



餐饮集团总经理张耀他： 业务模块化 团队专业化



一，全力以赴，做精商圈，做好内圈重大调整。

上海老饭店以特色本帮菜为亮点提供婚宴品牌服务。餐饮集团2011年下半年就开始筹划上海老饭店四楼到五年客房部分的经营调整。围绕打造一流婚宴品牌，把四楼和五楼调整改造成为商城内最大的宴会厅。今年2月全楼停业开展工程，7月份投入试运营。

按照打造老饭店一流婚宴品牌的定位要求，我们将加紧整合各种资源支持，围绕婚庆这一主题形成市场营销、服务配套、系统支持的整合运作模式，为老饭店从单纯以本帮菜为经营特色延伸到以特色本帮菜为亮点的集各种婚庆功能为一体的品牌定位服务。

2012年，餐饮集团将全力以赴，做好内圈老饭店、和丰楼的重大调整，以业务模块化、团队专业化做好南翔1900对外拓展，对美食广场的发展模式予以总结，找出新的发展路径，追求更好经营绩效，实现集团创新发展。

和丰楼要打造商城内最大规模的集各地风味特色小吃的餐饮综合楼。自2011年下半年开始，餐饮集团着手策划和丰楼一楼到三楼整体经营结构调整，计划今年6月份试运营。按照商城统一部署，以整楼资源结构性调整概念，以前瞻性的资源配置理念，强调人无我有、人有我优，突出餐厅特色，吸引增量客流。

二，按照业务模块组建专业团队，做好南翔1900对外拓展。

2011年我们集中精力实施南翔1900品牌的对外拓展，完成开业包括签约10家的不俗业绩。今年5月1日前雅居乐、宁波莱福士的店铺相继开业，目前已经立项的还有宝山万达、苏州中心点、周浦万达。为了更生动地展示南翔1900的演变历程，我们特意请上海著名画家作画，把南翔1900的110年发展历史，包括海外发展业绩，用一个3.5米的长卷反映出来，在所有的南翔1900店铺中作为形象展示，更好地诠释品牌内涵，辐射品牌影响力。

2012年，南翔1900要集中精力做好上海、江苏、浙江的滚动开发，重点做上海市场的深耕拓展，

全年要完成8到10家签约开业计划。要对南翔1900的组织架构和人员配置系统化调整，合理配置人员、提高工作效率，适应滚动开发的需求。我们要按照业务模块组建四个专业团队，包括前期开发团队、门店营建团队、运营管理督导团队、供应链支持团队，使业务流程模块化。

前期开发团队加大重点区域的市场拓展，通过寻址、调研、谈判，形成有明确目的性的、带有战略眼光的开发思路。同时上半年要完成南翔1900未来几年的战略布局规划。

门店营建团队负责完成已经签约店铺的设计、施工，设备的配置、团队的支持，2012年将强调集约化、标准化，形成门店设计、施工、设备采购等投资模型，然后与设计、施工和房产公司协商，争取做一次性的集约式采购，实现投资结构更合理，投资成本更低。

根据南翔1900发展的情况，我们已经建设了运营管理门店督导团队，对已开门店实施全面的运营管理与服务支持，重点抓好标准化门店人力成本、产品品质、市场营销、服务品质等，同步建设ERP信息管理系统。

供应链支持团队负责原料采购、研发、加工与配送等，在规模化扩张的同时，解决集中采购与加工配送问题，强化供应链建设，避免形成发展瓶颈。

在南翔品牌的发展过程中，我们要通盘考虑单体店的价值与作用，进行整合性调整。同时按照商城的要求以及同步考虑海外经济的现状，形成海外发展商业模式。通过不懈努力，使南翔品牌成为既有历史底蕴、又有现代时尚气息，品牌辐射海外，具有良好市场反应，连锁化经营的可持续发展的商业品牌模式与品牌体系。

三，对美食广场的发展作出总结，找出路径。

2012年，餐饮集团还要积极推进对标分析，以数据说话，从对比当中找差距、找路径、找方法，启迪工作思路，不断突破自我，经营管理更上一层楼。

我们还要对美食广场的发展模式做一个总结分析，从中找出美食广场品牌发展的路径。同时，继续对正餐品牌进行研究。我们还要加强管理、提高效率，集中采购、调整架构等，追求更好经营绩效，实现集团创新发展。

链接

美食带您游中国
“民俗厨艺大观”活动看点

本报讯 3月18日，“豫园中国日（节）·第十届民俗厨艺大观”活动，以“美食带您游中国”为主题，让上海市民和中外游客在品尝名特小吃的同时，领略博大精深的中华美食文化，引领食客足不出沪，以“吃”游历全国。



一看：本届民俗厨艺大观活动以“景”承载地域文化，展现中华美食、人文文化。豫园中心广场，雄伟壮丽的长城、2米多高的四川火锅模型、恬静安逸的江南小桥流水组成地域人文景观，惹得游客啧啧惊叹。



二观：在这里，可以欣赏多地非物质文化遗产传统制作技艺的现场演示，像采用特制三头壶状器具，将其料缓缓滴落，由“滴”成饼，皮酥香浓，入口即溶，配以浓厚的牛肉汤的安徽省非遗“八公山绿豆饼汤”；将芝麻与饼胚完美融合，通过上下两层炭火的烘烤，烹制而成的多种口味的浙江省非遗“衢州邵永丰麻饼”；以优质干张将纯净腿肉、名贵开洋、干贝、芝麻等材料裹制而成的三角棱柱型浙江省非遗“湖州丁莲芳千张包”等。



三品：品味丰富多彩的地域小吃产品。文火煎熬而成，稠软不粘、香甜可口、形似蟠桃的“潮汕蜜糕”；取田间鼠曲草熬成汤汁，并特制麻皮以桃形印模压制而成的柔软香甜，散发着一股田间清香之气的年俗佳品“鼠曲糕”；自袁枚闻名天下《随园食单》而来的“海鲜韭香盒”，脆嫩味美；以糯米作皮面，以红豆、砂糖作馅，制成扁球状“耳朵眼炸糕”，色呈金黄色，外酥脆而内软粘，馅心黑红细腻，是为天津三绝之一。

海派美食香飘美利坚 陆亚明率队赴内华达州展示厨王绝技

高玉兰 屠民贤

海上夜宴风云际会，中华美食技惊彼岸。2012年2月4日晚，一场“中华美食厨王世界行——海上夜宴”在美国内华达州太浩湖畔的HARRAH'S酒店盛大上演。此次活动由上海广播电视台星尚传媒、美国国际餐饮协会、王牌美食俱乐部联合主办，上海豫园绿波廊酒楼面点大师陆亚明带领沪上顶级名厨队伍，向西方展示了中华餐饮及名厨的独特魅力。



日前，上海广播电视台举办“《美食大王牌》上海味道石库门1号海派厨神争霸赛”，经初赛、复赛、决赛三轮层层选拔、优中选优，确定了一支沪上顶级名厨队伍，中国国宝级烹饪大师绿波廊酒楼面点厨、技术总监“海派领军”陆亚明率队踏上文化交流之旅。

在大洋彼岸，陆亚明面临2月2日和4日晚接连两场的大型菜点展示，深感责任重大。因为他深知，自己的一招一式，肩负着展示和弘扬中华传统美食精髓，增进两国民间文化交流的使命，必须全力以赴，不能丝毫大意。

原材料不同？调整配方！

宴会筹备第一天，作为美国组织方指定嘉宾，负责此次展示活动中所有上海点心制作的陆亚明就碰到了一道难题：原材料问题。美国当地的原材料品种、特点、性质与沪上有所不同，调味品成分配比差异很大，有的甚至根本买不到。陆亚明及时应对，一下飞机就赶赴

旧金山最大的亚洲超市选购原材料，因地制宜，就地取材，紧急调整制作方法和配方，力求达到从口味、质感、形状上保持原汁原味。

人手不够？连续奋战！

4日晚陆亚明要进行500人规模的菜点展示，需准备的上海点心数量达2800余份之多，是普通厨师三、四个人三天的工作量。虽然美国组织方为陆亚明配备了助手，但他们根本无法满足陆亚明面点制作近乎完美的技艺要求，比如上海菜包的“陆氏标准36褶”。时间紧迫任务艰巨，陆亚明却没有降低标准要求。他每天超过十五个小时“在厨房操作间，连续奋战了三天，从馅料准备、胚皮制作到成品完成均一人承担，终于在宴会前将2800余份点心准备完毕。陆亚明一双神手上下翻飞，技艺娴熟、速度惊人，同种类点心出炉后形如模铸，美国厨师们看得瞠目结舌，惊叹不已。

厨具不符？创新替代！

时间紧张，争分夺秒，工具不凑手，怎么办？陆亚明遇到了更大难题——没有蒸笼，在当地根本买不到制作上海菜包必须使用的传统蒸笼。一番思量，陆亚明灵光闪现，从厨房里找出了几个方形不锈钢托盘。而蒸笼的特点是木制格状，在蒸的过程中能够及时吸收水分，防止制品粘底，替代品根本达不到要求。陆亚明只能将包子整齐地排列在托盘内，用保鲜膜严密地封在托盘上，防止热气遇冷凝结水珠，影响包子的口感。为了避免粘底问题，他在制作过程中一遍又一遍地将包子挨个翻身吹干，认真细致仿佛在对待工艺品。或许这是美国的不锈钢托盘第一次被用于

制作上海包子。

太浩湖畔夜色旖旎。在老上海情歌天后王雅娟令人魂牵梦萦的歌声中，宾客尽情享受海派美食。压轴的上海点心小巧玲珑、精致典雅，更是获得交口称赞。陆亚明一行以精美绝伦的厨艺展示，荣膺由美国厨师协会会长颁发的“2012美国最佳厨师”称号，美方甚至提出留其在美发展的建议，被陆亚明委婉拒绝：做点心是我的事业，打造中国点心的名牌，打造上海点心的优秀团队，是我毕生追求。

据悉，陆亚明返沪后，已促成此次活动的佳讯集团采访，并计划再度合作，让海派美食承载着中华文化实现更为广泛的传播。