

渝味云集砂锅研究所创始人张毅:

匠心传承 创新引领砂锅新风尚

任娜

在餐饮界,砂锅这一传统烹饪方式以其独特的魅力,始终占据着不容小觑的地位。近年来,随着消费者对品质与口感的追求日益提升,砂锅菜品牌也迎来了前所未有的发展机遇。其中,渝味

云集砂锅研究所凭借其“传承经典,守正创新”的品牌理念、“当天现做不预制”的烹饪工艺以及“人均二三十,吃的很巴适”的极致性价比,在众多品牌中脱颖而出。近日,渝味云集砂锅研究所创始人张毅分享了他的餐饮匠心、传承与创新之路。

品牌起源:砂锅研究所的命名故事

谈及品牌的由来,张毅表示:“‘砂锅研究所’这个名字,源于我们对砂锅菜品研发的深度投入与不懈追求。因为一直从事餐饮行业,经常去川渝地区考察学习,品尝到很多当地的美食,吃得多了就知道什么好吃,就想把这些当地的美味带回家乡,让家乡人也能品尝到来自川渝的美味,而砂锅因为其保温效果好,烹饪味道佳,最终选择了砂锅这一品类。出于对产品品质的极致追求,我们历经263天,771次研发,最终打造出专

属于渝味云集的独特砂锅菜品。

在食材选择上,张毅亲自带领团队深入全国食材主产地,走遍四川、重庆、云南、贵州、新疆、河南等省份,最终精选新疆辣椒——新疆安集海辣皮子作为主料,同时在百余种大料中精选10余种川渝大料,调出专属于渝味云集独特口感的渝味砂锅。因为研发周期长、次数多、投入大,故而得名‘砂锅研究所’,也寓意着我们在砂锅菜品领域的不断探索与精进。”

餐饮之路:从学徒工到砂锅专家的蜕变

张毅的餐饮之路,是一段从基层到高层,再到成功创业的奋斗史。张毅从一名平凡的学徒工起步,凭借着对烹饪艺术的无限热爱与不懈奋斗,仅用短短两年时间便晋升为厨师长,随后迅速转型为店面经理并晋升为股东,这一系列的飞跃仅耗时两年半。历经磨砺与积淀,他于2013年成功创立“厨掌柜”品牌,专注于打造高品质中餐,随后品牌更是实现了华丽转身,升级为“厨老怪”,开启了迅猛的发展之路。在其精心经营下,品牌迅速扩张,高峰期时全国店面数量激增至130余家,书写了一段从基层到行业

领军人物的励志传奇。

在深耕餐饮的历程中,张毅因工作原因频繁造访川渝之地,深入考察与学习,期间被砂锅菜的独特魅力深深吸引,遂萌生了将其作为事业新篇章新起点的念头。他坚守“传承经典,守正创新”的品牌理念,倾注大量心血,历经700余次的深入钻研与精心试验,最终创立了“渝味云集砂锅研究所”。这一创举不仅传承了川渝地区砂锅美食的精髓,更通过创新融合,将其独特风味推向了更广阔的市场舞台,让更多人得以品味到这份源自川渝的砂锅美味与文化韵味。

烹饪工艺:当天现做不预制,匠心独运,品质为先

在烹饪工艺上,渝味云集始终坚持“当天现做不预制”的原则,制定严格的食材精选标准,当天现采不隔夜,这背后都是对食材、口味及顾客体验的极致追求。张毅表示:“我们希望通过这种方式,让每一位顾客都能感受到如同在家吃饭般的温馨与满足。”同时,他还分享了团队在酱料研发上的独到见解与坚持,每一款酱料都经过精心调配与反复试验,力求达到最

佳口感。

渝味云集酱料历经228天,反复调配试验618次,最终出品泡椒、番茄、香辣、麻辣、藤椒、水煮系列秘制酱料,真正实现每一款产品有自己的专属味道。其中,剁椒醋蒸鸡(创新非遗工艺)、砂锅肥肠、砂锅粉丝虾、砂锅剁椒牛肉、砂锅毛血旺等五款明星产品,更是成为桌桌必点,深受消费者青睐。

食材选择与品控:坚持产品主义,确保品质稳定

对于餐饮行业来说,品质是第一生产力,谁能做好品质,谁才能真正抓住消费者的胃。竞争之下,要想突围,必须持续修炼内功,不断升级迭代,提升企业内

部的竞争。渝味云集显然早已谙熟个中门道,品牌伊始,便坚持走产品主义路线,原材料方面,张毅始终相信好原料造就好味道,坚持“精选好食材”,走遍全国



渝味云集砂锅研究所创始人张毅

深入原产地挑选食材。

以辣椒为例,川渝美食无辣不欢,辣椒作为灵魂配料,如何在还原正宗渝味的基础上,实现渝味云集的口感更符合大众对辣的接受程度,张毅带团队深入川渝、云南、贵州、河南、新疆的全国辣椒主产地,最终从光照、香度、辣度、色泽等几个维度精选出新疆安集海辣椒,其外观色泽鲜红、皮薄肉厚、光滑细长,具有明显的线椒特征,且其外观褶皱多,颜色

红亮口感纯正,特性香而不辣,好吃不上火。

在品控环节,渝味云集同样下足了功夫。他们坚持食材品牌、规格统一,并深入产地进行选品考察,打造最合适的供应链。同时,建立严格的食材品控标准与巡店制度,确保每一份菜品都能达到品牌标准。对于加盟商建立严格的培训与考核制度,确保他们能够熟练掌握渝味云集的烹饪工艺与品控标准。

产品研发与创新:在传承中创新,于创新中传承

提及产品研发与创新,张毅神采奕奕,他表示:“中华美食文化源远流长,博大精深,它不仅是中国传统文化的重要组成部分,也是世界饮食文化中的瑰宝。餐饮品牌要发展,就必须在传承与创新之间找到平衡点,既要尊重传统,又要勇于创新。只有这样,才能不断推出既符合时代潮流又富含文化底蕴的新菜品,满足广大食客日益增长的美食需求。”

为此,渝味云集成立了专门的产品研发中心,推出每年至少4次菜品上新机制,把“人无我有,人有我优,人优我新,人新我奇”落实到产品研发上,坚守产品品质,力求把产品做到极致。同时,围绕产品端、渠道端、用户端等关键业务制定了有效增长的精细化与差异化策略,严格要求、极致精选,只为带给用户最满意的美味享受。

品牌未来:“千城万店”计划

对于渝味云集的未来发展,张毅充满了信心与期待。他透露,渝味云集已经启动了百城千店计划,计划在五年内实现全国范围内“千城万店”的战略目标。为了实现这一目标,他们将继续加强产品研发与品牌建设力度,提升品牌影响力与市场竞争。同时,他们还将积极探索数字化创新之路,通过科技手段提升运营效率与顾客体验。

张毅还透露渝味云集在致力于传承与创新砂锅美食文化的同时,更前瞻性地将目光投向了数字化创新的前沿。张毅指

出,目前数字化转型已成为推动餐饮行业高质量发展的关键驱动力。在运营方面,渝味云集砂锅研究所将通过引入先进的数字化管理系统,实现供应链、库存、财务等各个环节的智能化、精细化管理,实现降本增效。在顾客体验方面,渝味云集砂锅研究所将充分利用数字化工具,打造线上线下融合的全渠道消费场景,方便顾客随时随地享受美食服务。同时,利用人工智能和大数据分析,深入了解顾客口味偏好与消费习惯,为每位顾客提供个性化、定制化的服务体验。

