

记者 丁林文 周诚图

有人用“昔日‘绣花郎’，今成‘龙虾王’”来比喻刘纯武。初见合肥时代小雅大酒店总经理刘纯武，沉稳爽直，是第一印象。在合肥龙虾界“摸爬滚打”了20余载，刘纯武总结，各品牌龙虾如何“爬上”餐桌，唯有做大做强品牌。如今，在龙虾的“红色风暴”中，刘纯武在合肥有一席之地。人们看到的是他的企业做得红红火火，但，看不到的是他如何一步步走到今天……

## “时代小雅”刘纯武： 用品牌迎接客人

### PART1:

#### 从“绣花郎”到生意人

从高中毕业开始至今，刘纯武涉足多个行业。他做过印染厂的工人、开过服装店、网吧，而投身龙虾事业还得从做大排档开始。

1980年，改革开放的春风下，刘纯武刚好高中毕业。毕业后，刘纯武在当时的安徽针织厂做了半年知青，随后，通过招工，考入了安徽印染厂。

“在印染厂待了9年。”刘纯武回忆，实际上，自己早在1987年便选择了内退。现在回想起来，刘纯武说当年的内退，是受到了当时下海、经商之风的感染。

从单位出来后，刘纯武在省城三孝口附近的七桂塘开了一家服装店。而在90年代初，游戏室等兴起，在宁国北路与芜湖路交口处，刘纯武也开了家规模尚可的游戏机室，“后来还开过网吧，生意一直都很不错”。

如今看来，如此详尽的履历，都有着一条主线，用刘纯武的话来说，喜欢“赶时髦”。

边做边摸索，是刘纯武这么多年来一贯的作风。也正是这种敢于开拓的精神，让他和龙虾结下了缘。

在开网吧的那些日子，很多年轻网客，在使用互联网的同时，没有办法解决午饭和晚饭问题。“当时不像现在，打个电话就有人送来外卖。”刘纯武逐渐将眼光放在了大排档上，一方面对外营业，另一方面又能作为网吧消费者的“配套”。

### PART2:

#### 从大排档到特色龙虾

“在做烧烤的时候，有顾客提出要吃龙虾，我就是这样和龙虾结下了不解之缘。”刘纯武说，一开始，他做大排档，以烧烤、盒饭等为主，龙虾为辅，但后来发展到以龙虾、啤酒经营为主。

而正是这一转变，奠定了今天的“时代小雅”。

如今看来，刘纯武坦言，真正把龙虾生意做得这么大，还要得益于合肥市早前龙虾街的变迁。

“之前，合肥龙虾消费主要集中在淮河路市府广场附近，而后，随着城市的拆迁，原有的龙虾消费区转移到了宁国北路。”这在刘纯武看来，是一个重大的利好消息。

龙虾消费“主战场”搬到了刘纯武的附近，这一下，更加坚定了刘纯武转型“专攻”龙虾生意的决心。

2003年，在宁国北路，刘纯武专业做烧烤和龙虾生意的店正式营业。2005年，因城市改造需要，他将龙虾店搬到了宁国南路龙虾美食一条街，“时代小雅”龙虾餐馆正式挂牌。目前，刘纯武介绍，在墨街，全新的“时代小雅”龙虾餐馆已经营业，规模和档次都上了一个大台阶。

不过，刘纯武并没有停止扩张的步伐。他将在巢湖之滨的合肥万达文旅城增开一家龙虾餐馆，目前已经正式接洽。

### PART3:

#### 用“品牌”来吸引客人

小龙虾，毫无疑问，已经成为合肥的一张名片。而在众多的同行竞争者中，如何才能将顾客迎至自家门店，这是刘纯武一直思考的问题。

“虽然各家龙虾口味或多或少有所区别，但总体上而言，味道都不错。”刘纯武说，接下来，最重要的竞争力应该就是包括服务品质等在内的品牌影响力了。

在品牌打造方面，刘纯武可谓颇费功夫。比如，“时代小雅”积极与第三方合作推广消费满额送电影票活动；再比如，刘纯武个人广泛利用媒介宣传“时代小雅”。

“通过大众媒介来介绍自己，这一方式不论是对吸引本地还是外地消费者，都很管用。”刘纯武说，这样做不一定能起到立竿见影的效果，但最起码增加了“时代小雅”在消费者心中的印象。

刘纯武心中也清楚，餐饮行业是一个靠人气带动的行业。比如，一个外地人来到宁国路，他的正常消费心理应该是哪家人多去哪家，因为这样选择的好处是，前面已经有人为自己做了判断。

由此，刘纯武觉得只有把品牌打响，才能迎来一波又一波的消费者。

打造“时代小雅”的龙虾品牌，刘纯武一直都在努力。日前，时代小雅大酒店还获得了“安徽特色餐饮杰出品牌”的称号。