

欧洲物流专线 欧洲COD小包快递。

产品名称	欧洲物流专线 欧洲COD小包快递。
公司名称	深圳浩亿达国际物流有限公司
价格	7.00/千克
规格参数	欧洲物流:欧洲COD小包物流 欧洲快递:欧洲COD物流专线 电商小包:欧洲电商小包物流
公司地址	深圳市宝安区福海街道塘尾社区凤塘大道福洪工业区讯源智创谷1栋102
联系电话	15874277716 15874277716

产品详情

原料逐一拆开，将产品变成料包和半成品。一家叫刘一泡的品牌，就将羊肉泡馍的原料拆分成泡馍、汤（水和调料）和羊肉，之后效仿方便面制作工艺，将馍和牛羊肉做成可保存半成品、将汤料做成了料包。搞定这些后，再将其封存真空袋中，在淘宝上销售。

不仅羊肉泡馍，一些重庆小面也效仿这一方法，进行了“零售化升级”。特色小吃在升级成零售产品时，这个思路是可借鉴的。

5、火锅的零售化

火锅底料“零售化”。将火锅底料的味道单独提取出去，变成料包。如海底捞针对大众喜欢的火锅口味，推出了番茄、清汤、牛油、麻辣、三鲜5种经典口味的火锅底料，以便消费者在家吃到海底捞口味的火锅。

火锅口味产品化。将火锅口味延伸到其他品类。如海底捞将火锅口味融入到了酸辣粉上，推出了牛肚、什锦粉、牛肉粉三款不同口味的酸辣粉。

火锅产品外卖化。针对外卖场景开发火锅产品。如小龙坎，针对外卖场景，再借鉴自热锅的模式，推出了带有小龙坎火锅味道的自热小火锅系列。

餐饮产品零售化的普遍规律

从各品类的产品零售化探索来看，有没有哪些普遍规律是值得借鉴和套用的？

有，它们分别是：产品礼品化、产品速食化、产品调味品化、产品半成品化、特色产品零售化。

产品礼品化：将产品包装成礼盒，馈赠朋友和亲人，表达感情，增加情谊。如上面我们提到的喜茶一周

的茶礼盒，便是将茶和送礼结合，通过送礼的场景扩展潜在消费者群体，还刺激了品牌用户的购买欲。

产品速食化：针对“携带便捷”“用食快捷”等需求，推出可长久保存的速食类零售品。其中以自热火锅、自热米饭、螺蛳粉以及酸辣粉为代表。

产品半成品化：半成品是各类餐企将菜品清洗后，分开包装，再由人士配上料包，附上操作步骤和说明，消费者拿到手，按照说明简单操作即可。