

# 蒸小皖小笼蒸菜,愿做徽文化输出“先行者”

——专访蒸小皖品牌创始人、董事长司武卓先生

2017年7月19日,安徽餐饮业发生了一件大事,知名连锁快餐品牌“肥东老母鸡”正式更名“蒸小皖”,并邀请当红明星、安徽媳妇陈妍希代言蒸小皖小笼蒸菜,这一举动在全国范围内引起广泛关注,为“蒸小皖”全国亮相打响第一炮。

时隔一年有余,作为扛起推广新派蒸式徽菜大旗的蒸小皖小笼蒸菜,经历了怎样的发展变化?在“开疆拓土”方面,下一步有什么新动作?在推广徽文化上,又有哪些独特举措?对此,记者专访了蒸小皖小笼蒸菜品牌创始人、董事长司武卓先生。 □ 记者 邹传科



## 蒸小皖发展简历

时间追溯到2008年,第一间肥东老母鸡门店刚创办的时候不叫肥东老母鸡,而叫“好味来餐厅”。“它的含义很直白,就是说‘我的味道好,大家赶紧来’。也寓意着这个餐厅能有一个‘好的未来’。”之后不久就更名为“肥东老母鸡”,在司武卓看来原因很简单,“合肥有一句顺口溜,叫‘从肥东到肥西,拎着一只老母鸡,拿到河里洗一洗,除了骨头就是皮。’我觉得肥东老母鸡通俗易懂,非常亲民,所以就改了。”事实证明,改名之后的肥东老母鸡拥有了“好未来”。9年过去了,肥东老母鸡发展成为安徽餐饮市场的知名品牌,连锁店达120间,每年到肥东老母鸡餐厅消费的顾客达到了800多万人次。

□ 阅读延伸

## 谈变化:越来越多的年轻族也爱上“蒸小皖小笼蒸菜”

经过多年的发展,管理团队发现肥东老母鸡具有明显的区域色彩,靠单一的鸡汤主打,未来发展可能会遇到瓶颈,要想走向全国市场比较难。“要想做大,走出安徽、走向全国,我们的唯一选择是改变!”司武卓说,经过慎重考虑,结合全国很多知名餐饮企业经验,肥东老母鸡决定做最大的一次品牌升级,于是便有了2017年7月19日,“肥东老母鸡”正式更名“蒸小皖小笼蒸菜”这一引起全社会广泛关注的举动。

“更名一年多来,蒸小皖的品牌形象得到了消费者广泛肯定和认可,包括品牌形象、装修风格到创新服务等方面都得到了很多提升,为顾客营造了一个清新、舒适的就餐环境,让消费者有一个全新的消费体验,可记忆的要素增加了。在菜品上,作为最健康的烹饪方法,用蒸的方式制作新式改良的徽菜,得到了消费者青睐,近期还将推出9款新式小笼菜。”在司武卓看

来,变化还体现在对食材和原材料的选购把关上越来越严,通过蒸制的烹饪手法,在徽菜的基础上保证健康少油的特色,打造出新派蒸式徽菜,“而为保证菜品质量,蒸小皖还提出了四‘拒绝’:拒绝隔夜,从菜园到餐桌不超过18个小时;拒绝味精,从每一滴汤到每个菜品绝不添加味精;拒绝复热,哪怕浪费也绝不会端上30分钟前完成的菜品;拒绝油炸,哪怕油炸再火爆都不会出现在店里。”

据司武卓介绍,“更名升级后,除忠实的中老年群体外,蒸小皖的消费群体还越来越呈现年轻化。从蒸小皖客户中心管理后台中的数据可以看出,目前35岁以下的年轻人群体占到了51.82%,我还经常看到小朋友们拉着爸爸妈妈来蒸小皖吃饭。这是一份信任,更是一种责任!”

而最让司武卓欣慰的是,虽然更名仅仅一年有余,但是蒸小皖的品牌传播和影响已经是质的飞跃。

## 谈布局:正式进军外省,第一家省外店即将营业

蒸小皖品牌甫一诞生便带着剑指全国的雄心壮志,如今进展如何?

“现在比较普及的快餐,沙县小吃据说全国已经开了2万家以上,是肯德基的5倍。再看看川菜,可以说是全面占领市场,哪个城市没有个几百家酸菜鱼?”在司武卓看来,作为八大菜系之一的徽菜,几乎是高高在上的重餐饮,都是大酒楼。“有那么多好吃的徽菜,安徽民间也有那么多好吃的美食,怎么就没出来一款爆品呢?”

“蒸小皖品牌从诞生时起就带有布局全国的野心。”司武卓表示,希望经过我们不断对安徽饮食文化的挖掘和创新,用全新的蒸小皖品牌,

独创的小笼菜新品类,用3年的努力,在全国开出至少500家蒸小皖餐厅,让全国各地的老百姓都能吃得到、吃得起,并最终爱上我们的徽菜。

据司武卓透露,除在省内外快速拓展店面外,目前蒸小皖已经正式进军外省,第一家省外蒸小皖店正在紧张装修中,即将开门纳客,很快,全新模式的蒸小皖店面将在更多的中东部城市全面开花。

“把轻奢改良徽菜推向全国是我们的梦想,重振徽菜、徽文化辉煌更是我们不懈努力的方向。”司武卓说:“希望通过大家共同的不懈努力,让全国人民像爱川菜一样,爱上我们的徽菜。让徽文化、徽商精神随着徽菜影响全世界!”

## 谈文化:打造有根、有灵魂的徽文化餐企

“徽菜文化化”“文化餐饮化”是近年来人们讨论较多的话题,而蒸小皖正是勇于做实践的先锋,这归根结底要源于司武卓将蒸小皖打造“徽文化输出的一张名片”夙愿。

“这些年,政府一直都在做徽文化出省、徽文化输出的努力和倡议,作为最接地气的输出方式,‘衣食住行’首当其冲,尤其是快餐文化。”在司武卓看来,把徽文化附之以快餐的形式推出,不能仅停留在口头上,一定要落实到店面装饰风格、餐饮品类等实处,所有场景元素都能体现徽文化元素,这才是真正的打造输出徽文化。“如果将2017年定义为蒸小皖品牌升级年,接下来将是蒸小皖品质升级年,是配套各种徽文化元素的升级,真正的发扬徽文化的特色。”

作为八大菜系之一的徽菜,相对于其他菜系,还处于“没落”的境遇,老树如何才能发新芽?司武卓表示,蒸小皖将以发扬徽文化作为使命和担当,扛起推广新派蒸式徽菜的大旗,“下一步将在新技术、新理念、新销售以及支付方式与时俱进,不断创新,为走出去打下坚实基础。”司武卓还透露,目前蒸小皖已和阿里巴巴旗下的口碑进行了战略合作,开出了安徽第一家智慧餐厅!而在今年年底,蒸小皖将推出全国第一家真正意义上的无人餐厅。

同时,司武卓还表示,蒸小皖的全国布局,还将结合新零售,把带有徽文化鲜明特色的安徽特产融入到新的店面中,“跟上现代化的潮流,将徽文化有机融合到经营之中,做一家有底蕴、有灵魂的徽文化特色餐企,蒸小皖责无旁贷,愿做徽文化输出的先行者。”

