

600家店 缩水80% 加盟市场 丧失优势

5年间这家火锅店怎么了? 重庆火锅未来之路如何走?



商报图形 肖遵怡 制

重庆商报-上游财经 记者 侯佳 实习生 张语菀

一家名为“孔亮火锅”的店日前举办了一岁生日酒,此举被业界解读为孔亮品牌的新生。“孔亮”这个名字,在重庆火锅史上,有着符号意义。它是重庆火锅协会发起单位,1100平方米起的大店模式曾冠于成都、加盟店顶峰时到600多家……这样一个品牌,却在2013年突然走向衰落,淡出消费者视野。20年来,它经历了什么,发生了哪些改变?在老板李俊的讲述中,试图解构重庆火锅的发展脉络。

辉煌 火锅店须1100平方米起

晚上10点多还在排队,翻5次台,等位的客人们瓜子、花生都要剥六七十斤;每个门店运货的车都有四五辆,每天满载运3次…… 荤菜卖光了,消费者还乐意坐包间、开红酒,烫素菜…… 嫩子都分了头刀(腰花、鸭胗)、二刀(荤菜)、三刀(素菜),每个店头刀的天都要切腰花60斤、鸭胗110斤…… 这是属于孔亮烤鱼火锅的时代。 1996年底,从坝坝上摆桌子,以招牌“烤鱼火锅”在重庆起家后,2001年走出重庆,在成都

开启了大店制霸模式。 1100平方米的面积,花费200多万元的星级装修,比当地便宜了一半,8、6、3、2(荤菜8元、6元、素菜3元、2元)的价格策略,风靡成都。 成都西门、北门、南门直营店相继开业,经营面积均是1100平方米起。 2005年,孔亮烤鱼火锅占地4000平方米的旗舰店投用,一时风光无限。 截至2005年,成都5家直营店、3家直营店,全是超过1100平方米的大店。加盟生意也随之蓬勃发展,截至2010年,全国门店超600家。

痛点 遭遇“毛棉油”黑油碟事件

有时候的风光独好,背后却潜藏着致命的危机。 大约在2005年,孔亮火锅遭遇“毛棉油”黑油碟事件,众多重庆火锅品牌遭厄运。 随后,孔亮断绝了与巴南其龙油厂的业务往来,并宣布由总店统一配送调和油给所有直营店及加盟店中。 但,这次事件给了孔亮烤鱼火锅狠狠一击。 孔亮的加盟模式是,出品牌、出技术,每隔3年一签。随着加盟店数量爆增,管理却越发吃力。比如在执行整体市场营销策略时,需要加盟商一起参与到品牌活动中来,但是部分加盟商却阳奉阴违,效果不尽如人意。

“食品安全、服务态度、营销模式等,只要当中任何一个环节出现问题,板子都会打在品牌上。”孔亮管理层对企业的未来感到迷茫,“特别是食品安全问题,如果再出问题,会不会引起群体事件?” 2010年后,孔亮烤鱼火锅的生意呈断崖式下滑,同时,受制于越发竞争激烈的市场,特色产品土烤鱼成本高企,采购渠道越发不容易。 孔亮烤鱼火锅,决定转战金融行业。火锅板块没落成为应有之意,重庆的直营门店陆续关门。到如今,成都的直营门店仅剩两家,加盟店仅剩100家。孔亮烤鱼火锅淡出市场。

重启 没有鲮鱼的孔亮火锅

去年,名为“孔亮火锅”的店,在重庆龙头寺开业。同年8月,加州店开业。不久前,老板李俊给孔亮摆了次重生酒,他认为,经过一年的发展,孔亮火锅已经站稳脚跟。 李俊,孔亮火锅品牌的实际操盘人,是陈孔亮的侄儿。“老辈子已退到幕后,孔亮火锅的未来由我传承。” 孔亮烤鱼火锅的新征程有哪些变化? 记者发现,它的招牌上,再无烤鱼两个字。在菜单上,也没有烤鱼这道菜品了。 “农村土烤鱼已是稀缺产品。孔亮火锅需要传

承和创新。”李俊称,传承的是孔亮的传统技艺,如仍坚持手工炒料,回归重庆火锅制作工艺;坚持高品质鲜货食材,如毛肚可当客人的面现撕现吃等。 “因为喜欢吃,才来做这个行业。如今的孔亮创新主要集中在菜品上,即通过研发不断地制作工艺,让食材美味在火锅中得到极致呈现。”李俊举例,如一斤牛肉,用5只蛋的蛋清腌制,会更爽滑。 对于未来,李俊认为,孔亮现阶段应该蛰伏,专心做好产品,做好门店运营,这才是孔亮发展的根。至于加盟,之前已吃了大亏,所以会更谨慎,“在实力不足的情况下,不会考虑加盟”。

新闻纵深

加盟市场正丧失优势 重庆火锅路在何方?

重庆市火锅协会内部人士介绍,随着重庆火锅在四川、山西、陕西、北京、内蒙江、浙江等地四处开花,重庆火锅的徒弟们自立门户,外地火锅群雄逐鹿。重庆火锅品牌的加盟越来越难做,这是不争的事实。 2006年前,重庆火锅大佬们攻城掠地,靠的是口味和性价比。但在管理、文化、创新上形成的品牌综合竞争力上,重庆火锅企业显得薄弱。事实上,孔亮曾经遭遇的问题,不断地在重庆火锅企业身上上演。那么,重庆火锅的未来之路如何走?

破冰加盟管理 运营系统实现信息化

火锅的加盟管理问题,不仅仅只有孔亮烤鱼火锅有此遭遇,事实上,还有许多火锅企业在这方面栽了跟头。 那该如何进行有效管理?连锁餐饮一定要做到运营系统信息化。把所有人员的活动经过系统管理并体现出来,如加盟店必须在固定的供应商买食材,同时,供应商必须有严格的准入措施。 对于后厨人员,在行动上也要体现,如炒料师傅每天炒料的时间要固定在一个合理的区间,避免个人心情影响工作。

实施品牌升级 加强文化IP形成品牌

除了核心运营外,重庆火锅企业还要加强文化IP建设,在整个团队中建立一致的观念,无论是加盟店还是直营店都要遵守统一规则。 IP的定义是原创、持续并可识别的独特价值观的集合。 首先,要给品牌重新定位,即你是什么,有何不同,为何是你,没你怎样,和谁竞争。 其次,形成品牌差异化,即价值主张、超级符号、品牌调性等。 最后才是品牌的体验和传播。 如海底捞火锅,在装修、口号、服务、活动等方面都注重输出海底捞的价值主张。不仅消费者认可其品质和服务,企业内部的福利、培训、晋级制度等,也能让员工对企业充满归属感,这又将员工对企业的认可传递给顾客,加强了消费者对产品、品牌的体验。 好的火锅品牌IP,要与目标消费者形成情感共鸣。

注重产品创新 创新不是猎新猎奇猎怪

重庆火锅人因为火锅情怀,所以孜孜不倦地对火锅味型、菜品,不断探索、创新。这是优势。 但是创新不能盲目。许多火锅老板,看别人的店生意好,依葫芦画瓢,将照搬照抄之为“创新”。比如满街跑的鲜货火锅,都是在门口摆一堆鲜菜。却没有看到别人背后有一套完整的供应链支持。 再如,互联网餐厅目前很火,于是,有火锅老板开始做一些新、奇、怪的餐厅,一味求怪而不求味,舍本逐末。同时,在装修上投入重金,在产品上推出烟雾缭绕、分量少、价格高的菜品。 好玩,确实会吸引消费者分享朋友圈,但好吃才是吸引回头客的不二法门。

新闻链接

重庆火锅曾大规模收编成都品牌

1990年11月,成都衣冠庙,小天鹅火锅掌门何永智租下2000平方米的店堂,打响了成渝火锅之战的“第一枪”。 随后,“成都人的市场不能被重庆人全占了!”狮子楼掌门杨义安出手,在成都万年场打造了4000平方米的店堂,一举摘下“中国最大单体火锅店”桂冠。至此,成都形成狮子楼、皇城老妈、小天鹅之三强鼎立之势。 2001年9月,孔亮烤鱼火锅登陆新鸿路,价格比成都品牌火锅的价格低了一半,掀起“8632”的价格战。 2004年5月,重庆刘一手火锅杀进成都,不仅执行“8632策略”,还推出“六八折大优惠”,一炮打响。 2005年3月,孔亮烤鱼火锅强势入驻红星路四段,与成都元老品牌热盆景隔街而立。五个月后,热盆景无奈宣布停业。 2006年,重庆德庄火锅闪电占领成都西门、南门和东门要塞,重庆胖妈烤鱼火锅数家分店几乎同时亮相。 到2006年底,已有超过70%的成都火锅品牌被重庆品牌收编。

汽车塑料件要A股上市 揭秘重庆汽车产业拟上市集群

重庆商报-上游财经 首席记者 刘勇 实习生 郑森楠 周瑾

俗话说,三百六十行,行行出状元。做到细分行业领先地位的企业,都可以在资本市场一展身手。 9月7日,重庆证监局公告称,重庆溯联塑胶股份有限公司(以下简称溯联塑胶)已与保荐机构签订辅导协议,拟公开发行股票并上市,9月1日在重庆证监局办理了辅导备案登记,愿接受社会各界监督。 溯联塑胶注册地在重庆市江北区港城工业园区唐家沱C片区,辅导机构名称为中银国际证券有限责任公司。

而溯联塑胶官方网站显示,溯联塑胶为从事塑料尼龙管路系列(汽车燃油/真空系统管路总成等)、塑料快速接头及塑料紧固件(塑料管卡)等产品的专业设计、生产和服务的高新技术企业。现有员工600余人,其中工程技术人员占25%;公司总占地面积约为24000平方米;公司以重庆为总部,在重庆、成都和柳州设有生产基地,拥有完善的自主研发团队和自主知识产权,能从整个产品的设计、开发、制造、过程控制和售后提供全方位的支持和服务;公司利用遍布全国的物流网络,可以为全国各地的客户提供配套产品和服务。 另外还有公开资料显示,公司产品已与长安汽车(集团)有限公司、长安福特、力帆集团、潍柴动力、庆铃汽车、哈飞汽车有限公司、昌河(铃木)汽车有限公司、上海通用五菱汽车有限公司、邦迪管路系统(武汉、海南、重庆)等形成了稳定的配合系统。公司已通过了ISO/TS16949:2002标准的质量体系认证和产品的3C认证。 工商资料显示,溯联塑胶成立于1999年4月20日,住所重庆市江北区港城工业园区唐家沱C片区,注册资本6872万元,法定代表人韩忠俊(董事长兼总经理)。

所属行业为制造业,经营范围包括:生产、销售:汽车零部件(不含发动机)、摩托车零部件(不含发动机)、塑料制品;销售:化工产品(不含化学危险品)、机电产品(不含汽车)。 2015年以来,溯联塑胶经过三次增资扩股,2015年6月2日,注册资本从1000万元,增加到1040万元,2016年9月27日成立股份有限公司,注册资本变更为6240万元,今年9月4日,注册资本变更为6872万元。 溯联塑胶对外投资有3家子公司,柳州溯联塑胶有限公司(注册资本500万元人民币)、重庆溯联汽车零部件有限公司(注册资本1200万元)、成都天亚汽车系统有限公司(注册资本500万元)。

同时,还是四川川大校友同创投资管理股份有限公司的股东,认缴出资额100万元。 溯联塑胶业绩没有披露,华龙证券重庆投资顾问牛阳指出,由于溯联塑胶进入了IPO辅导,按照目前IPO的基本要素,每年的净利润应该在3000万元以上,甚至更高。

6家汽车配套渝企拟上市

重庆作为中国汽车产业基地之一,在资本市场也形成了集群,共有10家上市公司。 4家汽车整车上市公司,分别为1994年上市的庆铃汽车股份(H股)、1997年上市长安汽车(A股和B股)、2010年上市的小康股份(A股)、2016年上市的小康股份(A股)。 6家配套企业,2002年上市

股权质押新规出炉 逢低关注低位滞涨股

重庆商报-上游财经记者 王也 虽然国家统计局公布的一系列经济数据显示出国民经济延续着向好态势,但是沪深交易所发布的《股票质押式回购交易及登记结算业务办法(2017年征求意见稿)》,让上周末颇不平静。业内人士表示,这一利空是去杠杆加速的标志,本周股市可能暴跌,投资者原则上应当防范风险为主,可逢低关注低位滞涨股。

新政修订内容包括八点

9月8日沪深交易所网站发文称,为进一步聚焦股票质押式回购交易服务实体经济定位,防控业务风险,规范业务操作,经中国证监会同意,沪深交易所联合中国证券登记结算有限责任公司(以下简称“中国结算”),发布了《股票质押式回购交易及登记结算业务办法(2017年征求意见稿)》,向社会公开征求意见。 主要修订内容包括八个方面:停止小额类股票质押业务,股票质押回购业务的起点提升至500万元,后续每次不得低于50万元。债券和基金不得作为回购交易标的。初始交易折算率不得超过60%。单一证券公司接受单只A股股票质押数量不得超过该股票A股股本的30%,单一资产管理产品接受单只A股股票质押的数量不得超过该股票A股股本的15%。单只A股股票市场整体质押比例不得超过50%。明确资金融入方不得为金融机构或者从事贷款、私募等业务的其他机构,或者前述机构发行的产品。资金用途限制不得用于股票二级市场、不得用于新股申购、淘汰类产业。证券公司开展质押业务和分类评价挂钩。

本周或跌破3200点

毫无疑问,这一利空对反弹了4个月的股市而言影响较大,因此,业内人士普遍对后市持谨慎态度。不过,他们认为投资者在总体保持谨慎的基础上,可逢低参与低位滞涨股和业绩预增股。 广发证券高级投顾王立才指出,《股票质押式回购交易及登记结算业务办法(2017年征求意见稿)》的发布,对A股来讲应当属于特大利空。值得注意的是,当前A股除了新股外,公司股东没有参与质押的股票不足10家,而质押比例超过30%的公司高达595家,且质押比超过30%的公司绝大多数是业绩支撑不起股价的垃圾、题材、概念、庄股。尤其值得注意的是,质押比例超过50%甚至70%的公司,其很多大股东持股没有50%~70%那么多(大都30%~50%),意味着其他股东也存在大比例质押的行为,且很可能和大股东是关联方(大股东通过多账户或关联方来操控股价坐庄)。新规之后,这些高质押比例的垃圾庄股的大股东可能会遭遇流动性不足的危机。如果这些上市公司无法高比例质押的话,必然会选择减持股份来确保现金流。故在这一利空打击下,本周股市下跌的可能性非常大,不排除沪指跌破3200点平台的可能。

申万宏源首席投顾何武认为,这一新政策对投资者而言,短线大幅杀跌后,可逢低出击股价低位滞涨、业绩预期向好的成长股,快进快出。但中期趋势,投资者要辩证看待:一方面,系统性风险之下,空仓为主,多看少动;另一方面,长达21个月的分化格局将随着系统性调整而彻底划上句号,大浪淘沙之后,跨年度上涨行情值得期待。

药企研发实力百强榜发布 华森制药等多家企业上榜

重庆商报-上游财经 记者 刘翰书 实习生 何君琼

重庆商报讯 9月10日,2017中国医药研发创新高峰论坛上传出消息,重庆太极实业(集团)股份有限公司、重庆华森制药有限公司、重庆莱美药业股份有限公司等多家本地药企,获2017国内医药企业研发实力百强(含总榜和分榜)殊荣。 重庆市经信委医药处相关负责人透露,根据《重庆市加快生物医药产业集群发展行动计划(2016—2020年)》,到2020年,重庆生物医药产业将实现销售收入1300亿元,建成生物技术创新产业化、化学药国际化、中药特色化、保健产品品牌化、医疗器械高端化和医用耗材规模化,配套体系完整、规模效应突出、空间布局合理的具有核心竞争力的现代生物医药产业集群,成为我国重要的生物医药产业基地。

打造创新项目人才“金字招牌” 国创会现场签约31个项目

重庆商报-上游财经记者 严薇

重庆商报讯 9月10日上午,备受瞩目的2017重庆国际人才创新创业洽谈会在重庆国际会议中心开幕。为期两天的会议期间,现场签订项目31个,引进高端人才20名,781名人才与包括世界500强在内的179家企业初步达成就业意向。

夜经济点燃消费热情 500万夜猫子两月花了20亿

重庆商报-上游财经记者 李阳

美食、美景,让重庆的夜间消费持续火热。9月10日,2017重庆夜市文化节收官,市商务委统计,自7月14日启动以来,28个区县的28个夜市街区推出各类线下主题活动,1000家夜市商家24小时不间断优惠促销,为广大市民和游客献上一场集吃喝玩购为一体的消费盛宴。

据统计,夜市文化节期间,全市累计投入活动资金3000多万元,参与商家6000多户,吸引消费者500多万人次,实现销售收入近20亿元,拉动夜市商家销售收入同比增长30%以上,取得了良好的经济效益和社会效益。 2017重庆夜市文化节以“夜重庆潮生活”为主题,相继举办了九龙湖玩嘉年华、马桑溪古镇夜市文化节、江北破次元荧光趴、较

场口夜市文化节、南滨仲夏嘉年华等10场市级主题活动,以及18场区县活动。 全市1000余家夜市商家组建了千家夜市商家联盟线上促销平台,以电子优惠券为促销形式,通过支付宝、微信等主流支付方式,向市民送出重庆夜市优惠,活动期间优惠券累计点击量达487.24万次。主流媒体对活动持续关注报道,相关关键词搜索次数总计1100万次。 值得注意的是,9月10日,通过第三方数据平台统计、媒体投票、大众网络投票、专家团考核、消费者评价反馈等方式,组委会评出了2017重庆夜市文化节的优秀组织奖、组织奖、特别贡献奖、2017最具人气夜市商家、2017重庆夜市文化名街、2017重庆夜市爆款美食二十强、重庆夜市老照片等七项大奖。

唐风采 一根根“非手术”增发 500元起 少多少,增多少,可做小平头,前发际,往后发,发增密,增发速白发,物理方法变黑 网址:www.tangfc.com 热线:67703810 江北观音桥步行街夜业百货22-2

好伴发 针对:脱发秃顶白发头发稀少者 后期护理,维修造型... 友情服务,完全免费 全头2,3-10元/cm² www.cqmingdai.com 本地企业,价格实惠 杨家坪68453838 观音桥67855898