

孙国建



烟火与海风交织 外婆院子“湘”飘琼州

在海南,有这样一家品牌,它跨越山海,把正宗湘味发扬光大;它寄情湘土,执着选用新鲜食材以飨宾客;它深耕细作,创新打造庭院式文化空间,为漂泊心灵筑起温暖港湾。当烟火与海风交织,融合与碰撞的舌尖故事也正在这里开花结果,它就是湘菜品牌——外婆院子。

■文/莫婉婷

跨界而生： 舌尖上的乡愁，故土外的创业

“外婆院子”的诞生,是三个创始人一拍即合的湘味闯海记。衡阳人张平端,曾经长期在海南从事工程事业,冯品树则是一位深耕湘菜厨艺数十年的资深大厨,而徐维灿是擅长品牌运营的“开店专家”。

2021年春天,在椰风海韵的滨海大道,三个男人的餐饮梦想照进现实。彼时张平端放下工程图纸,带着湖湘游子的乡愁入局,冯品树挥别深圳的灶台,南下琼州重新定义湘味,徐维灿整合多年经验,构建连锁品牌底层逻辑。不久,外婆院子的首店,在海口滨海大道亮相。

“创始人张总的老家在湖南衡阳,他自幼由外婆带大,对外婆有着深厚的情感。而外婆院子的存在,就是以青瓦灶台的烟火气,将‘回家吃饭’的亲情感揉进菜品,让食客在味蕾间触碰到记忆里的温暖。”外婆院子品牌运营总监孙国建透露,“外婆院子”品牌名字就是这么来的。

湘味入琼,原是跨地域的大胆尝试,而品牌则选择另辟蹊径,以湘菜支系衡阳小炒为品牌主打菜。要知道,在庞大的湘菜文化支系中,衡阳小炒以咸辣鲜香的独特风味而闻名,甚至传颂出“湖南小炒看衡阳”的美誉。如今,外婆院子将地道的衡阳土菜根植海南,于椰风海韵间筑起了一处舌尖上的衡阳。

孙国建回忆,品牌开业时正值疫情期间,首家门店面临食材积压难题。团队果断推出暖心举措:邀请老顾客免费到店用餐,同时还提供免费送餐服务。一碗碗热乎饭菜不仅化解了门店食材危机,更让带着外婆味道的温暖,直抵食客们的情感深处。

“几乎是开一家火一家,短短4年,发展到近20余家门店规模,品牌足迹遍布海口、三亚、杭州、诸暨、泉州等城市。”孙国建说道。

顺势而为： 大众化消费，差异化体验

开胃、下饭、香气馥郁,湘菜以味取胜的背后,实则暗藏着各湘菜品牌在“技法”上的运作玄机。采访中,孙国建从三个维度,诠释了外婆院子的品牌运营巧思。

其一,是菜品定价策略上的“消费巧思”。品牌精准锚定大众化消费市场,将菜品单价控制在人均60-70元区间,且为了保障品质与性价比的平衡,品牌打破传统大店思维,计划将上千平方米门店迭代为300平方米的精致小店,通过优化空间布局,压缩冗余面积,从而更好地聚焦顾客用餐体验。

其二,是菜品自身的“守味巧思”。如何做好一盘正宗湘味?关乎食材的溯源坚守,关乎湘厨的技艺传承。外婆院子坚持食材溯源,门店内超八成原料皆从湖南原产地空运

直采,又兼顾选用当地时令鲜蔬,以确保食材新鲜度。此外,品牌各门店后厨掌勺人大都来自湖南,他们凭借多年湘厨经验,以地道厨艺守住湘味本真。

其三,是湘味出湘的“融合巧思”。一方面,在口味上,品牌依据当地饮食习惯进行调整,如海南商超门店推出减油减盐的改良版湘菜,让热辣湘味与海岛清鲜达成味觉平衡;另一方面,在场景打造上,品牌围绕不同店型打造差异化体验——街边店以乡村元素还原“外婆家”的烟火氛围,商场店采用现代化设计以贴合年轻人审美,写字楼店则聚焦高效用餐场景,弱化装饰、强化口味,让湘味在多元场景中自然扎根。

于无形中显真章,新时代消费场景中,外婆院子以“巧”谋局,既放大用餐场景的感官体验,又将品质细节打磨极致,以此筑牢与食客间的情感联结。

向新而行： 布局新赛道，走向新市场

当行业发展涉入深水区,“破内卷”便成为品牌进阶的一道核心关卡。而所谓的“破内卷”,就是各品牌在战略层面上思考:怎样做好“新”文章?

“如今,是流量为王的时代,外婆院子除了做好堂食服务,接下来还要全面发力外卖赛道。”孙国建认为,单一赛道的出圈,往往会陷入业态发展的瓶颈期,而布局外卖平台,一方面,可以打造品牌知名度,用现炒湘味实现口碑与销量的双向增长;另一方面,外卖平台投资比例小,其坪效却数倍提升,这种“小而精”的运营模式可以快速渗透社区、写字楼等核心消费场景,为品牌开辟全新的增长曲线。

带着“让人人都吃上家湘味”的初心,外婆院子更是将目光投向了海外市场,孙国建说:“湘菜天生具备‘走出去’的基因——其一,食材讲究本味鲜辣,味型独特且辨识度高,能形成强烈的味觉记忆点;其二,当前湘菜在海外餐饮市场的渗透率低,竞争格局尚未固化,仍属蓝海领域。”

从单店破局到连锁扩张,外婆院子的拓店步伐看似紧凑,却每一步都踩在战略节奏点上。这其中,既源于对湘味文化内核的深度自信,更得益于品牌一以贯之的清晰战略定力:保守初心,向新而行。

