

事实证明刘杨做了一个正确的选择。老刘家金汤泡馍是高新区锦业路经营的第一家泡馍馆，生意异常红火。良好的开端，促使他接着又开了第二家店，也很成功。

顺风顺水转型，让刘杨有了把羊肉泡馍馆开成连锁店的想法。三年里，他索性一鼓作气又在咸阳彩虹路、西安北郊凤城十二路、咸阳文林路、西安东郊等地连续开了六家直营店。

但是，过快的扩张经营所带来的隐患，却是刘杨没有料到的。“当时最大的问题，是每家店的味道都不一样，泡馍的质量也随着厨师的变化出现不稳定，这让很多消费者有意见。”刘杨说，羊肉泡馍属于民族特色饮食，每个店的大厨师傅掌握的都是自家传承下来的秘密配方，不肯轻易改变。

但是，刘杨想以自己的方式去改变。“2015年开始流行中央厨房的概念，我看了一些这方面的文章后，就想自己建一个中央厨房，从供应链上彻底解决各店味道与质量不稳定的问题。”

于是，刘杨在咸阳彩虹集团租了个车间，想做中央厨房。就在这时，一位朋友向他建议：与

其只做一个中央厨房，还不如一步到位，直接办好SC食品生产许可证（SC即“生产”的汉语拼音字母缩写，属于食品生产许可证编号的组成部分）。

说起往事，刘杨很庆幸当时听了这位朋友的建议。

## 依托冰峰闯开国内外市场

2022年8月13日，东方甄选陕西直播专场中，主播明明在打开刘一泡水煮羊肉泡馍的盖子后，这位纯正的老陕闻了一下味道，闭眼深吸了一口气，然后说：“地道！”另一主播董宇辉在附和着明明认真讲述羊肉泡的历史文化的同时，又与东方小孙一起吃得抬不起头。刘杨说：“东方甄选只要是董宇辉出现，每次就能带货30万元左右。”

而在加拿大温哥华超市购买过刘一泡羊肉鲜泡馍的陕西人也反馈：“口感非常接近西安羊肉泡馍馆的味道。”

刘杨是做实体店起家的，他最懂得口感的纯正才是打开市场的密码。这个理念也是他从实体店转型到B端餐馆供货商，再转型到C端直接面对消费者的过程中，一直坚守和秉持的基本原则。

“如果预制食品的口味还原度达不到80%以上，是很快会被市场淘汰的。特别是羊肉泡、螺蛳粉这类地域性很强的特色食品。”刘杨说。

其实，刘杨从实体餐饮店转型预制食品，也是来自当年实体店老顾客的启示。有些客人吃完要打包一份带回家，刘杨就用塑料瓶打包肉汤，馍、肉和其它辅料用塑料袋装起来。后来店里就买了一台抽真空包装机，将羊肉泡馍料都配好，一套一套往出卖。2016年，他在朋友圈发了袋装的羊肉泡馍后，很多外地的朋友都让他快递一些过去。

刘杨有一位在北京的陕西朋友，买了几次他的袋装羊肉泡馍，有一天给他推了一个微信，说这位客户想多买一些袋装泡馍。让刘杨没有想到的是，这位客户一买就是300份。当时刘杨的食品



刘一泡走出国门