗巴羊产业一步步走向成熟的过程中,苟东杰想得更多了。他明白,在西藏,像岗巴羊这样的优质特产还有很多,只是大多“藏在深闺人未识”。它们同样有着天然、绿色、健康的品质,却因为品牌弱、渠道少,走不出高原。他觉得,春轩台既然扎根西藏,就不能只做一家餐厅,更要做西藏好物的“摆渡人”。

为了让岗巴羊的销路更宽、肉质更新鲜,春轩台专门打造了一间岗巴羊展厅。记者在展厅里看到,新鲜的岗巴羊肉被切成不同大小的肉块,方便顾客按需选购;展台上陈列着用岗巴羊制作的各类精致菜品,

从传统手抓到创新吃法,琳琅满目。苟东杰说,他想把这个展厅升级为“西藏农特产品展厅”,让更多高原好物集中展示、集中体验、集中销售,真正走进全国消费者的视野。

于是,他把春轩台的发展方向,悄悄转向了更广阔的农产品推广。他希望以餐饮为纽带,把更多西藏好物带到城市餐桌。在岗巴羊的成功经验之上,他开始把目光投向西藏各地,计划把当地的特色绿色产品纳入采购体系,让它们从田间牧场走进餐厅后厨,变成一道道有故事、有温度的菜品。

线上渠道,是苟东杰打通地域壁垒的关键一步。他计划搭建线上推广平台,以岗巴羊为核心,整合高原特色产品,形成“线上+线下”的融合模式。线下,春轩台门店与展厅成为体验阵地,让顾客看得见、尝得到;线上,通过电商和直播,让全国消费者足不出户就能买到正宗的西藏好物。

在苟东杰心里,推动西藏农产品出圈,不只是生意,更是责任。他常说:“西藏的好东西,不该只藏在深山里,应该让更多人看见、品尝、喜爱。”他希望春轩台能成为西藏绿色农产品的推广者和搬运工,用餐饮的力量,把高原的纯净与美好,送到更多人的生活里,也让农牧民的付出,换来更踏实的收获。

他说:“我们做的不只是一道菜,更是把高原的生态、牧民的辛劳,一起端上餐桌。”

初心如磐

以担当践行社会责任 以微薄之力回馈西藏人民

“扎根西藏、服务西藏、回馈西藏”,这不仅是每一个在藏企业的宗旨,更是苟东杰所在的集团公司的初心。随着春轩台一步步成长,他始终把企业发展与社会责任紧密相连,用一件件小事、一次次行动,把温暖送到需要帮助的人身边。

在日常经营中,公益早已成为春轩台的常态。每逢节假日,苟东杰都会带领团队,为环卫工人、外卖骑手、社区工作人员送去慰问物资与温暖关怀。在他眼里,这些默默守护城市的人,值得被看见、被尊重。而当灾害来临,春轩台更是第一时间站出来。定日地震发生后,苟东杰连夜组织团队筹备物资,送往灾区。他对身边人说:“当灾难来临的那一刻起,没人能独善其身。”

截至目前,春轩台已累计投入30余万元用于公益事业,每一笔钱都用在实处,帮扶困难家庭、支援灾区、开展社区服务。对苟东杰来说,公益不是口号,而是发自内心的回馈。

2025年,他又在餐厅三楼中餐厅的大堂里,悄悄摆放了一个募捐箱。如今,箱子里已装满了零零散散的捐款。他指着箱子介绍:“这是我们推出的新举措,每一笔订单拿出10%的资金,会自动汇入这个箱子,作为帮扶困难家庭的专项基金。”他希望这份善意能看得见、摸得着,让每一位走进店里的顾客,都能成为传递温暖的人。

这10%的资金,将专门用于困难家庭的生活物资补给与子女教育资助,让企业的每一分收入,都能转化为回馈社会的力量。如今,参与公益已成为春轩台员工和顾客的习惯,大家主动参与、积极奉献,把善意传递下去。

“往后的每一天,我们春轩台将继续以餐饮为起点,以产业为纽带,以品牌为抓手,让更多西藏好物走出高原、走向全国,让农牧民的日子更有盼头,让高原的生态价值、经济价值被更多人看见。”苟东杰坚定地说。