

银行理财产品“金十”褪色 A02

互联网+”助力信用卡产业转型 A02



董剑 采蝶轩背后的男人—— 做事不要先考虑失败

□ 记者 丁林

作为本土烘焙龙头企业，采蝶轩“掌门人”董剑在公开场合露面并不多。一方面，是他常年在国外交流烘焙经验的缘故，另一原因，概莫是他低调行事、专心做企业的理念。

从上世纪90年代进入烘焙行业，董剑20多年来的感受是，创业要有机会，但也必须抓住机会。与此同时，创业一定要有成功的欲望，不要留有后路的想法。

吃包子“吃出来”的门面

如今的采蝶轩可谓安徽本土烘焙的老大。然而，它和创始人的故事，知晓的人估计并不多。

1992年，董剑与朋友合伙，在金寨路开了一家面包店。因为双方当时均并非专业人士，在一年之后，双方分道扬镳。但，董剑自此爱上了烘焙，并一直在坚持。

功夫不负有心人。在此后的一段时间内，董剑意识到要区别于其他家烘焙店面，赴韩国、法国各地考察，希望将先进的技术和蛋糕的外观带入安徽，要做高端领先品牌，让合肥市民吃到最好的蛋糕。经过9年时间的打磨，2001年采蝶轩长江路第一家分店开业，至此，也标志着采蝶轩走上了连锁经营之路。

然而，创业之初的艰辛，是一般人无法体会的。

有了开连锁店的想法之后，董剑私下围绕着合肥大街小巷去寻找合适的门面。“双岗的门面，市口非常好。”董剑说，当初，想在北一环（濉溪路）双岗附近开一个门店，为此，自己几乎每天都去片区转，寻找合适的门面，然而，一家包子店最终成为董剑的目标。“经常去那家吃包子，了解房租、人流量等一些情况。”现在回想起来，董剑仍乐呵当初的这个最朴实的办法。

10几年后的今天，采蝶轩在合肥市区就有180家门店，此外，在巢湖、肥东、肥西以及庐江等周边县城，也都有采蝶轩的那一抹鲜亮门脸。

“代工”成为增长新动力

如今，在合肥大街小巷，烘焙品牌众多，但在这中间，多为“外来客”，本土的烘焙品牌已不多见。

不过，在董剑看来，“外来客”在给合肥市民带来新鲜感的同时，也存在着扎不住根的顽疾。的确，近几年来，部分国内一线烘焙品牌，或多或少都在合肥出现过闭门调整的新闻。然而，采蝶轩也同样面临着市场阶段性不景气的冲击。如何直面低谷，是董剑需要长远规划的。

好在，在市场最困难的前两年，采蝶轩已经形成了较为完善的模式。除了专卖店销售之外，代工与外贸领域，成为董剑“重注”的另外两大领域。这就是董剑心中的产业链延伸，上游可以生产制作点心的肉松等各种原材料、下游又可以为全国范围内有需求的单位和品牌提供代工服务。

“开拓新的业务，重点是为了寻找新的增长点。”董剑说，新的业务中，代工这一块每年的额度占总收入的三分之一左右。“国内多个品牌的相关产品都在寻找我们代工。”董剑说，代工的好处就在于，自己主要负责生产，销售的问题不用愁。目前，依托采蝶轩提供代工服务的商家，董剑透露已有三四百家之多。

另一方面，董剑说的外贸主要指的是公司生产的果馅等原料产品的出口。为了稳定原材料的价格同时确保食品安全，采蝶轩如今已经具备自己生产果馅等原材料的水平，而多余的原材料也可以进行出口。

做事不要先考虑失败

最近七八年时间，董剑每年在国外的时间，占到一半。

每年一半的时间在国外，董剑并不是游山玩水，而是不断吸收当前最先进烘焙理念，从南半球的澳大利亚、新西兰，到西欧、美国，再到东南亚的越南、泰国等地，每年，董剑都要在这些地区来回看市场。

“企业要做大，就必须跟国际接轨。”董剑拿奶制品价格举例，如果新西兰的奶制品肆意调整价格，那么自己可以去欧洲采购，同样，对于一些东南亚的新鲜水果，为了降低进价，可以直接去采购。

经商，有成功有失败，但是，董剑说，自己从来不考虑失败。“还没有做去考虑失败，去预测不好的结果，这不是我的风格。”董剑一直认为，不论是创业者还是一个成功的企业家，刚开始去做一件事情的时候，就对自己做的事情产生怀疑，那样，势必会影响到自己去做事的信心。

眼下，不断的有新烘焙品牌进入合肥，外来品牌是无法阻止的，市场竞争是不可避免的。如何做好采蝶轩这个安徽本土烘焙品牌，董剑有着很深刻的理解：“我是本土企业，我的投资我的门店，这些投入是搬不走的，也许随着整体市场的变动会对行业乃至单个品牌带来冲击，但作为长期经营下去的本土品牌，这些都是‘常态化’”。

“烘焙行业在合肥正处于上升期，短暂的时间段内，市场不是最佳，我们可以慢慢等。”董剑如此说道。