

盟享加2019广州国际加盟展 | 第55届广州特许加盟展盟

| | |
|------|--------------------------------|
| 产品名称 | 盟享加2019广州国际加盟展 第55届广州特许加盟展盟 |
| 公司名称 | 北京盟享加信息技术有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 北京市西城区阜成门外大街22号1幢9层901-5（注册地址） |
| 联系电话 | 13661581468 |

产品详情

“全国连锁门店150余家，直营门店116家，每年服务顾客约2000万人次，年销售额近7个亿。招牌宫保鸡丁饭平均

每天可售出10000份。”知名的“国人快餐”品牌和合谷已确认将参展8月23-25日的2019中国特许加盟展·上海站

，上海站又迎来一明星品牌加入。

“中国十大快餐品牌”、“北京餐饮十大品牌”、“北京市著名商标”……诞生于2004年的和合谷，在北京餐饮市

场深耕了十余年后，早已成为“国人快餐”的代名词。但直到2018年，和合谷才正式对外开放加盟。和合谷加盟业

务负责人表示：“和合谷每一步都很稳扎稳打，开放加盟一定要对加盟商负责，这也是对我们用心经营的品牌负责

。”

中餐难以标准化？和合谷：1万份现炒，1个味道

特许经营最核心的就是3S原则：标准化、专业化、简单化。标准化是阻碍中餐连锁企业快速拓展市场大的难题之一

，但和合谷却做到了“现炒菜品，1万份1个味道”。这都得益于和合谷“中央厨房+门店厨房”的“双厨房”模式

供应链是保证餐品标准化的重要一步，和合谷就重资打造了一套自有垂直供应链，包括1个中央厨房和2个生产加工

厂（生鲜即食和熟食品生产）。通过中央厨房，和合谷实现了原料采购、食材切制、调料配比等环节的标准化。采

购标准化确保了菜品质量及口感的一致性；精确到厘米的食材切制，保证了炒制过程中食材相同的成熟度；统一的

调料配比既避免了因人不同而导致的菜品口味差异，又形成了和合谷自己的技术壁垒。

和合谷的中央厨房是中国连锁餐饮企业早的中央厨房之一，更曾是食药总局起草央厨规范的模板，且对外开放参观

，参观过和合谷中央厨房的顾客、企业同行等就超过2500人次。

但仅仅是中央厨房，容易被认为是工业化操作，缺失了中餐特有的风味、口感和现场体验感。为此，和合谷增加了

“门店厨房”，在那里把中央厨房冷链配送过来的标准化食材和调味料，通过“标准化+人工辅助智能”的模式，

保持“煎、炸、炒、蒸、煮、烤”六种工艺的现炒鲜上，保留了每一款饭的佳口感。

这种“双厨房”的模式既保证了效率和降低了人工成本，大大减轻了门店对厨师的依赖性，单店后厨最低只用3人

，又解决了菜品的营养价值和新鲜口感，让技术真正带有了“温度”。

传承经典，做一碗走心的饭

菜品是所有餐饮企业立足和长续发展的根本。在选定了米饭类快餐这个赛道后，“八大金刚，老九不能走”就成为

和合谷从创立之初一直坚持至今的菜单研发原则。

国人快餐是和合谷对自身的定位，也是要求。和合谷对“国人快餐”的理解就是做国菜，因此通过自己独有的快餐

研究所，经过上万种测试后，从中国的8大菜系3万种热菜中精挑细选出了8大可实现标准化的经典菜品。其中最为

经典的宫保鸡丁饭自2009年上市以来售卖了3500多万份，麻婆豆腐饭、东坡饭荣获了“2008北京奥运推荐菜品展金

奖”，5大明星产品（秘汁鸡排饭、东坡饭、麻婆豆腐饭、干烧水煮鱼饭、咖喱牛肉饭）也被评为“京城特色

佳肴”。

而“老九不能走”的意思就是做一个轮转菜单，每周或每月，做出对菜单的适当调整，让“老九”在“八大金刚”

里轮转一次，“创新产品，常吃常新”。

和合谷总经理赵京还进一步介绍，“和合谷还在不断打磨自身，不仅在菜品上保持不断创新，门店形象上也在根据

市场变化多次进行升级改造。升级后的店面不论从logo、slogan还是奉客形式上都会有所不同。以最近刚刚升级的

第三代店面为例，门头设计、就餐体验、厨房模式、餐台设计等都做了调整。新的门店从传统的红色变为年轻又不

失稳重的极简风格的米白色，更符合现在主力消费群体的风格偏好，顾客取餐从吧台等取变为送餐到桌，桌面会装

置有取餐卡。这种升级还在持续进行中。”

钦点“源”地，不打无准备之仗

餐饮好吃的口碑不仅来源于口味，食材的选择也同样重要，尤其对于食品安全越来看重的当下，食材的源头也成为

消费者更关注的对象。

和合谷是一家以米饭为主打的餐饮品牌，对米的选择尤其苛刻。赵京表示，和合谷的每一粒米都选择北纬43-45°

肥沃的松嫩平原上生产出来的五常大米。和合谷在这里自建了两千多亩的大米种植基地，来保证每一碗饭的品质供

应。而其他的每一种食材也都经过了严格的精挑细选：为东坡肉增鲜的陈酿花雕酒源自绍兴，用于原磨豆浆、京味

豆腐脑的黄豆选自东北，制作南瓜羹的小金瓜从海南引进，就算只是用来增鲜的昆布糖也要从海带之都“长岛”带

来。

“和合谷的食材自建基地计划，不仅能够更集中把控产品安全质量；随着门店数量的增长，规模效益可以倒逼成本

下降，整体降低食材的采购成本。”赵京说。结合已经成熟的“双厨房”模式，和合谷为开放特许加盟做了充足的

准备。

对于加盟，其实早在2006年和合谷就接到了数百个加盟意向，但一直没有松口。在和合谷看来，连锁，

一定要连得

起、锁得住。既要保证菜品输出上的一致性，也要尽可能降低加盟者在经营上的风险。总部一定要有规范的流程和

指导，让即使是行业小白，也可以赚到钱。“特许经营一定是一个共赢的模式”。

深耕北京，瞄向江浙沪

谈及未来的发展方向，赵京提到，未来和合谷会继续深耕北京市场，以北京及周边市场为中心，瞄向江浙沪地区。

“以上海为代表的江浙沪餐饮市场环境、金融环境都非常好，也是未来和合谷必争的市场之一。但同时上海等地的

市场竞争也更为激烈，他们对品牌的选择更为挑剔。对此，和合谷需要做好充足的市场了解，打磨好成功的盈利模

式之后，再发力南方市场。”

欲了解更多和合谷加盟详情，8月23-25日，上海新国际博览中心，和合谷将在2019上海站现场，与投资人深入交流。

下一站广州

【展会名称】：2019第55届广州特许加盟展-广州站

【展位申请】：王经理 1366-1581--468（微信同号）