

“顺风港湾天钥桥店”9月18日开门迎客

楼宇经济再创辉煌 商务宴请迎来春天

顺风港湾 面向白领及商务宴请

“顺风港湾”茶餐厅,是上海顺风餐饮管理有限公司旗下的高端品牌,至今年9月底,在上海、杭州开设4家连锁店。为什么以百姓为主打消费市场的顺风大酒店,在今年一些高端餐饮纷纷放低身价,走大众化消费路线的情况下,“顺风”会反其道而行之呢?

综观当下上海宏观经济格局,可谓全国看上海。日前,国家主管部门正式批准设立上海自由贸易试验区。同时,上海十五规划的落地,迪斯尼项目的加快建设,徐汇滨江的东方梦工厂建立,这些一流的项目,预示着上海写字楼的井喷时代来临。如何抓住这千载难逢的楼宇经济,对餐饮企业家来说,是一种眼光,一种机遇,一种挑战。

自贸区的获批,给上海的第三产业带来勃勃生机,给上海服务行业迎来曙光,也给“顺风”等一大批餐饮企业带来了“第二个春天”。

面对上海即将建成的国际金融中心、国际经济中心、国际航运中心、国际贸易中心这“四个中心”,“顺风”董事长吴稚亮比喻道:相比上海的“四个中心”,“顺风餐饮”的今后发展,依然靠的是企业自身的“四个一点”经营理念,也就是“环境装饰漂亮一点,菜肴出品美味一点,埋单价格

便宜一点,企业宣传花费一点”。

上海第三产业全面取代第二产业(工业)的新经济时代已经来临,据介绍,一流的企业总部将入驻上海。也就是说,上海需要再建“8个陆家嘴式”超大体量规模写字楼才能满足商务办公,这是何等惊人的写字楼经济啊,而与之配套的第三产业服务,将紧盯上海商务发展的重大契机不放。

顺风港湾 符合高端商务楼用餐

面对二三年内,上海写字楼规模将再建“8个陆家嘴式”的规模,“顺风”掌门人吴稚亮坦言:未来十年,不仅是上海写字楼的黄金十年,也是楼宇餐饮经济的黄金十年,如何抓住迅速崛起的写字楼餐饮契机,正是上海餐饮企业所要考虑的真正大事,它会激发餐饮企业的主动性和创造力。

“顺风港湾”的点心、炖品等高端菜肴,是时尚白领午茶和商务宴请的所需。“顺风港湾”不仅要在写字楼中生存,还将提供德式烤蹄、越式烤排、日式刺身、法式蜗牛等各种异国菜肴,让“顺风港湾茶餐厅”成为上海楼宇内的“宴会厅”。

到明年底,“顺风港湾”就能达到8个符合写字楼茶餐厅模式的“顺风港湾”连锁规模,“顺风”不是把这种模式当成一种梦想,而是当

成一种实实在在的计划在——实施之中。上海自贸区第三产业的利好,写字楼大面积建造的利好,也必将会带来餐饮企业的利好。

靠近上海体育场旁边的“顺风港湾天钥桥店”,与未来总体规模或超过陆家嘴的徐汇滨江 CBD 核心商业群也就一步之遥。在此,仅绿地集团就有5个5A甲级写字楼项目,绿地中心二期双地铁上盖物业群,65万平方米大城市综合体,而遍布上海各个商务中心的众多写字楼板块,对“顺风港湾”连锁品牌在上海的发展,是一把开启餐饮人流的“金钥匙”。

曾有报道,上海的白领能否安心在某区域写字楼里工作,午餐已是白领人士考察取舍当地楼宇工作环境的重要因素,白领们感叹写字楼自身餐饮或周边餐饮服务缺失的报道为何屡屡见诸报端?各区有关部门都在为白领的午餐煞费苦心,频频搭台。“顺风”餐饮入驻写字楼内,还打破了那种高端餐饮遥不可及令人生畏的神秘,使其变得大众而不失其美味。“顺风港湾”茶餐厅那醇醇的美味,会让写字楼商务人士前往一尝,即为常客。

“顺风港湾”茶餐厅告诉写字楼里的每一位白领,这里不仅面包会有的,精致丰富的午茶更是等着您的大驾光临。

文 / 顾建明



面对当前上海餐饮企业转型发展的课题,“顺风餐饮”的成功之路在于——

面向家庭消费

“顺风”企业从1999年12月底开业至今,已走过了13年的餐饮路程。这期间,所经历的风风雨雨,“顺风”经受了各种考验,“顺风”都坚持以“不变”的经营策略面向家庭消费,而不是一味用“应变”来规避政策的风险。也就是说,用处处以老百姓的利益为出发点的“思维引擎”,朝着原本就符合市场经济规律的既定目标前进。所以,“顺风”企业从不搞“急刹车”式的过度转型。

正如“只有倒闭的企业,没有倒闭的行业”那样,在世界有规律的经济发展和有惯性的经济危机并存中,避免危机或灾情的连累,靠的依然是家庭消费对产品的信心和依赖,“顺风餐饮”也正是围绕着家庭消费的经营模式,在餐饮市场出现疲软时,得到了众多百姓的支撑而影响轻微。

毋庸置疑,没有坐不满的饭店,只有不接受的性价比。“顺风餐饮”

面向家庭消费 向市场规律要效益

顾建明

面对市场规律

早在两年前的今天,上海顺风餐饮管理有限公司的首脑们,就已经审时度势,把以往开4000平方米左右的大型连锁店——“顺风大酒店”,转为开1500平方米左右的升级版餐饮模式——“顺风港湾”,并按照市场经济的发展规律,迈出了企业发展的转型步伐。由此,“顺风”企业改变了以往“庞大体型”的连锁业态,变成了“强壮体格”的“缩小版”精致“顺风”,也就是在保留以往“顺风大酒店”原先大型综合饭店模式的前提下,打出了“顺风餐饮”的第二品牌——“顺风港湾”茶餐厅,变成了现在以点心、炖品为主,略向高端的茶餐厅模式。并在去年的1月份,正式在南京西路吴江路经典茂名商务大厦4楼开张迎客,比“八项规定”政策的出台提前了整整一年。

至今年9月底,“顺风”相继在



“顺风”餐饮连锁店一览	
顺风港湾天钥桥路店	
地址:天钥桥路323号美城天地大楼3楼	
电话:64070179 64080377	
顺风人民广场店	顺风第一八佰伴店
地址:黄陂北路227号	地址:张杨路501号
电话:6375 8999	电话:5027 3317
顺风长寿店	顺风港湾吴江路店
地址:西藏路1068号	地址:泰兴路175号
电话:6277 1818	电话:6211 6707
顺风不夜城店	顺风瑞虹坊店
地址:恒丰路218号	地址:瑞虹路116号
电话:5127 1717	电话:5181 2107
顺风金玉兰店	顺风吴中路店
地址:打浦路1号	地址:吴中路52号
电话:5396 0799	电话:6487 1917
顺风第一百货店	顺风北外滩店
地址:西藏中路500号	地址:汉阳路88号
电话:6351 5258	电话:5652 3877
顺风南桥店	顺风·美心大酒店
地址:百齐路588号	地址:华山路2038号
电话:6118 9877	电话:5407 0568
顺风五角场店	顺风港湾(杭州)工联店
地址:四平路2500号	地址:杭州延安路292号
电话:5509 7717	电话:0571-87257178
顺风莲花国际广场店	顺风港湾宏伊广场店
地址:沪闵路7886号	地址:南京东路299号
电话:3471 0177	电话:6361 7177

风港湾”茶餐厅的消费价格略有提高,但消费者乐于接受这种高品质的菜肴和服务,这其实也是遵循市场规律的一种企业市场调节。

为什么“顺风”能够开一家盈利一家,因为支撑其生意气场核心的,则来自于“顺风”企业掌门人吴稚亮先生的指导思想,可以归纳为“四个一点”:“环境装饰漂亮一点,菜肴出品美味一点,消费结账实惠一点,企业宣传花费一点。”正是这“四个一点”理念叠加效应的长期贯彻,为“顺风”企业之后在上海的发展轨迹定下了基调,也为“顺风餐饮”13年来的经营模式赢得了红利效应。“顺风”17家连锁店年销售额近7个亿。今年1-8月营业额较去年相比未有丝毫下降。

改革是中国的最大红利,同样,“顺风”秉承“四个一点”的家庭消费营销理念和遵循市场规律的基本原则,为“顺风”十几年来保持最大红利奠定了基石,使得“顺风”企业没有遭遇过真正棘手的“冬天”。这,可以从“顺风”的广告语中说明一切:“衣食住行常人心,顺风顺水老百姓”。