



我们很有用



这家老店，一点都不老 西伺烧烤的变革之路



名字与理念

“新疆买买提烧烤”不是在麦德龙吗？其实，现在麦德龙的“新疆买买提烧烤”和后标营路25-12号的“西伺烧烤”其实都是新民路“新疆买买提烧烤”的后辈。

新民路的“新疆买买提烧烤”从2006年开始营业，2012年时已成为了南京有名的老店。当时李波一心要将烧烤店打造成知名品牌，于是他将新店店名改为“西伺”。至于为何命名为“西伺”，李波解释说，“西伺”依旧坚持“新疆买买提烧烤”的西北风味，但又不同于街头大排档式的烧烤，在提供美食的同时，更“伺候”好顾客，带给大家超出以往的环境体验。

简简单单的含义，蕴含了李波对于烧烤品牌化经营的理解。谈起当初为什么会萌生品牌化经营这个想法时，李波回答得很干脆：“毕竟要发展，不做出大的变革是不行了。”

环境与定位



2011年，那时李波的“新疆买买提烧烤”规模不大，效益也只能用将就形容。

某天，在朋友的引荐下，李波参观考察了当时上海一家很有名的烧烤店，他通过对比发现，自己的小店和名店相比太小，太传统了，再不做出改变，估计过不了几年就会被淘汰。就算不被淘汰，经营上也不可能有多大起色。

从那以后，李波开始思考如何对自己的烧烤店进行品牌化经营，他要把牌子打出去！

话虽如此，但究竟该如何改变？李波想到的第一个点便是“环境”。当时的烧烤店虽然味道各有千秋，但都缺乏一个好的环境。李波意识到，在如今全民注重健康饮食的环境下，如何规避露天烧烤带来的不卫生、污染环境等问题，是烧烤转型和品牌塑造时必须考虑的问题。

想通这点以后，李波专门从东南大学邀请了当初给1912做设计的教授，请教授根据店面空间和格局，为整个店面进行了很多特殊设计，比如新颖闪亮的门头，让人一眼就能记住；室内设置驻唱表演区，将“西伺”打造成了一个容纳流行文化和时代气息的高档场所。

改变的第二个点是“定位”，西伺烧烤将自己的消费群体定位在了80后身上，80后正在成为现今社会的消费主体，只有牢牢抓住了他们，才能够把握市场的未来。改变的第三个点是“服务”，李波认为，对于服务有两方面需要考虑：一是服务员的数量和质量；二是菜品的质量和口味。对于服务人员，李波觉得这个是很困难的但也是很关键的一点，一家店的服务态度是顾客了解一个餐厅文化最直接的通道，因此，除了进行一般型的服务技能的培训，李波还经常组织所有服务员参加无偿献血、进行集体户外运动，加强大家的凝聚力和 service 意识。

味道与诚意

最后是菜品，菜品的口味和质量直接决定了一个餐厅的好坏，“西伺烧烤”2012年成立至今只有5年，但是店中的厨师班底却都是跟着李波十几年的老伙计，论底蕴和烧烤功夫自是不在话下。

有强大的班底支持，李波在制作烧烤的同时也加配了很多菜品，既有年轻人喜爱的江湖菜，比如重庆豆花烤鱼、西伺香辣蟹，也有名流菜系里常见的烤羊腿、大盘鸡，和普通烧烤店相比种类不见得多多少，但一定是精品中的精品。

龙虾与未来

除了不定期地研发新菜品，西伺还按不同时节，更新应季的菜品。时下是小龙虾的旺季，西伺的厨师团队便根据大众的喜好烧制了蒜香、麻辣红烧、清水和十三香4种口味的龙虾。

西伺所用的小龙虾全部来自洪泽湖养殖基地，水质优良清澈见底。龙虾虾肉洁白细嫩，营养丰富，低脂肪高蛋白。每天凌晨，养虾工人就开始按重量和品质筛选分类龙虾，送往城区各分店。

除了龙虾，西伺也很注重调料的使用，特别是烧制的调料浇头，西伺十三香龙虾



的浇头采用传统做法加韩国风味烧汁，再配以南京同仁堂十三香的香料烧制而成，烧出的龙虾香味醇厚，既符合南京人的口味，也为传统的龙虾烧法加入了新的味道。

如今，西伺烧烤已经开设3家分店，第4家分店也将正式营业。李波告诉我们，能有今天的局面，很大程度上得益于西伺找准了自己的目标和定位，以及他们一直坚持的四个字“快、热、诚、诱”。

快既迎合时代的快节奏；热指温度，烧烤一定要是热气腾腾地上桌；诚指菜品质量，也指诚意，有了质优价廉的菜品，顾客才会诚心诚意来消费；诱指一家店的综合能力，是否可以利用美食、环境、服务等诱人的条件去吸引顾客。

没有一个企业的成功是偶然的，西伺烧烤自然也不例外，从单纯的一家烧烤摊转变为同时拥有4家分店的室内烧烤吧，西伺烧烤不再只是一家烧烤店的名字，同时也是餐饮界追求改变和进步的代名词。



西伺烧烤店老板李波

初听西伺烧烤，还以为西伺胡同开的餐馆。等去了才知道，原来是“西伺”不是“西祠”。西伺烧烤老板李波告诉我们，西伺这个名字的由来，跟西伺烧烤的发展历程息息相关。另外这里要提一句，如果你是南京烧烤界的达人，应该知道“西伺烧烤”的前身是新民路的“新疆买买提烧烤”。



扫码了解更多精彩活动