仙居人朱寿根的烧饼店开出500余家分店,又带领家乡人致富——

一只烧饼的无限可能

本报记者 徐子渊 共享联盟·仙居 应芳露

这个春天,朱寿根带着自己心爱的烧饼回乡参与“共富计划”,传授手艺让更多家乡人致富。因此,他又收获一个新身份——乡村产业振兴带头人。

眼前这位穿着纯黑风衣的精瘦男子用实践证明,“巴掌大的烧饼,也能有无限可能”。作为朱阿根烧饼的创始人,朱寿根跟烧饼打了大半辈子的交道,从一只烧饼起家,到如今做到500余家分店。如今,他带着产业回乡,开启“烧饼+乡村振兴”的探索。

谈及和烧饼的故事,朱寿根的话语中带着一种“宿命感”——“从小就爱吃烧饼,不管什么种类的烧饼都觉得好吃”“我的根在仙居淡竹下叶村,更早时候人人知‘烧饼村’而不知下叶”“十多年走南闯北,做烧饼让我攒了第一桶金”……

而在朱寿根合伙人、亲戚朋友口中,记者听到了另一种评价——“会吃苦、能学习、爱钻研,一样的东西,阿根总能找到闪光点”“有魄力,敢创新用烧饼配咖啡”“跟着阿根干,还清了债务,还买了房”……

或许,两者相加才是全貌,所谓“宿命”,最终是靠人一点点干出来的。

朱寿根(左)现场教授制作技术。 受访者供图

烧饼配咖啡 受访者供图

新品榴莲小烧饼 受访者供图

肯用心

“小烧饼的面皮17克,肉馅儿得在18克以上,才能一口就咬到馅。”一站到炉子前,朱寿根的手就像一把秤,取的面团和馅料误差在一克以内。包馅、轻压、撒上芝麻……朱寿根挽起袖子,将烧饼贴在滚烫的炉壁上。手臂一进一出,烫伤的旧疤红得更显眼了点儿。

“感受锅气,才能做出口味更好的烧饼。”朱寿根笑言,这是烧饼给他的印记。实际上,这也是他对烧饼的精益求精。

即便如今身处管理岗位,一有时间,朱寿根还是会回到炉子前,跟公司技术人员一道试新。从烧饼大小,到面皮发酵程度,再到馅料选取……每一个环节,朱寿根都做了不下百次的尝试。

“买烧饼人很多,他不守着炉子抓紧做饼,而是凑到人堆里,问口感、问咸淡。”说起朱寿根,妻子印象最深的是开铺子时他的“不务正业”——人多时不好好做生意,反倒求顾客“找茬”说不足。

那些年里,妻子更多是充当“试吃员”的角色。“白天收集意见,晚上就开始做实验。”妻子回忆,是一炉炉不断改进的烧饼,才有了今天“阿根烧饼”这个品牌。她也逐渐理解,朱寿根只是想把烧饼做得更好吃,“顾客会尝出用心的味道”。

随着烧饼不断改良。朱寿根的烧饼铺子前排起了长队。2013年的日均销售额就有四千多元,这也让朱寿根攒下了人生的第一桶金。

敢尝试

“跟着阿根做烧饼,还了欠款、买了新房,儿子也成了家。”对于仙居人应朝尚来说,日子越过越有劲儿,是因为“阿根把手艺活,一分不藏全教给了我们”。

应朝尚夸朱寿根不藏私,但亲戚朋友却一度说他“傻”。

在决定以收取加盟费形式对外开放合作时,朱寿根做的第一个决定就是,公开传授手艺。这一决定在当时激起千层浪。“手艺外传,我们还能有生意”“你可别坏了市场”“手艺是关键,公开不得”……亲戚朋友同行轮番上门做起朱寿根的思想工作,朋友柯老伟也是其中之一。

“你找我合伙,手艺都‘握不住’,靠什么赚钱?”柯老伟问得直白。“想做一票生意,还是长久买卖。你选。”朱寿根解释,“让人真正学到东西,才能做好烧饼,做成品牌,才走得远。”

“你都不怕手艺外传,我怕什么!”知晓朱寿根对烧饼的着迷,柯老伟决定“赌”一把。两人合伙凑了一笔资金开起了公司。

收到第一笔加盟费时,朱寿根拉着柯老伟和家人一起坐在桌前,桌子上是5000元的现金。朱寿根信心满满,“我们的烧饼会越来越好,希望我们的品牌能跟沙县小吃一样遍地开花”。

2014年,朱寿根白天顾着自家铺子,晚上带学徒;2015年,朱寿根开始思考如何将教学规范;2016年,“朱阿根烧饼”开始体系化、规范化品牌管理与运营,到年底形成100多家加盟店的规模;2017年,品牌进行再定位,烧饼制作简单但需要吃苦耐劳,因此他们将目光投向夫妻店……一年又一年,朱寿根围绕着烧饼,不断尝试新的经营模式,让巴掌大的烧饼有了更多可能,也让更多人通过掌握这门手艺走上致富的道路。

对于做烧饼这件事,朱寿根评价是“辛苦”,但说完他又补了一句,“一份付出,一分收获,辛苦是真,能攒下钱也是真”。

勇跨界

采访过程中,“折腾”两字出现的频次堪比“烧饼”二字,这是旁人对朱寿根的评价,也是他对自己的评价。

“阿根总说‘世界那么大,行不行试试才知道’。”合伙前,释藤只知道阿根会做烧饼;合伙后,才知道阿根能把烧饼做大是因为“敢折腾”。

2022年,释藤计划在仙居淡竹乡找个村子开家咖啡馆,找到朱寿根谈入股合作。“原本想让阿根投点钱,没想到他投钱之外还出点子。”想到朱寿根没接触过甜品行业,释藤准备了一肚子的说辞,结果朱寿根一口答应,说辞没用上,却带回去一堆“要求”。

烧饼要配咖啡、制作甜口的烧饼、店铺位置要依山傍水……听着这些要求,释藤直言,第一想法是“能行么?”。咖啡对农村来说就是新鲜事物,再搭配烧饼,用老人家的话说就是“半洋半土”。

自己提要求,自己做。爱折腾的朱寿根,直接上手做了咸甜两种烧饼,带上咖啡就来找释藤。“说什么,都不如尝尝看。”这几年,朱寿根喜欢往外跑,看着麦饼、油条、包子等小吃都跟咖啡配得好,他不信自己最爱的烧饼不行。

一口爆汁牛肉小烧饼,再就一口微苦美式,释藤的想法变成了“能行”。咖啡馆“藏”在主道路对面的山脚,仿若与世隔绝,却引来一拨拨顾客,尤其是一个爆汁牛肉小烧饼配上一杯咖啡的组合,让不少年轻人直呼“这对CP,能嗑”。

咖啡馆的成功,让朱寿根再次思索,“我还能为家乡做什么?”一个新的想法出现,并开始实行——朱寿根决定在仙居开设馅料加工厂,把公司的供应链板块落回家乡。“目前厂区计划主要制作馅料加工,未来会向着烧饼深加工方向发展,计划开发与烧饼相关的伴手礼。”朱寿根介绍,目前厂区选址已确定,第一期预计投资1000万元。

新计划一个又一个“冒”出来,朱寿根的跨界之旅也越走越宽,如今作为杭州仙居商会常务副会长,朱寿根想带更多人致富。据介绍,2023年仙居推出“仙乡共富计划”,首期持续10年。该计划设“仙乡共富专项资金”账户,由朱阿根品牌方每年投入100多万元。凡是仙居籍的加盟商,一律按照最低加盟费执行,并享受一定额度的资金补贴。未来,烧饼还有哪些可能,朱寿根想带着更多的人一起看看。

人物

造物新工厂

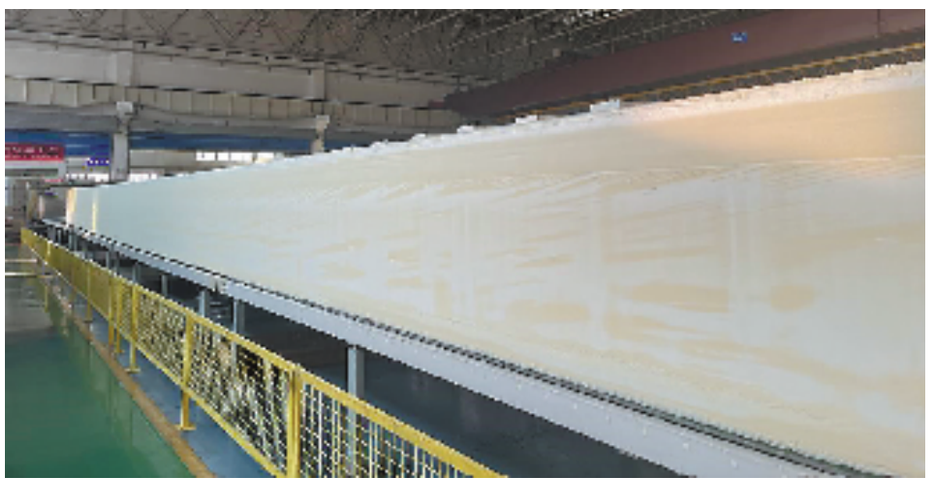
试睡员、车间工人、导购员,记者在绍兴家具企业多岗位体验——

一张床垫有多聪明

本报记者 苗丽娜 金燕翔 通讯员 叶小芳

年产床垫600万张,客户遍布50多个国家和地区,累计与2000余家星级酒店建有合作关系……位于绍兴市越城区斗门街道的喜临门家具股份有限公司,是床垫行业的龙头企业。

小床垫如何做出大市场?该公司董事、副总裁钱明霞带着我们一起感受喜临门1000多项专利的魅力。试睡员、车间工人、导购员……通过不同岗位的亲身体验,我们深入感受了一张“聪明床垫”背后的科技力量。



生产车间内的“巨无霸”海绵等待切割。 共享联盟·越城 严立明 摄

记者体验深度睡眠体验舱。 共享联盟·越城 严立明 摄

试睡时
提示偏胖,建议选护脊床垫

在喜临门,买床垫要先试睡。找到哪一款床垫适合你,厂家再下单生产,据说这也是床垫品控中最重要的一环。

刚走进喜临门产品体验中心,我们就看到一群客商正围着一张被大屏幕包围的单人床拍照。工作人员在一旁介绍:“这是深度睡眠体验舱,可以监测睡眠者的体重、心率、躺姿等数据并进行智能分析,帮助睡眠者选出最合适的喜临门床垫。”

试睡,多么美的差事,躺一下就可以了?而且还能做体检?怀着浓烈的好奇心,我们挨个躺了一遍。

“BMI值显示偏胖,腰腹部压力最强,建议挑选护脊床垫”

“呼吸频率偏低,建议挑选含有草本或植物萃取物的床垫”

……

随着床垫的不断起伏,几分钟后,深度睡眠体验舱就为我们量身推荐了床垫。

“夫妻俩,一人喜欢硬床垫,一人喜欢软床垫,怎么办?”躺在一张两个垫子合成的床垫上,我们感叹床垫居然可以这么“体贴”。

“消费者的需求就是我们生产研发的重要方向!”工作人员介绍,近年来,喜临门已经推出支持半边调整的双人床垫,还有能按肢体需求选配拼接的九宫格床垫。

按图索骥,我们不仅找到了一边硬一边软的床垫,还试睡了能如海浪般起伏的按摩床垫、能自主升高头部位置的升降床垫……

“嘿,这个设计真人性化。半边能躺平睡觉,半边能抬高看电视,但按摩功能却能两边都开启。”手里拿着遥控器,我们不断解锁新“睡法”。

体验高科技的同时,我们了解到这些功能的实现得益于喜临门对技术研发的孜孜不倦。截至今年,喜临门获得的各项专利已有1242项。

俗称“席梦思”的弹簧床垫,因承托性较佳、透气性较强等优点,曾一度是热销产品。但铁制弹簧无法根据睡姿实时调整,而且也有颈肩僵硬和腰部酸痛等副作用。经过多年研发,喜临门成功实现“气体弹簧及其在床垫中的研究与应用”,获得了部级科技发明二等奖,并于2020年推出Smart1智能床垫。试睡时,我们发现该床垫的空气弹簧可自动充、放气体,睡姿改变后,床垫软硬度也会变化,非常柔软又不会凹陷。

为做最适合中国人的床垫,喜临门和中国标准化研究院成立了人体工效学重点实验室,连续12年发布中国睡眠指数。2023年还进行了Ai空气能助眠床垫的研发,有望提升使用者深睡时间37分钟。

生产时
点点屏幕,精准切割海绵

记忆、抗菌、护脊……床垫的卖点是如何实现的呢?“那就要看床垫原料了!”在工作人员的带领下,我们来到喜临门研发中心。那些科技满满的床垫,都是从研发中心出来的。

在这里,各种床垫原料的演变历程纷繁复杂。光填充物,就有棉花、海绵、棕榈、乳胶、空气弹簧等类别,配比不同,效果不同,而海绵是床垫最基础的原料之一。这让我们眼花缭乱,看来做床垫真不是一件简单的活,没有专业知识的我们看得眼花缭乱。

“最直观的生产还是海绵车间,这个相对简单,你们去学习一下床垫生产吧。”我们来到生产车间。

占地大、工人少、数字化程度高,是车间给我们的第一感受。输入指令、按下了启动键,随着机械臂缓缓运转,数十米长的巨无霸海绵不断传递、精准切割至小块。

车间员工一边指导,一边向我们介绍:以前生产线是粗割后再精割,不仅速度慢,而且浪费多。通过数字化升级,现在只要10个人就能操控这个2.5万平方米的车间。

我们学着输入一串数据后启动机器,一块海绵就被传送带“搬”来了,送入切割机后,马上变成一小块一小块,太精准了。

从海绵切割到成品打包,一路走一路看,床垫生产工艺让我们大开眼界。但一批床垫是否合格,还需获得检测中心的“出厂同意书”。不少于3万次的滚压,是床垫检测的重要一环。令我们意外的是,这一环节仅靠一个技术员就完成了。

“我们用的电脑式床垫综合试验机不仅能设置压强,还会实时记录反馈滚压位置。我要做的就是输入指令。”他笑着说。

喜临门生产、检测、售后等所有数据都实现了一屏掌控。据介绍,喜临门在2018年就开始实践5G工业物联网,目前80%的生产设备能进行线上调控。通过数智赋能,喜临门车间的生产效率提高了40%,品质合格率提升了9%,人工成本降低了25%。喜临门4000平方米的智能立体仓库,一天最多能发出50个集装箱,而整个仓库的管理人员仅有8名。而在进行智能化改造以前,如果仓库要达到如今的存储、吞吐能力,仓库存储面积起码得10万平方米起步,搬运工人至少需要180人。

喜临门家具股份有限公司航拍 共享联盟·越城 严立明 摄

导购时
传统文化成为新卖点

好床垫,不但要品质过关,还要有好的内涵提升附加值。随着生活节奏的加快,人们对床垫功能的期望,已经不再是简单的睡眠载体,而是一个可以“安睡”的私人空间。

喜临门新布局的“未来家”睡眠空间,以卧室、餐厅、客厅为构架,布置了众多的家居产品,让床垫真正融入到“家”里。相比流行的欧式风格、现代风格,喜临门在产品设计中融入了中国传统文化。

这样的新产品,消费者会买账吗?我们决定现学现卖,当一回产品导购。

要把产品卖出去可不简单!我们一边介绍之前的试睡体验,一边根据客户爱好阐述产品蕴含的文化元素:“宫阙”睡眠空间以“不知天上宫阙,今夕是何年”为设计理念,融入了圆月、桂树等元素;“雨花石之境”睡眠空间则以中国山水为灵感,宛如整块雨花石的床头板意为“背靠大山”,蝴蝶状的桌腿则寓意“空山蝴蝶寻香来”的名士精神……

边干边学,我们了解到,早在2021年,喜临门公司便和故宫文化IP展开合作,相继推出“宫囍恭喜 吉祥如意”“宫喜临门 青春当潮”等主题床垫,在新媒体上也以古代CP海报、春节TVC等形式收获了不少年轻用户。

3小时的导购工作不知不觉结束了。细细体会,我们意识到,喜临门床垫有“科技+文化”两大亮点:科技让床垫满足了消费者需求,而文化让床垫有了灵魂。

眼下,喜临门还在谋划,将知名书法家、画家的作品融入进来。下一步,从床垫到各类家居,喜临门将以提质升级的复合型产品推动形成新的市场消费热点。

亲历

苗丽娜

金燕翔