

几根鸭脖子引来 3000 万元订单

上市公司打造的“鸭子呐”系列产品成了吃货新宠 年底前预计开出 50 家以上实体店

本报记者 张姮 /文 葛跃进/摄

不知道从什么时候开始,朋友圈总有人转发一个黄黑相间的锁鲜装,上面有只可爱的鸭子。转发的时候,配上的文字大意总是:欲罢不能。

这种新晋的网红食品,叫“鸭子呐”,出自上市企业浙江田歌实业股份有限公司之手。

年轻人爱上“嘶哈嘶哈”

在武义的俞源街和上街转角口,黑色的门脸,黄色的“鸭子呐”招牌格外醒目。表面看,与一般的奶茶店没有什么区别。走近了,一股卤制品的香味扑面而来。

店内一群 90 后正在挑选自己喜欢的鸭产品,“我要特辣的,吃起来带劲。”90 后王俞慧要求,这是她一周内第三次来店里买吃的。

“吃起来麻麻辣辣,嘶哈嘶哈那种感觉,还有一丝丝甜,很鲜美,吃得停不下来。”她笑着说,自己晚上看剧就啃鸭脖子,“反正当零食吃,配点冰奶茶,好惬意。”

鸭子呐负责人倪吴晓和推广经理徐丽莎说:“我们就是为年轻人量身定做的休闲卤味食品店。”

徐丽莎说,她们一个月前开始营业,每天傍晚开始,陆续有年轻人呼朋引伴来店里就餐。且越到晚上,生意越好,临到关门时,还能迎来好几拨客人。

经过一段时间的试吃和调整后,这家外观时髦的鸭产品店果然深受年轻人的喜欢,并且自发在朋友圈做起宣传。“很多客人交口相传后,都打电话来订货。”

花 1000 万元改造食品车间

网络时代,顾客也许会被生动的文案和可爱的 LOGO 所吸引,但要让他们回头,还是得先征服消费者的味蕾。

田歌股份董事长程雅锦表示,这个项目她寄希望于年轻的 80 后。

早在 2006 年,田歌股份就在本地经营着几家卤味店。卤鸭等产品也受到本地顾客的喜爱,“下班买点卤菜回去是老武义人的习惯。”

倪吴晓介绍,而当时就有计划做类似“鸭子呐”这样的产品,但一直没有调试出合适的味道。

近两年来,市场上流行起锁鲜装,公司重金聘请调味大师,花了 1000 万元把原有的食品车间改造成 10 万级 GMP 净化车间。

“鸭子呐”卖的就是鸭子系列产品,如鸭脖子、鸭翅膀、鸭架子等卤味。并专门邀请年轻人来试吃体验,直到今年 5 月才正式敲定,“起名‘鸭子呐’,广告词来自于产品的麻辣滋味,嘶哈嘶哈。”倪吴晓说。

鸭脖子引来 3000 万元订单

“一开始我们并没有大力去推广,只是在一些适当的场合拿出来给一些老总们尝一下,没想到反响非常好。”

徐丽莎介绍,7 月底项目刚上线,吃过鸭子呐产品的老总基本都安排了和她洽谈合作。

“上线不久后,我和同事去参加一个创业培训。期间带了鸭子呐产品作为创业比赛中的一个项目。”徐丽莎笑着说,“没想到有一个和我一起培训的江苏老总,吃完第二天说要和我谈合作。”

培训结束后,徐丽莎没当回事,“没想到回到武义第二天就接到那个老总电话,下午就见到了人,意向书就签掉了。”

用徐丽莎自己的话说,这 3000 万元意想订单,就是几个鸭脖子、鸭翅膀吸引来的。

在之后的一个月中,陆续有金华本地顾客、外地高校学生,纷纷来找徐丽莎洽谈,这也让鸭子呐从实体店到网上销售加快了步伐。

“目前我们有大量的代理商在朋友圈和自己的平台售卖,并且也有专门的天猫店销售,平均一个代理商一天能销售掉 100 盒。”



到年底要开 50 家以上实体店

为什么一款卤味能迅速蹿红?

“打造一款网红产品,时机很重要。”倪吴晓笑着说,鸭子呐发展成现在的模式,还托了咸鸭蛋的福。

她说,在某电商平台 3·15 购物节中,田歌的咸鸭蛋一天卖了 39 万枚,让这家老牌实业公司见识到了网络吃货们的力量。

“今年 2 月份,整个月销售额才几万元。3 月份之后,基本上每个月的网络销售额都在一百多万元左右。”

同时,田歌董事长也更加重视起网络销售,“起初就想成立一个电商团队,更像一家互联网公司。后来经过改进,把‘鸭子呐’项目结合了进来,于是变成了现在这个模式。”

目前,“鸭子呐”在武义、永康、金华都有实体店。预计年底开设 50 家到 100 家线下体验店,60 到 100 家线上代理,并且重点打造天猫店铺。

