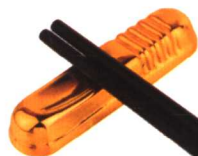




旺铺丛书

韩国 餐饮业 富翁



经营餐饮获利的49人成功秘诀

[韩] 李形锡 梨花 Frontier 著

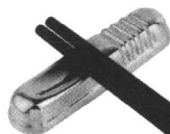
禹明延 译

中国宇航出版社



旺鋪丛书

韩国 餐饮业 富翁



经营餐饮获利的49人成功秘诀

[韩] 李形锡 梨花 Frontier 著

禹明延 译

中国宇航出版社

· 北京 ·

版权所有 侵权必究

Koran food mogul By Lee Hyung-Suk

Copyright (c) 2004 by Lee Hyung-Suk

All rights reserved

Original Korean edition published by YEMUN publishing Co.

Simplified Chinese translation rights arranged with China Astronautics Publishing House.

through EntersKorea Co., Ltd/China National Publications Import &

Export(Group) Corporation.

本书中文简体字版由著作权人授权中国宇航出版社独家出版发行, 未经出版者许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分

本书版权登记号: 图字: 01-2006-1506

图书在版编目(CIP)数据

韩国餐饮业富翁:经营餐饮获利的49人成功秘诀 / (韩)李形锡, (韩)梨花Frontier编著;禹明延译.

—北京:中国宇航出版社, 2006. 3

(旺铺丛书. 开店系列)

ISBN 7-80218-098-8

I. 韩... II. ①李... ②梨... ③禹... III. 饮食业

—商业经营—经验—韩国 IV. F719. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第019847号

责任编辑 卢珊 装帧设计  鲁装

出版
发行 中国宇航出版社

社址 北京市阜成路8号 邮编 100830

(010) 68768548

网址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经销 新华书店

发行部 (010) 68371900 (010) 88530478 (传真)

(010) 68768541 (010) 68767294 (传真)

零销店 读者服务部 北京宇航文苑

(010) 68371105 (010) 62579190

承印 北京智力达印刷有限公司

版次 2006年4月第1版

2006年4月第1次印刷

规格 889 × 1194

开本 1/24

印张 7.5

字数 180千字

书号 ISBN 7-80218-098-8

定价 22.00元

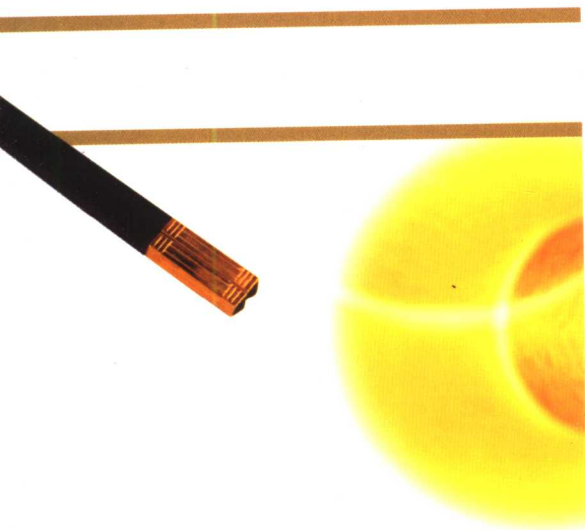
本书如有印装质量问题, 可与发行部调换

李形锡

现任韩国创业咨询龙头企业Business Un代表，韩国产业信息开发院院长等职。

梨花 Frontier

梨花女子大学是韩国知名高校，梨花女大创业咨询社团（梨花Frontier）由餐饮业相关专业学生组成，社团倡导先驱者精神，社团成员对书中的主人公逐一进行采访，分析其成功原因。





旺铺丛书



开店系列



装帧设计: 归工舍 68373635 书装工作组

序

餐饮业富翁们的动人故事

最近经常能够看到驾着现代 EQUUS（一款现代汽车的名称）去田里收割谷子的农民，这些我一直以为只有在盆唐与日伞地带才能看到的景象，如今在天安与坡洲等地也时不时能看到。这些人是因名下所属田地被供应商定为开发地区而一夜致富的一群。看着如此轻易便成为富翁的他们，心底难免会有一点嫉妒涌出，但我反过来想了想，这也许是对他们多年来默默守候田地的回礼，心情顿时觉得轻松了很多。

比起他们，还有更让我嫉妒的一群——彩票中奖的人。短短的一瞬间，他们就成为了拥有数十亿韩元的富翁，这对于连最低的五等奖都没有中过的我而言，简直是天方夜谭。然而，之后又了解到，这些人都是最少拥有12年彩龄的老彩户，便觉得这意外之财或许是对他们长久韧劲的回报，我也便因此而释怀。

如此想来，似乎每个富翁都有其致富的理由。

每个人的生活质量都因他们获得财富的不同路径而有所区别。那些辛辛苦苦挥洒汗水而致富的人，脸上洋溢着的是自信与成就混合着的迷人微笑；而那些凭借着不光彩的手段而暴富的人，他们脸上的表情则常常让人感觉很不舒服。

针对我这种看法，也许有人会问：“只要能赚钱就好，方法的不同又有什么区

别？”但我主要想说的是，岁月会根据不同的人生经历而在人的脸上刻画出不同的痕迹，靠威胁他人而赚取不正当财产的人，即便使出浑身解数也不会有一张慈祥的面孔；相反，三星的李健熙总裁虽不会让人觉得是一位帅哥，但他的笑容却总会给人一种温暖的感觉。

不知从何时起，我养成了一个怪习惯：精心挑选采访对象。因为与那些慈祥温和的富翁们进行交谈，会给我带来踏实轻松的愉悦感觉。当初之所以会编写这本书，一方面是因为想认识那些通过辛勤劳动而获得成功的人士，另一方面，也是想借这本书将他们的动人故事传达给更多的人，让更多的人了解真实的他们。这本书如实地讲述着他们丰富的人生经验和所经历过的各种艰难困苦。为了能够写出真实的内容，采访他们的时候，我也是尽量请那些尚未踏入社会的女大学生来进行。

本书所介绍的富翁，不是通过专业的股市分析家进行投资的；不是通过房地产中介人提供的投机信息攫取巨额房地产差额的；也不是透过咨询金融专家而组织一个不错的资产组合而收获利益的；更不是继承大笔遗产毫无顾虑地开始事业的那一部分人。他们有的只是对事业孜孜不倦的信念、满腔的热忱和不辞辛劳的汗水，由小到大，一步一步艰难地走向成功的康庄大道。

我谨希望，本书能够为那些梦想成为富翁的人们提供小小的参考，并在此对为了生动的题材而不分日夜进行采访的梨花女子大学的宋承仁、金玄晶、金素颖、金惠媛、崔静儿表示衷心的感谢！

2004年7月

李形锡

1 以饮食生意声名大噪的成功人士



- 3/ 六平酱汤馆的惊人大变身
- 6/ 开拓者会灭亡？但战略家会成功
- 8/ 深受中年人喜爱的冰淇淋
- 12/ 好店名的附加值
- 16/ 寿司店的开店先锋
- 18/ 平民食品的高档化经营
- 20/ 味觉宗师也得懂得赚钱
- 22/ 热情加上咨询帮助
- 24/ 以代理店的形式开创事业
- 26/ 名牌效应——无法估量的资产
- 28/ 诚意在前，金钱在后
- 30/ 勤奋与学习才是致富关键
- 33/ 加快客人的流动率
- 36/ 用50万韩元起家的手包饺子店
- 38/ 往往是在看不见的地方一决雌雄

2

成功的料理店，他们究竟在卖什么

- 43/ 虏获上班族的元祖泡菜汤
- 46/ 生存之路就在市场缝隙中
- 48/ 请您品尝异国美味
- 51/ 比钱更为重要的是味道
- 53/ 青出于蓝而胜于蓝
- 55/ 通过饮食来寻找健康
- 57/ 新鲜感就是竞争力
- 59/ 征服鲍鱼
- 62/ 猪排与生辣椒的绝妙组合



3

人气之家隐藏的秘诀

- 69/ 宣传的作用
- 72/ 消磨等待时间的手卷饭服务
- 75/ 特殊客人我们更有特殊招待
- 78/ 高档化与大众化，价格差别效果
- 81/ 淋上回忆的意大利面
- 83/ 入会时的一瓶免费红酒
- 85/ 接受您的网上订购
- 88/ 我们店的客人属于哪个阶层
- 91/ 24小时营业的饮食街
- 93/ 不盲目追随流行食品



4

塔楼宫殿前的靓汤店，工业基地前的肉排店

- 97/ 押金，让我看了又看
- 100/ 仁寺洞文化街的流动人群
- 102/ 30多年前的汉城，曾经是指江北
- 104/ 大学校园前的西餐店什么时候最火
- 107/ 做生意就要在高物价地段
- 109/ 留住登山客脚步的山中料理店
- 111/ 用颜色与标志刻画形象
- 114/ 抚慰心灵的综合文化空间
- 117/ 室内装饰也是一种品牌
- 120/ 漂亮的卫生间



5

人事即是万事

- 125/ 将厨师长当作是共事者
- 127/ 培养看人的眼光
- 129/ 施惠吧，无条件地施惠
- 131/ 公开赞赏，私下批评
- 136/ 为员工着想
- 140/ 我们有“客户手册”
- 142/ 100%忠实顾客的法则
- 144/ 250名老顾客的法则

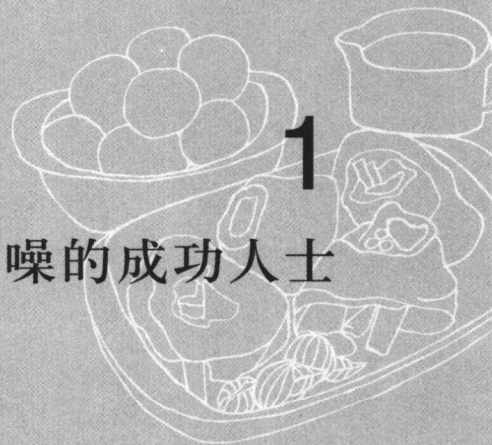
6 特殊成功背后的特殊故事

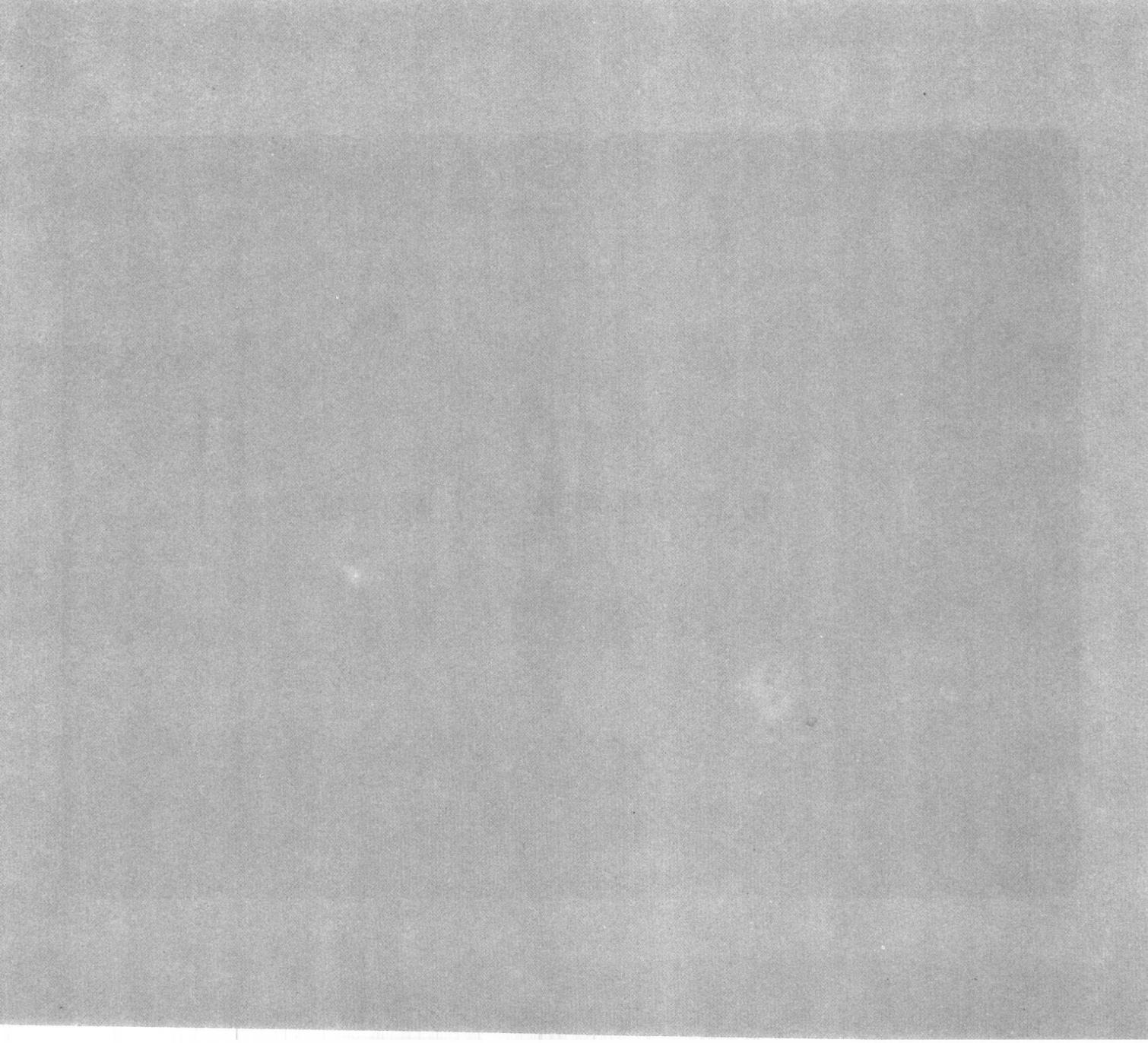
- 149/给饭店业穿上了年轻的外衣
- 151/实践是取得成功的秘诀
- 152/社长掌握知识的多寡会影响到经营
- 155/活用专业知识取得成功的人们
- 157/为学真功夫而离乡的留学派们
- 159/传承家业的困难
- 161/全家总动员的生意经营
- 165/唯有不断受到启发的人才能生存

- 168/后记：你已经作好成为富翁的万全准备了吗
- 170/响应本书采访的各位



1 以饮食生意声名大噪的成功人士





>> 六平酱汤馆的惊人大变身

世宗文化会馆后街大楼地下有一家酱汤馆，开店17年来，这家店在汉城（注：现改名为首尔）广华门一带广受顾客好评。开店初期的酱汤馆，只是一个只有6平方米面积、4张桌子的简单店面。而如今，却已摇身一变成为每日平均接待600名客人，月平均纯收益达到3000万韩元的名牌获利店。（注：韩元与人民币的外汇比率约为100:0.822，下同）

把每天只有25万韩元收入的酱汤馆扩大到现在这种超大型规模的酱汤馆，正是该店的创始人任必顺女士的儿子李光镇社长。李光镇社长原本在美国专心攻读经营学，在经济危机时期回到了韩国，起先只是打算暂时帮母亲照顾

一下店，结果这一临时决定一直持续到了现在，而原因就在于他看到了酱汤馆发展的可能性和美好的未来。

首先，在决定目标顾客群的时候，李光镇社长将目标锁定在位于正前方的世宗文化会馆，那里经常举行各式各样的公演活动，公演期间演员们都会预定饭馆解决伙食问题。当时李光镇社长暗自思忖，若能让这些演员成为自家店的固定客户，这样一传十、十传百，不久之后酱汤馆就有可能为更多的人所熟悉。

为了实现这一目标，李光镇社长所做的第一件事就是努力拉近与世宗文化会馆员工之间的距离。虽然直接光顾酱汤馆品尝食物的是在



利用位处世宗文化会馆附近的地理优势，李光镇社长将经营战略主要放在发展老顾客上，这似乎也是将原本只有6平方米大小的酱汤馆扩展到现今这一超大规模酱汤馆所必不可少的重要基石。

会馆表演的那些演员，但向他们推荐饭店的却是会馆的员工。

先不论其他，李光镇社长首先坚信，母亲17年来的制酱手法不会输给其他饭店的厨师长。他邀请世宗文化会馆的员工品尝自家酱汤，也得到了他们的充分肯定。味道对于一个料理店而言固然重要，但是若想在重视人情世故的韩国培养自己的老顾客，便不能无视与个人的交往这一重要因素。为此，李光镇社长常常抽出时

间去世宗文化会馆找员工聊天，有时也跟他们一起吃饭喝酒，通过这种方式与他们联络感情。

向第一次见面的陌生人推销自家店非常困难，但又非做不可。李光镇社长的感情交流策略是正确掌握韩国人情绪的一种营销方法。就连李光镇社长的结婚典礼，也都是在会馆员工的全权包揽下在世宗文化会馆举行的。

李社长还会为因公演活动而累得筋疲力尽的演员们提供特殊菜肴，与他们进行面对面的

情感交流。如今，韩国舞台剧的著名演员崔郑元、歌手仁顺儿等在世宗文化会馆表演过的演员们，都已成为酱汤馆的老顾客。

虽不是美国“信寿司”那样具有专业水准的饭馆，也没有电影演员罗伯特·德尼洛等好莱坞超级明星捧场，酱汤馆却通过不同的宣传方式，成为了演员之间争相推荐的料理店。事实证明，通过公众人物广为介绍的饮食店，比其他任何广告更能激起消费者的消费欲望。

培养自家店的老顾客，除了给店里带来一定时期内的固定收入以外，还有其他各种好处。在餐饮高峰期，人满为患的料理店首先会激起路人的好奇心，进而有一种想要进去看一看的冲动，像酱汤馆这种比较容易受时间限制的料理店更是如此。再者就是，以味美闻名的酱汤馆的主食类，价位基本都维持在4000韩元左右，属于工薪阶层所能承受的范围，更不用在饥肠辘辘时还要等待一段不短的时间，也就容易引导在附近工作的上班族午餐觅食的脚步。

与其他生意相比并无大的区别，但饮食生意更为重要的是口碑。只要有了好口碑，饮食店的客人数量便会水涨船高，短时间内就会收回成本。

利用位处世宗文化会馆附近的地理优势，李光镇社长将经营战略主要放在发展老顾客上，这似乎也是将原本只有6平方米大小的酱汤馆扩展到现今这一超大规模所不可缺少的重要基石。

不少料理店都曾提出希望成为酱汤馆的姐妹店，但让李光镇社长有所顾虑的是，若不能充分体现母亲的酱汤味道，酱汤馆的名声可能会受到影响。不过，他正在计划与经营“Bierhallo”的泰麦株式会社合作，在汉城江南区饮食街一带开设第一家分店——二号酱汤馆。李光镇社长微笑着说，这可能会成为他们成功进军江南的先头部队。

>> 开拓者会灭亡？但战略家会成功

“大地礁”是一家拥有80亿资产、年销售额达到50亿韩元的成功企业。不过，它的前身却只是一个以500万韩元起步的小店铺。能将如此一家不起眼的小店铺发展成为现今这种超一流规模的大店，南孝帅社长专业的贸易知识与采取的有效战略发挥了重要作用。

现在只要一提起令德大闸蟹，可以说是无人不知，无人不晓，可在5年前，它却是鲜为人知的陌生产品。出生于庆尚北道令德的南孝帅社长，从小吃着令德大闸蟹长大，对烹饪美味大闸蟹有其独特的秘方，也就是说，他充分具备了将这稀有食物转换为高价佳肴的有利条件。

开始这项业务之前，南社长正在思考着有

没有什么可以从小本做起的生意，绞尽脑汁之后，他突然想到故乡的大闸蟹，便灵机一动做了大闸蟹生意。南孝帅社长迅速与在当地以抓大闸蟹为生的朋友与学弟签订合作协议，掌握了能够迅速供应优质大闸蟹的货源之后，他便一头扎进了大闸蟹的生意当中。

起初，他只是在自己家中安装了3部电话联络生意，由南社长的夫人专门在家接受订单，而南社长亲自将大闸蟹送到预定客户家中。这项特殊生意开始没多久，一家报社就发表了一则“只要等候两小时，您便能在家中享受新鲜美味的大闸蟹”的新闻报道。随后，他们的生意一路畅通，日销售额也直线上升到了3000万韩元。