

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 图书基本信息

书名：<<为肥牛火锅下定义>>

13位ISBN编号：9787802557109

10位ISBN编号：7802557100

出版时间：2010-11

出版时间：企业管理出版社

作者：夏连悦

页数：221

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 前言

在火锅业态市场竞争过度，火锅企业在红海中搏杀的背景下，一个能够规避红海发现蓝海选择蓝海的企业是极具智慧的企业一个二线城市为王、占领三线、进攻一线的肥牛火锅企业是值得业界解读的品牌企业。

二线、三线、一线城市，这是一尊企业的成功之路，成功在于一尊企业对机会成本的理解、对比较利益的把握、对商业模式的设计、对连锁经营的掌控、对城市经济的定位、对区域经济的把握、对产业经济的理解。

作为二线城市肥牛火锅领域的领袖品牌，作为成功打造肥牛火锅连锁经营帝国的一尊企业，作为一尊企业的领军人物与领袖团队，自然也就成为本书的焦点。

让我们一同走进一尊企业，解构成功背后的深度实务。

在火锅业态遵循经济达尔文法则的背景下，一尊企业走过的路径既是生存智慧之路，又是做强、做大、做久之路。

鲜花曾告诉我你怎样走过，大地知道你心中的每个角落，在阳光灿烂欢乐时刻，我们要说的太多！

作为一尊企业连锁帝国缔造人，曹万勤董事长既有极高天赋的商业悟性，又有审慎理性的战略素养。

极高天赋是与生俱来的素养，商业悟性是对商业机会的把握，审慎理性是指做事的风格特征，战略素养是指大局观与前瞻性。

曹总虽然具备成功的素养，但若没有对连锁经营事业的持续追求、持续思考、持续努力，不可能有今天的成就！

用转型理论来解释，我们可得出以下结论，即总裁执掌是有周期的，任何人不可能永远处于巅峰状态总裁执掌一般要经历走马上任期、适应角色期、形成风格期、循规蹈矩期、僵硬老化期。

曹总懂得随着企业从初创阶段向成长阶段、成熟阶段、稳定阶段过渡，作为领导人也要从使命期向制度期、管理期、文化期的领导人角色转型，当然每次转型都是一次凤凰涅槃。

作为一尊企业连锁帝国缔造人，曹总是务实的，务实到让人感到太实际，而这也恰恰是实业家应具备的素养；曹总是进取的，作为连锁经营跨区域发展每一次区域拓展都是一次竞争博弈；曹总是理性的，懂得战略决定全局，规模决定格局、细节决定成败的经营之道；曹总是感性的，对创业团队中每位同仁离队，都要经历痛苦的情感挣扎；曹总是智慧的，有着极强的判断能力、归纳能力、整合能力、转化能力素养；曹总是平实的，有着做人低调、包容性强、为人坦诚、换位思考的本色品质；曹总是缜密的，懂得领导人的最大贡献是制度经济设计，是能建立一套秩序；曹总是达观的，能看透企业做大后是属于社会的，能看开一时的得到与失去；导入360。

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 内容概要

本书整体设计分三个部分，十二个章节，其中：第一部分四个章节包括：肥牛种群血统概述、肥牛世界精彩定格、肥牛火锅起源追溯、肥牛火锅业态演变等内容，旨在通过肥牛种群血统追溯，阐述肥牛本身高端价值、诠释肥牛火锅发展路径、分析肥牛火锅等级演变；第二部分四个章节包括：肥牛火锅定位归位、肥牛火锅经营路线、肥牛火锅经营策略、肥牛火锅商业模式等内容，旨在通过肥牛火锅定位归位，定义里程碑式经营路线、阐述进入不同城市策略、剖析复合餐饮商业模式；第三部分四个章节包括：肥牛火锅品牌规划、肥牛火锅实体规划、肥牛火锅体系规划、肥牛火锅帝国规划等内容，旨在展示一尊企业品牌规划、实体规划、体系规划、帝国规划成功之路，以及跨越不同阶段的企业转型之术。

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 作者简介

#### 夏连悦

是连锁经营领域的资深策划人、资深顾问人、资深培训师、资深CEO、专著撰写人。

作为资深策划人，全案全程策划过100个以上的星级酒店，中式酒楼，现代快餐项目；  
作为资深顾问人，身兼数家星级酒店、中式酒楼、现代快餐品牌企业顾问及独立董事；

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 书籍目录

- 01 肥牛种群血统概述 (一) 世界肥牛全景描述 (二) 中国肥牛状况扫描 (三) 一尊企业解析肥牛
  - 02 肥牛世界精彩定格 (一) 贵族阶层气质彰显 (二) 食界明星晶莹剔透 (三) 中产阶层惠顾青睐
  - 03 肥牛火锅起源追溯 (一) 中西饮食融合分析 (二) 港澳肥牛源头寻源 (三) 大陆肥牛脉络追溯
  - 04 肥牛火锅业态演变 (一) 肥牛业态高端起家 (二) 肥牛低端业态泛滥 (三) 肥牛中端业态缺失
  - 05 肥牛火锅定位归位 (一) 肥牛业种价值定位 (二) 肥牛火锅客层定位 (三) 肥牛火锅位置归位
  - 06 肥牛火锅经营路线 (一) 单店经营路线设计 (二) 连锁经营路线设计 (三) 产业经营路线设计
  - 07 肥牛火锅经营策略 (一) 选择一线城市进入 (二) 选择二线城市进入 (三) 选择三线城市进入
  - 08 肥牛火锅商业模式 (一) 二元经营模式设计 (二) 复合餐饮模式设计 (三) 店铺商业模式设计
  - 09 肥牛火锅品牌规划 (一) 区隔不同品牌定位 (二) 规划企业品牌战略 (三) 培育企业品牌价值
  - 10 肥牛火锅实体规划 (一) 重新定位区域市场 (二) 重新规划店铺商圈 (三) 重新定义业态模式
  - 11 肥牛火锅体系规划 (一) 连锁运营业务体系 (二) 连锁运营物流体系 (三) 连锁运营行政体系
  - 12 肥牛火锅帝国规划 (一) 区域连锁模式设计 (二) 地区连锁总部设计 (三) 大中国区总部设计
- 【附】一尊企业案例点评后记

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 章节摘录

插图：在信息爆炸时代，人们面对纷繁复杂的信息，一方面选择排斥，另一方面学会简化记忆，即对各种信息做分类，对每种类别做品牌排序记忆，在脑海中形成对品牌的认知排序，形成心智阶梯。心智阶梯是消费者在购买过程中的潜意识，火锅企业要持续盈利，就要根据顾客心智阶梯制定品牌阶梯战略。

火锅企业该如何设计品牌阶梯战略呢？

相关分析显示：在市场竞争初级阶段，消费者在瞬间就能够想到的品牌一般不会超过7个，购买行为也会在这7个品牌当中产生；随着市场竞争成熟，消费者面对越来越多的品牌，处于拒绝或被动接受的状态，此时品牌记忆与购买范畴仅限于两个品牌以内。

当消费者的潜意识为他（她）圈定消费的选择范畴后，自然形成并指导了购买行为。

可见，越是在品牌稀少，市场不成熟时期，消费者的选择范围就越是广泛，相反，品牌越是繁杂，市场越是成熟，消费者就会在潜意识中缩小并固定对品牌的选择范围，于是火锅企业的品牌梯度战略自然形成。

相关调查显示：在同类产品中，品牌所处的梯度越高，市场占有率就越高；同样，品牌所处的梯度越高，消费者对品质要求就越是严苛。

因而火锅企业在进行品牌梯度设计的同时，还要设计一个与其平行的产品品质梯度，使顾客在为品牌支付附加价值时，能够享受到高于其他品牌产品的品质。

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 后记

火锅业态是中国餐饮产业瑰宝，肥牛火锅作为火锅业态业种，既集聚着肥牛+海鲜的二元优势，又集聚着肥牛+海鲜的复合优势，还集聚着连锁经营跨区发展优势。

肥牛火锅有诸多优势才成为火锅业界主流业种。

肥牛火锅是以微笑曲线模式走进人们视线的，即嘴的左边是肥牛火锅初创阶段的繁荣，嘴的中间是肥牛火锅发展阶段的低谷，嘴的右边是肥牛火锅成熟阶段的回归。

这也是肥牛火锅业种发展历程的路线图示写真。

当肥牛火锅再次成为人们关注的焦点时，不但已有成型的商业运营模式，而且也有成型的连锁经营模式，还有成功的资本运营模式。

肥牛火锅业种的成功值得层层解构、值得作为案例推广、值得作为教课书解读。

不要认为肥牛火锅从高档向低档转型是理性的，这是成长要付的代价；不要认为肥牛火锅从低档向高档回归是感性的，这是身份与地位回归；不要认为肥牛火锅产品周期已越巅峰，肥牛火锅新的高峰才刚刚到来。

肥牛火锅使火锅业态进入战略经营阶段，战略是餐饮企业的获胜计划；战略设计是将竞争优势持续前移；战略目标是餐饮企业的阶段愿景；战略就是让企业能够正确地做事；战略讲前瞻性、大局观、系统性运作。

肥牛火锅使火锅业态进入策略经营阶段，在战略设计的前提下策略经营是餐饮企业赢得优势的关键！占领二线城市、锁定三线城市、进军一线城市是战略方案指导下的策略设计，才使一尊皇牛有令人瞩目的业绩！

肥牛火锅使火锅业态进入总部经济阶段，总部经济是餐饮企业连锁经营、产业经营、资本经营的平台；总部负责战略设计、组织设计、制度设计、文化设计、资源配置、品牌培育六大核心功能，才彰显总部价值。

## <<为肥牛火锅下定义>>

### 编辑推荐

《为肥牛火锅下定义(二线城市的领袖品牌)》：火锅企业连锁经营演进，是先做一线城市再向二线城市推进，还是先在二线城市为王再向一线城市进军，二者走的是完全不同的道路。

虽然第一条道路有品牌影响力，但是第二条道路能够挣到丰厚的利润，因而是一条能够做强、做大、做久的发展路线。

连锁经营帝国事业成功缔造应把握：连锁经营要对区域经济、城市经济、产业经济有深刻的理解；要对直营连锁、合作经营、加盟连锁有理性的认识；要对区域经营、跨区经营、区域托管有实践的掌控；要对总部功能、部门架构、店铺体系有系统性认知。

一尊企业连锁经营帝国事业向人们展示的是间接战略驱动模式，是二线城市为王模式，是蓝海经营发展模式，是超产业竞争模式，是持续创新领先模式……正是五大模式设计，才使一尊企业以建立跨N个省份、N个城市、百家店铺规模走到人们面前！

一尊企业是理性的，懂得战略设计与战略经营之道；一尊企业是审慎的，懂得选择比努力重要的道理；一尊企业是务实的，懂得赢利才能让企业走得更远；一尊企业是智慧的，懂得按发展阶段设计企业转型；一尊企业是客观的，懂得定位与新定位之道。



## <<为肥牛火锅下定义>>

### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>