



凯瑞模式走向全国

他,被称为文化浪尖上的餐饮“潮人”;

他,被推崇为新餐饮的引领者;

他,躬耕笃行只为济南一城。

而他却说,我只是一个“卖饭的”,我的就是把这碗饭做好,其低调谦逊中又不乏风趣幽默。

仅为“做好饭”这三个字,他却倾注了满腔热血,孕育出一个又一个耳熟能详的餐饮品牌,350多家店遍布全国几十座城市;仅为“做好饭”这三个字,他把一碗饭延伸出多个产业链,涉及餐饮品牌孵化、餐饮投资、餐饮金融、餐饮IT、冷链物流、集采共享、商业运营等多个业态;也仅仅因为“做好饭”这三个字,他带着他的团队升级高速公路服务区,提升高铁车站美食广场,全新打造写字楼服务中心;如今,又因为这三个字,他要在全国22座城市中布局共享中央厨房,要做好小品牌孵化,去帮扶更多的创业人员;要转换企业经营模式,打造一个股权平台,让员工真正成为企业的主人……

他就是山东凯瑞商业集团董事长赵孝国,一个善于开拓创新又坚持赋能社会的厚道儒商。

“2019年,我们往品质餐饮上又迈进了一步”

2019年,凯瑞集团在整理和挖掘历史的基础上,推出了“贵满楼·开埠1904”,填补了济南开埠这段餐饮历史文化的空白。以开埠文化地标济南老火车站的设计师命名的大厅,设计更是处处都有老火车站的影子,哥特式建筑,穹顶式设计,推开厅门,便是满眼的回忆与感动,让它成为年轻人举办婚礼的首选礼堂。“每个包房都以老济南开埠时期的代表文化符号命名,整体设计也是参照百年前的经典样式结合现代设计理念,尽力还原细节,每处设计和菜品都能找到开埠烙印,让人们重温那段历史和骄傲。”赵孝国成为第一个把济南开埠文化以实业形式展现的践行者。

2019年,赵孝国致力打造的济南空中会客厅——泉客厅开门纳客,这个位于绿地普利中心57-60层,对标国际一流水准的新品牌餐厅成为济南的地标性餐厅,是可以供济南人和外地游客了解济南故事的一个餐厅。客人坐在303米高的餐厅里,在品鉴来自米其林厨师和本土大厨精心烹饪的美食时,还可北观“鹊华河涛”,南眺“佛慧山影”,东瞰“明府泉韵,俯览济南的城市风光”。

2019年,赵孝国将城南往事开到寸土寸金的上海东方明珠塔下、黄浦江边,这已是鲁菜进驻上海的第四家店,刷新了鲁菜走进上海最核心位置的记录。“济南是中国鲁菜美食之都,鲁菜位居八大菜系之首,怎么能让更多的人了解济南,喜欢济南,美食就是一个窗口。所以,我要携鲁菜走天下,并要走出一条品质化路线,而城南往事就承载着传播鲁菜、传承文化、宣传济南的使命。”

2019年,凯瑞集团所做的远不止于此。今年6月,中国烹饪协会发布了“2019年度中国餐饮企业百强榜”,在最新评出的2019中国餐饮企业百强榜单中,凯瑞集团与百盛、麦当劳、海底捞等优秀品牌一起位列前十,这已是凯瑞集团连续五年位列十强榜单。2018年全国餐饮收入约4万亿元,山东省接近4000亿元,2019年,全国餐饮总产值为4.6万亿元,山东省接近4100亿元,而济南又占到了全省餐饮总产值的五分之一左右。成绩的取得,是省、市餐饮企业家鼎力前行,拼搏努力的结果。“总的来说,在过去的一年里,凯瑞还是取得了不错的成绩,在我市越来越好的营商环境下,在凯瑞人的不懈努力下,我们又往品质餐饮上迈进了一大步。”

“企业没有精神做不大,只有精神没有模式做不长”

在济南,吃烤鸭会想到“皇城根”,喝羊肉汤会去“老牌坊”;品粤菜就到“高第街56号”餐厅;外地朋友来济南,一定会带他们去“城南往

事”吃鲁菜;想了解开埠文化,可以到“贵满楼”;想一览泉城,立于绿地中心之巅的“泉客厅”就成了上佳之选……

除此之外,山东凯瑞商业集团还不断创新,针对不同消费群体,推出小吃快餐“牌坊裡”、好邻快餐“长安巷”、智慧餐厅“味想家”等非正餐品牌,迅速占领餐饮市场客群阶层。

在此基础上,凯瑞集团利用自身发展优势,开始沿餐饮产业链向上下游延伸,投巨资建设共享中央厨房,这将是一个全国示范性的区域加工配送中心,一期项目将于近期投入运营,二期工程也在紧锣密鼓的建设当中。该项目总占地80余亩,投资近4亿元,建设有加工车间、配套综合楼、产品研发中心等,主要是基于国内先进“共享”理念的新一代食品加工厂,形成以济南为核心,辐射晋、冀、豫、皖、苏、鲁等多个省份,集食品加工、物流配送一体化的现代化供应链体系。预计年产值可达50亿元,可有效解决我市及周边区域农副产品的深加工,并能为我市解决约3000人的就业需求,在全国具有较高的引领示范作用。

“共享中央厨房的投入运营,将改变我国几千年的餐饮业最原始的生产及交易模式。我们的中央厨房不仅是满足自身的需求,更是将凯瑞优势的加工物流系统共享给社会,以‘城市共享中央厨房’的方式,为餐饮企业提供中餐原材料,为普通百姓提供半成品生鲜净菜,面向养老机构、养老社区提供养老营养餐食,解决困扰全行业的食安、采购、餐厨垃圾等问题。”

以传统模式为铺垫,凯瑞集团也在不断探索新的商业模式。“企业没有精神做不大,但只有精神没有模式做不久。凯瑞一方面往省内省外输出成功的济南模式,一方面不断研究开拓新凯瑞模式。”赵孝国如是说。

在济南万象城,凯瑞成功地打造出一条以山东传统美食和商业综合体有机互动的“山东街”;在青岛北站二楼美食广场新创一个备受游客喜爱的“鲁食悦”,开启了凯瑞进军高铁站的历程;在济南西部一白领办公楼,创办了集美食广场、智能餐厅、花艺、咖啡馆、便利超市等一体的“瑞创荟”,开创了写字间类文创服务中心的先河。

与此同时,凯瑞商业集团与世界500强绿地集团合作的“瑞丽城”项目正在紧锣密鼓地推广和招商中。这个项目包含有凯瑞的未来总部——凯瑞大厦,还准备引进台湾文创产业,将其打造成为“改变济南生活方式的一座城”。

未来,凯瑞将加快脚步走入“商业集团”的发展模式,业务外延将从餐饮经营管理至共享供应链建设等领域,转型是时代的必然,也是凯瑞升级自我跨越发展的挑战与机遇。

“总归要有一个企业把济南这张美食之都名片擦亮,凯瑞就去做”

很多人问赵孝国,你企业已经做这么大了,为什么还再扩业态,增版图?他的回答很简单:总归要有一个企业把济南这张美食之都名片擦亮,凯瑞就去做了。

从最初的想做好一道菜,到开好一家店,再到今天的凯瑞集团,随着事业的一步拓展,作为一个济南人,作为一个企业家,这种只想给这座城市赋能的家国情怀和责任担当让人不禁为之点赞。

济南,拥有“山、泉、湖、河、城”五种得天独厚的自然资源。近几年,济南市政府大力推动“大强美富通”现代化国际大都市建设,这座拥有2600多年建城史的古城越来越具有国际范儿。为对标国际一流,推广济南名片,2019年,赵孝国把第四届服务大会引到济南,这也是服务大会首次离开北京离开人民大会堂,把中国顶级烹饪大师、服务大师请到济南,给济南市民展现出一个顶级的中国服务业,为提升济南餐饮业的服务水平做出了贡献;把即将出征IKA世界奥林匹克烹饪大赛的中国国家代表队请到济南,在泉客厅进行赛前模拟演练,再次把一城山色半城湖,四面荷花三面柳的济南呈现在国人面前;邀请目前国内高水平的“大董冬至宴”品鉴会来济南举办,得到了整个行业对这座城市的褒奖,意味着济南将从一个传统的美食之都,正在蜕变为美食引领者之都。

今年下半年,凯瑞集团除了要在全国布局共享中央厨房和新零售外,还会继续在国内主要城市开品牌餐饮店,目前,已在西安、杭州、青岛进行选址。在此基础上,加大对老店的提升改造和新旧动能转换,再开一家“天空之城”音乐餐厅及下午茶,丰富和提升济南这座城市的国际化水平,让更多的人热爱济南。

“无论在疫情前,还是在疫情后,我每天走的都是战战兢兢,如履薄冰。”餐饮平均寿命是3.5年,随着消费者年龄段的不断更新,凯瑞集团要不断对标新餐饮、新消费和新市场,要随时转换频道,以顾客需求作为开始,以终为始。如何让老品牌始终得到消费者欢迎,除了积淀的文化底蕴和品牌外,就是要持之以恒的做品质。

“今天,济南的建设和发展迎来了前所未有的发展机遇,城市发展新格局被重新描绘,凯瑞集团会根据城市规划,提前做好我们的投资布局和新产业的落地实施,做好相应的餐饮服务,为擦亮城市名片继续贡献力量。”

“你只要持续不断地努力,老天就会眷恋你”

赵孝国说,凯瑞前进的每一步都有坎,每遇一次坎,每做一个决定,都非常困难,但每一步我们都要认真做。

2020年的新冠肺炎疫情,让凯瑞遇到了自创业以来最大的“坎”。

“不指责不抱怨,不能等不能靠。”赵孝国面对疫情迅速做出自救决策,并提出疫期主战

略思想:不给社会添麻烦,不给员工找不安。一边成立疫情防控小组做好员工和店面的疫情防控工作,一方面将经营重点从线下转到线上,在同行中率先推出“无接触外卖”服务,一方面积极响应政府号召,努力做好复工复产期间工厂、企事业单位的团膳、工作餐、配餐等保障工作。并号召员工深入到抗疫一线,为医护人员、执勤干警、社区志愿者送去爱心餐,传递企业的正能量,尽显企业社会担当。

与此同时,凯瑞集团全面调整经营战略,以裂变式新营销思维推出“半价烤鸭营销活动”,回笼了上千万元资金,为企业复苏赢得了时间。这一成功的自救举措,成为疫情下中国餐饮界的经典案例,让直降冰点的餐饮企业看到了回暖的希望。随后,凯瑞集团又先后两次拿出总计1.2亿元消费券,推出两次“你消费,我补贴”活动,唤醒消费者热情,激发消费市场,重塑消费信心。

接下来,凯瑞集团不断举办活动,策划周密,创意十足,精彩纷呈,每个活动都引起不小的轰动。

4月9日,第九届“高第杯”儿童公益绘画大赛如期举行。6月20日,以“融·变”为主题的2020国际婚礼趋势发布会,在领秀城贵和购物中心贵满楼菲舍尔大厅举行。7月1日,“夏至味至,食之清欢”和味道国际新品303云端品鉴会举办;7月2日,“0元投资”创业合作说明会召开;7月11日,第十六届“老牌坊”伏羊节启动;7月25日,由凯瑞集团旗下品牌“城南往事”承办的“华夏寻锦鲤,百年真香季”鲁菜名菜糖醋鲤鱼120周年系列活动启幕,在活动现场,大家共同为这条诞生于1900年的糖醋鲤鱼庆祝生日。这一别出心裁的庆生活动是传统饮食文化在传承与弘扬方式上的新突破。

“有节就过节,没有节创造节也要过!当市场比较平淡的时候,活动的目的就是激发市场的活跃度,增加人民消费欲望,让消费者想到你,记住你,走进你。”赵孝国告诉记者,每一个活动都带来了大量引流,有的活动当天就超过200万人关注。

“凯瑞集团在发展的道路上面对今年疫情的不确定性,以及上半年巨额亏损,我们知道2020年注定非常艰苦。除了要制定战略目标走下去,还要看的更远,要在中国餐饮全系列全产业方面都走出济南模式和凯瑞风格。危中有有机,说起来很容易,真正抓到却很难,但是我相信,只要持续不断地努力,老天就会眷恋这个企业。”

“人不担心后路的唯一方式,就是把前路走长。”这是当前正在热播的电视剧《三十而已》里顾佳安慰两位闺蜜的话。

而这句话也完美地演绎了赵孝国从济南的一家门店到凯瑞商业集团的创业生涯。逢山开路,遇水搭桥,赵孝国就是这样带着团队一步一个脚印,踏踏实实地将企业走出去,走向全国。

(王瑞红)