

张振纬携新品牌再闯火锅赛道

新项目浮出水面

■ ■ 前CEO张振纬在离职后便有了关于其新创业项目已获得国际顶级资本1.5亿元天使投资的消息,而如今这个新项目已经初见雏形。近日,北京商报记者发现,在广州、深圳、上海多地都有多家名为“谢谢锅”的火锅店即将营业。随后,北京商报记者从天眼查App上查询“谢谢锅”,页面上出现的关联公司便是上海谢谢锅餐饮管理有限公司,其注册资本1500万美元,而法定代表人则是张振纬。

这个名为“谢谢锅”的火锅品牌是否就是此前张振纬在公开采访时提到的餐饮创业项目呢?随后,北京商报记者联系到张振纬求证,对方方便确认谢谢锅正是自己创立的新火锅品牌,即将在11月26日正式对外营业。

从大众点评上传的图片可以看到,整体设计风格很新潮,产品上除了常规的火锅单品外,还增加了饮品场景,包括多种现调酒饮、奶茶等。根据谢谢锅门店相关工作人员介绍,目前广州和深圳地区的门店正在试营业当中。对于谢谢锅的定位,张振纬则表示将走“火锅+酒”的年轻化路线,对于具体规划并未透露。

据了解,此前张振纬在离职■ ■ 餐饮CEO接受媒体采访时就表示,将继续深耕餐饮领域,选择再次创业。从目前来看,张振纬依旧选择了“老本行”。

再押宝“餐+酒”

从谢谢锅的模式和定位来看,张振纬继续选择了比较熟悉的“餐+酒”打法,而这种方式可行性的确已经在其本人培育

因离任湊湊餐饮CEO曾获得关注的张振纬似乎并没有放弃对于火锅品类的热情。近日,北京商报记者独家获悉,湊湊餐饮前CEO张振纬新的餐饮创业项目逐渐面向大众,新的品牌名为“谢谢锅”,其涉及的品类依旧是火锅。根据张振纬向北京商报记者介绍,该品牌走年轻化路线,主打火锅+酒的模式。从其定位和模式中不禁让人想起了曾经他培育的湊湊火锅,而如今“餐+酒”的微醺模式也悄然兴起,张振纬及其团队的再次入局能否让冰火两重天的火锅赛道的局势再一次紧张起来呢?



的■ ■ 火锅身上得到验证。根据呷哺呷哺集团披露■ ■ 过去五年来的增长数据来看,过去五年来,■ ■ 营收年复合增长率达280%。今年上半年,■ ■ 营收已超11亿元,与去年同期相比,增长了将近一倍,占呷哺呷哺集团总收入近40%。

与此同时,如今在“餐+酒”的模式上,不少餐饮品牌正在以此模式寻找新的增长

点。今年8月,云海肴开设了全国首家云海肴·洱汀小酒馆,木屋烧烤也开设了华北首家精酿店。更早之前布局酒场景的眉州东坡和和府捞面如今也加速了眉州东坡小酒馆和和府小酒小面这类模式门店的扩张。可以说,餐饮人们纷纷看重“酒”这块奶酪。

北京商业经济学会副会长赖阳指出,

张振纬离开■ ■ 只是因为与经营团队的战略方向不一致,而非经营品牌失败。■ ■ 在前期运营中得到了许多消费者认同,张振纬在探索特色火锅方面也积累了一定的经验,因此复制自己认为相对成功的路线也是顺理成章。实际上,重新创建品牌对于团队组建、执行能力以及融资能力都是考验,品牌的扩张、团队经验的积累还有人员培

训等环节也都需要一定周期。

消费认同感是关键

餐饮品牌增加酒场景,无疑瞄准的主力军是年轻消费群体,从而提升和满足消费体验,借此增加坪效。不过,在加入酒元素之前,餐厅定位、产品结构、消费群体与酒元素的匹配度是关键,真正“拿捏”这门“酒桌”生意并不容易。

餐饮行业连锁顾问王冬明表示,火锅配酒的模式的确符合当下年轻人的社交刚需,但此模式运作的过程中,仍需注意品牌产品结构与消费者综合感受等问题。从场景上来看,商务宴与烧烤都采取的是“餐+酒”的模式,但商务宴的客户群不够年轻,而烧烤赛道品牌在经营“餐+酒”时早已经车熟路,火锅品类在此时入场,其实有一定的难度。消费者已经习惯烧烤配酒的形式,火锅配酒虽然在理论上成立,但真正经营起来却并非易事,如何打造出让消费者认同的火锅配酒模式,则是品牌需要做的。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏指出,火锅赛道规模体量较大,但竞争同样激烈,想要立于不败之地的关键就是创新。对于火锅品类来说,产品、火锅的形态模式、就餐方式等需要进行创新。此外,清晰的品牌定位同样重要,谢谢锅的定位是年轻化,张振纬已经拥有经营火锅品牌的经验,若围绕定位来考虑产品设计、组合、创新等方面,胜算将会更大。火锅品牌竞争相当激烈,品牌在一线城市开设新店的门槛较高,需要投入一定的资金,是新品牌即将面临的挑战。不过对于谢谢锅而言,投资门槛目前来说不会成大问题。

北京商报记者 郭缤璐 张天元
图片来源:谢谢锅创始人朋友圈截图

我们的
数字新生活

开栏语:线上购物、在线外卖、无感支付等数字化消费场景正在潜移默化地改变着我们的生活方式;信息化、数字化转型正在加速推动全行业实现变革……数字经济不仅是商业模式的重大革命、经济高质量发展的新引擎,更是人民美好生活的重要实现路径。

餐桌上的“数字玄机”

贴在桌角的小小二维码正肩负着传唤美食的使命。轻轻一扫,手指一挥,点餐信息通过后台数据传送到后厨,再由机器人将美食传送至餐桌,看似是讨巧之举,实则是餐饮企业向数字化时代奋力前行的有力证据。从线上点单再到冷链供菜,餐桌上每道餐食都能嗅到“数字”的气息,见证着餐饮行业享受数字化技术所带来的便利。

舌尖与心灵都被温暖

猪肚鸡锅加菌菇、番茄锅放枸杞、加麻加辣的牛油麻辣锅……只要脑洞足够大,海底捞就能一一实现,这也让同行大呼:火锅的数字化智慧管理也太内卷了。在海底捞火锅智慧餐厅中骏世界城店,这样的DIY锅底成了食客口中的时尚:“艺高人胆大,筷子放不下!”初次体验DIY锅底的孙先生说道。

从清汤、辣锅这样平平无奇的锅底,到口味与风格迥异的新式锅底,这种改变要归功于数字化设备——智能配锅机的应用。海底捞此前就在部分门店引入智能配锅机,改变人工配锅的传统模式。今年以来,海底捞还在此基础上推出了脸谱私人定制DIY锅底,消费者可亲自搭配锅底,满足个性化的口味需求。

如果说海底捞是在消费者的“舌尖”上

别出心裁,那星巴克便是消费者的“心灵引导者”。建国路上的星巴克记录着韩小姐的心情点滴,从前的她喜欢在店内的留言本上写写画画,从走心文字到天气涂鸦,韩小姐总会留下几处痕迹。如今,韩小姐通过星巴克留言本上的二维码将这些点滴注入了一丝神秘,开始在微信状态中创作自己的“星巴克状态”。

从纸质留言本到电子状态,这样的功能设计,与在星巴克门店手写留言本时记录当下、期待被谁发现的心情何其相似?星巴克状态的推出,将这一熟悉的场景延伸到了数字化空间,让“此时此刻星巴克”有了数字化加持。

数字化的应用在餐饮场景远不止这些,扫码下单为消费者节约了等待时间,传菜机器人带来许多新奇体验,自助打饭机更是规范了餐品的规格。这些依托于数字化新技术应运而生的设备和应用,被不断优化、推广复制,出现在更多门店之中,改变着传统的餐饮服务模式。

数字工具成“刚需装备”

对于消费者来说,数字化的设备技术为生活带来了便利与新鲜感。对于企业



来说,数字化又何尝不是降本增效的有力保障。

蔬菜如何加工?装盘是否统一?火锅菜品的背后隐藏着一整套的数字化流程。海底捞公共事务部部长杨西贝介绍道,海底捞门店的菜品种类由供应链统一冷链配送。其中土豆、菠菜等根茎与叶菜类通过中央工厂集中加工,减少了餐厨垃圾的产生。

在此基础上,海底捞通过新技术的探索与运用,推出的央厨直配项目更是进一步实现了与云平台的对接,实时分析,保障食品安全。门店则引入智慧开货系统,通过大数据分析,让门店进货计划更精准,从源头减少浪费。

当然,餐饮行业的数字化远不止如此。从2018年开始尝试零售、电商、外卖等非门店业务的霸王,已经尝到了数字化转型的“甜头”。霸王科技创始人张天一总结道,数

字化对餐饮行业的发展起到了三方面作用:增收、降本、提效,自2018年霸王搭建了用户中台,就开始细分不同渠道消费者喜好与偏好,有针对性地运营用户。

对于数字的敏感度,霸王科技同样拿捏得当。在霸王,30%的用户每月会到线下门店消费两次,半年至一年中,消费超5次的用户会创造超过70%的收入,门店有30%的用户是由电商用户转化而来。对此,张天一颇有感慨:“我认为数字化与寻找新收入来源密不可分。”

成未来必修课

在瞬息万变的餐饮市场,数字化为企业增加了应对风险的能力,更是前进的必修课。企业若想获得长久的胜利,则需“打开格局”,从消费者需求出发,利用数字化

技术手段解决消费过程中所产生的问题,才能向上蓬勃发展。

数字化就像一套无坚不摧的“盔甲”,这套“神装”正是餐饮企业最需要的利器。作为颇受消费者偏爱的新消费品牌之一的奈雪的茶,就洞察目标消费人群的需求。奈雪的茶媒体公关副总监陈诗表示,奈雪的主要消费群体是20-30岁的年轻人,他们伴随互联网成长起来,对数字化产品和服务认可度、接受程度高,更青睐智能、便捷的购买体验。

目前,消费者的需求在向个性化、精准化、便捷化等方面不断靠拢,消费体验是他们最重视的元素之一。数字化让餐饮企业懂消费者,能通过各项发明技术为后者带来更加贴心舒适的体验。

尽管如此,餐饮企业的数字化进阶更像是爬楼梯、迈门槛,其中的艰辛不容忽视。陈诗表示,产品创新的难点在于精准把握用户的消费需求,实践表明,数字化应用才是帮助企业冲破现有天花板的“利刃”。

张天一指出:“不光是餐饮企业,数字化的前提是‘数’”。在他看来,许多企业在布局业务的过程中并未保留数据,无法得知消费品质、消费偏好与用户消费喜好,之后就更无法去分析和使用数据。数字化的大前提一定是标准化,通过系统将业务逻辑固定下来,再周而复始的循环。包括霸王在内的众多餐饮企业,对于中国今天的连锁企业来讲,标准化与数字化之路还很长。

北京商报记者 郭缤璐 张天元
图片来源:企业供图

减资公告

北京中开盈泰房地产开发有限公司 统一社会信用代码: 91110105MA01QY9G0P 经股东会决议,拟向公司登记机关申请减少公司注册资本,由1900000万元人民币减少至1000000万元人民币,请债权人于见报之日起45日内向本公司提出债务清偿或相应担保请求,特此公告。
联系人:王伟静 联系电话:18230113015
北京中开盈泰房地产开发有限公司
2021年11月26日