

品牌与连锁

马来西亚NO.1商业品牌杂志 Vol. 30

BRANDING & FRANCHISE

Steve C.W.Haw

Mok Wai Peun

HW Lee

Alvin Tan

GO TRIO3 HOLDINGS SDN BHD



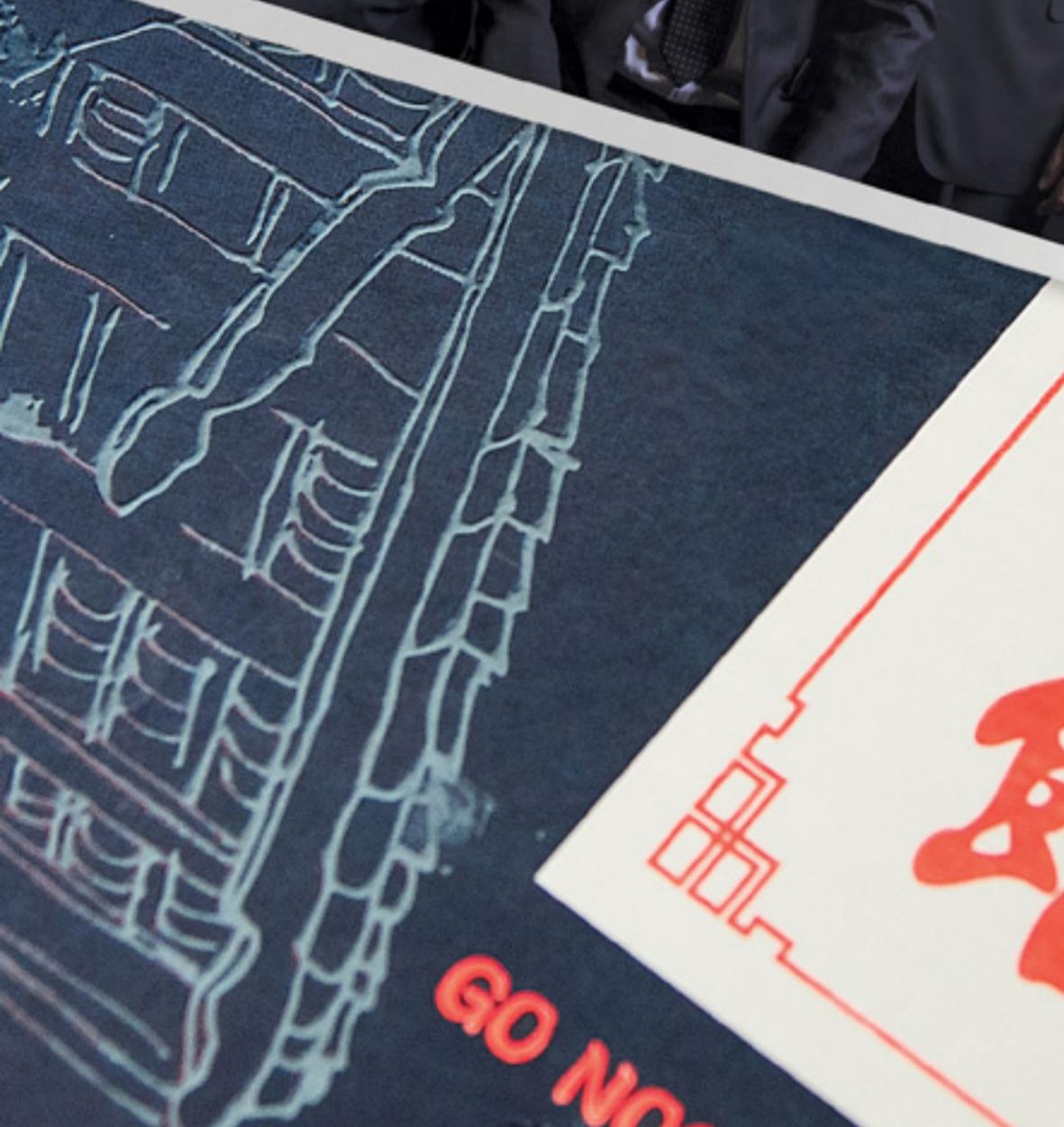
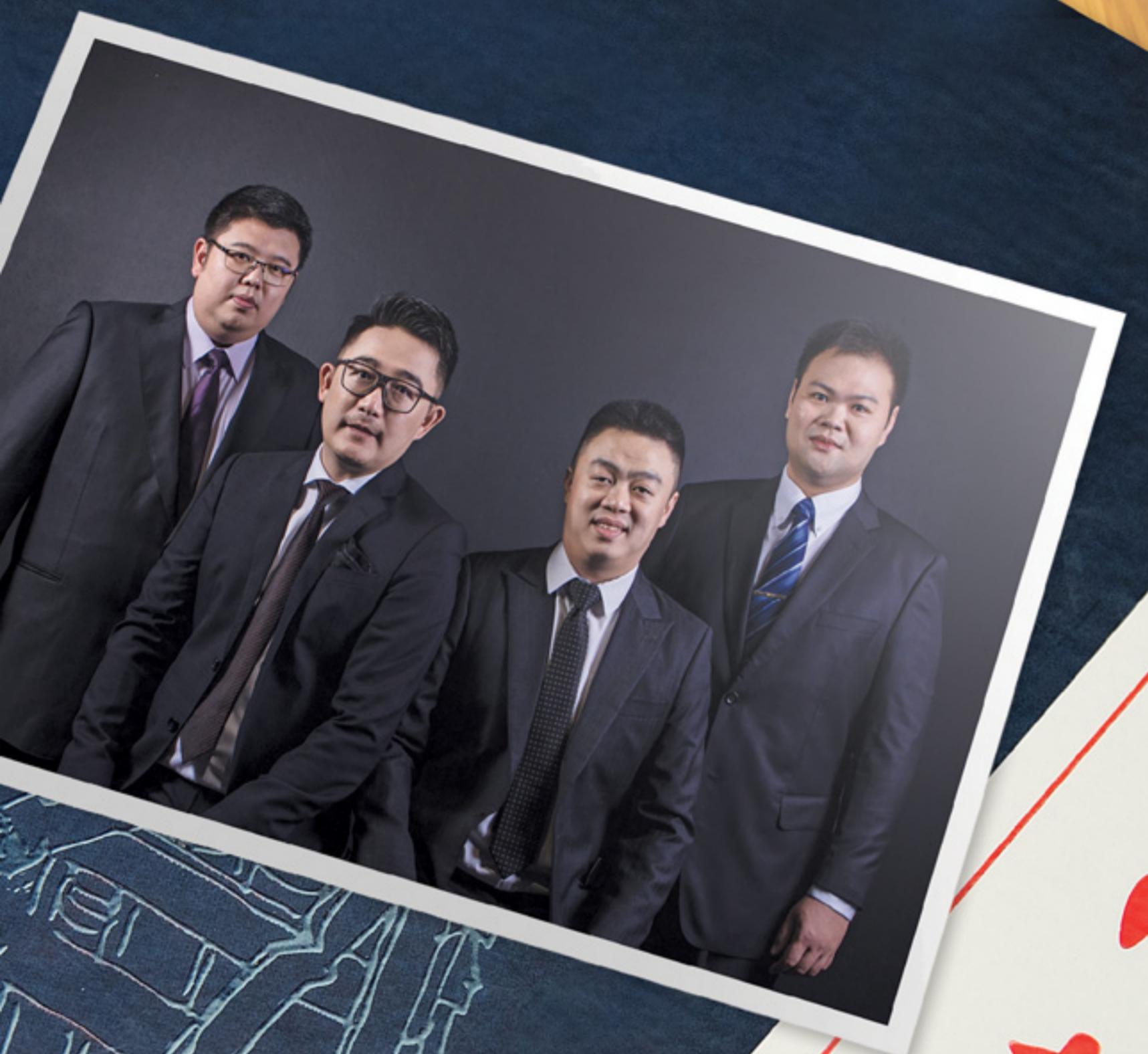
有間麵館
GO NOODLE HOUSE

以团心之力 活出大马品牌



ONE 壹媒体
PUBLISHING

9 772289 962003
KKDN:PQ/PP1505 MALAYSIA RM15.90 CHINA RMB 30
(18643) (Incl GST)



封面故事

GO TRIO3 HOLDINGS SDN BHD 有间面馆 | 董事经理 运营经理
Alvin Tan HW Lee Mok Wai Peun Steve C.W.Haw

以团心之力 活出大马品牌

人物

BRANDING
& FRANCHISE



独家专访

GO TRIO3 HOLDINGS SDN BHD



董事经理 | 运营经理

**HW Lee Alvin Tan
Mok Wai Peun Steve C.W.Haw**

以匠心之力 活出大马品牌

那天在摄影棚内拍摄，有间面馆的董事经理们陆续排队等上妆、等拍摄，整个过程充满笑声、趣事不断，气氛融洽。正如我所想，除了当初结婚时化过妆，这是粉刷师第二次在他们脸上恣意挥动，而这一切的目的，只为在镜头前呈现出最佳状态。就像有间面馆，从食材、味道、汤底、服务、环境，他们都将最好的一面带给食客。

[独家专访·文字 | 曾于臻] [协调 | 潘佳宜、吴涣煌] [摄影 | Waynn Low]

访问当天，面对着坐在我面前西装笔挺的Alvin、Steve、Lee和Mok，当下的心情既熟悉又陌生，毕竟对于有间面馆，我是从它小吃到大的呀！我的初识到初尝，是在2014年6月Jaya One的第一家店，大学时期造访有间面馆就像大学早课报到般，而且幸运的是我都能在食客排长龙前占好位置，享用一碗热腾腾的汤面，只是当时没想到在多年后有机会接触到背后的馆主们。

有间面馆，三年时间，18间分店，在我抛出创业过程中变与不变的问题时，根本没想到换来的答案竟然会是‘也没什么，只是体重从70公斤增加至90公斤罢了。’待我反应过来后，现场已是一片欢笑。然后这场访问，注定笑到最后。

从兴趣吃出对职业的热爱

我习惯性地问馆主们对品牌二字的定义，Lee认为品牌就是有价值、有创造力、在市场上有个人风格的品牌，同时也满足市场上需求的品牌，“有个人风格就容易被人接纳，10人中有5人喜欢我们的品牌就已经不错了，毕竟市场上口味文化都不一

样。品牌对饮食业而言，品牌就是我们卖的产品，因此也希望有间面馆是给予大众信心保证的品牌。”

曾听人说，别把兴趣当作职业，因为职业会毁了它；但也有人说，只有把兴趣当作自己的工作才会快乐。我在Lee等人身上看到了后者。“我们都爱吃。你看我们的身型就知道我们对吃的热诚。”志同道合让他们相遇，再让他们合力创业。之所以会开始从事饮食业是‘觉得被人赚不如自己赚’的想法作祟，同时也想把吃到好吃的食物都推广给大家。

了解后得知，当初Alvin母亲教他们的三鲜汤是配饭的，“不瞒你说我们都是饭桶，每次吃饭后就犯困，加上缺少运动，所以我们就选择比较清淡爽口的面。”再者对马来西亚华人来说，面食普遍，早午晚三餐吃面都没问题。食客的行为就是最好的见证，曾经就有食客三餐准时出现在Jaya-One的店面，早餐自己吃、午餐约同事、晚餐带家人，难怪Lee会自豪地说面馆的面清淡不油腻，吃多了也不怕罪恶感找上门。

步步为营打稳基础

时隔9个月，有间面馆在2015年开了第二家分店。在这9个月的时间里，Alvin等人设立了中央厨房，依足标准作业程序，将旗下产品味道统一化，以便在开创更多分店前奠定好基础，确保产品的质量，或许这就是有间面馆迅速扩充成18间分店的原因之一。分店除了在雪隆一代，也在槟城开设了两间，接下来新山人有口福了，因为有间面馆将在9月份与你们见面。

相对市场上很多百年老字号的餐馆，才创立三年的有间面馆犹如新生儿。基于是新品牌，有间面馆需要有经验的人甚于新人。Lee等人希望有经验的人能将他们以往的经验带进来公司，因为经验分享和共享都是促成进步的重要因素，“当我们掌握了更多相关基础和知识后，才有能力训练新人。”

要在竞争激烈的餐饮业中站稳脚步发展，团队精神很重要。四位董事经理各司其职，Alvin负责厨房产品管理、Steve负责人事管理、Lee负责外部协调和装修以及负责选址的Mok，大家

在各自的岗位中坚守付出，默默为彼此的目标努力，直到有重要的决策才会聚在一起商讨，充分发挥出团队齐心的力量，难怪Lee会说创立有间面馆时，他们见面的时间还多过见老婆。

其次，选址也不能忽略，有间面馆一开始锁定的目标群是上班族，幸运地最后演变成学生和小朋友也喜欢他们的面食，更难得的是有些食客不介意从不同的地方过来Jaya One，即使要排队等候，也“在所不辞”，此时瞄到住在沙登的同事也默默地点头表示赞同，原来她也是这群食客之一。

有间面馆在今年6月份庆祝3周年庆之际，推出了面馆的主题曲，上传不到二十四小时就有十万的观看次数，其中‘有间、有间、有间面~馆’朗朗上口的歌词，简直就是洗脑歌。Lee觉得产品最重要“平、靓、正”（产品好、价格便宜、棒），更能让人吃的安心，“如果吃不好，就不会有我们如此的身形。”从事饮食这行业最重要讲的是良心，有间面馆的厨房永远都整齐、干净和卫生，就像是家里妈妈在厨房烹煮食物一样。



Mix and Match后的食瘾

如果说上瘾是贬义的名词，但上了有间面馆的瘾，那又会是什么样的解析呢？我喜欢三鲜汤淡淡的酒香和入口的鲜甜，但更爱秘制辣香汤的呛味和辣而不麻的刺激。让人上瘾的秘诀是什么？“首先你认为三鲜汤是什么？”我想应该是三种海鲜煮的汤吧。结果Lee解释，三鲜汤就是三种鲜：新鲜的海鲜、纯净的滤水和现煮的汤面。

回想起当初向Alvin母亲学习时，众人将食谱当成武林秘籍般分出上下册一人收一份，在大家聚集在一起时合拼出好的产品。不管是汤底还是食材，Lee等人都是向师父学习后再mix and match拼出来。以猪肉丸为例，他们要求厂商根据他们的口味定做专属于有间面馆的肉丸，Lee更说Alvin在这方面贡献最大，“他都为此吃上千多粒猪肉丸了。”

我被告知，同一台桌上的面味道却不一样，每添加一种食材就会改变汤底的味道，也因为这样，所以不能怪厨房出菜慢，毕竟是厨师一碗一碗用心烹调而成的。除了讲求味道之外，馆主们至今都还在尝试菜单上的产品，为的就是做到品质管制，“我们要知道供应商送来的食材是否与之前供应的新鲜度和品质一致，所以即使营业了三年都尚未有较稳定的供应商。”但他们不介意也不放弃尝试，只为发掘新的供应商和产品。所以他们的努力为餐牌添上新菜色，就像在过去的7月推出了新的小吃，其中有三种不同的鱼丸，甚至还有特大号的猪肉丸，满足喜欢小吃的食客。

或许不能说餐饮业比其他行业轻松，但饮食业者就必须亲身参与其中，你才会在一路的跌跌撞撞中了解每一步应该怎么走。说有间面馆是创新的传统面馆也不难理解，在传统的面上加入创新元素，说的正是有间面馆的‘Mix and Match’，往往我们点虾面就只能吃虾面，最多只能要求加料，或虾、或汤、或面、或菜，最大胆的搭配都只是叉烧云吞而已，但在选择多样化的有间面馆，无论食客想加什么都行，猪肉丸、鱼丸、肉片、牛肉、虾、壳类海鲜、甚至田鸡，只要你想加、店里有的，加多少都可以。

除了众所周知的‘大儿子’有间面馆，Lee等人也另有‘小女儿’有间饭馆，并计划在今年扩充多一间饭馆，“之前全部重心都放在大儿子身上，忽略了小女儿，所以现在要带她上学啦！”有间饭馆的产品多数都是从有间面馆衍生出来的新产品，譬如煲仔饭、腊味饭、卤汁饭等鲜少见到的食物，“比如汤饭，你知道有这个产品，却没什么机会吃到。”





一路上的崎岖

在我看来，有间面馆是幸运的，品牌从三年前一直火红到现在，取得如此好的成绩，攻入学生脑海里、打进上班族心里、抓住家庭主妇和小孩的胃，甚至有很多明星艺人都前去打卡吃面，台湾艺人蔡旻佑就曾在打卡中说过，有间面馆任何一道餐点都会让人回味无穷。只是，成功的路总是不平坦，再怎么幸运的品牌难免都会遇到大同小异的困境。

有间面馆扩充分店的速度那么快，资金是不可缺乏的发展工具。对面馆来说，寻找资金和寻找拍档是画上等号的，正如Lee所言，找搭档也要找对，“虽然对方能出资，但同时也希望对方能分享相关经验。”品牌很多时候都能找到出资人，只是真正能够做到出钱出力的人却不多。说白了，资金不缺，缺的只是为品牌立命、共同进退的战友。

从事服务性质的行业，馆主们希望拥有更多的资源和时间训练员工，如何跟食客沟通和食材与产品的保证，都是他们从现在起至未来要努力的方向，谦虚的他们表示，只要做到有着最佳服务的面馆之一就已经很满足了。

不难发现，在有间面馆看到的店小二鲜少有本地人。Lee说，有间面馆的员工就像联合国般，但现在都是孟加拉人居多。或许孟加拉人给大家的印象就是态度恶劣服务差，但Alvin等人都尽力的培训他们、引导他们，也不能一开始就要求他们做好，但都看得出他们尝试要回答食客那句‘我那碗面呢？’的努力。所以当我们看着这些笑脸迎人的店小二时，需要的是更多的耐心和谅解。

我问，管理层怎么和他们沟通呢？“慢慢地多几个月他们就会讲了，有些会英文、有些只会马来文，有些缅甸的员工也会说华语。你知道吗，孟加拉人一年后就很厉害了，还可以和别人吵架呢！”看，外雇员工的适应力和学习力都值得我们学习。

多国员工聚在一起，说和平共处是假的，就像走到哪里都有的办公室政治般，大家的文化和背景差异，都促使冲突的发生。

“我们都尽量打造良好的工作环境和气氛，减少冲突。”但一有冲突就需要有人出面调解，Lee碰了Steve的肩膀笑说：“我们负责调解的专人在此。”此时Alvin幽默地补充，“调不到，就解掉（走）。”



未来之路

素食可谓近年的饮食趋势，问及是否有推出素面之类的餐点，Alvin摇头，随后表示他们确实有研究过，只是汤底毕竟是用鱼骨熬制的、板面有放耗油，“而且少了哪种食材和配料，都会影响食物的味道，”就像吃寿司时少了芥末的道理一样。



Lee等人希望可以尽快将这道地的马来西亚品牌扩展到海外，尤其是有华人的地方，同时也能接受猪肉和酒精烹煮的国家，澳洲、新加坡、印尼、泰国、韩国、香港等都是计划中的目标国。有间面馆现在也有韩国和日本的食客，他们很喜欢面馆的板面，或许他们觉得这些面粉制作出来的面和他们国家的拉面有共同之处。“在Publika的分店就有很多韩国食客，十多位食客来到都是指定要吃板面。”

想到拉面，就想到日本；想到炸鸡，就想到肯德基；想到汉堡，就想到麦当劳，“有朝一日，我们希望三鲜汤代表马来西亚，至少让外国人知道马来西亚有得不只是卖椰浆饭而已。”世界上那么多餐馆，或许根本不少有间面馆一个，只是专属于他们的味道，就只有他们能做出来，正如马来西亚的品牌，只有名正言顺从国内冲出海外。