

新经济领潮人物系列访谈(一) >>>

2020年以来,各行业都受到了不同程度的冲击。不过,本地生活平台、智慧物流和直播电商等新业态、新模式却逆流而上,向阳而生。新商品、新服务、新风尚……随着5G商用的不断推进,新型消费进一步拓展,市场潜力巨大。

10月15日起,今日消费周刊重磅推出“新经济领潮人物”系列访谈,我们和您一起,跟新型消费领域当前最具代表性的企业掌门人面对面,了解领潮人物背后的故事,解析新商业模式的秘密,探索新技术给我们带来的可能性。

苗国军:每个行业都值得重做一遍

文/张宝

谁说烤红薯不能“软萌甜”

“烤红薯也可以很健康、时尚!”甫一碰面,苗国军自豪地介绍,与大家印象中的三轮车、大油桶、秋冬季才能吃到的传统烤红薯不同,红薯软软口感软糯糯,搭配的有勺子和湿巾挖着吃,更年轻、时尚,店里还有烤制类甜品、零食、榴莲、山药泥、饮品等。

“为保证品质,我们奔赴全国甄选好食材。最终选择了环渤海大连、青岛、烟台、唐山等地的红薯作为原材料,具有甜度高、入口润、少丝、不噎人等特征。”食品快消行业出身的苗国军,对品控要求特别严格。

简单而实用的创新是重新定义。“别人把烤红薯定义为烤红薯,你可以定义为健康甜品;别人认为是烤红薯店,你定义为甜品店;别人认为男女老幼通吃,你可以定义为少女心、软萌甜。”苗国军表示。

“烤红薯只是红薯软软的特色,其他的像板栗、榴莲、零食,都是我们的目标群体特别喜欢的产品,所以我们选择围绕这个群体来做这个生意。”据苗国军介绍,红薯软软的消费者90%以上是30周岁以下的女性,95%以上是35周岁以下的女性。《乘风破浪的姐姐》和《三十而已》为什么这么火?因为它们都切中了30岁女性的普遍槽点。



“红薯软软定义为健康甜品店,形成打通四季、城乡的产品体系,无论升级也好创新也好颠覆也好,其实根本的是满足目标消费者内在的需求。”

好产品+好模式=好项目

“卖红薯是别人看不到、看不起、看不懂的事情,属于蓝海市场。”

在苗国军看来,如果只是开一家店去卖烤红薯,那这个生意就没意思了,但是你能开1000家开2000家甚至更多,这就是很大的生意。“红薯软软卖的不是烤红薯,卖的是一个盈利的门店,是一个盈利的模式。”

“红薯软软投资少、风险小、回本快,可持续复制,因为红薯是经典产品,不会今年赚钱明年就关门,只要位置好,人流量大,经得起省市县多重市场检验。”苗国军表示,目前红薯软软已经拥有一批忠实的拥趸,即加盟过一家店后仍然愿意继续开店的客群。

根扎得越深,才能跑得越快。苗国军说:“确定项目后更要有长期主义。古今中外,所有的成功都是长期主义的成功,没有投机倒把的成功。”

“很多人可能不知道,红薯苗科技含量高,上下游产业链也很长,红薯软软谋求更长远发展,把整个红薯的产业继续做得更扎实。前一段时间,我们推出红

薯软软红薯酸辣粉,市场销量还不错,10月底,还将向市场投放一批烤红薯的设备。”苗国军向记者解释说。

“现在一家店一年需要消耗掉20亩地红薯,当1000家店20000亩,这个市场会更有想象力。”苗国军表示,为城里人的健康做出贡献,为农村人的致富做出贡献,努力把红薯卖好,这不仅仅是一个商业行为,而是更有社会价值感的行为。

征战餐饮零售下半场

所谓商业嗅觉,就是去解决消费者的痛点。用现代化的生产销售模式把烤红薯重做一遍的苗国军,又瞄上了产品不能标准化的餐饮业,推出定位于“一日三餐食材超市+社区共享厨房”的餐便利。

“餐便利就是餐饮零售行业的小米。”苗国军表示,作为餐饮食材的创新细分业态,餐便利瞄准“价格高、不安全、烹饪麻烦”等消费者普遍面临的需求痛点,“直接从厂家、产地进货,让利消费者,进而提升菜品的性价比,比如梅菜扣肉等餐饮店主流菜品,在餐便利采购的价格,仅为在餐饮店消费价格的一半甚至三分之一。”

“在安全痛点方面,餐便利的供货商主要是海底捞、三全、安井等知名品牌,其品质可以让消费者更放心。”

此外,餐便利的商品主要是预制品、半成品,作为社区共享厨房,学生、年轻人、独居老人购买后进行简单处理,即可享受美味,极大节约了消费者的时间成本,同时也帮助很多年轻人解决了不会做饭的问题。

据了解,餐便利店内有14类、超300种单品,有中式餐、中式午晚餐、西餐、儿童餐、秘制卤味、火锅、硬核调料、禽蛋肉等。此外,餐便利将打通“门店+社群+小程序+自媒体”的线上线下经营全场景全链路,其中,社区团购可以将用户引流到店,在产品上新、门店活动的节点使得活动高效落地。据苗国军介绍,目前餐便利在郑州区域以直营形式运营,在河南省其他地市以加盟形式运营。产业重构、市场重构并不意味着大佬的盛宴、巨头的狂欢,恰恰相反,重构期的机遇,属于小而精、小而美、小而强的创业型企业。

在食品快消行业积累了大量的实践经验,此次投身于餐饮零售,正是基于苗国军对大形势的判断。



苗国军

三全食品原副总裁、杜康控股原销售总经理、好想你枣业原总经理、快消品营销专家、中国营销金鼎奖获得者

→创办甜品店“红薯软软”,一跃成为行业黑马;

→如今苗国军又推出“餐便利”,征战餐饮零售下半场;

→作为在中原地区颇负盛名的金牌经理人,苗国军曾操盘三全、杜康、好想你千亿营销;

→作为在快消行业深耕十几年的营销专家,他转身创业用现代方式重新定义烤红薯行业;

→深谙快消品之道的苗国军出手,总是出人意料又令人眼前一亮;

→“小生意也可以赚大钱,每个细分品类都潜在着诞生巨头的战略机遇。”9月29日,接受记者专访的苗国军说,“每个行业都值得重做一遍。”



(图片由受访者提供)