

创业创新孵化梦想②

一碗瘦肉丸,承载两人创业梦

■记者 潘敏洁/文 王鹏洲/图

在齿间,感受其Q弹魅力,咀嚼下,鲜美的肉质破藕粉而出,回味无穷。这便是“三叔瘦肉丸”的魅力。

去年11月,市区公园路悄然新开了一家瘦肉丸店,由一位小伙子和一位大叔共同经营。不同于传统的瘦肉丸店,它沿用了互联网思维,碰撞出互联网+传统行业的火花。日前,它成功入驻瑞安日报万事好网络经济创新产业园。

创业路不断求索
对互联网情有独钟

这名小伙子叫张一格,学得是计算机专业,从学生时代起他就表现出了从商的浓厚兴趣。

高中毕业后,张一格赚取了人生的“第一桶金”。他回忆说,当时在网上认识了一个人,对方说可以从他手中低价获取Q币再转卖,赚取差价。

“当时网银还不流行,不懂什么是网银的我,听了他的建议,尝试着去了银行办理;又生怕被骗,只存了30元,然后从他手中买入了Q币,结果真的赚了点小钱。”张一格说。之后,他便专心地做起了这份“买卖”,大学同学都称他为“Q币小王子”。

“上大学后,我建起了QQ群,专门销售Q币、QQ蓝钻黄钻等增值服务包月,又紧跟网络潮流,推出魔兽世界等各类游戏服务项目。”大学四年里,他共赚了10万多元,初步实现了经济独立。

毕业后,像很多刚走出“象牙塔”的年轻人那样,张一格选择了一份安稳的工作。然而日复一日地对着电脑,他那颗渴望奔跑的心变得愈加躁动。

两年后,张一格辞职,跟随舅舅做起了煤炭生意。后因煤炭行业不景气,2014年初,他听从了舅舅的建议,转行经营一家安全生产标准化咨询公司。不久后,因饱受公司发展的困惑,他转让了手头业务。

对于这段岁月,他这样反思:“人应该要做自己感兴趣

的、擅长的事,不能随波逐流,否则就容易迷失了自我,失去了自己规划人生的主动权。”

2015年,张一格重新出发。他与朋友在塘下开了一家生鲜水果店,生意挺好,日均营业额有1万多元。随着线下生意逐渐稳定,张一格想往线上发展,通过微店、口碑网、美团等打开知名度。“实体店要往线上发展,首当其冲的就是要做好宣传工作,从而实现线下客户的引流。”张一格说。

然而,他的生意伙伴虽然认同互联网+的发展趋势,但两人在执行步骤上有不同看法和意见。无奈下,张一格选择了另起炉灶。

张一格认为,在互联网时代下,传统实体店会遭受到越来越大的冲击,只有巧借此东风才能闯出新的道路。2015年8月,他和一位在杭州的朋友开起了“社区超市”,通过在微信上打造的“配吧”平台,向社区居民销售生鲜水果蔬菜、鸡鸭鱼肉、日常生活用品等。

“杭州的电商产业非常发达,大家对互联网的接受度也很高,‘社区超市’推出后,反响相当好,日均交易量能达到300多单。”他说。然而电商发达的背后也意味着激烈的竞争,在张一格看来,眼下三四线城市正逐渐显露出互联网消费主力市场的潜力,应当把握机遇,抢占先机。

于是,张一格把目标重新锁定在了自己的家乡瑞安。



这家瘦肉丸店人气颇旺

瞄准瘦肉丸市场 三顾茅庐请人出山

去年11月,张一格和杨巨三合作经营的“三叔瘦肉丸”在公园路开业,每天的客人络绎不绝。目前,该店日均销售额达到三四千元,其中线上收入占了1/3。

实际上,很多客人是冲杨巨三的手艺而来的。那么人称“三叔”的杨巨三,是何许人也?如果你是一枚资深吃货,可能会知道2005年虹桥路一家味道地道的瘦肉丸店——虹桥路老地方瘦肉丸。它狭小得只能容纳一张桌子供客人使用,但从早到晚,店内这张桌子边都坐满了人,店外又排着长龙。这家店的老板就是杨巨三。

三叔说,当年平均每日销售600多碗,年净收益20多万元。然而,随着年龄渐长,三叔觉得力不从心。“每天起早摸黑,打丸打得手都发酸。”三叔说。于是,他把店

租给了外地人,自己做起来了金融。

张一格一直是三叔的忠实粉丝,曾央求过三叔传授他瘦肉丸的制作技巧,但被拒绝了。直到有一次,他到店里品尝瘦肉丸,发现味道大不如从前,才得知三叔收山了。后来,张一格辗转联系到三叔,希望三叔能做一份瘦肉丸。三叔爽快地答应了,并邀其来家中取。

为什么要上门吃一碗瘦肉丸?实际上,张一格从央求三叔传授技艺起,就有一个“小心思”——瘦肉丸一直深受市民喜爱,市场空间很大,但目前尚未形成一个有知名度的名牌,借由三叔的瘦肉丸,改变其传统的经营模式,让传统餐饮与互联网实现深度拥抱,应该会有很好的市场前景。

在走进三叔家门的那刻起,他

们便成了忘年之交。“我俩坐在阳台上,一起品着茶,一聊就能聊很久。”三叔告诉记者,起初听到张一格请他重新出山的时候,他是非常排斥的。

三叔说,自己从事餐饮业行业有10多年,在经营瘦肉丸店前,在瑞安多个酒店担任过厨师长,也曾开过大排档,深知做餐饮业的辛苦。“实在不想再重操旧业了。”三叔说。然而,他被张一格三顾茅庐的精神所感动,也被他那年轻的思维所吸引。

“三叔并不是个故步自封的人,对新鲜事物的接受能力很高。”张一格说。一旁的三叔笑道:“我不懂互联网,但一格懂;他不懂得做瘦肉丸,但我懂。”就这样,一个33岁的小伙子和一位50岁的大叔开始了创业的新征程。

以虔诚敬畏之心 践行瘦肉丸+互联网

在面积仅17平方米的小店内,张一格和三叔迎来了一波又一波客人。从客人们狼吞虎咽的表情中,就可知道三叔瘦肉丸有多美味。一碗看似简单的瘦肉丸,却藏着很多“奥秘”。

瘦肉丸讲究的是食材和调料调配,经过三叔多年不懈地对原料、口感、佐料的精心钻研改良,三叔牌的瘦肉丸Q弹筋道、口味纯正、汤鲜味美。“食材上我只选取一只猪的两片后腿臀圈肉,每天6点便去菜市场购买,这个点的猪是刚宰杀的,肉质要新鲜很多。”三叔说。

“以前,为减少成本,我曾选取了比后腿臀圈肉价格低很多的前腿肉作食材,当时客人就说这味道不对,那时我心里发虚的很,紧张得说不出一个字。”三叔回忆道。

自打那以后,三叔便不动歪

脑筋了。“做餐饮行业唯有保持虔诚与敬畏之心,才能做出令客人赞赏的食品。”三叔说。调料、调配则是三叔不对外传授的“秘方”,他说,调料调配比例及捶打搅拌时间,都要按照天气冷暖和湿度来进行微调,这点只能凭多年的经验才能做到。

同样是开瘦肉丸店,但这次却不同于以往,三叔并没有感受到过去那般的艰辛。“除了有人帮忙打下手外,最重要的是一格想出了‘原浆瘦肉丸’产品的主意,大大减轻了工作量。”三叔说。

所谓原浆瘦肉丸,即瘦肉丸的半成品,客人可以自带回家到锅内煮上几分钟,便可捞起品尝。据介绍,眼下不少客人吃完一碗瘦肉丸,便会购买一盒原浆瘦肉丸带走。

互联网自然是张一格主攻的阵地,他在微信上推出了“三叔美

食”公众号,交易量日益增多。而线上交易,也对三叔瘦肉丸提出了更多的挑战,比如送外卖只要过了20分钟,瘦肉丸就会发胀,口感就大变。

面对这个难题,张一格他们除了采取肉汤分离的办法后,还在制作工艺上进行重新调整。“现在经过40分钟也不会发胀了,保持了出锅时的美味。”张一格说。

通过移动互联网,张一格还推出了“瘦肉丸选美大赛”活动,由参赛者用原浆瘦肉丸制作瘦肉丸,由网友评选出前十名最美瘦肉丸。“通过活动既宣传了产品,又能得到很多反馈,以改进不足的地方。”张一格说。

传统行业+互联网,令“三叔瘦肉丸”有个更广阔的市场。站在这条刚启程的征途上,张一格和三叔深知有很多未知等着他们去探索,但他们勇往直前。



工作中默契的张一格(左)和“三叔”杨巨三

