第一图书网, tushu007.com

<<为豆捞下定义>>

图书基本信息

书名：<<为豆捞下定义>>

13位ISBN编号：9787802551688

10位ISBN编号：7802551684

出版时间：2009-5

出版时间：企业管理出版社

作者：夏连悦

页数：211

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

21世纪的今天，火锅产业不但加大了业态转型速度，而且提升了业态洗牌力度。
在这样的背景下，豆捞(人们既熟悉又陌生的火锅业种)横空出世，迅速成为卓尔不群的品牌，自然就成为作者解读火锅业态的主角。
豆捞使火锅业态呈现结构变革，所谓结构变革是指革命性变革，豆捞业种因其包容性、吸纳性、整合性的特性以及都市化、时尚化、完美化的风格，成为火锅业态新业种的代表，给火锅业态带来了革命性的变革。
豆捞坊引领着豆捞业种的潮流。
如果要为豆捞业种下定位，我们就需要聚焦领导品牌与成功人物，在这样的背景下，豆捞坊理所当然地走到舞台中央，成为我们关注的焦点。
当然，豆捞坊本身也具备了这种实力。
在这个瞬间可能产生巨变的时代，先行就意味着下定义，但下定义要忍受领先带来的承受压力的痛苦、被追踪复制的烦恼、自我超越时的阵痛，这些都是下定义要付出的代价！
也正因为如此才彰显出领先的价值。
高青春，作为豆捞业种连锁帝国事业的执掌人，是一位具有实践激情、知识自信、同时具备一定理论积累的操盘手。
2001年在作者辅导“东方饺子王”店态模式时与高青春成为朋友，从此结下不解之缘。
他做人淳朴、低调、稳健，并保持着创业激情；他以今天的风采走进人们的视野是必然的。
今天，在上海、北京、南京……人们认识了豆捞业种，通过豆捞坊也认识了火锅产业新的主题店铺，认识了火锅产业所导入的概念经营……。
在与作者曾经合作过的企业中，我这样描述高青春，即他属于中长跑型选手，不是短跑型的运动员。
无论做职业经理还是做董事经理，他都能够忍住寂寞、拒绝平庸、创造辉煌。
而这也主要因为在他的内心世界有一种持续的追求动力以及极强的学习力、转化力、生产力。
高青春既有中式餐饮的底蕴，又有中式便餐的基础，还有中式火锅的经历，所有这些对于要在火锅产业豆捞业种获得成功是一种不可缺少的积累，没有这三种业态的积累、没有持续学习能力，谁都不可能获得成功(哪怕是阶段成功)，因为没有人能随随便便成功。
难能可贵的是，高青春执掌豆捞坊以来，在起步阶段就向公司制、企业化、市场化的方向努力，才减少了企业发展到一定阶段后要付出的改造成本；还难能可贵的是，高青春执掌豆捞坊以来，持续打造学习型组织，向转化力要效益；更难能可贵的是，高青春执掌豆捞坊以来，积极推进着企业连锁帝国事业设计，为打造能复制的连锁经营总部跨区域发展预留了空间。
作者认为豆捞坊能取得今天的业绩与高青春的学习力和转化力是分不开的。
短短几年时间，豆捞坊从一家店铺很快发展到拥有20多家直营连锁店铺的规模，显示出巨大发展潜力与空间，创造了火锅业界的神话。
同时，豆捞坊也走进了资本视野，这预示着豆捞坊将拥有无限广阔的发展空间。
迄今为止，豆捞坊创造了许多神话：神话之一，豆捞坊的店铺主题、产品、环境被多家店铺所效仿；神话之二，渴望加盟豆捞坊事业的加盟商不计其数；神话之三，豆捞坊开业以来所有店铺持续排队消费；神话之四，豆捞坊的定位深受白领阶层的70后、80后、90后青睐；神话之五，豆捞坊的经营业绩在三大城市餐饮业态排行中持续名列前茅；神话之六，豆捞坊持续创造着淡季不淡的火锅业界神话；神话之七，豆捞坊以经营业绩实现着创业者“今天是时尚、明天是潮流、后天是主流概念”的预言；神话之八，企业环境持续创新、产品持续创新、服务持续创新；神话之九，豆捞坊本身持续创新并理性地掌握着变与不变之道；神话之十，豆捞坊人经得住鲜花与掌声，继续恪守企业承诺与职业自律。
我与高青春在火锅业态有很多观点惊人的相似：　　关于涮食产业，作者认为火锅本身作为载体与工具不能体现业态核心特征，但涮食却能概括业态特点，所以涮食产业比火锅产业更适合对业态的定义。
这不是简单的文字之争，而是更加理『生与科学定义业态本质。

关于豆捞定义高青春认为，虽然豆捞产生在澳门、香港、广州、潮汕等地区，但豆捞业种是在进入大陆后经过不断北上、不断尝试、不断转化、不断完善、不断融合，才成为人们所看到的都市版、精细化的豆捞。

关于豆捞业种作者认为豆捞的“豆”是谐音，因为广东话发音与普通话有很大不同，所以叫“都”捞才比较合适，“都”有三层含义：一是表示大家都来捞；二是郝捞生意才能火爆；三是都捞表示捞着吃的美味。

关于主打时尚高青春认为，以时尚为荣是指今天是时尚、明天是潮流、后天是主流，关键是要掌握变化与不变之道：战略设计、宗旨设计、远景设计不变，商业模式、赢利模式、产品策略要变化才能赢得优势。

关于经营姿本作者认为经营“姿本”就是要把美丽当作资本经营，因为追求美丽是人类天性。
豆捞坊主打以时尚为荣的概念，实际上是在打“姿本主义”的牌，即把美丽聚焦、把美丽定格，把美丽当作资本经营。

关于经营时尚高青春认为既要准确把握前卫、流行、潮流的内涵，又要参透时尚背后是品位、品质、品格的内涵，还要理解时尚背后是精心、精致、极致的支持。
经营时尚，对企业来讲是持续挑战与持续超越！

关于留住时尚作者认为，时尚在聚焦经典、聚焦精华、聚焦精致的同时，还在拒绝固化、反对不变、扼杀泛滥。
关于产品本身时尚，宝洁公司用产品持续创新做了最好注释，即不断进步、引领潮流、追求永恒。

关于计算美丽高青春认为，美丽是可以计算出来的，这不是商家设计的营销噱头，而是要使用理财方式为顾客规划美丽。
除了让顾客在产品、服务、环境等方面获得审美体验，还要让顾客感受到最佳的性价比。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

连锁经营帝国打造要遵循单店经营、连锁经营、产业经营、资本经营的路线推进。
其中，单店经营要确定企业定位，连锁经营要确定企业规模，产业经营要确定利润环节、资本经营要实现品牌价值，这是一条能够快速复制、迅速成长、高速发展的路线。
连锁经营是实现拓展疆土、理性复制、迅速扩张的商业模式；连锁经营通过样板店铺、组团经营、区域管控发挥着规模经济优势；连锁经营通过连锁总部、总部部门、连锁店铺分工协作实现着集约经营优势！
连锁经营是总部指导、体系支持、店铺复制！
豆捞企业帝国就是在这条标有帝国版图扩张印记的道路上前行的，有了明确的目标，有了正确的方向，有了理性的模式，有了成功的启示，有了内心的承诺……只要不断努力，不断进取、不断超越，实现豆捞连锁经营帝国的梦想所剩的只是时间问题。

作者简介

夏连悦，连锁经营领域的资深策划人、资深顾问人，资深培训师、资深CEO、专著撰写人。

作为资深策划人，全案全程策划过100个以上的星级酒店，中式酒楼，现代快餐项目；　　作为资深顾问人，身兼数家星级酒店、中式酒楼、现代快餐品牌企业顾问及独立董事；　　作为资深培训师，就餐饮总裁系列、总监系列、店铺系列有100场以上的培训经历；　　作为资深CEO，有从事过星级酒店、中式餐饮、现代快餐三种业态经营与管理的经历；　　作为专著撰写人，著有《快餐业成功之路》、《服务营运现场管理》……系列专业著作！

现任北京英特莱思管理顾问公司首席创意及首席文案！

书籍目录

1 火锅产业财富分析火锅业态财富解读餐饮产业两大成就繁荣背后深度分析2 火锅区域市场解构四川火锅持续领跑北派火锅强势崛起港澳豆捞赢得优势3 为豆捞概念做定义肥牛火锅烙印追溯海鲜火锅灵性启迪港澳火锅整合提炼4 豆捞入市调性评价都市化的调性入市时尚化的调性入市包容性的调性入市5 豆捞店铺环境设计主题店铺概念设计功能到位环境设计舒适宜人细节设计6 豆捞店铺产品组合精品涮食组合设计特色底汤组合设计经典小料组合设计7 豆捞店铺服务模式服务适度模式设计理性推荐点菜设计需求前置满足设计8 豆捞店铺价格定位价格定位理性设计价格弹性精心设计性价之比满意设计9 豆捞店铺竞争优势一度理论竞争优势持续创新竞争优势主流把握竞争优势10 豆捞业种品牌培育火锅业态商业模式火锅业态赢利模式火锅业态品牌模式11 豆捞企业帝国设计豆捞企业单店经营豆捞企业连锁经营豆捞企业产业经营12 豆捞企业上市运作豆捞企业私募运作豆捞企业资本运营豆捞企业成功上市附录 豆捞坊的案例评价后记

章节摘录

物质财富，由于有物化的实体承载能够给人们以殷实感受；精神财富，由于难用实体承载，所以给人们以抽象的感觉。
当我们用这两把尺度来衡量餐饮业时，不难发现餐饮业既有物质财富特征，又有精神财富属性。
1.解读世界四大美食王国　　中国、法国、土耳其、俄罗斯四国，以各自独具匠心的烹饪技法和精美绝伦的美食组合被世人誉为四大美食王国。
当然，四大美食王国各自不同的饮食文化既诠释着各自不同的饮食理念，又定义着各自所擅长的烹饪技法，还演变为不同风格的精致美食。
让我们零距离接触与解构这四大美食王国。
法国菜肴不但在国际上享有盛誉，而且在欧洲食坛一直占主导地位。
法国菜的主要特征是对复合味料的制作极其考究，常用的烹调方法有烤、炸、氽、煎、烩、焖等，菜肴偏重肥、浓、酥、烂的传承，口味以咸、甜、酒香为主。
法式牛排、香煎鹅肝、奶油焗蜗牛等法式菜肴早已能让人耳熟能详。
土耳其菜肴以其变化的美妙配料，在美食王国独树一帜。
土耳其菜肴讲究原味，所有调味料都是配角，不能盖过主角的风采！
土耳其菜肴包括酱汁美味配谷类食物、各种蔬菜、肉类、汤类、凉菜、野菜、糕点，品种繁多、鲜美诱人的土耳其菜肴，堪称是健康饮食、均衡饮食、素食美味的典范性食品。
俄罗斯美食相比精致的法餐略显平民化。
常年寒冷的气候特点使俄罗斯美食形成两大特点：肉多、油厚。
鱼仔酱、红菜汤、红烩牛肉、黄油焖鸡等是典型的俄式菜肴。
其中：面包、牛奶、土豆、奶酪、香肠被称为五大领袖，圆白菜、胡萝卜、葱头、甜菜是四大金刚，三剑客是指黑面包、伏特加、鱼子酱。
中国成为烹饪王国的主要原因是“味”，一菜一格、百菜百味既是中国菜肴的最大特色，又是中国成为烹饪王国的根本要因。
中餐烹饪除了具有选料广泛，加工精细，方法众多，口味变化的特点外，还具有风味多样，四季有别，讲究美感，食医结合的特性，同时具有讲究色、香、味、形的特点。
综观四大美食王国，虽然都有各自独特的烹饪技法，如法式的煎、焗，土耳其的烤、脍，俄式的烩、焖，无不显现着不同烹饪技法的特色。
然而，我们发现只有中国烹饪既有如此完美的涮食技法，又有上千年的历史传承，还营造出令人瞩目的涮食产业梯队。
我们有理由认为涮食技法中国独尊。
在众多的中餐烹饪技法中，也仅有“涮”食工艺技法独立成为火锅产业，成为餐饮行业中聚集财富的聚宝产业，为餐饮产业的持续高位增长立下了汗马功劳。
难怪在中国餐饮百强中，火锅企业占据30%以上的份额。
涮食作为聚集餐饮财富的理想业态，也必然成为众多投资者所青睐的投资对象。
2.解读中华美食烹饪技法　　中华美食之所以能以味道享誉世界，是因为有中国烹饪作为物质承载；中国烹饪之所以能出类拔萃，是因为有工艺技法的支持。
所谓料理是指烹调方法，中华料理之所以久负盛誉，是因为工艺技法诸多、出众、卓越。
中国烹饪在世界烹饪体系中具有工艺技法最多和调味变化最多的两大典型特征。
食不厌精，脍不厌细是中国烹饪的技艺追求。
悠久的饮食文化为中餐赋予了变幻莫测的精美绝技，并孕育出变化无穷的调味工艺。
中华烹饪技法众多：熬、煲、酿、烤、炖、炸、焖、烩、煎、蒸、熏、煨、灼、焗、涮等。
在诸多烹饪技法中，只有涮食技法既是成型的烹饪技法，又有成熟的就餐模式，还有约定的文化内涵。
涮是将原料切成薄片，放入注有沸水的火锅中，经极短时间加热后捞出，蘸上调味料食用的技法。

原料在沸水中涮食所用时间短，营养能得到有效保持，使出品质地鲜嫩、汤味鲜美，味道鲜美。
涮食烹饪方法与火锅器具结合，形成了流传千年的火锅文化，涮食离不开火锅的支持，二者完美结合使涮食技法不但达到很高的境界，而且注释着中国烹饪的博大精深，展示了饮食传承、习俗传承、地域文化特征。
涮食技法与火锅结合，孕育出火锅美食，培育出餐饮产业的一个业态。
这是世界上任何国家烹饪都无法与中国烹饪所比拟的！
正因为涮食是烹饪方法和就餐形式完美结合，才成就了火锅业态的美名，才造就了一个产业。
　　涮食+火锅，涮出了精彩美食，涮出了一个业态，并在中国餐饮产业年度营业总额中占据30%左右的比例与份额，这是中国烹饪的作为，是涮食工艺技法的业绩。
不但如此，涮食在中国餐饮产业中在超越、在领跑。
　　3.餐饮文化与非物质遗产　　中国既是美食王国，又是烹饪大国；中餐不但享誉世界，而且有悠久的历史传承。
令人遗憾的是，中国餐饮传承大多注重物质财富内容的传承，忽略精神财富内容的传承，在非物质文化遗产传承方面有很多缺感。
　　联合国教科文组织通过的《保护非物质文化遗产公约》，这样定义非物质文化遗产：被各群体、团体、个人所视为文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系、有关工具、技能、实物、工艺品和文化场所。
非物质文化遗产包括口头表述、表演艺术、社会风俗、礼节礼仪；有关自然和宇宙的知识与实践；传统手工技艺。
非物质文化遗产是具有历史积淀的民间文化遗产，被誉为历史文化的活化石与民族记忆的背影。
中华餐饮文化既具有物质文化财富的本质特征，又具有精神文化财富的内涵特性，是真正意义上的非物质文化遗产宝典。
中华餐饮文化是民族特眭、民族审美、民族习俗、饮食习惯、礼节礼仪活的显现。
　　火锅业态是餐饮产业的支柱业态，火锅文化是餐饮文化的一脉，火锅源于民间、历史悠久、特色独具，火锅容器、火锅制法、火锅调味，虽然已经历了上千年的演变，但一个共同点未变，即用火烧锅，以水导热，涮食食物。
中国人普遍爱食火锅，既因为火锅业态所承载的物质内涵丰富，又因为火锅本身所承载的精神元素享受。
火锅作为涮食，是最健康的饮食方法之一；火锅作为涮食，采用聚餐式的围和模式最具人情味；火锅作为涮食，内容随季节变化而变化。
　　“涮”缔造了火锅文化，火锅文化提升了“涮”的品位，这种相辅相成的协调与共融，将“涮火锅”演绎得淋漓尽致，在赋予“涮火锅”物质财富的同时，也将精神文化的文明因子注入，使中华火锅能够沿着传承的大道前行。
涮食工艺技法经过上千年的传承，不但丰富了中华烹饪的工艺方法，延续了古老亘久的烹饪形式，而且弘扬了和谐的中餐文化，使中国烹饪文化能够一脉相承。
这种非物质文化遗产的内涵，正是现代人应当发扬光大并不断传承的瑰宝。

编辑推荐

《为豆捞下定义》是作者论述火锅业态、店态、业种运作的一部作品。
全书整体设计分三个部分十二个章节，其中第一部分四个章节包括：火锅产业财富分析、火锅区域市场解构、为豆捞概念做定义、豆捞入市调性评价等内容，旨在通过全景描述中国火锅业态状况、解构不同区域火锅市场、定义豆捞业种个性特征；第二部分四个章节包括：豆捞店铺环境设计、豆捞店铺产品组合、豆捞店铺服务模式、豆捞店铺价格定位等内容，旨在解析豆捞店态特性、豆捞产品组合、豆捞服务模式、阐述豆捞业种店铺商业模式；第三部分四个章节包括：豆捞店铺竞争优势、豆捞业种品牌培育、豆捞企业帝国设计、豆捞企业上市运作等内容，旨在分析豆捞业种竞争能力，阐述品牌培育之道、企业帝国设计之略、资本经营运作之术，解析单店、连锁、产业、资本经营阶段规律与法则。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com