

## 4P 理论分析牛肉面营销策略

### 一、背景：

我们在兰州上学，可以看出兰州的牛肉面在兰州的销售还是非常好的，因为就全国来讲，兰州的牛肉面随处可见，甚至我时常在哔哩哔哩看到世界各地都有兰州牛肉面的影子。但是，同时也发现了牛肉面的市场上出现的一些问题，我将现有的牛肉面的一些特点以及不足全部用 4P 理论分析一下。

### 二、4p 理论分析

#### PRODUCT:产品方面

##### 核心优势原料以及口味：

牛肉面的原材料最根本还是面和汤，面和汤是牛肉面的核心竞争力，于菜，汤，鸡蛋等等相当于增值服务，不可忽视。首先，要把控原材料方面，面要符合大众所能接受的口味。而汤一般来讲都是老秘方，对于这一点，我觉得必须要推陈出新，不同的地方适合不同的口味，在哔哩哔哩上看到牛肉面加盟店在日本开业，但是它的风格，口味都选择了适合日本人的口味，这一点。我觉得要借鉴四川火锅，四川火锅在每个城市都有，但是有的地方可能不太适合吃辣，它需要有不同的口味用来适合不同的人群。

##### 产品的层次性很重要：

我觉得牛肉面的种类需要把握，不能太多，也不能太少，有的店什么都卖，甚至于炒菜，这样固然会吸引更多的人，但是，产品的质量不知道是否会受到影响，因为我也见证过牛肉面馆的衰败，而且我听到过一个很有意思的话，“做餐饮行业，要不量多价格便宜，要少量价格贵”。也蛮有意思，这句话的面向群体有区别，目前来看，吃牛肉面大多学校门口是便宜实惠，我觉得完全可以拉开层次，曾经，我了解过一个特别有意思的案例。

##### 矿泉水案例：

是因为宿舍订水我产生的疑问，刚开始订的是 18 块钱的一桶矿泉水。当时我想着的是水这个东西，怎么差别那么大？难道说 18 块钱的水经过了特殊处理，还是口味有什么不同，但是我并没有喝出来有什么区别啊？于是，我产生了一个想法“会不会是水的质量相差不大，但是为了拉开消费者层次而产生的？比如有的人就爱喝贵的，享受生活，对价格不是很敏感。像我们这种完全是为了活着，

对价格敏感”，于是我找到专业的人员询问，结果是有偏差的，18的水是多了一道工艺，但是面向的受众是对于价格不太敏感的，换句话说这个工艺是不值中间的差价的，有一定的溢价性。

从这个案例中让我联想到了一个词“**下沉市场**”

### **那什么是下沉市场？**

例子一，使用抖音的人大多是一二线城市，它的下沉人群就是快手上的人群，就是三四线城市的人。

例子二，老师钟爱的拼多多，就是依靠（裂变和下沉市场）下沉市场崛起的，俗话讲其实就是“农村包围城市”。淘宝没有很好的挖掘下沉市场，认为他们没有购买力，确实如此，但是他们或许没有想到，农村购买力水平低，但需求量大。而且随着经济的发展，他们的购买力会逐渐地上升，显然，现在的淘宝想要“回心转意”，效果却是不太乐观。目前，可以预见的是拼多多“联姻”国美，很明显想要提高自己的层次，提高产品质量，不知道淘宝是否会和苏宁去搜索拼多多没有拉到的“下沉人群”，三国鼎立，我们拭目以待。

以上例子说明了我们要全方位，多层次的展开革新，牛肉面也需要打开高端市场，不能只为吃饱而吃，现在的人都喜欢精致的生活，我们的产品必须跟得上。

### **产品的制作工艺尤为重要：**

如果说原材料很重要，那么师傅的制作水平是很重要的一环，不得不说，这条路我们需要很长的一段路需要去走，现在的牛肉面也是面向大众的，制作工艺不高，我也非常能理解（就算贵一点）牛肉面制作工艺也不能和法餐，日料一样做的很精致。但是我还是希望可以出现行业的领头羊，成功后可以形成很好的示范效应。

### **PRICE：价格方面**

牛肉面的价格也是几块钱一碗比较便宜，还是我说的可以打开不同的子系列，高端一点的系列，平民一点的系列。当然，一个店是完成不了这么多的要求，需要加盟或者连锁店，那我们怎么能够将价格便宜的牛肉面做的利润更加的丰厚呢？

### **增值服务的重要性：**

牛肉面馆赚钱的往往不是牛肉面，是那些看起来不起眼的增值服务，鸡蛋小菜，啤酒饮料，更赚钱的就是熟牛肉，参考好妈妈面片，产品的延伸服务是非常

广的。

### **PLACE：渠道方面**

目前，我们所吃的牛肉面大多是线下服务，近年来，随着线上服务份额的加重，饿了么和美团的優惠，线上服务变的前途大好，不过我更希望出现个性化明显的服务，特点更加鲜明。

还有类似于方便面一样，牛肉面做成便利食品，虽然我没吃过，也没有了解过其各方面的评价，但还是很惊讶于人们的创造力，这样多元化的销售已经给我们一条可以值得去深思的路。

### **品牌的重要性：**

一直以来，兰州牛肉面还算比较注重自己的品牌吧，尤其是当我听说兰州牛肉面极力区分自己和兰州拉面的时候。品牌任何时候都是质量的保证，服务的保证。

我希望牛肉面可以探索更加广阔的销售模式和产品的创新，不仅仅要在兰州做得好，希望以后可以更多的走向世界。借助网络的力量，打造品牌的力量。

### **PROMOTION：促销方面**

#### **赞助：**

大学城周围的牛肉面可以完美利用这个机会，利用学生的裂变能力，搞赞助，社团活动，比赛等等。

#### **短视频、直播带货：**

借助当下很热门的短视频，直播带货，可以走的更远。在抖音上我见证了西安市如何将自己打造成旅游城市，网络让古城再一次演绎“美丽的神话”。西安的景点，特色小吃等等，通过网络让人们再一次有了文化的认同感。

#### **差异化的服务：**

对于经常吃的学生和工人可以办卡优惠，多次消费可以提供饮料，打折等优惠。

#### **透明化的服务标准：**

现在的人更加注重食品安全，节假日让更多的去参观后厨，学习类似于卫龙辣条一样直播参观生产车间，以前，人们都说辣条是垃圾食品，现在，我很少听人说卫龙是垃圾食品。

总是这是我目前可以想到的一些关于牛肉面的想法吧，虽然知名度很高，但是，要在产品和服务上得到更多的人的认同的话，兰州牛肉面还有很长的一段路要走。

