

小门店·大生意之生煎

一年时间,阿三生煎做了13家店,而鼓鼓生煎则达到20家。他们都有这样的特点:做品牌、做标准、做规模。虽然价格有点贵,却受到越来越多的市民欢迎。

小小生煎店 连锁大文章

前言

别说你不敢想。

马云四处找工作碰壁时,谁知道他会有今天!

世界风云变幻莫测,生意场上也没有大小,英雄的起点都很低,谁也别总想踩着巨人的肩膀。

今天,我们把目光对准郑州市场上的小吃生意,同样都在做,可是谁敢想敢干,谁就走到了前面。或许未来5年、10年,他们也会消失在商海,但是他们的今天,谁能说,没有成功之处值得我们借鉴?

生煎馒头是典型的上海小吃,却在郑州扎根多年,也随着郑州人的喜好发生着变化,以至于很多郑州人,不知道真正上海味道的生煎馒头是什么样,到上海旅游时一尝,感慨还不如郑州的好吃。

梁岩和程慧,俩地道的郑州小伙儿,去年开始在郑州开了阿三生煎店,却在一年内分店开到12家,开始时只是想在工作之余做个副业,却在半年后相继辞职,甚至程慧给记者开玩笑说,“现在脑中还时不时,冒一下想上市的花火”。

别人都说他俩创业太顺利,可仔细分析他们的创业经历,会发现是因为他们思路跟上了时代,小生煎也踏着时代的鼓点。

记者 辛晓青 见习记者 赵柳影
实习生 刘欢/文 张翼飞/图



伊河路生煎店老板:今年突然又开了很多生煎馒头店

伊河路嵩山饭店门口东侧,一家“上海生煎馒头”的小店,应该是附近居民都熟悉的,扎根伊河路10年时间,也成为附近方圆2公里内都知道的“名店”。

上午9点半,只有1米多宽的窗口,生意络绎不绝。小李买了4块钱的生煎馒头开车走了,同学小张到门口,买了2块钱的生煎和一杯豆浆,拎着回学校吃去了。

只有窗口没有店面,里面就是加工间。老板老吴从里面出来,有点感慨,“今年又出现了一股风,突然开了很多生煎店,光我这附近都有四五家。”

之所以用“又”,是因为这10年间,这是郑州第二次出现开生煎店的热潮。“第一次是在2005年,那一年,郑州的下岗职工增多,许多人都开起了生煎店。”老吴说,今年这是第二

次热潮来袭。

面对这次生煎浪潮,老吴表示并不担心,因为自己10年来已经稳定了在附近的影响力,但是他也并非没有看到连锁品牌阿三等的冲击,“他们就是大包子,里面灌汤,我今年人手跟不上,明年我如果也做灌汤的大包子,肯定还能出现前几年门口排长队的现象”。



小生煎升级换代,从配角变主角

其实,第二次开生煎店的热潮从去年就已经开始酝酿,梁岩和程慧便是此次热潮的参与者和受益者。去年6月份,两人合伙开了自己的第一家生煎店铺——阿三生煎,没想到,开店之初,生意就异常火爆,短短一年时间,店铺便从1家发展为13家。

“生煎虽然是上海的小吃,但和郑州人的口味很相似,大家都能接受,在郑州市场已经扎根十几年甚至更长时间的生煎生意,为我

们生意的发展奠定了群众基础。”程慧说,另外,原来郑州市民印象中的生煎馒头,就是在街边小摊上拎几个回家当副食,但他们卖的生煎馒头是升级换代过的,5块钱4个,个大、馅多,吃一份就可以当做一顿饭,开始成为市民餐桌上的主角。

在他们的店铺里,不难发现,每逢中午和下午的吃饭点,生意异常地好,不少市民都是点几份生煎当主食,然后再搭配一些甜点或汤品。

而作为郑州另一家备受市民欢迎的生煎品牌,鼓鼓生煎的老板秦先生也称,如今郑州市面上的生煎已不再是传统意义上的生煎,逐渐从配角变成了主角。

在开店之初,秦先生就确立了要改变过去传统生煎做法和卖法的思路。“一开始,我就希望生煎不再被大家当做配餐,而是一份生煎就可以当做一顿饭。”秦先生说,按照他家生煎的个头,他把价格定为5块钱6个,就是觉得顾客买一份便可以吃饱。



蜂拥扎堆,已有品牌铺网设点,新进品牌抢占份额

升级换代后的生煎馒头越来越受到郑州市民的欢迎,从去年开始,许多人也看到了这个市场的发展空间,蜂拥扎堆,导致郑州大街小巷的生煎店铺遍地开花。

秦先生说,他去年开店前曾做过市场调查,不包括一口锅一个生意的小生煎档,当时郑州的生煎店铺一共才30多家,而现在,郑州街头的生煎店铺已经数不胜数,并且短短一

年时间,他自己品牌的加盟店就达到了20家,由此可见,近两年确实有越来越多的人扎堆到这小小的生煎生意中。

同时,程慧也告诉记者,即使已有13家店铺,他们也并没有满足于目前的发展现状,而是正在努力继续铺设网点,希望开设更多的分店。

另外,对于郑州目前的生煎市场来说,除了已有品牌迅速建立网点外,也有

不少新进品牌正在努力抢占市场份额。今年4月份,健康路上新开了一家金山生煎店,干净的店铺、别致的装潢,也吸引了不少市民光顾。

“鼓鼓、阿三他们开店比我们早,在消费者心中的知名度也比我们高,我们现在还处在初期,但也在努力抢占市场份额。”该店的负责人黄先生说。



竞争加剧,不过市场并未饱和,小品牌生意不好做

开生煎店铺的人多了,生意上的竞争自然会日益加剧,那目前郑州的生煎市场处于什么状态呢?

“竞争确实逐渐激烈,但生煎市场并没有饱和,还属于新市场。”黄先生说,对于郑州市民,升级后的大个儿生煎还是一种新事物。而提起自己的生意,鼓鼓生煎的老板秦先生也很有信心:“毕竟名气出来了,消费者还是比较认可的,现在生意依旧很不错,不过需要继续努力。”

面对当前的发展势头,阿三的程慧也认为,市场前景大有可为,为了保证自己的产品质量和口味的统一,他们已经建立了自己的中心厨房工厂,馅料和甜品都由冷藏车专门配送,而郑州门店也将在明年迎来全面的升级改造。

其实,市场并未饱和,并不代表所有的生煎店铺都发展良好,对于街边小摊或者自己“单打独斗”的小品牌生煎,日子已经开始不好过。

“健康路上刚倒闭了一家生煎店,不是加盟,也不是连锁,是自己开的小店铺,估计也就开了几个月,生意不行,没什么顾客。”也在健康路开生煎店的孔先生说,在他看来,小品牌生煎店铺受影响还是比较大的。

“连锁的品牌或者加盟的品牌已经在市民心中留有好印象,‘单打独斗’的街边小摊或者小品牌店铺就很容易被挤占。”孔先生说,小品牌目前想要生存,一定要选择离大品牌比较远的地段,不过这也并不是长久之计,一旦像阿三、鼓鼓这样的品牌在郑州铺设的网点越来越多,小品牌的生意将会很难做。



敢想的小老板,别看生意小,脑中还迸发出上市的花火

也许在不少人看来,即使生意再好,小小的生煎能做出什么样的大名堂来?然而,在梁岩和程慧的计划中,小小的生煎,也敢冒出上市的花火来。

“目前,阿三发展得还不错,接下来,我们计划近3年内,要占领河南市场,包括县市区,在郑州市区内选择直营店,外地的可以选择代理商,这样能保证我们的质量。”程慧说,一旦河南的市场占领完毕,他们更远的计划就是带领阿三走出“省门”,甚至是“国门”。程慧开玩笑说,刚开始只是想做个工作之余的副业,谁料到俩人相继辞去了别人羡慕的稳定工作,“要说未来的发展,我们非常看好,而且很有信心,冒出点上市的花火也是有的。”

而鼓鼓生煎店的老板秦先生也为自己的生煎店规划了一个未来。“现在我的店铺都是橱窗式的,消费者只能外带,接下来我计划将店铺扩大,装修得上些档次,产品的种类也多增加一些,要将产品包装成快餐式的,向麦当劳、肯德基靠拢。”