



山东老转村集团有限公司董事长牛虎兵。宋治光 摄

■记者手记 有中国文化情结的儒商

CHINA公社一层的文化衍生品长廊，仿佛一座活的博物馆，从申请吉尼斯纪录的布艺老虎，到手绘浴巾、浴袍、洗漱包裹……充满创意的艺术衍生品，传统皮影造型的灯饰，珍贵的古玩瓷器摆件，多彩的写意国画墙面点缀，无处不彰显出此店的与众不同。

牛虎兵以一身中式套装出现，看上去完全不像气势逼人的董事长，反倒是一个从容而随和的儒雅之士，或者就是一个很有亲和力的、可以维持很长时间的的朋友。

自2011年起，青岛老转村山东菜馆CHINA公社旗舰店在青岛开启对早餐、早茶、早宴的尝试，然而波折也是生意的常态，随着进军济南早餐行业遭遇瓶颈，老转村开始重新探寻大众消费的心理以及对品牌的认知程度。

居安思危是成功者应有的品格，为了保持前瞻性，牛虎兵坚持每天通过各种渠道及时获取新闻信息，深入了解各个行业的信息动向及分析国内国际形势，适时地调整酒店餐饮业的经营策略，从而带领老转村避开险滩，一路向前。

只有亏损的企业，没有亏损的行业。要想取得优势，必须要有适销对路的产品，有好的产业链和好的服务链。牛虎兵认为，一个行业的洗牌对于整个行业而言是必须的，洗牌可以让整个行业生机勃勃。避开强势显然已不足以应对风云变幻的市场，唯有自身具备优势才是取胜之王道。为增强竞争优势，下一步，老转村集团将继续做适合市场的软硬件改造，在市场转型中不断确保市场的主导地位。

中国风·美食控：牛虎兵

□半岛全媒体记者 关瑛

作为一个有着20余年品牌历史的餐饮企业，山东老转村集团董事长牛虎兵以创新的市场和整合模式，精细打磨的管理和服务细节，定义了老转村在餐饮服务业态的核心优势，把这一最早主打川菜品牌的餐饮店打造成为山东行业中的翘楚。

在新的经济时代下，面临酒店和餐饮业转型期的阵痛，老转村又是如何积极探求新的商业模式和产业结构的？对此，记者于近日走进老转村集团公司旗下的CHINA公社，对董事长牛虎兵进行专访。

创意引领，餐饮与服装互动

提起老转村餐饮，大家都会竖起大拇指表示川菜做得地道、好吃。牛虎兵重庆籍的太太对家乡菜品情有独钟，与川菜的结缘，可谓爱屋及乌。

然而近年来，随着人们消费方式日益多元化、休闲化，传统餐饮酒店业态纷纷陷入了发展窘境，老转村同样面临着转型升级的压力。

“把美食做成一个秀场，成为新经济时代下CHINA公社积极探求商业模式之路。”牛虎兵说，“集团依托现有的CHINA公社齐鲁文化创意产业园和CHINA公社文化艺术酒店的优势，将倾力创建并打造设计师及设计师品牌O2O创意体验的商业项目，形成集设计师品牌创业孵化器、设计师创业公寓，以及服装服饰时尚产业深度体验中心于一体的完整时尚产业链和时尚产业聚集发展的产业集群。”

届时，CHINA公社酒店客房将变身创客公寓，延伸做20多个汇集设计师创意作品的设计师品牌集成店；试衣大厅、小型T台、开放式车间、设计师工作室、时尚沙龙学院等租赁平台，将使其

成为集青岛时装设计创意之精华的展示体验消费中心，又成为一个集成化、集约化的设计师品牌网络营销和电子商务交易平台。

CHINA公社设于土楼内的舞台演艺区和土楼外的水域和木栈道，将成为时装与餐饮互动为主题的“天天秀场”，定期举办专题的新品发布、时尚发布以及意境剧场的演出，打造一个“永不落幕的时装秀”。

“把美食做成一个秀场，成为新经济时代下CHINA公社积极探求商业模式之路。”

据牛虎兵介绍，项目预计于2019年12月完成，届时CHINA公社将实现每年承办青岛国际时装周的大型发布；每年举行春夏季和秋冬季两次大型时装周流行趋势发布；每年举行100次品牌秀的演出发布；与两所以上的专业院校合作或联合，成立时装时尚培训学校等，实现100名原创设计师的入驻，10000名会员群体，孵化50个国内一流的原创设计师品牌，产生2亿元的创收目标。

致力中国文化体验式传播

在牛虎兵看来，餐饮酒店业态做到极致也是一种文化，早在创建CHINA公社时，他就摒弃了大规模标准化的酒店模式，建立个性化的中国文化体验式传播。“青岛旅游旺季时一房难求，淡季时又很可怕。如何解决淡季的问题，让淡季不淡呢？秋冬季节是青岛旅游的淡季却是中医养生的旺季，把中医健康业态引进来，让两天一夜的短途游变为一周一个疗程的养生游。”牛虎兵说。

近年来，CHINA公社利用自身的健康养生体验，赢得了很多顾客尤其是外国客人的青睐。“美国一位60多岁的药业公司营销总监，在我们酒店一住就是40多天。起初，住惯了标准化五星级酒店的，对公司总部安排的客房并不满意，但在我们服务人员的引导下，开始尝试酒店的太极养生等健康体验项目，逐渐发掘习练太极拳的神奇之道。”不仅如此，CHINA公社针对外国客人定期举办的包水饺、民间艺术节等体验活动，也让他们感受到别样的中国味道。

据牛虎兵介绍，目前CHINA公社正在进行中医楼的招商，具体定向病患的治疗，建立中医创意产业园。

特色“毛血旺”将熟化配送

“民以食为天”，食品产业曾被称为“一个永恒不衰的朝阳产业”。说到竞争日渐激烈的中国食品产业，牛虎兵认为市场潜力仍然巨大，而以“小食品”为主导的业态正迎来巨大的“大市场”，对此，老转村也在尝试围绕单元项目的转型。

“老转村的川菜已经形成了很强的品牌壁垒，以毛血旺为代表的品牌商已经拥有比较大的市场份额，消费者对于品牌的认知度比较高。”牛虎兵说，目前老转村已经研制成了毛血旺的熟化配送产品，经过撕开包装、二次加热和调味，就能实现足不出户也能品尝的过程，“我们拥有强大的供应链做支持，能够把产品做到标准化。”对此，老转村将采用连锁加盟等模式，让势力范围迅速扩大的同时，规模化后的运营成本也将大幅下降，“可以在大量的大学食堂、商务区外卖配送点、超市、社区、综合体美食城以及机场、火车站等区域开店，拉动产业工业化的产能。”

此外，老转村还将陆续推出面条、水饺等鲁菜系列的熟化产品研发。



用来健康养生的太极堂。



酒店走廊。



扫一扫，加入半岛品味周刊微信群，了解山东餐饮风云人物