

3个月前,诞生于哈尔滨的餐饮品牌五爷拌面引来3亿元资本融资。这笔中国餐饮史上最大融资预示着国内消费投资领域赛道悄然发生改变。未来几年,以国货、国风、国潮为代表的国产消费品牌将在资本的助力下加速发展——

# 国潮渐盛,哈尔滨餐饮迎来下一个风口

本报记者 万佳

6月24日,哈尔滨餐饮品牌五爷拌面获得3亿元A轮融资,一个月后又获得高瓴A+轮融资。这是目前中国餐饮界A轮融资最大一笔融资。该轮融资由鼎晖VGC领投,B资本王岑跟投。“获得顶级机构投资,初步验证了五爷拌面商业模式的成功探索。”投资人王岑说。

小小的面馆能获得大资本青睐,标志着投资赛道的风向已经向餐饮等大消费领域靠拢。“事实上,不光是餐饮,以国货、国风、国潮为代表的国产品牌的黄金年代已经开始一段时间了,在未来几年,这些新兴的国产品牌还会继续高速发展。”王岑说。

“3年前,我跟五爷拌面创始人孙雷认识的时候,他说了一句话让我记忆犹新。他说,总有一天,你会为我自豪。”王岑说,当时五爷拌面创业没多久,我虽然很欣赏他,但对他的话也是半信半疑。如今,五爷拌面在3年多的时间里,用事实惊艳了中国餐饮业。作为中国餐饮巨头诞生地,相信哈尔滨未来会有更多企业走向全国。



## A 门店已超过1000家

王岑专注大消费领域投资20年,先后投资珂拉琪/colorkey、周黑鸭、伊美尔医疗美容等数十个消费品牌,被业内称为“消费王”。记者联系到王岑时,他正赶赴全国各地指导学生。而他的“学生”,就是像五爷拌面创始人一样,是正在成长中的中小微创业企业家。

2018年1月27日,第一家五爷拌面在哈尔滨正式营业。公司通过“自营+加盟”的方式,以黑龙江为起步,已拓展至京津冀、江浙沪、珠三角、山东、内蒙古等省区市,实现了标准化、规模化高速扩张。截至发稿前,五爷拌面全国门店已超过1000家。2021年6月24日,五爷拌面获得3亿元A轮融资,7月14日又获得了高瓴创投的A+轮融资。目前他们正以飞快的速度扩张全国。

“当时坚定不移投资并深度支持五爷拌面主要从行业趋势和企业未来发展来考虑的。”王岑说,从

投资行业角度看,海底捞吹响了餐饮行业获得资本高度认可的冲锋号,不光餐饮业,涉及到老百姓衣食住行方方面面的大消费领域都是时下的投资热点。五爷拌面恰恰顺应了本味回归的大趋势。

“创始人孙雷是我的学生,我们既是师生也是好朋友,我很幸运碰到这样的创业者。”王岑说,孙雷有创业者的特质。他习惯深度思考,琢磨生意本质和商业格局。其次他的学习能力很强,最关键的一点具备战略思考能力。创始人具有很强的悟性和市场敏锐度,在企业初期资源比较有限的情况下将五爷拌面的产品包装及品牌方面打造得很有味道,非常难得。

据五爷拌面创始人孙雷透露,A轮融资后,他们正迅速扩张全国,预计年末突破1500家门店,届时五爷拌面也将会成为中式面条品牌中门店数量的冠军品牌。



五爷拌面哈西店食客盈门。



疫情期间王岑开通直播帮企业出谋划策。



直播间内,企业老板交流心得。

## B 投资新赛道聚焦“国风”

“餐饮为什么成了投资宠儿了?实际上,不光是餐饮,生活的方方面面都在迎接消费井喷。”王岑说,过去5年,中国消费的创新变化总量几乎相当于过去中国20年消费创新的总量。5年走完20年的路,这其中借助了移动互联网流量红利,政府和企业在物流配送等基础设施上重金投入,新一代消费者和创业者两方都发生了巨大变化和革新,有些是连续性的消费升级,有些是非连续性的颠覆式创新,加上投资机构投融资扶持,以国货为代表的国产品牌会覆盖生活的所有领域,国风、国潮已经在年轻消费者中日趋流行,将快速下沉到各个消费区域。

五爷拌面敏锐地抓住了餐饮消费的走向,顺应了回归本味的大趋势。“之所以叫五爷拌面,是在五台山上看到一个财神庙叫五爷庙,传说他是东海龙王的第五个儿子,爱吃面,尤其爱吃拌面,于是就起了这个名字,把拌面融入文化内涵。”五爷拌面创始人孙雷说,在拌面研发过程中,我把各地特色都融入其中,既保留原有的地方特色,又进行改良升级,使它更适合现代年轻人的口味,我把它称之为融合面。比如宜宾燃面,主菜是芽菜,我们在使用

芽菜前进行了多次清洗,把它很浓重的咸味去掉,掺入一定比例的橄榄油,用来提咸、提鲜、提香。这款面推出后,很受年轻消费者喜爱。

“每天有超过20万人吃我们的面,每年卖出7500万碗面条。”孙雷说,我们定位是社区食堂,就是周围老少邻居家人式的相处模式,晚上下班累了,不愿意做饭,到面馆吃一口,白天老人下楼吃口软面条,方便省钱。就像朋友一样,隔三差五来一趟,自然而然融入大家的生活当中。“中国面,五爷拌”,五爷拌面把中国风有机融合在企业文化中。

此外,奈雪的茶上市,喜茶最新一轮估值超600亿元,和府捞面、遇见小面等中式餐饮都获得亿元以上投资……过去我们都在吃西式餐饮,西式烘焙、西式零食、西式饮料等,近两年,新式茶饮、中式点心和中式快餐等占据主流消费市场,这些中式线下餐饮连锁项目也成为资本追逐的重心。“这说明国内餐饮业随着时代的发展而不断升级,市场越来越大。”王岑说,第一波大消费浪潮已经到来,它唤醒了很多人潜在的创业者。当大部分人还在观望的时候,第二波创业浪潮又迎面而来。

## C 哈尔滨是中国餐饮巨头诞生地

过去两年,王岑接触到的哈尔滨消费零售企业家越来越多。

“我的许多学生来自哈尔滨,哈尔滨出了许多餐饮业巨头。”王岑说,像张亮麻辣烫、七星连锁零售、喜家德水饺、杨国福麻辣烫、宏姐串串香、辣庄火锅等,哈尔滨的餐饮行业在中国餐饮行业中占据一席之地。

如今大家热衷的麻辣烫、串串香、火锅、冒菜等餐饮品类并不是发源于哈尔滨,却被哈尔滨餐饮企业家升级改造成知名品牌。天眼查数据显示,目前我国有超过17万家麻辣烫相关企业。从地区分布来看,吉林省和黑龙江省分别以约2.1万家、1.6万家的数量位居前二。其中,杨国福和张亮麻辣烫发起地哈尔滨宾县,被称为“麻辣烫之乡”。据统计,宾县共有超330家麻辣烫相关企业,以宾县总面积3843平方公里计算,平均每11平方公里有一家麻辣烫。

“我跟张亮等企业家在哈尔滨都见过面,也到他们的店里深度聊过。”王岑说,在与许多哈尔滨企业家接触后,我发现哈尔滨企业家对商业机会的挖掘能力非常强。他们勤奋开放,看到机会会借力用起来。他们讲究信誉、敢打敢拼,用东北话说就是“不墨迹,碰到好的机会就干”,这点特质让众多东北企业家第一时

间抓住瞬息万变的商业机会。

“商业机会一般有2至3年的窗口期,这就需要企业家一要紧跟商业形式,二要非常果断。哈尔滨的企业家表面看没有经过很长时间思考就拍板,实际上他背后经历长时间的积累,商业运作方面的细节都很清楚,他们通常会抓大放小,不会把很多精力花费在细枝末节的小事上。”这种企业家特质实际上是能做大企业的关键要素。”王岑说,他们年龄段以70后、80后为主,基本都是中国新一代餐饮企业家。归根结底,我觉得是哈尔滨开放、包容、大气的文化底蕴塑造了哈尔滨企业家,为他们成长提供雄厚的沃土。

在哈西万达,有一家面积超过1500平方米的亚洲最大麻辣烫店——张亮麻辣烫。店内食材一应俱全,甚至包括龙虾、大闸蟹。这家店也成为网红打卡店。“过去大家都认为麻辣烫、烧烤、面馆等是小吃,上不了台面的。而如今,这些非主流的餐饮已经进入大商场等消费主流场所,产品精致,店铺装修精良,而且处处体现中国特色。”王岑说,这说明非主流已经逐渐进入主流,未来可能会出现米其林星级的烧烤店、麻辣烫、串串香店。消费格局将会更加多元丰富。

## D 后疫情消费时代,全力拥抱线上

2020年初疫情出现,对消费行业,尤其是线下消费行业影响很大。“从2020年3月份开始,我在线上建立一个500人的内部交流群,群里都是各地消费类企业的CEO。”王岑说,每天晚上,我会邀请几位企业家直播分享在经营中遇到的问题以及解决的办法。目的只有一个,就是让企业家们在疫情中开源节流,加速转型,拥抱线上。过去许多线下企业对线上工具、软件、销售等方面都很抵触,相关业务占比很小。疫情来了,线下告急,就必须积极拥抱线上,这可能是消费企业当前唯一的路径。

哈尔滨七星手机连锁董事长崔元兴也是王岑的学生。一段时间,他向王岑寻求咨询和帮助,想要在不影响老业务的情况下,找到“第二增长曲线”。经过多次面对面的头脑风暴,王岑建议他由单品类区域零售商转向多品类多品牌区域零售商方向发展,围绕自己的核心竞争能

力“零售/卖货”能力深挖和建立品牌“护城河”。

“每一个企业家在自己的细分行业里研究得比我深很多,但是全局及终局意识欠缺,我投资消费20年,经历过成功和失败的企业很多,可以给他们提出一些建议。”王岑说,和企业家交谈两分钟,我大概可以知道对面这位消费企业处在什么阶段,大概面临什么问题,从他的言行神情可以大致直观感受到他及团队的强项和弱项,并给他们提供可行性的解决方案。

从2020年3月开始,王岑创办了一个类似中小企业孵化器一样的机构——CCC消费王加速器。加速器的目的是扶持本土消费品牌,系统地帮助他们在产品赛道选择上、渠道流量上、营销品牌上、融资及上市等方面提供可操作性指导。“我的目标是计划未来5年扶持500个中国本土消费品牌。”王岑说。

