

锚定高质量发展 共谋餐饮行业新未来

小武股权首届餐饮合伙人大会成功举办

任娜 贾茜茹

12月17日,“小武股权首届餐饮合伙人大会”在河南省郑州市隆重举行。此次大会汇聚了小武股权创始人耿小武、万店盈利创始人兼CTO徐玮、新域创业商学院创始人刘亚峰、上海严究品牌营销咨询创始人严究、虹霖战略品牌营销咨询创始人李虹霖、《中国企业报》集团连锁产业经营研究院执行院长李冀阳、员和记牛肉火锅创始人杨信涛、小武股权联合创始人常占国等500余位餐饮行业精英、品牌创始人的参与,共同探讨餐饮行业的发展趋势、挑战与机遇,旨在推动餐饮行业的高质量发展。

会议当天,现场座无虚席,氛围不断高涨、热烈非凡。嘉宾们或持手机留存干货信息,或奋笔疾书记录内容要点,手眼并用,忙于汲取每一份宝贵信息。会议结束后,嘉宾们仍意犹未尽,久久不愿离去,纷纷盛赞此次活动干货满满、收获颇丰。

会议伊始,徐玮通过深入浅出地解析五步策略的具体实施路径与成功案例,为参会者带来一场关于零售业数字化转型与连锁经营智慧升级的精彩分享。分享中,徐玮以“五步占山头,千店不发愁”为核心议题,从品牌定位与第二曲线打造、爆品打造与菜单



结构调整、爆店打造与盈利模型优化、开店布局与招商选址优化等角度进行切入,力求助力企业迅速拓展市场,实现连锁门店的规模化盈利。

李虹霖则为参会者们带来了“一家门店如何持续赢得顾客选择”的主题演讲。他从“虹霖单店蓄水池模型”的实战应用,到“区域品类冠军成长公式”的深度解析,再到“与顾客建立情感链接的高效沟通”策略,结合门头设计、广告语、超级符号、迎宾和菜单等多个维度,直击餐饮运营痛点,为参会者提供了宝贵的品牌营销实践指南。

刘亚峰就“从目标到成果:解码目标实施的有效路径”这一主题进行了深入且富有启发性的分享。他结合自己丰富的创业经验

和教学心得,剖析了企业如何有效选择目标实施路径,将商业目标转化为行动计划并有效执行。他的演讲提供了实践指导和实用工具,丰富了实现目标的路径,激发了参会者追求梦想的信心和决心。

严究在会上精彩呈现了题为“新经济周期下餐饮品牌的新出路”的主题分享。他立足于品牌长远发展的战略高度,深入浅出地为参会者剖析了餐饮行业的核心竞争本质与底层逻辑。他指出,当前市场品质与性价比竞争激烈,餐饮企业要突破发展,需走差异化竞争之路。他引用服务案例,展示了差异化策略提升品牌竞争力的潜力,并证明新经济周期下,连锁企业唯有不断探索创新,才能在竞争中开辟新蓝海。

杨信涛在会上作了“员和记牛肉火锅走红下沉市场的奥秘”的主题演讲。他分享了小武股权创造的员和记“4321”合伙制模型,即通过科学地分钱与员工参股激励模型,极大地激发员工的潜能与创造力,进而成为推动员和记飞速发展的强大引擎。

耿小武压轴登场,他以“用合伙制打造卓越组织”为主题,分享了小武股权在餐饮合伙制方面的探索和实践,也将本次大会推向了最高潮。耿小武强调,合伙制不仅能够帮助餐饮企业吸引和留住人才,还能够提高企业的凝聚力和竞争力,为企业的长期发展奠定坚实的基础。此外,小武股权在大会上还宣布了一系列针对餐饮合伙人的支持措施,包括提供专

业培训、市场调研、新品推广等全方位服务,旨在帮助合伙人更好地应对市场变化,提升竞争力。耿小武表示,小武股权将继续秉承“携手共赢”的理念,与广大餐饮合伙人共同开创餐饮行业的新未来。

小武股权首届餐饮合伙人大会的圆满成功,不仅彰显了其在餐饮领域内的卓越影响力与强大凝聚力,更为广大的餐饮创业者搭建了一个极具价值的交流互动平台。此次盛会为促进餐饮行业的高质量发展增添了新的强劲动力。

“鉴于越来越多的品牌与加盟商积极拥抱合作共赢的模式,我们有理由相信,餐饮行业的未来发展前景将更加光明璀璨。”耿小武表示。



革瑞斯奢护品牌创始人邵超磊:

十二载匠心筑梦 领航奢护新风尚

任娜 贾茜茹

“每一件奢侈品的背后都有一段故事,倾注了主人的感情,也记录了岁月的足迹。革瑞斯奢护的意义在于,让这些珍藏在其中的美好记忆得以保存。”革瑞斯奢护品牌创始人邵超磊表示。

革瑞斯奢护品牌(以下简称“革瑞斯”)的故事始于2012年冬天。在过去的十二年里,革瑞斯如同其尽心呵护的每一件精心雕琢的艺术品一般,经历了时间的洗礼与考验,愈发绽放出璀璨的光芒。在革瑞斯成立十二周年之际,邵超磊带领我们共同走近革瑞斯,探寻其发展背后的故事。

市场洞察定品类 以爱之名立品牌

十二年前,邵超磊在深入探索奢护行业后,敏锐地洞察到中国奢侈品市场蓬勃发展的背后,隐藏着日益增长的售后服务需求。基于这一深刻认知,邵超磊怀揣着对品质与服务的无限热忱,毅然决然地踏上了在奢护领域创立自主品牌征途。

在邵超磊的精心筹划中,品牌名不仅是一个简单的符号,

更是其深厚行业洞察力与未来憧憬的结晶。然而,在创意的火花即将绽放之时,他遭遇了命名的难题。正当他陷入苦思之际,爱人的英文名“Grace”如同一道灵光,瞬间点亮了他的思绪。他将这份爱意巧妙融入,将“Grace”音译为蕴含东方韵味的“革瑞斯”,品牌名由此应运而生。这一命名不仅见证了爱情的甜蜜,深刻体现了他对优雅与精致的不懈追求,更寄托了他对品牌能够赋予每一件奢侈品新生的美好愿景。

信念筑基破困境 匠心育才铸品牌

创业之路,历来荆棘满布,革瑞斯的诞生亦不例外。在品牌初创之时,邵超磊遭遇了前所未有的挑战。彼时,消费者对奢侈品护理的认知尚处萌芽,行业概念模糊,加之奢护领域小众,人才稀缺,品牌认知度低,种种因素交织成一张密不透风的网,束缚着革瑞斯的发展。然而,面对重重困难,邵超磊并未选择退缩,而是坚定信念:“唯有历经十年磨砺,方能迎来行业的春天。”他以无畏的勇气和坚定的决心,深耕奢护领域,积极探索,引领革瑞斯破浪前行。



邵超磊深知,奢护行业不仅需要技艺高超的匠人,更需具备深刻行业认知的专业人才。因此,他亲自上阵,从零开始,制定严格标准,悉心培养人才。他手把手教导每一位员工,将革瑞斯的品牌理念和服务标准深深烙印在他们心中。时至今日,这批经他精心培育的人才,已成为革瑞斯的中流砥柱,他们技艺精湛,对品牌满怀热爱与忠诚,共同推动着革瑞斯向更高峰攀登。

两大里程碑事件 彰显品牌实力与抱负

对于邵超磊而言,革瑞斯

显了革瑞斯强大的品牌实力与影响力,更体现了品牌对于高品质服务环境的执着追求。这些里程碑事件,不仅是革瑞斯发展历程中的辉煌篇章,更是品牌不断超越自我、追求卓越的真实写照。

客户为心拓服务 善变领航赢未来

谈及革瑞斯的核心特点与显著优势,邵超磊强调,革瑞斯始终以客户为中心,紧密围绕客户需求构建服务体系。从奢侈品包包的细致护理,延伸至衣物、鞋履的全面呵护,再到高端家居用品的专业保养,革瑞斯不断拓展服务边界,致力于满足消费者日益多元化的护理需求。邵超磊自喻为“善变”的领航者,他深知在瞬息万变的时代洪流中,唯有不断革新,方能屹立不倒。因此,革瑞斯始终保持敏锐的市场触觉,灵活调整经营策略,以从容应对市场的每一次波动。

十二年春秋更迭,初心矢志不渝;十二载匠心独运,筑梦路上砥砺前行。展望未来,在邵超磊的带领下,革瑞斯正昂首阔步,在奢护行业书写着属于自己的辉煌篇章。