

文化创意产业,开启全新“洛阳梦”



# 喝汤也能和“高端、大气、上档次”扯上关系? 有人偏不信邪,将洛阳传统早餐做成品牌 一碗羊肉汤,喝出“文化味儿”

■开栏语

文化创意产业,正在各地风生水起,渐成拉动经济增长的全新支柱产业。

文化产业的爆发式成长,是一股无法抗拒的经济潮流。一个创意,就可能带来滚滚财富;巧用文化,就有望创造世界级品牌。

守在历史文化的“富矿区”,洛阳如何利用这一经济潮流,实现古都的复兴梦?即日起,本报推出“文化创意产业,开启全新‘洛阳梦’”系列报道,推介洛阳新近崛起的文创产业的本土品牌,还原创意过程,分享成功喜悦。敬请关注。



核心提示

□记者 程奇 见习记者 余子愚

洛阳人,号称“泡馍嘴,浆饭口”,喝汤是牢不可破的饮食习惯。咱们就先从喝汤谈起,看看咱洛阳人如何利用创意,包装出全新的本土品牌——“百碗羊肉汤”。



「百碗羊肉汤」店内是红黑搭配,同时各处都有中国传统文字的「印记」

(图片由受访者提供)

【目标】

分店要开到纽约、伦敦唐人街

“百碗羊肉汤”2005年12月开业,一开业就生意火爆,前来尝鲜的食客络绎不绝,也让丽景门人气十足。

“百碗羊肉汤”的定价,从一开始就比其他汤馆要高出不少,却始终受到洛阳食客和外地游客的追捧。“我卖的不是汤,而是文化,我们要打造的是具有中国文化内涵的地方快餐品牌。”郭爱和对说。

最直接的受益者,当然是郭爱。高价汤,为2007年开业的“三彩艺术馆”吸引了具有中、高端消费能力的本地顾客群和外地游客群。不少经丽景门游老城的旅游团,都会趁着喝汤的机会,顺便到“三彩艺术馆”看一看,挑选中意的商品。

“百碗羊肉汤”也发展成一个独立的特色快餐品牌,其特有的汇聚人气的功能,对很多新崛起的商圈有着巨大的吸引力。目前,除了丽景门,新都汇、万达广场和洛阳火车站也都开设了“百碗羊肉汤”分店。

“‘百碗羊肉汤’的奋斗目标,就是做成类似美国‘熊猫快餐’那样的国际中式快餐品牌。我希望持续做大做强这一洛阳品牌,将分店开到纽约、伦敦的唐人街,让西方人和咱洛阳人一样,早上都习惯来一碗热气腾腾的肉汤!”郭爱信心和满满地说。

【缘起】丽景门内没人气,艺术家瞄上了羊肉汤

在洛阳开汤馆,第一要务是啥?街上随便拽住一位洛阳人,都能给您谈上几句“卖汤经”:老牌子、老汤、独家配料、主干道临街房……

百碗羊肉汤的答案,颇有点出人意料:创意。有了创意,一切难题均可迎刃而解。

鲜为人知的是,打造“百碗羊肉汤”,其首要目的不是卖汤,也不是赚钱,而是为丽景门凝聚人气,提升客流量。

“百碗羊肉汤”的创始人郭爱和对是“玩艺术的”,他是中国陶瓷艺术大师、洛阳三彩艺术博物馆馆长。

“艺术人”郭爱和对,怎么突然想起来卖汤了?

2004年,丽景门复建工程竣工,郭爱和对想在丽景门瓮城内开办一家出售三彩艺术品商店,让“三彩艺”接上古都的“地气”。2005年,他在瓮城内租赁了房屋,却迟迟不敢开业。为啥?刚建好的丽景门一带人气低迷,商铺皆门可罗雀。

怎样才能把丽景门的客流量带动起来呢?一天早上,郭爱和对到街上喝牛肉汤,蜂拥而至的喝汤人将小小的汤馆挤得满满当当,连门外也蹲了不少食客。

郭爱和对眼前一亮——开一家汤馆,不就把人气带动起来了吗?

【招牌】洋模式与古文化的“快结合”

“百碗羊肉汤”的招牌是红白搭配,肯德基等洋快餐均是这一风格。

走进店内,满眼全是“红与黑”:大红的招牌、剪纸,黑色的饭桌、饭碗,看起来既古朴典雅又简洁时尚。

或许您还没注意到:在“红与黑”的氛围里,您的吃饭速度会不由自主地加快。这是为啥?

郭爱和对笑着解释:“百碗羊肉汤”其实是按洋快餐的营销模式量身打造的,其核心宗旨只有一个字:快。

在中国文化中,红色代表着喜庆,最吸引眼球;黑色代表高贵、庄重,最有仪式感。君不见过年贴对联,不都是红底黑字?

红黑搭配固然吸引眼球,却在心

理上给人一定的压迫感。这种“催人离开”的感觉,和肯德基等洋快餐通过特殊座位设计、快节奏音乐,暗示人们快点吃、快点离开的商业模式暗合,目的只有一个:快,提高翻台率。

“百碗羊肉汤”,也刻意突出“快”:一手交钱,一手端汤,一般来说这个过程不会超过20秒。接待大的旅行团,“百碗羊肉汤”创造过5秒一碗汤的“快速纪录”。

此外,喝汤有喝汤的道,喝汤也要讲究道,郭爱和对谓之“谈汤论道”。这一理念既突出了“快”,又有浓郁的中国传统文化意蕴。比如“百碗羊肉汤”用的是方饼,暗含“天圆地方”的中国文化意蕴。

【特点】给“洛阳汤”加把勺子,用植物油熬辣椒

色白如奶,肥而不腻,汤味鲜香,唇齿留香。这是“百碗羊肉汤”对外宣传的特色。

很多人认为,“百碗羊肉汤”最大的特点,在于汤碗里的那把长勺。

喝汤用什么?很多人的首选是勺子。勺子的一大功能就是降温,防止热汤烫嘴。

郭爱和对说,洛阳人早上喝汤,都是用筷子,直接就着碗喝热汤。这个习惯其实很不健康,容易引发食道方面的疾病。“百碗羊肉汤”率先在全市汤馆中引进了长勺子。

另外,洛阳的传统汤馆几乎都用牛油、羊油等动物脂肪熬辣椒。而“百碗羊肉汤”从一开始就提倡“清汤”概念,用瘦肉、骨头熬汤,汤上面那层油都撇掉,辣椒也用植物油熬制。虽然近期为适合洛阳食客胃口添加了牛油辣椒,但每张汤桌上都保留植物油辣椒,符合“低脂肪”的现代饮食潮流。

此外,“百碗羊肉汤”的文化氛围、艺术品位,都受各地食客欢迎,尤其是一尘不染的清洁环境,和洛阳汤馆脏兮兮、油腻腻的传统形象截然不同。

专家点评



洛阳周南驿企业集团董事长

●张耀光

“百碗羊肉汤”,无论是品牌创意、文化创意,还是产品设计,都很有个性,是很有前途的原创品牌。



洛阳牡丹瓷股份有限公司董事长

●李学武

“百碗羊肉汤”文化含量很足,营销形式不错,很有“古都范儿”的新派汤。

他山石

熊猫快餐

熊猫快餐(Panda Express),是由美籍华人程正昌创办的一家经营美国化中式快餐的连锁餐厅,其总部设于美国加州洛杉矶县的柔似蜜市。作为全美最大的中餐连锁店,该连锁店在美国近40个州开办了800多家分店,雇员2.1万人,营业额超过10亿美元。连锁店供应多种食品,如橙子鸡、东方鸡等,配以炒米饭或炒面。