

# 新餐饮品牌如何迅速占领市场？

见习记者 史旻/文 记者 崔引/摄



在十几年前，我们对于餐饮的理解还只是简单的两分法——靠老板手艺撑起来的独门馆子，或者金碧辉煌的高档大酒店。

但是随着近年来，各大商业广场如雨后春笋般在城市各个角落发展起来，我们也发现，服饰不再是商场里唯一的卖点，不少餐饮门店进驻到这些商场内，成为这些“城市中心”的“新王牌”，吸引着相当可观的客流。

在上周六的创业分享会上，浙江聚石阵品牌管理咨询有限公司的董事长陈祥先生来到现场，以自己的创业经历作为切入口，介绍了餐饮行业在这些年中的飞速发展轨迹，为在座读者打开了餐饮新世界的大门。

## 吸引眼球是个大学问

陈祥自认为是一个从小就不太老实的人，也因此，他跑到了地球另一端的冰岛，又在回国后做起了冰岛这个人口仅三十万的小国的生意，并在其失败后带着经验教训做起了餐饮生意。

在交流中，他把自己的探索经历称为“增肥之路”，诚然，在不断挖掘全国甚至全世界饮食品类的路上，不但有奔波和热爱，还有甩不掉的卡路里。

从餐饮创业到餐饮品牌运营创业，陈祥可谓是美食世界的弄潮儿。在他看来，餐饮品牌化会是未来的一个大趋势，这对于许多餐饮创业者来说，是机遇，更是挑战。

“靠手艺起家的‘老字号’是这场‘变革风暴’中的直面者。”

靠着小弄飘香吸引路人趋之若鹜的时代已经逐渐落幕，在数字技术与营销手段齐飞的今天，这些凭借祖传秘方或者大厨手艺立起口碑的餐馆面临着巨大考验。

陈祥认为，当前“老字号”的发展绊脚石主要集中在四点：团队不专业、资源通道少、信息不对称、发展思路不明确。

“我们在业务接触中碰到了不少这种类型餐馆的发展苦恼，想要扩张却缺乏渠道、无从下手，这就是没有重视品牌运营的结果。品牌历史、餐厅装修、服务员服饰、服务特色等等都能成为品牌传播度的一部分。”

在分享会中，陈祥向在座读者展现了近些年聚石阵孵化的一些餐饮品牌，当翻到“几把串”的时候，大家不约而同地发出了意会的笑声，有读者不禁发出了质疑：取这种“新潮”的名字真的合适吗？

“说来有些怪诞，但是我们在品牌取名字时经常会自嘲‘要不择手段地吸引眼球’。一个新的品牌出现在市场中，最先吸引到消费者的就是名字，品牌名在未来也会成为这个品牌内涵、品质的象征。”陈祥解释道。

## 餐饮项目如何选择？

这几年，餐饮品牌以肉眼可见的培育速度出现在我们的日常生活中，由一个四川农村青年创办的海底捞凭借极其优质的服务一炮走红，今年在港交所敲钟上市；两个医生辞职“瞎搞”的胖哥俩肉蟹煲在短短几年内就已经成为遍布全国、月入过亿的著名餐饮连锁品牌……资本在这一行业的参与，仅仅用“火热”两字概括还是意难平。

那么，聚焦餐饮品牌投资、孵化的陈祥在选择项目上有何倾向呢？

“味道肯定是一切选择的基础。”陈祥在这一点上表现得相当果断，餐饮餐饮，消费者会不会进行二次甚至多次消费，归根到底还是会回归食物的本质——味蕾的刺激。

其次，对于连锁品牌来说，可标准化的操作也是考量的一个因素。

再者就是盈利空间，这就涉及食物与供应链等多方面的契合度。

最后则是食品类的发展趋势。

“这几方面其实有一些可以从专业角度入手解决，我们有专门做互联网推广的，可以从大数据角度去分析每个美食品类的热度，比如我们如果看到‘小龙虾’的搜索热度在上升，那就可以判断这一品类在未来两三年甚至更长时间内都能有发展空间。”

时代在前进，消费者给食物赋予的价值也许不仅仅停留在味觉，餐饮创业者对于食物的选择也不再单纯靠自己的喜好与特长。消费者用各式各样的APP搜索更多更有特色的餐厅，而那些创业者也在借助这些互联网上的痕迹来窥探“成功的秘密”。

回望自己的创业经历，陈祥向读者真情流露道：

“现在餐饮行业十分火热，但是我们也要清醒，今天身边出现了多少新门店，就意味着昨天倒下了多少。如果等我很老很老了，身边还有以前我工作过的痕迹，那就是我人生最大的意义。”

在活动的互动阶段，不少热心读者围在陈祥身边，或打听品牌包装细节，或寻求餐饮品牌加盟，甜点美酒相映，好不热闹。

有读者坦诚：“我现在有一点国外市场的渠道，这次来是想向陈总来寻求合作的，陈总经验丰富，这次分享让人受益匪浅。”

当问及具体合作方式时，这位神秘读者选择不插窗户纸，表示想在与陈总的后续沟通中留有惊喜。