

由“二元匹萨”引发的营销神话 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E7_94_B1_E2_80_9C_E4_BA_8C_E5_c123_288298.htm

现象“香喷喷的土家掉渣饼，二元一个……”不知从何时起，一种号称“中国式匹萨”的土家烧饼以迅雷不及掩耳之势在神州大地遍地开花，无处不在。这样的场景或许并不陌生：无论是人流密集的商业区、居民区、交通枢纽地段，还是闹市街头，或者是路边小吃点，掉渣饼的招牌随处可见，许多人排队等着一锅锅土家烧饼的出炉。即便你不想凑热闹去排队，但一股特殊的香味还是钻进你的鼻子，惹你腹中馋虫蠢蠢欲动。掉渣饼店多，顾客更多。固定的店面前，顾客不惜排长队购买。据了解，这种现象尤其是早晚上下班高峰时段，购买排队的场面相当可观。笔者在商业区的一个土家掉渣烧饼店前看到，上午10点还可见排队顾客。店里工作人员告诉笔者，他们这里几乎一整天都有人排队，早上七八点和下午五六点的时候，队伍能排出几十米长，根本就供不上卖。笔者看到，风靡时尚的掉渣烧饼直径约20厘米、表面撒了肉末孜然粉，为了配合“掉渣”的名头，每只烧饼都要附赠一个纸袋，把掉下来的饼屑兜住。笔者走访的几家店每个掉渣饼的价格为2元，据说还有2.5元一个的。就是这种被称为“中国式匹萨”的圆饼，在短短的时间里已成为各大城市最热门的早餐选择。从学生到上班族，从社区到网上，掉渣饼的知名度节节攀升。在笔者的周围好多人每天的早饭已经从鸡蛋灌饼改成了掉渣饼，“现在不吃掉渣饼才叫土得掉渣呢！”已经成为他们常说的一句话，“中国式匹萨”正以惊人的速度发展着。 成

功 土家掉渣烧饼为何能在短时间内，如此火爆，取得如此的成功？值得我们深深的去思考和探讨，笔者认为土家掉渣烧饼之所以能在短时间内创造出营销神话，主要是基于以下因素：1.中国号称饮食大国，在吃的方面很有讲究，这本身就是一个很大的市场。所以，在吃的方面只要你的产品在味道和形式上有特色，再加上一个好的营销方式，那么你的产品在中国就能畅销，而土家掉渣烧饼正好符合这一特点。其实，土家掉渣烧饼就是中国再普通不过的烧饼的一种创新形式，再打上“中国式匹萨”的洋文化，为它的营销又增添了浓浓的文化一笔，同时又满足了人们的一种吃匹萨的心理需求，在这两重作用下为它的快速成长奠定了基础。2.土家掉渣烧饼在产品自身的味道，价格，成本，包装等方面具有一定的成功因素：（1）味道：掉渣烧饼为什么能吸引他们？大多数人认为一是表面的肉末有看相，二是口味偏麻辣，值得回味。“掉渣”系烧饼，采用独特极以精细的发酵工艺使饼面松软细腻，独创的馅料配方融合中国人的口味精心调制，衍生出一种极为独具特色的时尚美食中式比萨。一只金黄色的土家烧饼，滋滋滋的冒着油烟，诱人的特有香味几十米远都能闻到。咬一口，集香、甜、辣、咸、麻、鲜之口感鲜香可口，油而不腻令品尝者大为惊叹！所以，味道香成了掉渣烧饼能活起来的先决因素。（2）价格：土家掉渣烧饼2元或2.5元一个低价，相对与必胜客68元一份的比萨（比萨、可乐、鸡翅和自助沙拉），在价格方面具有决定的优势，虽然在口味和质量方面的确与比萨存在很大差别。但作为一个方便食品，正是由于它的低价使它很容易成为一个大众消费品，进而使它拥有一个广泛的消费群。（3）成本 经计算，一

个掉渣烧饼需要面粉180克，约0.2元；肉15克，合0.24元；香料0.2克，约0.007元；其他材料约0.2元，每个饼的成本共计约0.64元。而每只烧饼售价2元，一只烧饼的毛利就达到1.3元以上，利润相当可观。这么高的利润必然吸引很多人加入这个行业，所以，低成本，高利润又成为土家烧饼迅速火爆的一个重要的原因。（4）包装 一个手提式牛皮纸袋子，干净又环保，土家掉渣烧饼这种方便和时尚的包装方式也为它的成功营销增添了浓浓的一笔。松脆的外壳，每咬一口都会往下掉饼屑，店主会主动赠送一个纸袋。这样，最后还能把掉下来的饼屑一网打尽。从古到今，吃烧饼需要套一个纸袋子，恐怕，也只有掉渣烧饼第一次打造了这另类的创举。同时，这种独特的包装无论是拿在手里还是丢在街上，都具有广告和推销的功能，顾客通过包装可以了解产品，从而激发购买动机。

3加盟门槛低和连锁扩张

土家烧饼连锁店之所以能以星火燎原之势，在短时间内蔓延到全国好多个城市，这与它加盟门槛低有很大的关系，一般的加盟费只要两三千元，另外算上烤炉、案板等设备大概需要4000元左右。而且，技术门槛也很低，只要半天就可以学会它的全部操作过程。正是因为加盟的门槛低，费用也不高，所以在各大城市的大街小巷出现了许多这种小店。像这种门槛低，加盟餐饮投资额不高，现金流周转额度不高的项目，自然引起大部分下岗职工的青睐，还有许多刚毕业的大学生，由于没有过多的资金投入，小成本的烧饼店自然成了他们的首选。“掉渣”烧饼以加盟为主的营销模式，使“掉渣”品牌在市场中大规模铺开。同时，采取密集扩张的策略，迅速扩大规模，形成品牌优势，顺利在市场上取得先机，一炮走红。为了打响品牌，

迅速扩张规模，与自身资金投入存在着博弈，带来的风险也是不可估量的。收取加盟费，不仅弥补本身扩张过程的资金困局，还有选择了一条低成本扩张才是生存之路。而正由于缺乏品牌管理，“掉渣”品牌谁都能用，谁都有加盟权。笔者在调查中意外发现，目前网上已出现200元便能出售的掉渣烧饼制作工艺，低廉的加盟费用，高昂的回报率，造就了“1+1=2”的发展模式，同时也造就了“一变两、两变四”的迅猛蔓延势头。烧饼店过几天就新开一家的情形，也造就了烧饼店火得不行的心理暗示。在这种情况下就会吸引更多的人加入土家掉渣烧饼的大军中，为它向更广的地方扩展增添了力量。

4 “土”的流行和时尚 在土家烧饼火爆的今天，吃土家掉渣烧饼已经变成了一种时尚。土家烧饼店用竹子装修的店面，再加上一个土得掉渣的名字，掉渣烧饼似乎将自己装扮得土气十足。一直向顾客传导着这样的信息：我的烧饼就是从农村出来的，浑身上下土味十足，从来没有在城市待过。当下，餐饮界掀起了“土”革命，好象有不“土”不时髦之势。在这种大的“土”餐饮文化的背景环境下，土家掉渣烧饼，恰好无意中沾了一个“土”字的光。在都市里蓦然邂逅一个土气十足的烧饼店，看到竹木桌椅、粗瓷大碗、免不了有一种惊喜，成为一种精神产品。“我很土，但我很有味道！”这句具有亲和力的广告词一下子拉近了与都市人的距离、满足了人们追求土气的好奇心，赚足了人气。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com