

从“摆摊卖串”到全国500家加盟店 屋头串串香唐肖：将四川味道卖到全国

成都创客

四川温江美食多不胜数。每到下午6点，温江临江路热闹非凡，“好吃嘴”们就在这里排队等候。

在这条街上，有一家15年历史的品牌串串香——屋头串串香。来过这里的人都会看见门口招牌上写着“大学生本土创业品牌”，然而鲜有人知道屋头串串香创始人背后的故事。



屋头串串香创始人
唐肖

人物名片

从“摆摊卖串”到全国连锁餐饮店

屋头串串香的创始人唐肖，85后创业者，四川邛崃人。

唐肖的“生意头脑”很早就显露出来。因为家境贫寒，读大学期间为给自己挣学费，唐肖做过10多种“小生意”，摆过地摊、卖过校园卡、做过校园代理……也是这时，他接触到餐饮生意，推着“小推车”卖麻辣烫——这成为他日后创立屋头串串连锁店的雏形。

上大学之前，唐肖是个“叛逆少年”，他自称小时候是个“孩子王”，喜欢带着一堆小兄弟一起玩，而进入餐饮行业之初也是这样。

首次进军餐饮业，唐肖召集5个朋友，开了一家冷锅鱼。“当时，我挨家挨户给朋友家里人打招呼，说服他们的父母放心把孩子交给我，跟着我一起创业。”唐肖清楚地记得，当时5家人共凑了4.8万元，作为创业启动资金。

2008年左右，不少全国知名餐饮连锁品牌开始走向全国。与此同时，四川邛崃（今邛崃区）的一条小巷里，也有一家冷锅鱼店的生意越做越红火，店老板正是唐肖。

尝到赚钱的喜悦后，唐肖也越来越不满足。当时，他心中有个念头开始生根发芽：想拥有一家自己的全国连锁餐饮品牌，屋头串串香就是那时诞生的。

自创串串香品牌把服务做到极致

温江，是唐肖的筑梦之地，屋头串串的第一家店也坐落于此。2009年，屋头串串第一家直营店创立。

创业并不如唐肖想象中轻松。串串店创办之初，街面上已经有好几家成熟的串串香品牌店，市场竞争十分激烈。唐肖先是买了一辆“6手”面包车，每天四处跑，学技术。随后，又盘下一间店铺，但没钱请服务员，于是唐肖和另一个合伙人，也是现在屋头串串的联合创始人，每天自己动手。“早上5点起床买菜、切菜、串菜，打扫卫生，一直忙到下午4点钟，傍晚5点过准备营业，一天只能睡三四个小时。”

即便如此，店铺生意也不见起色，“最差时，一天只有一桌客人，卖了20多块钱”。唐肖和合伙人心灰意冷，一度贴出了“店铺转让”告示。

但当时发生了一件事改变了他的创业轨迹。“当时一个常常光顾的老顾客，看见我要转让店铺，就问我，知不知道他为什么来这儿消费？记不记得他平时来主要点什么菜？我一问三不知，懵了。”

这件事情给了唐肖不小的触动，他发现以“客户为中心”并不是一句口号。之后唐肖买了一个小本子，上面密密麻麻记录着：王阿姨喜欢蒜，李大哥不要香菜，张阿姨的宠

物狗是什么品种……在服务上做到极致。慢慢地，生意一天比一天好起来。

有“奋斗”基因想做“百年老店”

2010年起，陆续有外省店铺找到唐肖，希望加盟屋头串串。到目前，屋头串串已经发展成为具有五百多家加盟店的工业化生产、企业化运作的餐饮连锁企业。

唐肖说，公司的目标是让每一家单店盈利，并复制出“批量赚钱”的加盟店。在盈利的同时，公司还设立了“屋头大学”，从内部孵化人才。他也鼓励内部员工走出去，“裂变”出更多项目，目前屋头餐饮已经孵化了好几名优秀创业者。

值得一提的是，近日屋头串串的专注和坚持带来了回报，店铺招牌“哈儿牛肉”制作工艺获得非遗和传统文化传承专委会认可，唐肖因此获得知识产权保护的中国传承人“荣誉徽章”。

实际上，唐肖的“野心”更大，他想要的并不单单只开好一家串串店，而是做一家“百年老店”。唐肖说，屋头餐饮经过了10多年的沉淀，已经在人才、资金、业务模式上有了原始积累，是时候站出来，主动承担社会责任，做一个有情怀、有温度、有担当的企业。

华西都市报·封面新闻记者 申梦芸 刘旭强 宋尧

云峰会、云签约、云逛展…… 第四届世界智能大会开幕

6月23日，第四届世界智能大会在天津开幕，大会以“智能新时代：创新、赋能、生态”为主题，邀请来自世界智能科技领域具影响力的学术权威、行业精英、国际机构等在线注册，打造成“会展+智能体验”四位一体的国际化平台。大会会期为23日至24日两天。

大咖云集 探讨后疫情时代智能科技发展

开幕式后的主题峰会上，腾讯公司首席运营官任宇昕，联想集团董事长杨元庆，中国工程院院士高文，麻省理工学院物理系终身教授、《生命3.0》作者迈克尔·泰格马克，英特尔公司全球副总裁兼中国区总裁杨旭，2006年诺贝尔经济学奖获得者埃德蒙·费尔普斯，工程院院士、阿里巴巴集团技术委员会主席王坚以及工程院外籍院士、图灵奖获得者罗杰·瑞迪等12位智能科技领域的优秀企业家和学术权威现场或通过视频连线方式发表演讲，针对疫情之后智能科技领域的发展方向、人工智能在各行各业的新发展、生物技术发展等方面阐述发微、碰撞思想。

同时，13场体现精品化、专业化、高端化的云平行论坛也陆续亮相。其中中市合办6场，包括与科技部合办的新一代人工智能治理及核心技术高峰论坛；与国家卫健委合办的智能健康与医疗高峰论坛；与

工信部合办的车联网先导应用创新发展国际高峰论坛；与国家网信办合办的构建数字经济产业生态体系高峰论坛；与中国科协合办的数字经济与未来发展国际高峰论坛以及与新加坡国家发展部合办的中新智慧城市高峰论坛。

“云签约”项目 涉及新基建、高端装备制造等产业

据介绍，大会主要活动包括云峰会、云签约、云闭幕式等。主题峰会上来自紫光、联想、SAP、华为、北京易华录、曙光、浪潮、TOP Network、麒麟软件等公司的企业家将围绕新一代人工智能、新基建、大数据、区块链等等前沿话题进行思想碰撞交锋；

据介绍，本次大会“云”签约项目将达到148个，其中内资项目131个，总投资约809.19亿元人民币；外资项目17个，总投资约15.94亿美元。签约项目主要涉及新基建、新一代信息技术、高技术服务业、新能源新材料、高端装备制造等行业产业。云闭幕式上将发布《中国新一代人工智能产

业发展报告(2020)》及《天津市智能科技产业发展年度报告(2020)》。

云智能科技展 通过云直播开启“云逛展”

大会期间，还将举办以国家会展中心(天津)为虚拟场景的云智能科技展；同期举办世界智能驾驶挑战赛、中国(天津)工业APP创新应用大赛、“第五空间”智能安全大赛、中国华录杯·数据湖算法大赛、国际智能体育大会、天津市“海河英才”创业大赛等六项云赛事。

专业观众和采购商可通过手机或PC端进入虚拟展馆观展。打开“云智能科技展”链接，虚拟的国家会展中心(天津)场馆立刻映入眼帘。进入场馆内，可以看到科研创新、智能制造、智能交通、智慧生活、智慧城市、大数据6个展区。展区内，中科院、华为、腾讯等100余家企业及机构的展台上，科技产品琳琅满目，内容非常丰富。

华西都市报·封面新闻记者 粟裕
综合新华社

白|杰|品|股 降低仓位

问：周二沪指低开，盘中震荡走高，收盘上涨，你怎么看？

答：尽管两市个股涨跌多，且两市成交环比萎缩，但最终各股指继续连涨，创业板指涨幅达1.67%领涨各股指，盘面上游资做多信心不足，仅一只个股收出三连板，不过北上资金继续净流入。截至收盘，两市涨停49只，跌停4只。技术上看，沪深股指继续刷新近期反弹的收盘新高，创业板指更是收出罕见的8连涨，区间落差超10%；60分钟图显示，各股指仍收于5小时均线之上，60分钟MACD指标仍保持金叉状态；从形态来看，近期市场的上涨如预期出现加速，虽然最强的创业板指60分钟MACD指标仍处于金叉状态，但15分钟图已初显背离态势，后市一旦滞涨，死叉只是时间问题，甚至极有可能在两日内出现，因此短期适宜逐步降低仓位。期指市场，各合约累计成交减少、持仓略增，各合约溢价水平整体有所增加。综合来看，市场即将迎来端午小长假，考虑到不确定因素有望增加，短期操作宜落袋为安。

资产：周二按计划持股。目前持有中国中期(000996)25万股，新华网(603888)16万股，顺鑫农业(000860)6.2万股，冀东水泥(000401)10万股。资金余额6341710.03元，总净值17375830.03元，盈利8587.92%。

周三操作计划：新华网、顺鑫农业表现低于预期拟择机高抛，冀东水泥、中国中期拟持股待涨。 胡佳杰

贵州茅台股价逼近1500元大关 市值超越工商银行成A股市值王

6月23日，贵州茅台股价再创新高，收盘报1474.50元/股，同时市值达到了1.85万亿元，超过工商银行的1.83万亿元，成为新的A股市值王。

此外，整个白酒板块持续走强。今日，除顺鑫农业外，其它酒企纷纷上涨，金种子酒和伊力特涨停，五粮液涨超3%，创167.98元/股的新高，6520亿的市值稳居深市榜首。

今年以来贵州茅台股价总体呈大涨趋势，特别是在3月19日，其股价下探到996.0元/股后，其股价一路上涨。截至6月23日收盘，股价较3月19日上涨了近50%。

最新数据显示，大批基金抱“茅”取暖，

有1200多家基金持有贵州茅台股票。另外，北上资金也在持续买入贵州茅台，公司融资余额也一度破百亿。这些都进一步促成了贵州茅台股价的上涨。

各大机构给予贵州茅台的评级是增持和买入，茅台也不负众望，一次次跑赢券商预期。各大券商一次次上调目标价，广发证券和中金公司甚至给出了1694元和1693元的目标价。中金公司在最新研报中指出，从最新进展看，公司有望实现“半年双过半”目标。并且，下半年供需缺口可能进一步加大，批价很难降温，茅台需求已趋于多元化，价位升级及品牌虹吸效应使茅台消费属性不断强化；其投资属性则主

要来自于稀缺性、升值预期、老酒消费兴起等因素。但归根结底，其核心支撑仍在于强劲的真实需求。

中泰证券认为，中长期来看，茅台有望持续实现稳健增长。茅台深厚的文化底蕴塑造了强势品牌力，处在白酒价位里增速最快的赛道，渠道价差充足和良好的收藏增值属性，使其受本次疫情影响很小，全年收入10%增长确定性较高，且存在超预期可能。展望未来5年，茅台仍处于卖方市场，公司具备持续提价能力，预计公司收入复合增速有望达15%以上，依旧是稀缺核心资产。

华西都市报·封面新闻记者 宋尧