



淄博燒烤極速爆紅 掀起燒烤業四大啟示

淄博燒烤在社交平台上持續火爆近一個月，成為各社交平台的熱搜。淄博燒烤的火爆，給近幾年平淡無奇的燒烤市場注入一針強心劑，也給燒烤店的經營帶來四大啟示。

山東淄博燒烤近日熱爆全中國，成為網絡熱搜，吸引了大量遊客前往消費，促進了當區經濟，有見及此，淄博市政府順勢加大力度宣傳，開通燒烤旅遊專列，推廣淄博旅遊與飲食消費文化，更加強市場秩序與行業標準化管理，防止出現點心商家。更有報道指出，為了方便外地食客品嚐燒烤美食，淄博市公共交通有限公司專門推出21條定制專線，旅客從火車站出來直接坐公交車就能到達各燒烤店。



(網上圖片)

不僅如此，淄博文化及旅遊局及時跟進熱點，計劃於五一前後舉辦淄博燒烤節，並推出一系列淄博燒烤及特色文旅主題產品，可見淄博燒烤風頭一時無兩。

突如其來的外地客群，給淄博燒烤店帶來了令人艷羨的好生意。例如小寒羊燒烤，上午十點半已近乎客滿。到達週末，牧羊村燒烤排隊顧客有十幾米長。原先僅在魯中地區小有名氣的淄博燒烤，在這個春天名副其實的爆紅了。

1

餐飲聯

淄博燒烤突然爆紅三大原因

全國各地不乏特色燒烤，如遼寧錦州燒烤主打烤鴿子、烤雞爪、烤小串等近百種烤品；內蒙、寧夏擅長烤全羊，天然食材烤出外焦里嫩的正宗鮮香；廣西燒烤則獨具南國風情，肥牛串撒上假簍末等當地鮮香草，與北方主打的孜然味風格迥異。眾多燒烤之中，淄博燒烤突然爆紅歸咎於三大原因：

第一，紀錄片《人生一串3》為淄博燒烤增加了熱度。2021年，在Bilibili熱播的《人生一串3》對淄博燒烤進行了全方位的介紹，尤其是燒烤所配的麵餅、小蔥，片中更是對其進行了「深入味蕾」的闡釋，令千萬觀眾隔著屏幕就禁不住對淄博燒烤心馳神往。



(網上圖片)

第二，各路美食KOL深度種草。2020年，歌手薛之謙來淄博參加麥田音樂節時，深深被淄博燒烤吸引，他在舞台上繪聲繪色地介紹：「用那種餅卷小蔥、烤串，我一連吃了三個，第二天起來發現胖了三斤」，引發了一輪明星效應。當晚音樂節結束，淄博孝婦河濕地公園周圍所有的燒烤攤一位難求；2022年，擁有千萬粉的抖音美食博主「特別烏啦啦」來淄博探店，品嚐並介紹當地燒烤，其發布的短視頻點贊量達90多萬，進一步打開了淄博燒烤的知名度。

第三，抖音等短視頻平台的深度發酵。今年三月份前後，被疫情封控三年之久的大學生們終於迎來了一個自由的春天，終於有機會去淄博「拔草」，於是濟南、泰安等周邊城市的大學生組團坐高鐵來到淄博擲串，淄博高鐵站客運量空前高漲，各燒烤店一座難求，這一行動在社交平台上迅速「人傳人」，令淄博燒烤成了網絡熱搜。現在，不止淄博的燒烤店顧客爆滿，就連周邊城市凡帶「淄博」字眼的燒烤都紛紛旺起來，客流量比平時多了好幾倍。

2

餐飲聯

淄博燒烤有何特點？

或者你開始疑惑，淄博燒烤也不就是燒烤，不是到處都可以吃到嗎？淄博燒烤到底有什麼特點？

第一，淄博燒烤吃法獨特，驚艷了碳水+肉食愛好者的味蕾。對於大部分城市的顧客而言，吃燒烤就是撈肉串，但隨著牛、羊肉等食材價格的上漲，近兩年烤串很明顯肉變小了、價更貴了，一頓燒烤人均過百還吃不過癮；而淄博燒烤配麵餅、小蔥，顧客可以單撈串，也可以將肉串夾到小餅中，搭配香蔥卷食，筋道柔韌、麥香十足、焦香入味，小蔥又有刺激味蕾的作用，這種吃法紮實、美味、過癮，最關鍵的是，一碟小餅給了顧客吃燒烤的滿足感，它讓消費金額變得更易控，讓顧客吃起來沒有負擔，就算錢包並不豐厚的大學生也可以大膽坐下撈串。因此，在目前吃頓燒烤動輒人均消費100多元的情況下，淄博燒烤顯得格外親民，人均六、七十元就能吃到飽兼吃得好。



(圖片來源: 微博 @奔跑吧阿常)

第二，淄博燒烤烹飪模式獨特，給顧客DIY的發揮空間。大部分城市的燒烤都由師傅烤熟，直接端到餐桌上。然而，淄博燒烤在後廚僅需烤至七、八成熟即可上桌，這是因為店家在顧客餐桌上還放了一個小爐，肉串上桌後可以繼續烘烤，想吃細嫩還是焦香，由顧客自己決定。這種

做法一方面給後廚減輕了烹飪壓力，加快了上菜速度；另一方面給了顧客DIY的空間，讓每一位吃貨有了刻骨銘心的參與感和成就感。

第三，淄博燒烤蘸料更加豐富，口味更富層次。淄博燒烤除了肉串本身的調味，還額外給顧客提供蒜蓉辣醬、花生碎、辣椒面等蘸料，客人可以根據口味在餅內撒入小料，然後加肉串等卷食。多種小料的配置，給了顧客更大的發揮空間，進一步提高了就餐的附加值，還讓烤肉變得更香。

3

餐飲聯

火爆背後的啟示

今年燒烤該怎麼幹？淄博燒烤為平淡無奇的燒烤業注入了一針強心劑，也給各地燒烤從業者帶來了融合創新的動力。

第一，燒烤行業要持續完善出品、研發新產品。淄博燒烤的火爆並非全憑運氣，近年來，淄博燒烤從業者一直在創新、完善出品。一方面烤品更加多樣化，除了常見的肉串、海鮮、蔬菜，淄博燒烤還創新地加入烤千葉豆腐、五花肉、脆骨、口蘑、胡蘿蔔、捲心菜、玉米等品種，可以說無所不烤。豐富的烤品不但給顧客帶來新鮮感，也維持了平穩的人均消費水平。

另一方面，淄博燒烤陸續進化無煙燒烤，所用燃料捨棄普通木炭，改為機制木炭，給顧客營造更清新的燒烤環境，也順應城市的環保發展理念。

第二，淄博燒烤以好吃、實惠、貼地的特質吸引了忠實的消費人群，其中就包括大學生。要知道，一所大學的師生數量抵得上一個鄉鎮的人口，而大學生群體又有著超強的傳播能力，他們人人玩抖音、快手，日常刷微博、小紅書，他們對於淄博燒烤的傳播起到了巨大的作用。



(圖片來源:中新社)

第三，燒烤還要注重普適性。近幾年由於牛、羊肉價格高漲，很多城市的燒烤已然邁入中高檔消費行列，將很多低收入人群、學生拒諸門外。而淄博燒烤的多樣烤品、麵餅、小蔥、大醬等配置，將燒烤的人均消費穩定在了六、七十元。因此，經營燒烤的門店，在烤品搭配、套餐推出等方面可以動動腦筋，讓燒烤更貼地，成為普羅大眾的休閒美食。

第四，燒烤要提高展示性。淄博燒烤這波火爆就贏在展示性非常強，客人落座後，店家先上爐子、麵餅、小蔥、蘸醬、蘸料，不管你點多少烤串，這一套裝備都令一頓飯顯得非常飽滿、很有儀式感。這種形式比一桌人圍著一個鐵盤單吃烤串要更有意思，也更具有拍照展示的场景。

總結

餐飲聯

火鍋在內地盛行之極，燒烤又能否蓋過火鍋熱呢？從餐飲業者角度來看，燒烤應具備甚麼條件才能爆紅呢？

來源：綜合內地媒體