

# 全国各地可达 踏信 深圳到上海 运输 仓储 配送 物流专线

产品名称	全国各地可达 踏信 深圳到上海 运输 仓储 配送 物流专线
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	200.00/吨
规格参数	广东踏信:安全送达 公司定位:深圳 服务对象:奶油
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

## 产品详情

1缘起：二十九块九的剁椒鱼头卖不动了自去年开始，一款名叫“YAOHE吆盒”的剁椒鱼头，以九块九的价格，在社区团购、商超、餐饮等渠道热卖。深信“便宜没好货”的老百姓看到这样的价格，本能的会想：九块九的剁椒鱼头能吃吗？连成本都不够怎么卖？同行则认为：一定是“欺诈”，肯定坚持不了多久。但就是这样便宜到“没底线”却还能继续热卖，“YAOHE吆盒”品牌创始人李建红把这件事形容为“因祸得福”。他说，这原本是“YAOHE吆盒”推出的二十九块九的剁椒鱼头，推出后一直卖的不错，但去年年底，不知为何销量大幅下滑，这时候，很多合作的渠道商就问：能不能搞一波特价刺激一下消费？把二十九块九变成十九块九？李建红想：这怎么搞？二十九块九的时候供货价是十六块九，大家都有利润并且还不错，现在要十九块九，只能大家都让利。于是，李建红把供货价调为十三块九，这样相对于十块钱左右的成本，还是有利润的，按照这个策略卖了波，十几个省会城市一起热销。到2023年四五月份，销售再遇波折，销量开始下滑，复购也不像以前。6月10号左右，库存已经达到十万个，而这种鱼头存的越久口感越差，只想卖好产品给消费者的李建红不得不思考：到底什么原因导致销量下滑？是产品质量不行还是消费能力下降？2现象：九块九的剁椒鱼头被疯抢走访了很多渠道商后，李建红发现，不止剁椒鱼头，渠道商的其他产品也有库存积压的情况，这让他开始怀疑是消费端出了问题。刚好电商平台一年一度的6.18活动要来，想要验证自己疑虑的他冒出一个大胆的想法：既然已经库存十万个，何不搞个九块九的活动！晚上十二点多，他在渠道商微信群发了一条消息：“助力6.18，剁椒鱼头九块九”，群里一下子炸开了锅。到凌晨一点多，上百个渠道商找来，有马上订货的，有询问是不是真的，还有人问他是不是疯了。一份三四十块或者四五十块的剁椒鱼头，突然一下子九块九，着实让人难以相信。有渠道商句话：这是真的吗？第二句：能不能吃？收到保证原品质的回复后，很多人才算放心。那晚，就连以往的付款方式也变了，因为实在紧俏，谁先打款就先给谁，即使这样，很多人还是时间打了钱。李建红坦言，当时说了九块九的活动后，他也“头大”，不知道这步走的对不对，就是因为一句话，十万个鱼头要赔二十万元。但看着他对市场的预测被验证，他又很“庆幸”，因为这次“意外”，收获了前所未有的好评，消费者一片叫好不迭，口碑和品牌度也打出来了。他同时也暗暗做了一个决定：既然市场不景气，老百姓没钱消费，那就把这款引流产品做下去，让中国的老百姓都吃得上剁椒鱼头。3教训：赔了20多万，深入原产地降成本李建红说，这个决定包含了三层含义：一是让消费者吃得上在店里要三四十块的剁椒鱼头；二是让消费者吃上的剁椒鱼头；三是让消费者复购毫无压力，也愿意尝试。

但活动要继续，一个鱼头赔两块钱绝不是长久之计，李建红不得不想法降本。他先是从鱼头做文章，既然量多了便宜，何不深入原产地？他先后到湖北、湖南、山东、江苏等省份寻找水库鱼，经过他的不懈努力 and 一遍遍“游说”，很多产地老板了解到他的真实想法后，都表示愿意合作，通过这招，他把鱼头的价格降下来了。接着，他想办法缩减开支，解散了原本位于广州的办公室搬到仓库办公，并且砍掉了很多不适应的部门和员工，一年又省掉了十多万 of 的办公开支。更重要的是，他有自己的辣椒酱工厂。三十多年生产经验，可以让他把产品做到性价比。即使采用湖南当地辣椒，也能严格把控成本。终，李建红把一份剁椒鱼头的出厂价做到了低于九块九，在鱼头不涨价的情况下，基本持平不亏本，除了运费需要客户自己承担，其他一切让利客户。李建红解释，终端客户卖九块九价格的其实很少，只有一些需要做年终促销或者其他活动的客户才会以九块九的价格推，大部分客户还是会卖十三块九左右，不管怎样，他还是坚持出厂价不变。

4收获：好产品赢口碑冷食君翻看“YAOHE吆盒”橄榄油剁椒鱼头的产品信息表发现，鱼头用的是白鲢鱼头，每个鱼头400-480克，搭配净含量120g的剁椒酱，一份简单的剁椒鱼头就此形成。剁椒酱的配料表也特别简单，辣椒、食用植物油、特级初榨橄榄油、大蒜、生姜、鸡精调味料等，没有什么科技与狠活，非常重视食材的天然性。李建红告诉冷食君，“YAOHE吆盒”橄榄油剁椒鱼头之所以深受消费者喜爱，是因为有三好：鱼头好、辣椒好、油好。做的剁椒鱼头，鱼头很重要，并不是所有的鱼头都适合做剁椒鱼头。“YAOHE吆盒”橄榄油剁椒鱼头选用水库深水自然养殖三年不投喂任何饲料的鱼头，肉质鲜嫩，头大体肥，活鱼现杀之后，迅速进行液氮速冻，真正做到即刻锁鲜。剁椒则采用湖南本地每年9-10份采摘的平均海拔1000米以上的高山辣椒，含水量约50%-70%，人工采摘、层层筛选、手工土法剁制，新鲜的姜、蒜、葱等食材经过26道工序秘制，再经过365天的老坛发酵，原汁原味，而这也正是“YAOHE吆盒”橄榄油剁椒鱼头的核心竞争力。在湖南，做剁椒鱼头要用到山茶油，这样可以去掉鱼头的腥味同时还能口感鲜美，但因为山茶油季节性强且量少很难商用，经过大半年调试，李建红研发出了用橄榄油替代的方法，按照含油量4:1的黄金比例添加特级初榨橄榄油后的剁椒鱼头，不仅味道更好、腥味更少，鱼肉更鲜。“三好”品质加上九块九的价格，一经推出，“YAOHE吆盒”橄榄油剁椒鱼头备受市场推崇，口碑和度迅速打开。在李建红看来，做产品并不复杂，好的原料加上好的方法一定出好产品，而好产品的目标是让消费者喜欢，要把消费者放在位，真正做到让消费者喜欢就赢了。

5后续：当成战略，坚持下去如果说早期做活动纯粹是“阴差阳错”，是奔着营销去的，但随着时间不断推移，李建红已经改变了想法。在卖完十万个鱼头之后，他已经决定把这个活动当成一个战略执行下去，不设上限。李建红说：“后来已经变成一种责任和初心了，每一个做产品和品牌的人都应该为社会做点事情，而不是一味捞好处”。也因此，他决定砍掉其他的一切产品，只专注这款剁椒鱼头，“我们只有这一个新品，起码一两年内不会增加新品，只做剁椒鱼头，我们能承受，第二已经定了这个战略就要信守承诺”。在李建红的理解中，剁椒鱼头本就算不上预制菜，顶多是免洗免切的懒人菜，预制是加热即食的产品，而剁椒鱼头是生的，需要自己在家二次加工，消费者会有种自己完成一道大菜的成就感，同时鱼很新鲜，这是这款产品的大卖点。李建红深信，任何一个伟大的企业一定是产品足够好。“一定要先把产品想清楚，不是为渠道开发，是为老百姓”。而“YAOHE吆盒”橄榄油剁椒鱼头在全国各地热销，也让他更加有了动力，但为了保证客户的利益，李建红坚持“一个城市一个渠道一个人”的原则开发新市场，他想让消费者吃上剁椒鱼头的同时也让客户都有钱赚。