

不靠海的长沙,出了个席卷全国的海鲜餐饮品牌

“鲸鲨”欲做海鲜自助全国前三强



7月26日,鲸鲨国际海鲜百汇(以下简称鲸鲨)石家庄分店正式开业。据鲸鲨掌门人黄木祥介绍,接下来鲸鲨还会陆续进驻重庆、太原、北京、上海等地。

这意味着,湖南本土自助餐正式迈开向全国攻城拔寨的步伐。黄木祥说:“我们的目标是赶超台湾的海鲜自助餐巨头金钱豹。”

在湖南,八大菜系之一的湘菜闻名全国。可是,这个既没有临海城市的原料优势,也没有海鲜品交易市场优势的内陆省份,它的水鲜自助餐却正在席卷全国市场,这其中到底有怎样的奥秘?



7月26日,鲸鲨石家庄分店正式开业。

小企业,大市场 湖南海鲜自助餐走向全国

以鲜香辣著称的湘菜近年来颇受食客青睐,湘菜馆也因此遍地开花。据不完全统计,仅北上广深这四大城市的湘菜企业就多达6000家。

然而,在这么多湘菜餐饮企业里,类似四川的海底捞、湖北的湘鄂情等全国知名的连锁餐饮品牌却乏善可陈。

“湖南目前还没有特别知名的社会餐饮连锁品牌。”省旅游饭店协会秘书长陈伏娇说。

如今,鲸鲨在全国的扩张开路,显然为湖南本土餐饮品牌走向全国打开了一条别样的通道。

鲸鲨的当家人黄木祥介绍,

鲸鲨今后的发展不再依附酒店,以单店模式发展。“河北石家庄店面积近6000平方米,有1200多个座位,规模在河北当地是最大的。”

黄木祥还介绍,石家庄店仅是鲸鲨走向全国的第一站,重庆店正在筹备之中,接下来鲸鲨还会陆续进驻太原、北京、上海等地。“三年内,我要让鲸鲨进入全国连锁高端海鲜自助餐的前三强!”黄木祥说。

在高端餐饮不景气的当下,鲸鲨却在扩张,而且8月8日,和鲸鲨同属一个公司、定位高端的小天鹅国际公馆也将开业。

缺原料,有渠道 内陆大省也产海鲜餐饮品牌

在湖南这样一个内陆省份,却即将诞生一家全国知名的海鲜自助餐,在外人看来这简直是一件不可思议的事情。

“相比沿海城市,我们最缺原料供应的便利,但是对于鲸鲨来说,这并不是障碍。”做冻品供应出身的黄木祥说。1990年,黄木祥就开始涉足冻品,以及鱼翅、鲍鱼的供应,当时在长沙主打海鲜的荔枝湾酒楼就是黄木祥餐饮之旅的“根据地”。

“现在鲸鲨集团有属于自

己的冻品公司,海鲜产品都有固定的来源,而三文鱼、大闸蟹等很多产品都是从挪威、日本等地进口的。”黄木祥介绍。

黄木祥还说:“因为有了自己的冻品公司和固定的货源,这样就能保证品质,同时还会缩短交易环节,相比别家企业,我们在价格和原料上都有优势。”

据介绍,目前鲸鲨有木瓜系列炖品、鲍汁鱼翅羹、阿拉斯加雪蟹腿、冰海北极群刺身、挪威三文鱼等400多种国际美食。

树品牌,靠团队 管理团队是胜负的关键

全国有那么多自助餐饮企业,也有那么多主打海鲜产品的饭店,如今,高端餐饮又极度不景气,为什么偏偏只有鲸鲨在这样的背景之下能逆势而上呢?

答案在于,鲸鲨有一支超强的管理团队,这也一直是黄木祥津津乐道并为之自豪的。

这支团队平均年龄有50岁,却是公司一面独特的旗帜。他们能够精准地判断在哪里选址才能更好地促进企业的发展,并能以最优惠的价格拿到相应的资源;他们执行力超强,

别人要半年才能准备就绪的任务他们三个月就能搞定;他们在经营上有自己独有的一套方法,在自助餐冰激凌里,偏偏不选哈根达斯;这支鲸鲨集团CEO陈继中为首的团队,曾经造就过单店月营业额过千万的业绩……

在黄木祥看来,一支富有经验的管理团队是一家企业成败与否至关重要的砝码,管理团队的重要性关系到企业的生死存亡。

■三湘华声全媒体记者 侯小娟

幼儿双语教育正在起步 一支点读笔撑起孩子梦想



在邵彪最新的名片上,一个精灵的身影正张开自己五彩的翅膀,而公司的名称也已从“长沙乐读宝”更名为“湖南童梦文化传媒有限公司”。邵彪说,由湖南省经信委与湖南邮储银行联手主办的湖南2012创富大赛,让他更加意识到品牌包装的重要性,为了公司今后的发展,更名是首先要做的事情。

从长沙初赛到全省十强的比赛现场,邵彪一直在强调幼儿双语教育的重要性,一言一行也能看出,这就是他努力的方向。

谈事业:
打造一站式幼儿教育服务

2009年初,长沙乐读宝成立。成立3年多以来,邵彪一直埋头做着幼儿双语教材的研究。抓住“新疆双语教育从幼儿抓起”的契机,乐读宝的双语教材顺利在新疆出版。近3年来,邵彪共策划出版了《幼儿园情境式智能教育活动资源包》、幼儿特色课程《快乐识字》、《乐读英语》、《情境趣味数学》等100多种动漫有声数字化出版物。

据邵彪介绍,这些教材已逐步打开知名度。2012年至今,他的产品已在全国150个地级市进行销售,正逐步实现每学期30万套的销售规模。在他的这些教材中,部分被列入了湖南省教育厅的推荐用书目录。在邵彪背后的团队里,有北京师范大学学前教育系原主任朴永静、辽宁师范大学特殊教育系原主任张宁生等专家,这也成为他不断研发教材的保障。

而他的另一个产品,则是配合同步开发的点读笔,不仅能够帮助幼儿实现双语自主学习,也便于教师进行双语课堂教学。大赛之后,公司的销售业绩倍增,邵彪对未来信心满满,他要实现每学期2000万至3000万的销售规模。

2013年初,乐读宝正式更名为童梦文化传媒,这也开启了邵彪“儿童梦”的新旅程。他说,公司目前正在着手研究听障儿童语言康复学习机以及配套教材,这套产品将能够帮助听障儿童进行言语康复训练,预计于今年年底便能完成研发,明年将推向市场。

除了继续开发和推广点读笔与配套教材,童梦还计划涉足幼儿园所需的全部配套产品。“一切硬件、软件,甚至是幼儿园咨询服务,我们都将通过自己专业的学前儿童电商平台进行推广。”邵彪介绍。

谈收获:
产品好还要会吆喝

市场竞争并非“酒香不怕巷子深”,教材与产品质量再好,还是得注重品牌建设。这个道理,是邵彪在参加湖南2012创富大赛的过程中发现的。他告诉记者,参赛过程中,媒体的报道帮助自己的产品走向了更广的平台,甚至吸引到政府相关主管部门的注意,新闻出版局印刷处等单位都纷纷前往公司调研。

“创富大赛让我深切地认识到,与新闻媒体、政府部门的沟通是十分重要的。”邵彪说,“历时数月的比赛,让自己经营公司的思路更加清晰。”比赛结束后的几个月时间,他开始着手为公司“装门面”。他介绍,“同样,与全国最大的招商公司通路快捷合作,对公司的形象、产品进行系统性包装,为今后的发展铺开更广的路子。”

聊到去年的比赛,邵彪认为另一个收获是锻炼了自己的表达能力。他印象最深刻的便是10强赛上,自己作为1号选手上台,供选手们展示PPT、播放VCR的设备却出了一点小故障。“评委、亲友团和媒体都在台下看着,有点小紧张。”邵彪说。但是,他依旧沉着地完成了比赛,这是之前几场比赛锻炼而来的结果。



一年前,邵彪正在创富大赛现场展示他的项目。实习记者 李健 摄

创业建议

年轻人创业要先学会做人

“创业,是一个终生的事业。很多年轻人喜欢创业,但其在创业之前重要的事情是要学会做人。不管选择什么范围,都要做到心手统一,眼高手低是办不成事的。另外,独立开拓市场的能力也十分重要,要么你自己能做到,要么你的团队要做到。”

■三湘华声全媒体记者 朱蓉 实习生 任或婵 通讯员 王俐君 晏鄂龙