

张四斤 破火锅

录音主题：四斤

录音时间：2026年8月23日（周日） 23:32 - 23:48 （GMT+08）

智能纪要：[四斤 2026年8月23日](#)

说话人 1 00:00:00

进料，但是其实它的销售占比只有十桌里面只有一桌点。

说话人 2 00:00:05

我们主单价太高了吧。

说话人 1 00:00:06

对，我们单价是一样的，老师，都是58的锅底。但是因为它的辣度和接受程度，其实我们的占比只有十桌只有一桌点。

说话人 2 00:00:15

那是有。

说话人 1 00:00:16

就我们主要卖的，按桌这个建桌率来看，其实还是鸳鸯锅。

说话人 2 00:00:21

大家还是要那个综合一点的。

说话人 1 00:00:23

对，这是我们的主打产品。

说话人 3 00:00:28

不好吃就点大片毛肚，一桌至少点两份鲜鸭血。

说话人 1 00:00:32

爆破辣牛肉，嗯，然后耙鸡爪、起泡豆干和豆花。我们当时是有一个有个卖点，是我们所有产品不超过30。我们的分量是高于宁波同行20%以上。

说话人 2 00:00:46

但是我们的定价。量大，定价低。对。

说话人 1 00:00:50

这是一个合起来呈现的情况。

说话人 2 00:00:53

OK。

说话人 1 00:00:56

然后我之前还提炼过一个卖点，叫有料好锅底都在张四金。这是。不好意思。

说话人 2 00:01:05

算一个。

说话人 1 00:01:08

这是我们1.0版本的门店。有三家。就是砸，就是拆。我们是以这种超低成本在起的家。吹虚风。对，我们回本周期，头三家门店不到一个月。2.0版本门店呢，开始启用张四金破火锅，因为破火锅无法注册。当时我们主打产品就是这个锅底，所以把提炼出来以后，我就起了个叫张四金的这个名字。把它注册下来。这个版本也是我们以拆除废墟风为主。

说话人 1 00:01:42

这个阶段的回本周期大概在4~6个月。第三版本呢，是在我们发现门头没那么亮，在灯箱没那么亮的情况下。灯箱外面又加了发光字。因为破字这个，我们感觉破永远立不上台面。所以我们把破字去掉。这也是这家门店也是关，这是杭州的门店。然后痛定思痛之后，又回宁波继续干，把破字又拎了回来。

说话人 2 00:02:12

对，这个字多好，对吧？

说话人 1 00:02:15

把破字拎回来了，但是换了色。把绿色扔了，这是我们现在也比较心有余悸的一件事情，一直在怎么说犯膈应。就是这个绿色，我们还不知道到底要不要留。

说话人 2 00:02:29

你现在换掉绿色之后，生意怎么样嘛？

说话人 1 00:02:33

老门店是没有换的。老门店没换。新店继续换。新店，涉及到老店翻新，因为我们头一波回本周期很快的这些。所谓回本周期快的，低成本门店，已经发生了，就是比如说安全隐患啊，或者维修情况太严重。我们把它翻新。其实整体翻新之后，门店的业绩至少涨20%以上。但它不是门头的一个唯一因素，因为它有装修啊，有产品的变化。

说话人 1 00:03:01

这是5.0版本门店，我们5.0版本和之前版本最大的区别就是我们考虑要复制。复制我们这个做旧的这个环节就很难标准化。所以我们保留烟火气的情况下。把。红砖去掉了。但是很明显的。氛围不够。这两三家门店夜宵变差了。因为我们是做深夜宵，营业到3点。甚至基本上门店是5点之前没有打烊过。我们就把这个红砖去掉了以后，夜宵就差了，然后我们现在又把它拎回来了。是。这是我们6.0版本门店。这些做旧都是刻意去做的。这个氛围是加分的。

说话人 3 00:03:47

谢谢老师。

说话人 1 00:03:49

现在门店整体是没有话语体系的，我们一直在做加法，一直没做减法，所以门店就没有一直在说一件事情。然后这是现在。最新版本的门店的呈现情况。

说话人 2 00:04:02

嗯，好。我觉得还是很厉害的，你这个是，我觉得点在哪？你找到很好的一个生意的模式，其实就是极低的开店成本，但是又把这种开店成本变成了独特的风格，来这个揽货，造成总成本很低。第二个，这种总成本低的能够把通过菜品的优势让消费者感知到，这个是肯定的。第二个是你的你用的这个词语、话语，我觉得第一个破火锅一定要保留，这个是你找回来是很对的一个点。因为你叫张四金火锅就太，就是一个很普通的一个。破火锅和你的整个生意的经营逻辑，是不是都串联在一起了？你把它放大，戏剧性放大了。这个是你的很核心的一个点。我觉得你首先在于两个点上。

说话人 2 00:04:52

的一个问题现在。第一个就是你的核心大单品品牌话语的问题，其实没有找到一句话能把你的品牌核心的一个价值给放大，其实你一直在找这句话。是的。没找到。没找。包括你现在找的，这个肯定不对。你不能打这个有料锅底，把这个。你的成本加的很高。因为这东西跟你的生意的逻辑它是不贯穿的。你打了一个你有料，你料扎实。但料扎实背后是成本高。其实你卖的越多。你的整个越不挣钱。然后他的这个进台率你其实也看了也不高。

说话人 2 00:05:27

其实你的生意不在这，是在这，大家张自金货火锅，是大家就是来吃这个氛围，但是价格很便宜，这种夜宵生活喝啤酒，我觉得这个是你的一个整个价值的一个灵魂嘛，就过来大家在一个这个火锅店的一个夜生活是体验的很好的。不要去，你不能搞在食材上。搞在食材上去，把，特别是食材火锅，我们有个经验，不能把锅底的成本做高。因为你的价，你知道吧，火锅锅底的成本是占很高的，这个客单价占比的。对。你把锅底的成本，你越，你的这战略是锅底成本越做越低越好，不是越做越高。

说话人 2 00:06:05

我们做傣妹，你看，我们一直没有做，就是把做主打锅底，因为你主打锅底，你把这个成本加上来之后，你的整体成本会一下子上很高。你菜你可以点，可以不点，你可以多点一道，少点一道，锅底必须点，锅底是决定你核心点单，这个客单价的一个核心的根基。其实你的这个经营逻辑是，你打造一个锅底，它的成本越做越低越好。这个是你真有，速没早期的，就是一个锅底三块钱搞起来了，你这破火锅就是你要实现总成本领先，在锅底上应该做减法，不是做加法。

说话人 2 00:06:39

这是一个战略性的一个事情，第二个事情其实你要解决的，我觉得你的生意模式是很好的，就是我觉得破是没关系，就是开店总成本低，然后到点了快速翻新。因为一翻新就有新客，一翻新就有新客，而且你翻新的成本也是很低的。对。对不对？我觉得这是你的生意的逻辑，可以那么去干。

说话人 1 00:07:00

三年去一翻。

说话人 2 00:07:01

你的核心是什么呢？就是在产品上去造这个。造这个大单品，你现在其实前我看的几个品，对吧？你再翻一下，嗯，其他几个品。其实我觉得你的底层逻辑跟速鱼做平价火锅是很像的，但是你把它做得更有这种独特的风格了。一样的，但是要让他过足肉瘾，吃的爽。在这吃的爽。所以的话呢，你在这命名话语啊，我们就帮你去梳理，要去梳理的。有些很，挺大片毛肚，就挺大片就没那么好，这个名字。旗袍，爆破辣牛肉，这个很好。这个很有戏剧性。其实你推的这个组合，他还是要看，就整体他如果全点这个菜，他的整个客单价是多少？就最好他全点了，客单价就是维持了最好的这个水平。反正这个是你这个主打招牌菜的一个核心点。

说话人 2 00:08:01

回到你的这个生意经营逻辑哈，我觉得你的商业模式很好，你符号和话语解决一件事情，把你现在经营活动的最大价值点把它再放大。你看你张飞破火锅，一个破字把你经营的逻辑给放大了。缺个符号，你这这种风格我觉得还不错，但是我们看能不能找到一个符号，再把你这个价值再放大。

说话人 2 00:08:24

第二个话语，把你的不要聚焦在食材上，聚焦在你的这个核心的价值点，就吃的这个破破的这个风格感觉，带一句话让大家觉得很有吸引力。往这个方向去走。这个解决你的品牌的一个根基定性的一个问题。第二个你其实要解决这种老店，他顾客再来，复购，每次来还有的问题，你的酒水占动销怎么样？

说话人 1 00:08:49

20%以上。

说话人 2 00:08:50

20%，酒水利润高吗？

说话人 1 00:08:51

50以上。

说话人 2 00:08:52

那很好。我觉得其实酒水是你一个很重要的一个点，其实很多重要的利润点。这到时候我们可以去研究你的产品结构。就是第一个是在产品上，你产品其实整个基础还是不错的，因为你之前做的，我觉得很多不错，提升点的话可以帮你做提升，你还有一个做提升，因为你比较了解华与华方法，我跟你说的深一点哈。

说话人 2 00:09:13

好的老师。你在这个经那个来的话，4天方案班。你核心做的就是我前面讲的符号、话语，还有大单品全部更新，这个4天方案班你是马上要去做，拿到结果的，马上新的门头去做，老老门头翻新。对你来说更重要的是后面你有6次机会跟我们开线上经营会，线上经营会你前面动作如果做的扎实，我们帮你做一个事情，营销日历。你应该做营销日历。打节日。这个是你，对你帮助会很大的。特别缺。

说话人 1 00:09:45

是吧？我就写在我的需求。

说话人 2 00:09:47

是写那个写成，在这里面我。反正我第一个，因为我看到你现在你的基础在很多队列里学也很扎实，学那么多年做得很好，能够帮你去拉整年销量的营销日历是你马上，因为你学华与华有基础，可以干这个事。好的。这个是六次方案班，我们前期帮你把这个符号化也定了之后，你六次方案班我们在这个上面去使劲。好的。然后有任何过程当中，你可以跟我们来讨论这个讨论。

说话人 1 00:10:16

好的。好吧。老师，我还有一个点补充。我们现在的一个方向，因为我马上要打杭州市场，宁波我们相对已经饱和。对。我们一直是农村包围城市的。所以我们之前在桐庐有两家门店，在杭州桐庐。桐庐的第一家门店是改造店，也是花了3万块钱左右，嗯，翻新的，第一个月做了60万，嗯，11张桌子，嗯，第二个月就已经破百。然后但是后面的竞争就来了，当时是完全空白，只有我们是在做这种重口味重庆火锅的。然后我们想再次回到杭州的情况下，锅底这个事情就是像您说的，想办法降成本。对。想办法降价。我们现在的客单是102。还是有点高。有点。所以我们考虑的方向是，像现在比较火的，我们一直在看外部嘛。醉山城现在他已经做到18块钱的。锅底了。锅底了。那我们也去拆了，他18块钱其实是亏钱的。他一定是亏钱的。我们还是想，如果说锅底持续亏钱这事情，他肯定不太友好。对。他不长久。对。所以我们也是在想办法去降，通过锅底去降这客单。我们的桌均人数是2.7个人，这是我们拉的平均值。但是我们拉这个晚餐时段和夜宵时段来说，其实我们夜宵是。主力，也占我们营业额的主力。所以我们这个在这个事情上还是比较纠结。

说话人 2 00:11:49

嗯，就是锅底的这个。对。控制上，我觉得锅底这是一个，我们这探讨的一个事，这倒是你看一下这个成本打了几个，就是品，第一个我觉得对你的生意模式，你核心来的人群到底需要多大的锅？你的而且你主推的鸳鸯锅，鸳鸯锅的话其实最大的成本就在牛油锅上面。是。牛油锅上面这个成本应该占比多少？我觉得首先一条指标告诉你，就是锅底上不要想着挣钱，我觉得是不要亏钱，但是不挣钱，你核心挣钱的其实就在蔬菜一些，那个，这些菜品上，酒水上面。

说话人 1 00:12:21

我们这个四宫格的话，售价是58，卖一个我们亏12元。然后鸳鸯锅也是卖58，但是卖一个我们挣22块。

说话人 2 00:12:32

你不要推这个。

说话人 1 00:12:34

我。我今天您讲完课，我就给我们总数说，幸亏我们现在，我们都推成这样子了，所有的媒体推都推三斤油一料，我们现在占比是9:1，如果反过来。废掉了。我们现在。

说话人 2 00:12:48

你这个。

说话人 1 00:12:49

看的我都后怕。对。

说话人 2 00:12:51

我直接告诉你不要推这个东西。你告，你在张四金吃这个破火锅，他不是为吃这个牛油那个。就是过一个瘾。

说话人 1 00:12:59

我们也在问老顾客，就是我们做这个老友访谈会，嗯，做了15期，嗯，坚持每个月都做，就是想从顾客那里，嗯，不好意思。

说话人 2 00:13:09

没事，你说完这个啊。

说话人 1 00:13:11

就是问顾客到底因为什么选择张，嗯，愿意复购，嗯，其实大家说的一直都是锅底。一直说锅底，但是他们没有没有说特别明显的说你们家这个红汤锅比别人家好，嗯，他说你们家锅底香。

说话人 2 00:13:25

这个到时候我线上你，到时候我们会给你一个作业，好的，老师，线会教你做一个事情，你去做消费者的这个原话调研，好的，老师，做按照我们的方法全部整理好之后，我们来判断一下。好吧？这个是我一个课题。好的。

说话人 1 00:13:38

好吧。好的。

说话人 2 00:13:39

行，我们基本上这样，我觉得整体思路比较清晰，到时候我们现场在诊断完之后，线下方案班出哪些？以及后续的创业经营会，这个对你很重要的。我们这个当中能帮你拉整年，把有些淡季的，一些旺季的拉得更大，这个是我们核心重点，好吧？好的。你其实根基很好。嗯，谢谢了。好。

说话人 1 00:14:03
双月复盘会。

说话人 2 00:14:04
双月复盘。都可以，这个时间是比如说一个月开一次，反正就六次，随时都用，都可以，好吧？

说话人 1 00:14:10
我们现在是月月开。也是以数据为主要。

说话人 2 00:14:16
是是，一定要有数据，先制定找到问题，设定课题，落下去之后看数据反馈。好的。

说话人 1 00:14:25
挺好的。辛苦老师。

说话人 4 00:14:35
这是谁的杯子呀？这是谁的杯子？杯子。