



总理喊你来创业



来创业

暨第四届山东省青年创新创业大赛

报名方式: 电话:96706 QQ群:464752642

也可下载齐鲁壹点app,注册登录后到情报站提交创业故事。

主办单位: 团省委 省经信委 省人社厅 省金融办 省工商联 省促促会 齐鲁晚报 鲁信集团

寰缘餐厅创始人王萌:

做有情怀的餐厅 要避开“情怀误区”

本报记者 王茂林

聊起酒吧、时尚、文化这类话题，济南寰缘餐厅的创始人之一王萌有说不完的idea。在济南市场真刀真枪地实战了7个月，他坦陈，寰缘这个单体面积1200平方米的格调餐厅要生存下来，并且在济南这样低调的城市坚持做情怀，只有避开“情怀误区”，摸索出准确的定位，才能守住“情怀”。

基因华丽:创始人是拿过国际奖项的“海归”

单一主题餐厅在济南的大街小巷并不少见，王萌的寰缘餐厅却给人很多体验：敦煌壁画、小桥流水、倩女幽魂、黑帮文化、丛林暖房、经典动漫、古典情色、政治幽默……整个1200平米面积的餐厅分成十几个主题区域，每个主题按照所属风格装修和布置。

王萌是1981年出生的土生土长济南人，酒店管理专业毕业后，他先是在齐鲁宾馆和山东大厦工作了几年，之后又到新加坡学习了6年。在新加坡期间，王萌拿到了在新加坡含金量非常高的全国卓越服务奖银奖。

2008年回国后，王萌从餐饮业转到夜店管理，在济南“灰姑娘”酒吧策划了六七十场主题派对，他对酒吧文化、时尚文化的感受基本上是来自于“灰姑娘”，而寰缘餐厅的风格其实也是受酒吧文化的启发。“我们当时的想法就是能把酒吧文化和中式餐厅做一个有效结合，把这个店做成很有时尚范儿的、娱乐精神随处可见的适合于年轻人的餐饮。”王萌说。

创业交学费:下了太多功夫，年轻人却不感冒

寰缘有1200平方米的营业面积，这么大的餐厅怎么定位，一开始王萌不是很自信，如果做单一主题，他怕只迎合一小部分顾客；但主题多了，又需要有一个中心主题串联起来，王萌构思了一个“向经典致敬”的中心主题，把十几个主题串起来。

比如，政治主题包间给食客提供的是“国际会议”的严肃气氛，可这里的氛围对“会议”甚至是调侃的，这从包间沙发上印



动漫主题就餐区很吸引儿童目光。 王茂林 摄

着政治人物搞笑漫画的抱枕就能看出来。

精心的主题设置，纯手工室内软装，有了这两大特点，餐厅的上座率总该有保证了吧？去年12月初，寰缘餐厅试营业，从一开始的市场表现并不尽如人意。

王萌说，对于用“向经典致敬”串起来的娱乐文化情怀，济南的年轻人似乎并不感冒，众口难调的问题在试营业期间就暴露出来。还有菜品，由于最初在做文化上下了太多功夫，菜品反倒相对成了弱项。试营业4个月，餐厅勉强收支平衡。

对于草根创业者来说，这不能算是个好消息。“储备资金有限，市场环境差，选择了这么大营业面积的一个店，操作难度其实非常大。”王萌说。

生意不好，情怀还怎么做下去？“纯粹做文化是不行的，太小众了，其实顾客需要更多的体验，还是要务实。”王萌说，现阶段先求稳，根据情况及时调整定位。经过三轮菜品的调整升级，餐厅平时能保证70%—80%的上座率，周末来就餐还要排队。

创业心得:菜品还是核心，找准定位再做情怀

试营业初期的“惨痛”教训让王萌这个餐饮老兵创业新人明白，作为一家餐厅，即使是再有格调、再有文化，菜品的质量和特色都是最核心的。创业初期一定要务实求稳，就是要找准定位，比如寰缘到底吸引哪

些客人？到底给客人怎样的就餐体验？怎样利用有限的餐位提高营业额保证利润空间？

王萌发现，像寰缘餐厅这样有娱乐文化调儿，讲究就餐环境的餐厅相对吸引的还是女性顾客，因为女性对感官体验更为直接和敏锐；其次是小孩，因为“好玩儿”是孩子看重的，餐厅里几十处主题各异的景观很能满足他们。实践也证明，寰缘60%的顾客是20—40岁左右的女性，剩余30%是喜欢格调的男士和活泼的孩子。

根据上述定位，王萌和团队再去寻找更为准确的菜品定位。如今，经过三轮菜品的升级，餐厅菜品定位从最初的上海菜升级成为现在的海派菜系为主，融合济南市场的本地化需求。

比如济南人喜欢的小龙虾，寰缘餐厅针对本地餐饮习惯做出调整，不光干净卫生并且做出蒜蓉特色。实际上，这道新菜顾客确实评价很好。同时，餐厅还增加了女士喜欢的口味，比如西点、甜品、养生粥、烧腊、粤式点心，还有又辣又刺激的几款川菜，都是请的专业名厨研发的。

经营状况明显好转，坚守情怀也就从容了。本月中下旬，王萌的团队就要大刀阔斧推出个性的晚8点后时段风格——酒吧文化。

“8点以后，我们把店里的灯光、背景音乐换掉，把游戏和活动做起来，乐队上场，服务员们换装大变身，餐厅将瞬间切换到酒吧风格……”晚8点后的酒吧感觉，是王萌一直很想在寰缘实现的。

最新款家居饰品，通过逛街发现有趣的家居用品，然后按照自己的眼光加以改造。现在，董浩已经组建了一个设计团队，店里的很多小家居饰品都是他和团队进行二次研发并申请专利在家具厂特别定制的。

这些二次开发后加入的小设计，让整个产品在款式和用途上更加方便贴心、人性化，很受卖家欢迎。现在虽然才经营一年，但董浩的家居店每月都有四五十万元的销售额。

再拾陈集山药:搭电商下乡快车

今年6月，董浩把网店从定陶搬到了菏泽天华电商物流产业园。这一次，他抓住了“电商下乡”的机会。

随着阿里等电商巨头渠道下沉，发力农村电商市场，目前，阿里已和菏泽当地政府 在淘宝上建立了“特色中国菏泽馆”，入驻商家可享受免费流量等优惠。

“我想借这个机会，把陈集山药打出品牌。”董浩说，当年他为了卖山药独自在河南打拼，备受排挤。如果家乡的品牌够响，他也不用远赴河南开店。

董浩所在的产业园有着菏泽最为完善的电商集聚平台，还搭建了干线接转、分拨配送、货物配载、仓储服务为一体的物流运营平台，入驻后可享受仓库、房租等诸多优惠。

“曾经卖山药的经历让我积累了丰富的销售经验，本身我对这一行业比较了解。”董浩说，以往电商大都是单打独斗，做到一定阶段就遇到发展瓶颈，产业化、集聚化是电商发展的必然趋势。在这个产业园里，不仅后勤保障不用自己操心，而且政府和产业园定期组织培训，在产业园里还有很多电商牛人，大家在一起交流学习，成长得更快。



一周财经言论

柳传志:

在这个时代,我选了一个最适合自己的职业



“我是个给块云彩就要下雨的人，在这个时代中，我选择了一个最适合自己的职业——民营企业家。本来我是中国科学院的科研人员，但我坚决响应院长的号召下海经商了，我是挤进这个职业的。”

——在联想控股上市庆典上，柳传志表示将其看作30余年的企业生涯中的收官之作。

“很多人有脑力，但是心太小，成不了大事；有的人心很大，脑子不行，也成不了大事；有的人脑和心都很大，体力很差，也成不了大事。”

——马云表示，要想做一个优秀的企业家，要有心力、脑力和体力。

创富荐书



《隐性动机》

作者:尤里·格尼茨、约翰·李斯特

意在帮助公司大幅提高销售收入的定价策略，为什么却导致客户的大量投诉和流失？政府旨在提高教育质量、降低学生辍学的政策，为什么花费不菲却收效甚微？这类种瓜得豆的乌龙事件，在现实生活中层出不穷。

《隐性动机》一书的两位作者运用实地实验，在真实世界里寻找关于歧视、竞争、性别差异、慈善行为的真实答案——解决一切问题的关键都在于精准把握人类行为的隐性动机。他们的研究不但为行为经济学的重要里程碑，研究的结论对于个人选择、家庭教育、企业策略乃至公共政策，更有重要意义。

“股市有涨有跌是正常的，虽然暴风科技属于停牌状态，但躲是躲不过去的，我并不害怕。”

——自今年3月24日创业板上市以来，暴风科技在头31天完成了破天荒的30个涨停。自6月11日停牌至今，又轻松逃过了“跌跌不休”的震荡期。董事长冯鑫坦言运气的成分更多。

“德国35%的企业靠着行业领先的技术水平，达到市场份额；45%的企业是通过为客户量身定做，为客户着想做到市场领先；剩下20%是利己战略，就是有一些市场空白要填补。”

——德国弗劳恩霍夫制造与信息研究院北京代表处首席代表穆宏谈及中德企业对比认为，中国企业还是满足于低成本，我看别人做得好，就去占领人家份额来竞争，可这种竞争空间会越来越小。

本报记者 张頔 整理

“电商牛人”产自定陶

本报记者 邢孟

大二创业，从事电商8年，从服装、农产品到家居饰品，80后小伙董浩身处定陶，却能精准把握家居饰品的时尚潮流，年销售额过千万。

入门:大二男生淘宝卖衣服

6月30日上午，在菏泽天华电商物流产业园电子商务大楼，董浩正在为自己店铺参加第二天淘宝“聚划算”活动做最后准备。

谈起与电商结缘，董浩告诉记者，2007年，他还是烟台大学的一名大二学生。那时他喜欢玩网游，还经常帮别人代练赚取虚拟货币，而淘宝上不仅可以出售游戏币，还能卖很多别的东西，他决定上淘宝赚点生活费。

董浩选择了做服装。当时，在淘宝上开网店的还不多，品类也不多。销量比较好，又容易操作的就是服装了。而且做服装成本低，损耗小，很适合他这样的大学生做。董浩跑到烟台各大服装市场淘货，选择韩版的、年轻人喜欢的款式，然后再拍照挂到淘宝网店上卖。没想到这门生意每月能进账几千元，董浩不光不用跟父母要生活费，还攒了不少钱。到2009年毕业时，他已经赚了人生第一桶金10万元。

卖山药:到铁棍山药原产地打品牌

毕业后董浩回到老家定陶，决定继续干电商。当时，服装网店竞争已经白热化，利润也越来越低。董浩决定做农产品，他选择了定陶特产——陈集山药。那时候，淘宝网上

卖农副产品的还不多，铁棍山药很受欢迎。而定陶陈集种的铁棍山药品相好，口感不错。家门口就有优质货源，再加上如此大的市场需求，董浩决定把山药作为毕业后创业第一炮。

如何让消费者接受陈集山药让董浩颇费周折。当时，陈集山药在全国不出名。为推销自家山药，董浩带着陈集山药去铁棍山药原产地河南焦作。

在河南董浩注册了公司，虽然号称公司，但老板、销售、财物、员工都是他一个人做，那是创业最艰辛的时候。三伏天，董浩边喝着香正气水边打听山药行情，跑了几个月注册公司，“不知道跑了多少趟，挨了多少白眼”。所有的苦累和委屈，董浩都忍了下来。

事实证明，董浩的市场眼光很准，一斤山药五六元收来，在网上卖二十六元。他销售的铁棍山药不仅大卖，还在焦作的山药市场有了一席之地，回头客特别多。

转行家居饰品:学习能力超强,做“大跨度生意”

2014年，山药市场竞争加大，赚头少了，而且山药是季节性销售，董浩想做一个不受季节限制的产品，于是他70万元将山药网店转手，转身进军家居饰品行业。

选择了一个跨度这么大的行业，董浩经过一番考量。作为一个资深淘宝店主，董浩很懂得通过搜索量、产品总量、销售总量等大数据来选品的道儿。家居饰品投资少，至于产品设计这个“门槛”，董浩虽毕业于烟台大学国际贸易专业，但学习能力很强，淘宝卖家的激烈竞争，逼得他养成了不停学习新东西的习惯。

为此，他自学了平面设计，从网上搜索