

豫菜名店 阿五黄河大鲤鱼再次“变脸”



LOGO,不仅是一个品牌“视觉锤”的关键,承载了外界的整体认知,也是品牌升级的重要组成部分。

换 LOGO,则好比一个人经历风雨过后继往开来,化茧成蝶,而这背后也蕴藏着无数的“变化”和“革新”。

5月10日,阿五黄河大鲤鱼品牌LOGO升级发布会在郑州举行,现场300余位各界嘉宾见证了此次发布会。李冬生



阿五LOGO全面升级 凸显河南文化

5月10日,中国品牌日当天,“颠覆阿五——不止一条鱼”暨阿五黄河大鲤鱼品牌LOGO升级发布会,在郑州举行。发布会上,阿五公布了全新的品牌LOGO。

伴随着全新LOGO的启用,阿五黄河大鲤鱼各门店再次“改头换面”,集体“变脸”。菜品、服装、门店形象同时全面升级。

和过去的LOGO是单纯隶书汉字“阿五”不同,新LOGO以鼎为形,笔画简洁饱满,遒劲有力,灵动中不乏厚重;字体上窄下宽,庄重沉稳,仿佛仰观方鼎;并从朱仙镇木版年画中,提取出了阿五的专属色彩——鲤鱼红,将传统与时尚完美结合,充满国际化气质。

而鼎特殊的“文化属性”(最早的煮器和诚信、礼仪的象征),不仅诠释了品牌的餐饮属性,又蕴含了革故鼎新(开拓创新)、一言九鼎(诚信务实)的企业价值观,透出餐饮人新时代的稳健、自信和大气。

除了主体LOGO之外,阿五还梳理出九种文化图腾,组成LOGO的辅助图形,包括甲骨文、厨祖伊尹、炎黄二帝、商鼎、龙门石窟、鲤鱼童子等能代表河南的元素。

“乔布斯式”发布会

本次活动场地的选择,也显得“颇有深意”。

阿五黄河大鲤鱼本次活动的形式,颠覆了大家对“传统餐饮”的认知。

灯光熄灭,幕布亮起,阿五黄河大鲤鱼品牌创始人樊胜武一身中式鲤鱼服,站在舞台中央,为现场嘉宾讲述阿五的品牌之路。

现场嘉宾纷纷表示,“这次活动让我们颠覆了对餐饮业的认知,传统餐饮竟然可以这样创新,太棒了!”

作为VIP食客代表,张先生受邀参加了本次活动,在现场他告诉记者,“一直觉得,豫菜是传统中餐、是正餐,再‘时尚’也跳不出那个‘框’。阿五的这次发布会,不仅形式焕然一新,也让我看到了阿五的用心良苦,看到了阿五的企业家精神,让我对河南餐饮人充满敬畏。”

五次升级演变,引领行业发展

发布会现场,阿五黄河大鲤鱼品牌创始人樊胜武围绕《阿五品牌之路》,讲述了阿五的14年创业之路,以及阿五品牌LOGO五次迭代升级背后的故事。

“从阿五美食到阿五黄河大鲤鱼,这些年,阿五不断自我颠覆,目的只有一个,就是要打造河南知名餐饮品牌,让黄河鲤鱼成为河南名片。”樊胜武动情地说道。

同时,他表示:“世界上唯一不变的就是变。你不自我颠覆,就会被别人颠覆。做人如此,做品牌亦如此。”

他还指出,新时代的企业家,不仅

应当有“敢为天下先”的创新和冒险精神,更应该积极发挥开创、引领作用,带动整个行业的发展和变革。

从食材到菜品,从服务到管理,阿五时刻不忘自己的使命:匠心烹饪、复兴豫菜,让更多的人爱吃黄河鲤鱼。2017年,阿五更是代表河南走进联合国,让这条鱼游上了联合国总部的餐桌。

樊胜武表示:“14年,阿五不是在做生意,而是在做事业。变的是时间,不变的是对餐饮的热爱;变的是LOGO,不变的是对豫菜的坚守。”

《颠覆阿五·不止一条鱼》纪录片首发

发布会现场,《颠覆阿五·不止一条鱼》纪录片首发。片子讲述了阿五每一次“自我颠覆”背后的故事:力排众议,孤独坚守,在一次次舍弃中砥砺前行。

品牌路上,所有舍弃和改变,都是和

这个时代的一次对话;所有的折腾和颠覆,都只为在这个纷繁的世界,找回自己。正如阿五黄河大鲤鱼品牌创始人樊胜武所说:“越是民族的,越是世界的。要实现中国自信,首先要做到品牌自信。”



福利 老会员凭卡 赠送鲤鱼券

发布会现场,阿五黄河大鲤鱼品牌创始人樊胜武深受触动,当场决定,从当日开始全面回馈老客户,给默默支持阿五发展的食客一个“感恩回馈”。

自2018年5月10日~6月10日,所有阿五食客凭借老会员卡(任意版本),均可在阿五各店,免费兑换价值158元的鲤鱼券一张。

活动一经推出,立刻引起强烈反响,很多老顾客表示:“家里还有好几张阿五的会员卡,这个活动让我们看到了阿五的诚意,以后一定会继续到阿五品尝黄河大鲤鱼,支持豫菜发展。”