

转型
面对面(六)

田源鸡:从健康火锅到健康管理平台

——专访北京田源鸡餐饮有限公司总经理张杨

如今一提到服务好的火锅,人们会想到海底捞;提到方便的火锅,会想到呷哺呷哺。而让所有人一提到健康火锅首先想到田源鸡,就是北京田源鸡餐饮有限公司总经理张杨追求的目标。战略转移、品牌升级、聚焦健康……海外留学回来的张杨从母亲手里接过指挥棒后,开始对田源鸡进行大刀阔斧地革新。今年内,升级后的两个田源鸡新版本就将登场亮相接受市场检验。而未来,借助健康火锅搭建的粉丝平台,则是田源鸡的新盈利点。

战略重心向加盟转移

2014年,田源鸡新开6家加盟店却没开一家直营店,田源鸡的战略重心开始从直营店向加盟店转移。

张杨告诉北京商报记者,近两年,田源鸡整体营收下降了大约5%。仔细分析后发现,鸡火锅的口碑、门店运营等方面都没有问题,营收下降的主要原因是大量竞争者的涌入。“像田源鸡劲松店周边10公里内,粗略统计,短短两年间就新增了40-50家餐饮门店。这些新餐饮店无论是品牌定位、产品服务还是装修特色,都比过去的餐饮店成熟了很多”。张杨说。

竞争加剧让田源鸡感到在北京的发展空间有了阻力。与十几年前刚起步时相比,现在开餐饮店,房租、物价、人工费用都在上涨,前期环评等要求也提高了。与此同时,有些老顾客却看好田源鸡的产品,主动找上门来要求加盟开店,这让张杨看到了更加广阔的市场空间。

田源鸡的加盟商大都是从食客中来的,这让张杨颇感自豪:“从来没有做过广告推广。”有个顾客在昌平那边常吃田源鸡,觉得产品好就找到公司要求加盟,后来在老家河南肥乡开了一家店。

直营店阻力加大,加盟店又有需求,张



杨决定把战略重心转向加盟。“首先要做的是重新打造田源鸡门店的运营模式,提升总部对分店的管理水平。待新模式成熟后,加盟店拓展也将全面提速。”

品牌升级打造新模式

田源鸡的新模式包括0.5和1.5两个新版本,即在现有田源鸡火锅1.0版本的基础上,分别向上、向下进行品牌的延伸。

所谓0.5版本的田源鸡,用张杨的话说就是“瘦身到只保留核心产品,其他全部去除,店面规模缩小到只有一个档口”。据介绍,这种借鉴了韩国参鸡汤模式的田源鸡缩小版,将会以“鸡肉+米饭+滋补好汤”制成套餐进军各大美食城、美食广场等,填补市场空白。“目前产品已经定型,正在测评阶段。”张杨告诉北京商报记者,0.5版本的模式相对简单,根据前期测算,单店投资大约10万元,半年左右即可收回成本。“今年,我们计划先开5-10家店面试水,如果可行,将来会以平均2-3天一家店的速度快速复制。”

1.5版本的田源鸡,则是在现在田源鸡火锅店基础上的升级版。与其他火锅相比,真材实料熬制的乳白色鲜鸡汤是田源鸡的核心产品,也塑造了田源鸡“健康、滋补”的品牌形象。张杨表示,1.5版本要做的就是从

各个方面强化田源鸡“健康火锅”的概念。“在产品上,凡是带有健康问号的产品,像午餐肉、冻肉卷等一律从菜单中去除,只卖鲜切肉和应季菜等看得见、实打实的产品;推出健康点餐服务,点餐系统会根据顾客的年龄、体重、疾病史等,自动推介适合的菜品,像糖尿病患者有些菜就点不了;设置明档厨房,让顾客亲眼看到菜品的真实加工过程,使消费者更加安心和放心。”

结合互联网挖掘粉丝商机

按照张杨的设想,未来田源鸡将不仅仅是一家火锅连锁企业,更是一个关注健康管理的会员大平台。目前田源鸡正在开展的工作——深挖品牌价值、升级运营模式等,都是在为与互联网深度结合做准备。

按照世界卫生组织的观点,健康的核心包括健康心态、健康生活方式、健康膳食、多运动等。张杨透露,未来,主打“健康火锅”概念的田源鸡的商业模式还将进一步升级到2.0版本,涉及更多健康管理的内容,“不仅靠卖菜挣钱,还要通过提供健康服务挣钱”。

张杨说:“我们的会员、粉丝都是关注健康的。健康膳食部分我们可以提供,其他部分则通过与周边其他企业合作。比如会员在中午吃饭时,就能通过我们的微博、微信公众号等,顺便了解下下班后附近有哪些健身房及价位情况等;一些保健品、健康用品等也可以借助我们的平台,进行更加精准的广告投放。”

在张杨看来,与一些App软件推广期间为了圈粉丝大量烧钱相比,通过开设实体店吸引会员、粉丝成本无疑要低得多。比如以某打车软件烧1亿元吸引500万粉丝计算,人均推广成本是20元。而开设一家田源鸡门店投资大约100万元,最低也能吸引5万会员、粉丝,人均推广成本同样是20元,而且门店本身还能赚钱盈利。“前期可能需要借助资本的力量,表面看来是投资开店或者加盟开店,实际上是在圈关注健康的粉丝。”张杨表示,“通过线上平台的运营以及对会员管理系统的数据分析,实现后续的开发利用。”

北京商报记者 徐慧

津津乐道

跨界转型赚粉丝钱

■北京商报:餐饮业转型升级过程中,您认为面临的最大挑战是什么?

■张杨:最大挑战还是人的观念。转型升级不是砸钱就行的,要让整个团队在思想上达成共识。其实,田源鸡的转型已经酝酿了很久,为了让这个管理团队达成共识,不仅需要不断沟通,还要多参加行业会议、参观考察,让大家开阔眼界,了解当前时代的发展。

■北京商报:您为什么认为田源鸡能够通过粉丝赚钱?

■张杨:盲目投放导致互联网广告的转化率通常不足万分之三。而田源鸡“健康火锅”的理念,使得我们的会员、粉丝都是关注健康的群体,他们的健康状况、健康诉求甚至地理位置都有详细记录,因此能够帮助客户实现更为精准的广告投放。大数据公司也可以购买这些真实数据加以分析和利用。

■北京商报:如今跨界已成为餐饮业的流行词,您是否也有这方面打算?

■张杨:想开一家电影与餐饮结合的新餐厅,名字叫“素味平生”。之所以叫素味有两重含义:一是我母亲的名字中有个素字;二是卖的都是绿色、健康的食材。平生则指的是平凡人的生活。我希望它白天是个火锅店,晚上用来拍电影记录普通人的生活百态。由于商业模式还没想清楚,目前只是一个设想。

中国全聚德集团
CHINA QUANJUDE GROUP

股票代码:002186

仿膳

仿膳 宫廷
汤圆 味道



全聚德天猫官方旗舰店

全聚德旗舰店



北京全聚德仿膳食品有限责任公司

www.quanjude.com.cn

全国统一客服热线:400-700-1864