

天津老字号餐饮品牌发展研究

——以十八街麻花为例

郭孝臣

(天津天狮学院 天津 301700)

【摘要】现代化市场经济体制正处于不断完善的过程中,国内各行各业的竞争都在加剧,此时产品品牌的价值越来越凸显。天津市是一个典型的北方工业化城市,不仅有着悠久的发展历史,还有着雄厚的经济,市场上更是留存着多种知名的老字号行业品牌。从这些老字号品牌来看,都是经历了社会历史的变迁,积淀了身后的文化底蕴,并在长期发展中形成了具备代表性的老字号品牌,如狗不理包子、十八街麻花、耳朵眼炸糕等,但遗憾的是,这些老字号餐饮品牌发展情况不乐观。对此,文章之中以十八街麻花为例,探索了天津老字号餐饮品牌的发展途径。

【关键词】天津老字号;餐饮品牌;十八街麻花

Research on the Development of Tianjin time-Honored Restaurant brands

—— A case study of Mahua Shijie

Xiaochen Guo

(Tianjin Tianshi College, Tianjing, 301700)

[Abstract] The modern market economy system is in the process of continuous improvement, domestic competition in all walks of life are intensifying, at this time the value of product brand is more and more prominent. Tianjin is a typical industrial city in the north of China. It not only has a long history of development, but also has a strong economy and a variety of well-known time-honored industrial brands are retained in the market. From the perspective of these time-honored brands, they have experienced social and historical changes, accumulated cultural deposits behind them, and formed representative time-honored brands in the long-term development, such as Goubuli steamed stuffed bun, 18 street mahua, Erdouyan fried cake, etc. But unfortunately, the development of these time-honored brands is not optimistic. In this regard, the article takes 18 Street Mahua as an example to explore the development of Tianjin's time-honored restaurant brands.

[Key words] Tianjin Time-honored brand; Catering brand; 18th Street Twist

“老字号”是指发展历史悠久,有着世代传承的产品、技艺或者服务,且有着鲜明独特的中华民族文化背景及深厚的文化底蕴,在社会上有着广泛认同度、信誉良好的品牌。我国千百年经济社会发展中,孕育了很多独具匠心、民族特色突出、享誉国内外的老字号,如天津十八街麻花。就现阶段十八街麻花的发展情况来看,不容乐观,所以当前有必要深入研究十八街麻花发展的问题,探索老字号餐饮品牌发展策略,推进天津老字号餐饮品牌的持续发展。

1 “十八街麻花”起源

二十世纪初,天津有一个商人刘老八,开了一家麻花铺子。刘老八为了生意兴隆,在麻花的配料、工艺、口感等方面都下了一番功夫,经过长时间的摸索、实践、创新,研制出了口味独特、香甜酥脆、甜而不腻、久放不绵的麻花点心,凭借着这一优势,刘老八的麻花铺子生意越来越好,越来越红火,名声也越来越大,

天津城内无人不知刘老八的麻花铺子。因为刘老八的麻花铺子位于东楼的十八街,所以便有了“十八街麻花”的称谓。在天津民间传统美食中,“十八街麻花”有着天津三绝食品之首的美誉。到如今,“十八街麻花”已经风光了近百年,其传人更是在保留来传统麻花风味与特色的基础上,将其发展成了我国知名的食品大企业,即天津市桂发祥麻花饮食集团有限公司。

2 天津老字号餐饮品牌发展的局限性

2.1 市场定位不明确

就现阶段的天津老字号餐饮品牌市场经营现状来看,市场定位还不够明确。以“十八街麻花”为例,其作为天津知名度很高的一个老字号餐饮品牌,若想实现新发展那么就要找准市场定位,不应该单纯地将市场定位在食品上,而是要将眼放远,结合十八街麻花的礼品性特点,将其定位在文化礼品上,突出品牌的人文特色和情怀。

2.2 企业文化不清晰

天津老字号餐饮品牌有着优秀的发展历史，且身处天津这个历史悠久的城市，则需要有着清晰的企业文化，才能够实现持续的发展。以“十八街麻花”为例，在企业内部形成良好的企业文化环境，可以使得工作人员明确企业文化、老字号品牌的意义，才能够将老字号品牌之中的内涵向消费者传达出来。

2.3 创新能力较薄弱

就天津老字号餐饮品牌的发展情况来看，正宗的老字号一直对特定的口味和风格进行延续，初次品尝的人，喜欢就会成为其拥护者，不喜欢就会远离。以“十八街麻花”为例，拓展思维，在继承产品原有风格的基础上进行创新，提供消费者所需的产品，才能够赢得市场。

3 “十八街麻花”的营销现状分析

3.1 推出新产品，改进外包装

从桂发祥“十八街麻花”的营销现状来看，其在十八街麻花传统风味的延续基础上，进行了新产品的研究，推出多种新麻花品牌，实现了麻花产品结构的调整，随后开发出四大系列五十余个麻花品种，以及中西高点、休闲食品、时节食品近百种，并逐步地形成“经营一代、储蓄一代、开发一代”的多元化经营格局，从而实现了多元经营格局。另外，为了将“十八街麻花”这种传统食品礼品化的优势发挥到极致，对麻花的外包装进行了改进和创新，提升了麻花的档次。就“十八街麻花”的外包装来看，其不仅有着古朴的民族风格，突出了老字号传统的主题，展示了老字号品牌的历史文化底蕴，还融入了现代化的时尚设计元素，不仅符合传统人群的情怀需求，还满足了现代人追求新颖的需求。十八街麻花通过推出新产品，创新包装，推进十八街麻花品牌的人性化、礼品化、精致化发展，从而斩获了市场的主动权。

3.2 企业新定位，提升竞争力

“十八街麻花”属于传统的市民食品，讲究的是物美价廉、朴素实惠。从现代人的消费观念来看，追求的是时尚、是感觉、是档次、是情怀。若是“十八街麻花”不能满足消费者的这些需求，那么就难以打入主流市场，最终消亡。当前“十八街麻花”只有跳出原有的市场定位，才能够赢得市场，提升竞争力。所以，桂发祥企业对“十八街麻花”重新定位，满足现代人的口味和感观，将其打造成兼具传统风格与文化品味的现代化城市休闲产品。

3.3 多企业联动，多渠道销售

“十八街麻花”的经营发展中，桂发祥借助天津最大商务商贸洽谈活动——天交会的影响力，将老字号品牌发展与天津发展联系起来，并与铁路、民航部门开展合作，将“十八街麻花”市场打入火车站、机场的食品销售部门，并将产品作为列车专供食品与飞机套餐，在外地乘客的眼里，“十八街麻花”俨然成为了天津市食品的形象代言。

3.4 设立直营店，开拓新市场

桂发祥对于“十八街麻花”销售体系的构建中，设立直营店向来是其抢占产品销售制高点的有力保障。现阶段，桂发祥十八街麻花在全国内拥有直营店18家，销售网点近2000个，并远销海外十几个国家和地区，逐步地开创出“国内有市场、国外有影响”的崭新销售局面，为进一步跻身国际市场奠定了基础。

4 推进天津老字号餐饮品牌发展的建议

4.1 注重品质，求真务实

目前，天津很多老字号餐饮品牌由于经营不善，逐渐地销声匿迹。究其原因，主要是有的老字号品牌经营者为了一时的薄利，偷工减料，目光短浅、做法违法，必然会受到市场的惩罚与法律的制裁。从天津“十八街麻花”的成功发展经验来看，若想实现长久的发展，那么就要保证产品的品质优异。作为餐饮品牌，高品质的产品与优质的服务则是品牌持续发展的基础，若是根基不稳，高楼大厦必将倾塌。因此，天津老字号餐饮品牌在发展的过程中，则需要将经营眼光放长远，注重食品的品质，求真务实地将老字号品牌产品的质量抓上去，才是真正的发展之道。

4.2 把握机遇，开辟市场

目前，我国各行各业的经济都处于腾飞的黄金阶段，“引进来、走出去”战略的推出及落实，为各行各业的发展提供了崭新的发展机遇。作为天津历史悠久的老字号餐饮品牌，就要借助政策的东风，抓住这一发展良机，积极开拓海外市场，打造具有民族特色的产品，获得更多的经济利益。以桂发祥“十八街麻花”的发展为例，其不仅在全国内设立18家直营店和近2000多个销售网点，还抓住国家经济战略良机，开辟海外市场，十八街麻花远销海外十几个国家和地区，开创出“国内有市场、国外有影响”的崭新销售局面，实现了更好、更远的发展。

4.3 挖掘文化，提升价值

天津老字号餐饮品牌有着优秀的历史，这些发展

历史不可以被忽略,可以说老字号品牌在历史的沉浮中积淀了身后的文化底蕴,正是有了深厚的历史文化底蕴,才支撑了老字号产品独树一帜的特色。近些年来,人们愈加地关注传统节日及其背后的传统习俗,节日是传递传统文化的最佳时期。以桂发祥“十八街麻花”的营销为例,其属于中华老字号小吃,也是国家级非物质文化遗产代表项目,在产品营销的过程中,抓住了节日契机,在重大节日活动期间推出了独具特色的节日礼盒与老字号外卖,广大顾客提着老字号特色十足的礼盒走亲访友,引领了一波“时尚消费”。因此,在天津老字号餐饮品牌发展的过程中,需要深度发掘老字号品牌所蕴含的文化内涵,提升品牌的价值,增强产品的知名度。

4.4 搞活机制,梯度定价

天津老字号餐饮品牌作为与人们饮食相关的产业,讲究物美价廉,不同层次的人群有着不同的价格消费能力和价格需求。以“十八街麻花”的定价机制来看,为了更好的满足不同消费者的消费能力和价格需求,不仅在定价机制上进行创新,推出不同的产品,不同的产品有着不同的价格,同时采取了梯度定价策略,这样可以使得更多的消费者能买到、能消费起。从天津老字号餐饮品牌的发展情况来看,过于侧重抓住传统食品的喜好者,忽略了追求新鲜事物的现代人,所以若想实现发展,那么就要为自己增添新元素,以不同年龄人群的生活轨迹作为参考,搞活定价机制,日常进行一些非常态的销售,从而提升老字号品牌自身的影响力。

4.5 打造项目,旅游营销

天津作为一个集传统与现代的城市,不仅有着悠久的历史,还有着丰富的旅游资源,是出游玩乐的好去处,恰好为老字号餐饮品牌的发展提供了途径。以

“十八街麻花”为例,一方面将老字号品牌与旅行社结合起来,开发旅游项目,如“十八街麻花”老字号品牌表演活动、文化背景展等活动,以旅游项目的方式实现对十八街麻花生产过程的再现,从而捕获顾客的心,这样顾客就会心甘情愿的购买产品,因为他们购买的不单纯是产品,而是一种文化,一种情怀。因此,在天津老字号餐饮品牌发展的过程中,可以结合本地的旅游资源对老字号品牌进行传播和发展,通过强化旅游营销的方式,提升老字号品牌的影响力。另外,天津市政府可以打造“老字号商业街”,将天津市的老字号餐饮品牌集聚到一起,这样既可以发挥品牌效应,还可以形成当地特色旅游节目,在带动旅游经济发展的同时,实现对老字号餐饮品牌的推广。

5 结束语

总而言之,对于天津老字号餐饮品牌的发展研究来看,老字号既是品牌发展的优势,也是导致其经营失败的因素。以天津老字号“十八街”麻花的发展为例,若是故步自封,不思进取,必然会被现代化市场所抛弃。因此,在天津老字号餐饮品牌发展的过程中,一是要主动融入现代化市场,展示市场的发展规律,在传承中实现创新,在创新中实现发展,打造品牌优势,二是要主动拥抱现代化科技,创新市场营销策略,借助现代科技的优势使得老字号品牌实现更好的发展,三是要保证品质,诚信经营,打出自己的品牌信誉,赢得顾客的信赖。

参考文献:

- [1] 吴素春,袁阳娟,沈馨,刘枫雅.武汉老字号食品餐饮品牌复兴路径研究[J].科技创业月刊,2021,34(05):63-68
- [2] 戴明品.浅谈扬州市餐饮老字号的品牌现状及发展[J].商讯,2020(04):11-12