

任兴本:从商务酒店到德国餐厅

美食江湖,品质者为王



在泉城济南,鲜有人不知“舜和”这个品牌。俗语有云:五十而知天命。作为舜和集团的掌门人,前半生,任兴本把握酒店业态发展脉搏,引领全国商务酒店潮流。如今的他更是秉承初心,精益求精。舜和旗下德国餐厅的盛大开业,续写着他美食人生的新篇章。

本报记者 杨万卿



打造济南“最德国”餐厅

济南的“吃货一族”最近发现,经十路与建设路交叉口新开张了一家别具风味的洋餐厅——舜和德国餐厅。

走进这家餐厅,内部装潢在智利设计师Hernan Zanghellini的精心设计和调整下,“德国范儿”异常突出。600平方米的餐厅容纳了300个餐位,德国乡村风情的装饰画,横梁角的鹿头、老式的啤酒瓶罐,被裱在玻璃框中的德国儿童服饰,还有仿佛是德国农民刚脱下的大靴子,里面插上一把大麦穗,别有一番风趣。餐厅里来回穿梭的服务生,一应穿着德国风情的工作装,纯进口德国啤酒、德国猪手、德国面包、德国烤肠,100道纯正德国菜品,加上德国范儿的环境,泉城首家德国餐厅的开业,为济南人的下馆子生活添了一把“洋火”。

这些装饰物都是任兴本亲自前往德国购回的新老物件,并全部由任兴本亲力亲为参与设计。在工作中,任兴本无疑是个完美主义者,哪怕是一个茶杯,他都会亲自去考察和挑选。任兴本告诉记者:“一家酒店的形象反映负责人的水平,审美观是很重要的,这些细微之处必须亲自把关。”在任兴本看来,做餐饮不光是兴趣,更是一门艺术。大道至简,这位追寻餐饮文化归属的美食哲学家,所做的一切不过是忠于自己的内心。

别看餐厅装潢如此“高大上”,打开菜单,记者被琳琅满目的美食品类更被亲民的价格“惊呆”了。蝴蝶面包、芝士面包棒,芥花仔面包棒等单价都不超过4元,比街边烘焙店的价格还便宜。进口德国啤酒,外卖5升才198元,而济南的纯正德国啤酒售价每升都在百元以上。对此任兴本斩钉截铁打包票:“纯正进口的德国啤酒!我开这个德国餐厅,从主食酒水到甜点,全都是亲民价。但餐饮行业想要开得长久,光有亲民的价格是不行的,关键是品质。”

从司机到餐饮企业老总

任兴本可不只是一家德国餐厅的老板。自2002年4月至今,他一直担任山东舜和酒店集团有限公司董事长兼总经理。“舜和”这个泉城乃至山东都知名度极高的品牌旗下,有“天源舜和”、“天禧舜和”、“天发舜和”和“舜和巴西烤肉”,最近还要加上新开业的“舜和德国餐厅”。

任兴本无疑是餐饮界的知名人士。他是山东舜和酒店集团总裁、董事长,中国企业家协会理事,山东省旅游饭店协

会副会长,山东省烹饪协会副会长,上海市饮食业协会副会长。过去,他还曾担任重汽集团配件公司副总经理,济南舜耕山庄副总经理兼餐饮总监——他用30年完成了职业生涯的“蜕变”。

1978年,未能顺利考取大学的任兴本踏入社会,第一份职业是济南汽车制造总厂(重汽集团前身)的驾驶员。此后任兴本一步一个脚印,经历驾驶员、销售员、计划员、科长,一路走到汽车配件公司总经理。对这段经历,任兴本评价:“我认为人的学历不代表能力,‘社会大学’的历练更重要。”

1995年,任兴本毅然辞去国企令人羡慕的管理职位,拿出家里3万元储蓄,开起了“兴国大酒店”。虽然店面不大,但凭借质量过硬的菜品和周到的服务,仅用几个月就把生意做得风生水起。创业初期,面临强大的竞争对象,压力可想而知。当对方使出“五折优惠”的促销手段时,任兴本没有盲目投入价格战,而用三大策略确保品质。“三斧子下去,赢得了高端客户的青睐,对方‘五折’策略的结果是没过五个月就变成品位‘五折’的酒店。”

国内首家商务酒店

有一段时间,任兴本突然对餐饮业产生了一种“高处不胜寒”的感觉。卡在“自我”的瓶颈期,任兴本没有停止思考,而是寻求职业发展轨迹的第二次大转向。

一次偶然的机会,任兴本从一本商务杂志中看到了这样一段话:中国将出现一个数量庞大的商务人群,他们占据着最重要的商业资源,引领着消费时尚。这一趋势体现在酒店消费领域,就需要酒店为其外出提供住宿、饮食及相关商务活动所必需的一切设施。这段话如同醍醐灌顶,为任兴本指明了下一步的目标:创办一家专门面向商务人士的商务型酒店。

任兴本脑海里的“商务酒店”概念愈发清晰起来:以商务客人的需求为导向,开创国内高端商务人士专属的酒店新业态,功能定位为FOB,即Family、Office、Business,即“商务客人的家外之家,商旅途中的办公基地,客人商务活动中的好秘书和好管家”。2004年,任兴本用令业界耳目一新的舜和商务酒店,给自己的转型交上了一份完美的答卷。个性化设计和精准定位的经营理念充分体现出这家酒店的商务主题:所有客房均配备电脑、传真及商务客所需的办公用品;为入住的客人30秒内送上一杯热咖啡、一块温度在25℃-30℃的温香毛巾……

舜和商务酒店,至此成为国内第一家“商务酒店”。从一名司机变身年营业额过亿元、员工1200多人的大型企业老总,继而成为山东商务酒店业的开创者和领军人物,回顾自己的创业历程,任兴本感叹,是时代赋予了自己施展才华的舞台。

美食江湖的生存智慧

2012年底,随着中央八项规定出台,全国高端餐饮面临一场生死大考,转型迫在眉睫。凭借敏锐的市场判断力、超前的经营意识和果断的行动力,任兴本又一次把舜和酒店集团推向了新阶段。一个事例足以证明——当时他果断砸掉舜和国际酒店内装饰华丽的荷花餐厅,改为海鲜大排档,以适应餐饮大众化的需求。“有人说花这么多心血和资金设计出来的布局,砸掉了太可惜,我不这么认为,不能用的东西留着,只会阻碍新事物发展。”

这一年,不少高端酒店遭受重创,舜和酒店的营业额却逆势增长8%。任兴本说,中国素来是“民以食为天”,美食从来都是刚需,只不过是消费形态的变化。当时他已前瞻性地预判到,随着新一代“食客”90后、00后杀入餐饮界,重“里子”轻“面子”好“特色”的诉求越发彰显,平价、个性化餐饮的时代已经到来。

在舜和,一个小小的海鲜水饺中都蕴含着学问。馅儿两合适?盐放多少更能催发鲜味?一个饺子放几个虾仁口感最佳?添加灌汤是否会更香?舜和旗下的各家餐厅,都主打制作过程公开透明。厨师们忙碌的厨房与几米外的餐桌之间仅用玻璃窗隔开。对顾客来说,吃得更放心;对员工来说,零距离的监督规范他们更注重餐饮的质量;对餐厅来说,这也是一种创新的“营销”,拉近与顾客之间的距离,建立起信任感。

被问及经营之道,任兴本的回答并无特殊:“顾客至上,诚信经营。”然而能主宰一个美食帝国,任兴本自然有经营的独到之处。在员工们看来,这个外人眼中响当当的掌门人私下里是关怀体贴、和蔼可亲的“本叔”。在谈到如何处理与员工的关系时,任兴本打了一个比喻:“大家都玩过老鹰抓小鸡的游戏,我的角色就是游戏中的老母鸡,不论什么时候,我都冲在最前面,既保护小鸡的安全,又要带领他们往前走。”

在任兴本心中,美食江湖虽有波澜,但只要遵循原则,坚持把品质做好,就不怕走歪路。“一个有品质的酒店,别说十年二十年,三十年也不可能垮掉。”