

曹河驴肉-河北保定

2026年8月23日 下午 6:25
18分钟 3秒

关键词

驴肉 漕河 保定 包装 品牌 河北 门店 当地人 商标 餐饮 老字号 旅游 文化 名片
酒店 价格 企业 金字招牌

文字记录

田振齐 00:00

我们就发源地漕河，我们注册的是漕河商标，就发源地商标吧。我们其实两个小企业，一个是漕河驴肉，做驴肉深加工的。刚开始做的是真空包装驴肉。就是高温杀菌，保质期 12 个月的。我看现在主要是作为礼品卖。

周庆一 00:22

礼品卖。

田振齐 00:24

另一个呀，我们都同时，我们还做着驴肉餐饮。单起的营业执照，嗯，其实也是一体的。漕河全驴宴饭店。漕河全驴宴饭店，驴肉火烧，然后还有驴肉宴。说白了也相当于礼品，当就是一个餐饮名片，地标美食吧。他的顾客两方面，一方面是我们当地的人，请外地的人，是吧？另一个就是外地的人在这旅游来，我们我们这是在河北保定，挨着雄安，挨着北京比较近，一个半小时，挨着天津也比较近，

周庆一 01:06

你现在一年 3000 万。

田振齐 01:08

两个加在一起，

周庆一 01:10

两个，各多少现在？各 1500 万。各 1500 万左右，都做了多久啊？

田振齐 01:15

一个做了 30 年了，一个做了 20 年了吧。

周庆一 01:18

哦，都做很久啊，那门店有多少家？

田振齐 01:20

门店目前就一家。

周庆一 01:21

一家门店，多大？

田振齐 01:24

1500 平米。

周庆一 01:25

1500 平，啊，就超级大店，是那个。哦，嗯，大店。嗯，就像那个游客过来，就在这全部那个宴请啊这些。

田振齐 01:32

首先我们当时我们出发点是本地人请客，嗯，做个驴文化博物馆式酒店。有里边把驴文化装修上。驴文化体系，然后做什么驴宴。烧烤店，涮驴，嗯，炒菜为主。

周庆一 01:46

驴肉礼盒也在里面卖，其实。

田振齐 01:48

里边也卖。

周庆一 01:49

那你礼盒的话，核心是在门店里面卖，还是有别的渠道？

田振齐 01:53

我们。就是我们是 96 年，10 年之后才做的饭店。96 年开始做驴肉，就是真空包装礼盒。它成为保定乃至河北的礼品。所以说你要到河北。这个正定机场。石家庄火车站。好多货都是我们的。

周庆一 02:15

明白。

田振齐 02:16

你说其他的店，我们有两个小加盟店，我不想提起他。

周庆一 02:19

嗯，好。我得说。你现在整体是最想推动的增长是哪件事？想做什么？

田振齐 02:27

我想这两个都想推动。一个是梨核儿这一块。或者未必是梨核儿啊，就是鱼肉把它加工了，怎么卖到更远的地方去？这个另一个就是饭店。怎么增加或者包括复制？

周庆一 02:44

你自己觉得如果只做一件事，你会选哪件事做呢？

田振齐 02:48

这两个呀。这我是都想选，为什么都想选呢？首先这个工业这个。这个饭店需要这个工队的支持，相当他的这个配货呗，支持他的后勤呗。这个供应链这块呗。再有这个食品公司。还有好多下脚料，他消耗不了。做做这个肉。也需要那个店去消耗。

周庆一 03:14

嗯嗯，你现在品牌包装我看一下，有吗？

田振齐 03:22

平台我们是注册的桃核。再一个就是，再一个就是。所以我们做了一个 IP 小旅游。

周庆一 03:38

这两年增长怎么样情况？

田振齐 03:40

这两年应该下降。

周庆一 03:43

下降，嗯。你们现在这个品牌在当地是属于头部的吗？

田振齐 03:50

在旅游上应该算头部的。

周庆一 03:51

旅游上是头部的，能排到第一吗？

田振齐 03:54

能排，我们是省级非遗，河北老字号。别看卖的不多，但是它还算一个头部的。

周庆一 04:09

对，你就可以给我看一下你的这包装。

周庆一 04:26

你找一下，你你网上找一下这个品牌。漕河驴肉。嗯，好。

周庆一 04:38

没事，我们也搜一下网上我们搜一下。

田振齐 04:40

嗯，你们只搜天猫什么的。

周庆一 04:42

嗯，就天猫你找一下。漕河驴肉看一下。有。现在是这个是吧？

田振齐 04:50

啊，对对对。

周庆一 04:51

嗯，你的漕河驴肉就是你的商标吗？这是商标。

田振齐 04:57

抓紧把咱们那个礼盒包装发给我。带包装的那个，老的老的，好嘞。

田振齐 05:16

现在我们最近搞个包装升级。

周庆一 05:18

嗯，对你，到时候新的包装更好，你现在整个，我们先一个个讲，我先了解一下你现在做，你的礼品的增长的一个卡点在哪呢？你现在觉得？

田振齐 05:30

现在就是驴肉非常紧缺。

周庆一 05:33

驴肉上上游紧缺。

田振齐 05:36

原料紧缺。价格。价格一高。就是大家拿它送礼都舍不得买的，都是。

周庆一 05:43

嗯，多少钱你现在客单价一份？

田振齐 05:46

客。200。怎么说客单？那200，我们这线下可贵，线下都是企业和什么送礼。都我们这一盒都几百块钱了。

周庆一 05:54

200 多是多少分量的？

说话人 3 05:57

600 克。

田振齐 05:59

这个大概卖小200，这个是 600 克。这个这个全利宴，这是相当于二斤吧。这个得卖400。

周庆一 06:12

嗯，OK。

田振齐 06:15

这个得卖300。这个是一斤八两。三六一斤八两。

周庆一 06:21

好，嗯，你现在这个品牌在当地大家都知道吗？当地都知道。当地都知道，送礼的话是不是都会选这个？都会选这个。嗯，那你的核心客群是当地人买多，还是外地人买的多？

田振齐 06:35

这个我们感到啊，都是我们当地人在买。

周庆一 06:39

都是当地人在买。

田振齐 06:40

哪怕是外地的当地人，就是徐，嗯，我们河北籍的，就保定籍的，或者主要是保定籍的。再有在机场。机场也不知道哪的人在买。机场和。火车站，应该有部分外地人买。但是从我们网站上，不是，天猫、京东这买的也都是。也都是什么呢？也都是本地人或在外地工作的保定人来。

说话人 4 07:09

他们会认你这个名字来买。

田振齐 07:11

认这个名字。因为这是个，他是保定的槐叶漕河，传统的就这么，我们也是，是吧？在这个基础上，发源地在这，我把它注册，提前注册了。

周庆一 07:23

嗯嗯，现在你其实整体这两年就是礼盒销量，因为上游的价格上涨，导致你客单价提升，销量也受损。

田振齐 07:35

还有一个，就是对政府这个八条规定的管制也是一方面。

周庆一 07:38

很多以前是政府送的。对，政府送的也不少。所以你现在等于说也要开发新的外地的这些人群，更多人来买你这个产品。

田振齐 07:46

更多人买这产品。我想这个。卖点不应该仅仅限于特产和礼品，还能从哪个角度？后来我琢磨个角度，因为它是油脂蛋白。能从油脂蛋白角度。我搜了搜什么鸡胸肉啊，牛肉啊，都是健身什么的。从这个角度能不能找突破点？从快消品这块。

周庆一 08:04

嗯，好，我很，我可以给你个很明确的第一个判断哈。第一个是你要做这个健身食品，这条路肯定不行。你这条路走不通的。它为什么呢？你想要竞争的进入这个全新的赛道，你竞争的那些企业做牛肉的，做这种轻食赛道，第一个你基因禀赋不在这。第二个，它的整个客单价成本比你低多了。而且驴肉它是一个很小众的。品类，你很难切入到这个赛道里面。其实你有一个机会。你是从 1996 年做到现在。对吧？你说当地人都知道你们这个品牌是都知道漕河。是每个人都知道吗？你觉得？

田振齐 08:45

其实懂驴肉的都知道，都知道保定，对不对？肯定都不是，都知道河北出驴肉。

周庆一 08:52

我知道河北出驴肉。

田振齐 08:53

第二个，河北两个地方，一是河间，一是保定。凡是懂保定的，保定都发现漕河，这个大家都知道。

周庆一 09:00

这大家都知道。

田振齐 09:01

没有争议。

周庆一 09:02

嗯，我给你的这个判断就是，你现在，我不知道当地哈，我认其实你有一个很大的优势没有发挥出来。你 1996 年做到现在，而且你现在成为了当地其实头部的驴肉。还算头部。其实是当地的一张旅游驴肉的一些名片。但是你的知名度还没大，没有破圈。就是简单来说哈，如像我，我知道河北保定的驴肉好。但是我并不知道你的品牌。你。

田振齐 09:32

但你细问之后，一搜都搜出来，连品牌故事都能搜出来。

周庆一 09:35

不能搜，搜是没有人会搜的，我简单来说就是啥叫品牌？就是我直接知道，你要让我直接知道，我到这里买，我一定要吃你们家的。要形成这个。其实你有一张很大的名片，你想 1996 年做到现在，当地的知名度其实我相信，像你说的，应该还很可以的。大家来宣传你，一般会怎么说？怎么介绍你？

田振齐 09:58

宣传。正宗漕河驴肉。

周庆一 10:01

正宗漕河驴肉，大家都会那么讲。

田振齐 10:03

原来我们大街上，我们那好多好多。

周庆一 10:06

是不是都叫正宗漕河驴肉啊？

田振齐 10:09

我是在这个基础上把它注册的。对啊，但是那个。所以说这是正宗的发祥地。

周庆一 10:13

嗯，你看我第一个是你要有个战略目标。你是一个金字招牌。但是你这个金字招牌没擦亮。就是你有很好的这个底蕴的，96 年到现在将近多少年？

田振齐 10:26

在政府荣誉我们得的不少，省级老字号，河北老字号。

周庆一 10:30

老字号啊，你现在的的问题是当地人知道或老一辈知道，年轻人和外地人不知道。你要做的是让所有外地人过来，马上知道我如果带一样东西走，我就带漕河驴肉礼盒。你其实要解决这个问题。那你看，

你现在第一个，你其实这个命名它成本是有点高的。其实大家如果不到当地，其实不知道漕河。对吧？要当地了解。如果其实你要开发新的客群，一个是年轻人，一个是更多外来客，要知道你这个品牌，要漕河这个品牌，要知道是，就像你讲的，你如果只选一家，就买我这个。你缺一句话，第二个，这两天您觉得自己符号是什么？嗯，超级符号你觉得是什么？

田振齐 11:17

你说我那找超级符号，我现在一个是有个商标，嗯，另外我们做的有 IP 小绿人。

周庆一 11:22

小绿人，那个 IP 有吗？

说话人 3 11:25

它是。这样的。

周庆一 11:28

曹浩我知道有 IP 那个小绿，那个。

说话人 3 11:30

我来看一下。

周庆一 11:32

我可以看看。

田振齐 11:34

我我我给我给你看。

田振齐 11:42

相册，我让他自己做一些表情。在下面。不应该在下面。

说话人 3 11:50

是四头小驴吗？

田振齐 11:51

对，我好像看到了。不是四头，不是四头。

周庆一 11:53

不是这个，这是一幅画。

田振齐 11:58

哎，是这个吧？这些表情类似这个吧？

周庆一 12:01

啊，我看到了。你觉得这个符号怎么样？这两天听下来感觉。

田振齐 12:06

我们早就有这个，我10年之前做的，嗯，这老做的不理想，来回换，现在又换成这个了。是的。这个大家还是比较喜欢，我那几头驴他们不太喜欢。

周庆一 12:16

这个，我刚这个驴不好。

田振齐 12:18

啊，你说的，你可以提。

周庆一 12:20

不是，他是什么？就是他没有把你的特点放大。我的想象力是什么？你要成为北京的类似全聚德。懂我意思吧？大家现在就是我们外地人去北京。吃烤鸭。要吃烤鸭我选谁？是不是选全聚德？对。这个是不是全国人民都知道？你要成为，如果大家去河北保定吃驴肉，吃谁？漕河驴肉。漕河驴肉，你要达到这个效果。其实你原材料的这个东西不是你能解决的。但是你假如这个生意要一直做下去，你传给儿子，往后传。你其实这个金字招牌把它放大，是一本万利的。但是你现在从话语体系到你的宣传，到你的这包装，没有把你的优势放大。

田振齐 13:03

我们有个广告语，保定驴肉源自漕河。

周庆一 13:06

这就很平啊，就。

田振齐 13:07

很平，也找不出别的方来。

周庆一 13:09

对，这个事情你要解决的，就是一句很精彩的这个话，然后呢一个符号能够把你当地做了酒店做几十年，这个当地第一品牌，我我觉得你就是要成为当地的一个代表品牌。我之前就是北京，北京知道这个全聚德，那个保定驴肉知道漕河驴肉。这是你的目标。其实这个是不是有感觉？

田振齐 13:31

这个原来我们做过一个品牌故事，现在在网上搜的，他们都是打着我们，包括每个驴肉店都说，我们这店是也是发源漕河，然后我们发扬光大的。对。都会帮你宣传。

说话人 4 13:41

如果大家都宣传漕河，嗯，这是一个符号，会更有。

田振齐 13:44

啊，他们都宣传我我是漕，保定就是发源漕河，然后我们从那学来的手艺，我们又发扬光大的，每个店都是这个。

说话人 4 13:52

实际上整体的市场没有被打开，然后你的市场份额又被其他人瓜分了。每个人都可以叫漕河。

周庆一 13:57

就是你现在有个机会点。就是你要把你的金字招牌擦亮。第二个，如果你现在还不擦，之后会模仿你的小品牌，会把你淹没下去。是。就是你讲那个，你讲正宗驴肉，找这个漕河驴肉，谁都能讲。这个那我也可以，我开个驴肉店，开个一年，我也可以讲这个话。是。然后来那个保定找驴肉，找另外一个那个小瘦驴肉，也可以讲。你有点可惜，就是现在你马上要做起来的，就是我觉得你有个很好的这个基础。其实依托你的这个门店，你有一个那么大的门店，我觉得这两个要把这个力量加起来。把当你的这个一几千平的这个餐饮。变成大家来体验驴肉文化的一个餐饮中心。这是一个基建，然后第二个要把这个品牌 and 这个礼品绑定在一起。你是有这个经营，因为大家为什么是最牛的？因为我在有一家最大的店。

周庆一 14:52

第二个，我的礼盒在机场就能看到。电商我做那么多年，但是怎么，不是讲故事，你缺。一句话。你现在缺一句话，一个符号，把你那么强的品牌的价值给说出去。就是。对，就是比如说我去了你这边之后，我带回去送给我同事，我说我说传哪句话？对。能借我很骄傲地说，哎，保定驴肉，漕河，那个保定驴肉就是看漕河，就类似这样的就是要要有这个自豪感。缺一个这个东西。嗯，所以我。

田振齐 15:25

我们原先有个广告语，嗯，也不算广告语，就我们宣传文章，全国驴肉看河北，河北驴肉出保定。

周庆一 15:31

啊，是的，就有这个句子。

田振齐 15:33

徐水徐水跟在漕河。是的是的。

说话人 4 15:35

你归根结底还是在宣传漕河，你在为家乡打广告。不是你自己。你在为家乡打广告。不是你。

周庆一 15:42

所以我觉得你有这个机会吧，我觉得方案班就是对于你的这个价值是，如果你把这个符号和话语定下来。其实你这个是一直可以努力做的一个事情，其实这个东西一直可以传下去，把这金字传传下去，但是你现在没有把之前的包装，把之前没那么多年的投入和这个金字招牌让大家都知道。这个是我们要在方案班你可以解决的这个事情。好吧。对，你的包装，就是你看我今天，我就包装我再提一个点哈。现在这个送出去礼品感不强。是礼品感。礼品感不强。他没有送出去，他没有，不像，当地的知名品牌，没有那个感觉。嗯，在这个上面，你其实价格200多不贵的，其实。200多我觉得不贵，如果我带一个这样的驴肉的这个产品，我觉得。200多才一斤二两。但你我看你那个礼盒还可以吗？礼盒大小还可以吗？但核心的是你怎么把它的价值感塑造起来。价值。价值感，好吧？这个田总，基本上是这样子，如果你过来的话，其实你看这几天，你的目标，要盘点你之前有哪些话可以讲，核心的话我。看到一个机会点，就是把你的金字招牌擦亮，要成为保定驴肉界的全聚德。

田振齐 17:01

我不提漕河了，谁还知道我是正宗呢？

说话人 4 17:04

所以那句话很重要。你要那句话不能为家乡打。

周庆一 17:07

对，这个是具体的要解决的这个词语的问题了，这个具体在我们了解你企业，你我们具体访谈了之后，我们可能帮你一起找出来。好吧。如果你来的话，你就具体，你是把你这个漕河驴肉，你要把它打造成，保定驴肉的全聚德，这个是你的可以奋斗的事。

田振齐 17:28

达不到，达不到全国。

周庆一 17:29

达，先成为当地知名，最知名，你现在你现在第一个就是，你说当地人都知道，但是是不是每一个人都知道？对。这个，甚至是当地的年轻人都知道，这是你的核心啊。先从当地扩展到全国，慢慢来。

说话人 4 17:44

我们认为知名度永远是不够的，大家都觉得。

田振齐 17:46

现在主要是买驴的都少了。他不是，他不仅是买这，还有散装驴肉呢，买散装驴肉也比较多的，是吧？

周庆一 17:55

嗯嗯，好吧，田总。好嘞。好。

