

每月新开六七家门店,营收预计可达10亿元

从温岭走向全国,蛙喔靠的是什么?



本报记者 姚梦卿 张笑川
本报通讯员 王双双

在华东地区,爱吃牛蛙的食客想必对“蛙喔”这个品牌并不陌生。

在各大商场占据醒目位置的“蛙喔”,其实是温岭发家的。在温岭银泰拥有第一个“根据地”后,到现在的近200家连锁店,蛙喔显然在“牛蛙煲”市场牢牢占据了一席之地。

如今,处于裂变期的“蛙喔”,更是提出了要在未来三到五年实现“千店计划”,走向全国各地。

十余年餐饮行业经验的沉淀 造就了“蛙喔”品牌的诞生

“在做‘蛙喔’之前,我们一直在试错。”蛙喔联合创始人姚利剑把这段经历称为“交学费”。

从2006年踏入餐饮行业以来,姚利剑和李雨华等几个联合创始人开过十几家不同品类的门店,包括火锅、西餐、海鲜自助餐、酒吧、KTV等,在当地餐饮圈打出了不小的名气。但东一榔头,西一棒槌,始终不接地气。姚利剑慢慢意识到,企业化经营还不够,得做连锁化餐饮品牌。

“2016年开始,我们在全国范围内考察烤鱼、肉蟹煲、潮汕牛肉火锅等单品,但这些品类已经进入到了商业‘红海’,没有我们的机会了。”姚利剑说,“其他品类我们都考虑过,当时像中餐厅就很难做连锁,对产品和管理的标准都非常高,不具备可复制、标准化的‘基因’;自助餐也不合适,店铺投入成本很高,生意火爆但利润率不高,还容易被跟风。”“牛蛙煲”引起了他们的注意。

“当时牛蛙市场还处于萌芽期,市面上还没有做成连锁化、规模化的品牌。另一方面,牛蛙在产品基因上和烤鱼很像,就餐体验也更丰富,这让我们觉得是一个机会。”姚利剑解释。

就在这时,温岭银泰城抛来了橄榄枝,姚利剑觉得可以借助连锁商场的资源来拓展自身餐饮品牌,双方一拍即合。就这样,“蛙喔”品牌诞生了。

2018年,在新媒体的带动下,牛蛙品类迎

来了爆发式增长期,上百个牛蛙品牌如雨后春笋般冒了出来,群雄割据的“战国时代”就此来临。

而此时,蛙喔经过两年的沉淀,已经进入了发展的快车道,不论是品牌影响力还是管理能力,都具备一定的竞争优势。在“每天都有牛蛙店”倒下的大环境下,蛙喔不仅没有被冲刷掉,反而因为较早占据流量入口,吃到了足够的红利。

2018年底,蛙喔的门店数量已经拓展到了五六十家。

调料量化、阳光厨房 严格把控食品口味和安全

聂云已经跟着姚利剑和李雨华十余年了,从创立蛙喔之前,就一直在他们开的餐厅做主厨。但在蛙喔之前,聂云只做过三杯田鸡、干锅牛蛙之类的菜品,从未尝试过牛蛙煲,这对他来说是一个全新的挑战。

“其实牛蛙煲是从烤鱼演变过来的,我们结合台州当地口味,做出了全国销量第一的蒜香蛙锅。”聂云说,蛙喔最经典的蒜香、紫苏、香辣等6个口味,是他经过两年的不断尝试和摸索研发出来的,“去年一年,蛙喔一共卖出了500万份蛙锅,其中蒜香味能占到大约三成。”

研发初期,聂云跟着姚利剑和李雨华到处跑,“听到哪里有新菜,就立马跑去尝,成都、长沙、上海都去过。”泡椒蛙在宁波风行时,他们也自驾3个小时跑去尝,点了十几份,吃得都快“吐”了。聂云说:“别人店里用的酱汁和调料我基本上都能尝出来,回来以后再慢慢试,调整至最佳用量。”

菜品内部研发时期,他们曾经创下一个月试菜牛蛙两吨的惊人记录。从第一家店开始,聂云就考虑过调料“量化”,也就是一份牛蛙煲配一份固定量的酱汁和料包,“但是因为量少,没有厂家愿意合作,所有的酱汁和调料只能一份自己熬煮、称量。”聂云回忆,后来门店规模一步步扩大,才终于实现了这个想法。

“量化”这一举措使蛙喔加快了扩张步伐。“调料定量可以使得各门店的口味保持一致,也极大降低了厨师操作的难度,简单培训两三个月就能上岗。在正常情况下,培养一个厨师则需要两三年的时间。”聂云如今已经升任出品总监,言谈间充满了对蛙喔的自豪,他告诉记者,自己也加盟了几家门店。

2019年,蛙喔进入上海市场,并以此为契机开始打造“阳光厨房”,这给蛙喔带来的好处也是显而易见的。

蛙喔对食品安全和质量的把控还体现在

监管上:对厨房操作进行实时监控,由专门的“网监组”进行自查自检,每个工作人员同时面对三个显示屏,对不规范行为进行拍照上传,还有专门的“督导人员”会不定期前往门店进行巡视和打分。

“最重要的是食品安全系数更高了,坐在店内用餐时就能通过屏幕实时监控后厨,消费者的信任感也就更强。”姚利剑估算,蛙喔的营业额因此至少提升了10%。“另一方面,食材浪费系数降低了,员工工作效率和素质也得到了提升。”

“农村包围城市”大获成功 未来三到五年实现“千店计划”

从某方面来看,蛙喔与古茗的“农村包围城市”发展路径有些相似,都是以台州为“根据地”,再慢慢渗透到大城市。

按照姚利剑的说法,这样的模式更适合他们这样“白手起家”的新品牌。资本和品牌还不足以在中心城市立足,在四五线城市的生存空间更大,人力、租金等成本也相对更低些。“餐饮行业模仿性很强,山寨出现得很快,但是如果先从四五线城市发展,就有‘时间差’,可以争取到一定的发展时间和空间。”

在新门店的选址上,蛙喔会综合考量商圈位置、人流量、获客率等因素,但有一个大原则从来没有动摇过——开商超店,不做街边社区店。姚利剑认为,商场自带流量,质量管控强,而且蛙喔入驻之后,就不会再让第二家牛蛙门店入驻,也起到了一定的保护作用。

在蛙喔总部,公告栏上挂着“口碑之星”“最佳人气”“金牌店长”的照片,不难看出蛙喔对门店的重视。

“对于营业额下滑快的门店,排名后十的门店,我们会进行单店营销服务,比如在朋友圈、抖音、小红书等平台做推广,或者与学校等第三方团体做联合营销活动。”运营中心经理罗强告诉记者,这也是为什么蛙喔的闭店率能控制在7%左右,远低于30%的行业平均水平。

从第一年营收1000多万元,到今年预计能达到10个亿,蛙喔已然进入了快速裂变期。现在,蛙喔每个月都会有六七家新门店诞生,几位创始人也适时提出了“千店计划”,希望未来三到五年内实现。而这其中,最重要的就是供应链的保障。

“目前,牛蛙养殖等上游还不接地气。企业想要真正快速发展,还需要多个品牌和上下游联合发力。”姚利剑表示,蛙喔正在尝试向上游供应端延伸,成立自己的养殖加工链,希望能够形成养殖、配送、加工一条龙的供应体系。

制造业中小微企业再获国家税收优惠政策扶持

“缓税”利好 台州中小微企业

本报记者 沈海珠

10月27日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议,决定第四季度对制造业中小微企业等实施阶段性税收缓缴(下称“缓税”)措施,预计可为制造业中小微企业缓税2000亿元左右。

在台州,小微企业和个体工商户占全市市场主体95%以上。量大面广的小微企业和个体工商户,不仅是台州经济压缩底的家庭,也是民营经济“金名片”的重要标识,更是稳就业、保民生的主要力量。

那么,此次缓税政策将对台州中小微企业带来哪些影响?

记者从国家税务总局台州市税务局了解到,今年以来,大宗商品价格快速上涨,价格高位运行,这使得企业尤其是制造业企业成本上升,经营困难。制造业是实体经济的基础,而中小微企业和个体工商户应对风险能力相对较弱,急需国家扶一把。

为了进一步加大助企纾困力度,稳定市场预期和就业,促进工业经济平稳运行,国家通过出台阶段性缓税举措,以市场化、普惠式方式,对今年四季度制造业中小微企业实现的企业所得税和国内增值税、国内消费税及随其附征的城市建设维护税,以及个体工商户、个人独资和合伙企业缴纳的个人所得税(不含其代扣代缴的个人所得税)实行缓缴,从而缓解企业现金流压力,帮助企业渡过难关。

其中,对年销售收入2000万元以下的制造业小微企业(含个体工商户),其实现的税款全部缓税;对年销售收入2000万元至4亿元的制造业中型企业,

实现的税款按50%缓税,特殊困难企业可依法特别申请全部缓税。

台州市税务局法制科副科长王典表示,由于增值税与所得税是商事主体在正常生产经营活动中缴纳的最主要的税种,因此这次政策是针对大税种集中发力,一定程度上缓解了企业的资金压力,一方面在岁末年终关让基层保工资保运转保基本民生,另一方面也使得企业有更多的资金去投资扩大再生产,进行技术创新等,从而有益于推进企业快速发展壮大。

“缓税不是免税,而是延迟交税,这对企业来说,某种程度上相当于一笔短期无息贷款,可以减少企业融资行为,降低企业的融资成本,缓解企业现金流压力,解企业燃眉之急,甚至可以给经营不善的企业带来回笼的机会。因此这个举措是一个创新、务实、有效的做法。”王典说。

记者了解到,由于制造业中小微企业缓税是基于跨周期的调节,由于缓缴的范围已经扩大到制造业中型企业,在某种意义上意味着,我国在对于小微企业减免的基础上,进一步将减税降费政策惠及中等规模的企业,所以对于制造业中小微企业是重大利好。

那么,台州中小微企业缓税延期缴纳时间最长是多久?政策优惠到期后,企业的纳税方式是否有变化?

王典告诉记者,此次制造业中小微企业遇到大宗商品价格上涨等属于短期性的困难,因此相应的对策也是阶段性的缓税。“此次会议缓税时间为今年第四季度,缓税自今年11月1日起实施,至明年1月申报期结束,政策到期后,企业正常缴纳税款。”

原材料涨价,你家装修费用超预算了吗?

本报记者 周丽丽

台州是海滨城市,人们通常在干燥的冬天装修房子。国庆过后,我市不少家庭开始着手装修事宜,但发现今年下半年装修材料价格比上半年贵了不少。

在路桥建筑装饰市场,一位前来选购材料的蒋女士表示,她刚买的房子正在做局部改造,因为装修材料价格上涨,她的预算要比年初多出一两万元。“年初的时候,我们就估算过,花费在10万元左右,但是到了10月份过来询问,好些建材的价格都上涨了,涨了10%到20%,有的建材还出现缺货的情况。”

“板材涨价是最明显的,木门、橱柜、衣柜、家具整体上涨约20%。”路桥建筑装饰城欧雅装

饰的负责人姚先生介绍,由于疫情等原因,国内外木材供应紧缺,导致板材价格一直上涨。

“过去的瓷砖价格一直是每片1毛钱、2毛钱、5毛钱小幅上涨,而下半年瓷砖的涨价幅度在2-3元一片。”路桥桥一陶瓷的销售人员表示,在10月左右,不少瓷砖品牌“一口气”涨了10%。

“一些零碎的装修材料也涨了很多。”蒋女士说,自己在采购一些电线、管道等虽然在装修上占比较少,但是价格上涨厉害,也添加了不少支出。

此外,铜、铝、锌等金属原料价格持续上涨对装修影响较大,电线、镀锌铁管、五金件等上涨幅度为25%-30%。

路桥建筑装饰市场一家五金店的负责人表示,铝条、PVB和其他辅料都在上涨,“以一

个10平方米左右卫生间的装修为例,估计年初和现在对比,价格可能要多出一两千元。”

“幸亏年初的时候,企业里都很少做一些包工包料的工程,不然按照现在的价格来算,有些装修工程可能就要亏钱了。”椒江麒麟装修设计公司设计师罗小姐说,年前我市不少装修公司预料到材料上涨的可能,很多不愿意做包工包料工程。

同时,也有不少经销商表示,部分品牌产品出现紧缺的情况。“钱都打过去了,拿不到货是最恼火的。”椒江洪家陶瓷的一位瓷砖经销商说,“我市绝大部分瓷砖产品来自广州,烧制瓷砖的用电量很大,最近限电停产的情况很多,备货周期都在拉长,我们已经不敢给客户保证到货时间了。”

谢哉华:用热情续写调解人生

(上接第一版)其中2017年就成功调解医患纠纷72起,包括非正常死亡25起,这些成绩都让谢哉华的调解在当地有口皆碑。再难解的矛盾纠纷,他都能抽丝剥茧,调得平平顺顺。

在这起调解中,谢哉华多方着手,尽可能使事情圆满调解。找到相关部门、联系外逃的男友,要求进行赔偿和照顾。和医院积极沟通,舒缓双方的对立矛盾。和妇联同志一起,陪同当事人到医院里进行检查。

数次调解下,最终,医院愿意免费承担后续治疗。当事人表示,将在痊愈后回老家好好生活。

稳定社会

“谢局,快来!”2012年农历正月初二,早上10点5分,正在走亲戚的谢哉华接到某医院的电话。

因为一起医疗事引发了死亡案件,此刻,死者家属聚集100多人,严重影响了医院的正常秩序,甚至造成了医院周边交通堵塞。

马不停蹄赶到现场,眼前的形势很严峻:情绪失控的死者家属对前来的工作人员大打骂,已将医院院长和调解员围困了四个多小时。谢哉华毫不犹豫,冲进人群。

“大家冷静点,听我讲!”混乱之中,谢哉华浑厚而具威严的声音极具震慑力,他不断宣传法律法规,并给死者家属解惑释疑,终于缓和了现场紧张气氛,避免了矛盾进一步激化。

在随后几天协商中,双方经历了冲突、协调、再冲突,再协调的曲折过程。谢哉华一直坚持医院“有错即赔,大错大赔,小错小赔,无错不赔”的原则。经过三天七场协调沟通,终于以真诚沟通换取双方信任理解,成功化解纠纷。

医患关系紧张是危害社会稳定的因素之一。为将“火苗”掐灭在初始状态,2007年,临海市率先在全市成立首个医疗纠纷人民调解委员会。谢哉华当时还在司法局工作,作为医院、司法机构等多方代表之一,担任起副主任一职,7年后升职为主任。2018年,老谢调解室成立,设有3名专职调解员、1名调解辅助人员。“老娘舅”调解千头万绪,医疗纠纷调解更是烫手山芋。当兵出身的谢哉华愣是凭借过人的胆识、丰富的调解经验,获得了大家的信服。

AB面生活

衬衣,皮鞋,背头,谢哉华精神抖擞开启一天的调解工作。

调解室里,春夏秋冬的工作装整齐挂在办公柜里。换上工作装,他立马调到“外表严肃、做事细致”的“老娘舅”;下班穿回日常衣服,他是一名普通的退休政法干警。

“调解工作三十多年,节假日几乎没有过假。”谢哉华希望用上下班时的AB面生活,暂时喘气和休息,让蓄能充足的自己每天都能热情奔跑在调解路上。

“有人拿摄像头对着你拍,多么令人窝火,但咱也只能忍着,做好调解工作最重要。”“有时候在停尸房里一待好几个小时,为了协助调解。”“这些都需要一点时间消化。人前精神的“老娘舅”,柜子里藏着妹妹送的铁皮枫斗。“她看我辛苦,送给我可以补补。”桌子上4个磨褪色的打火机,茶杯底部经年累月沉淀下的厚厚一层茶垢,无声诉说着主人在整理资料、多方调解时的殚精竭虑。

谢哉华从没有怨言,唯一的心事,就是新生代医疗纠纷调解员的培养,目前愿意加入的年轻人太少。每次看见“好苗子”,他都积极将自己的“谢氏调解法”倾囊而出。

补贴微薄,几乎是在做公益,但谢哉华依旧将退休后的调解工作拼成了“火线”。他说,要用热情续写调解人生。



玉环:水产养殖户喜领物化品

10月27日,玉环市水产技术推广站渔技人员将部分水产养殖配合饲料、微生物制剂运送到该市海山乡茅垵岛,免费赠送给当地90多名水产养殖户,领到配合饲料的水产养殖户卓良伟说:“感谢政府免费赠送这些物化品,这两年使用配合饲料后,效益喜人,今年我们池塘养殖的南美白对虾获得大丰收,亩产达到450公斤。”

据统计,玉环现有水产养殖从业人员4500多人,水产养殖企业、合作社200多家,养殖品种有南美白对虾、青蟹、各种贝类、紫菜以及大小黄鱼、美国红鱼等,去年全市水产养殖年产值近10亿元。据悉,除海山乡以外,当地其他乡镇的水产养殖科技示范户将陆续收到上述物品。

本报通讯员 倪建军摄

院桥:聚贤谋共富 发展兴乡业

(上接第一版)

引才聚资打造“共富梦”

近日,巨锦工艺品、加鑫建设、得力佳文具、鑫泰建设、紫荆花泵业等5家乡贤企业、与院桥5位困难家庭的优秀学子,采取由“点”成“线”、以“线”带“面”形式,由乡贤会制定农产品技术标准,对特色农产品进行生态开发、种植、运营,统一采购、包装和销售,促进农业产品质量提升,推动农业项目深层次加工。同时,合作发展乡村旅游、休闲观光农业等农旅融合项目,全面提升特色农业竞争力和区域品牌影响力,进一步拓宽村集体、农户增收渠道。

眼下,越来越多的院桥乡贤通过智力回乡、资金回流、公益回报等途径,为家乡发展引资、引技、引智,撬动更多社会资源。

9月底,乡贤会名誉会长、北京大学药学院教授屠鹏飞邀请了相关领域多位专家,共同调研院桥中药材种植产业。专家组实地考察了多座山头,结合现有野生中药材,向当地推荐水稻+浙贝母、延胡索、黄精等种植品种,并对各品种种植成

本和收益、种植时间和条件、市场行情等进行了分析解读。

为打造绿色、健康、优质的特色农产品品牌,院桥镇还创新探索“乡贤会+合作社+农户”模式,出台了《院桥镇乡贤助力共富农业项目实施方案》《院桥特色农业开发项目实施方案》,采取由“点”成“线”、以“线”带“面”形式,由乡贤会制定农产品技术标准,对特色农产品进行生态开发、种植、运营,统一采购、包装和销售,促进农业产品质量提升,推动农业项目深层次加工。同时,合作发展乡村旅游、休闲观光农业等农旅融合项目,全面提升特色农业竞争力和区域品牌影响力,进一步拓宽村集体、农户增收渠道。

在这一过程中,镇纪委通过监督跟踪,紧盯与乡贤企业高频次打交道的关键岗位人员,对其进行廉政风险干预,并在重大节假日,重要时间节点发送廉洁短信,有效遏制了关键岗位的干部在与企业打交道过程中“亲”而不“清”的现象。