



川渝麻辣火锅从直播间飘香全国

夜幕降临，重庆大街小巷中弥散着麻与辣的快感。一炉炉火锅渐次沸腾，翻滚的牛油，迸发出麻辣鲜香，令人欲罢不能。

而在直播间里，重庆火锅底料更是风靡全国，成为无数食客的心头好。如今，越来越多的火锅底料商家涌入直播间，有的一分钟卖断库存，有的使用“群狼战术”疯狂抢占流量。来自抖音平台数据显示，2024年，川渝火锅底料在抖音电商的整体GMV(商品交易总额)同比增长超84%。



刘一手重庆火锅底料等产品展示

直播间里找新增量 麻辣火锅底料一分钟卖断货

说起重庆火锅，不得不提刘一手重庆火锅。作为重庆的火锅巨头之一，自2000年创办以来，刘一手从一个街边火锅小店逐步走向全球，包括美国、西班牙、澳大利亚、加拿大、法国、德国等20多个国家和地区。

走进位于重庆(化龙桥)国际商务区里的刘一手重庆火锅总部办公区，电子屏幕上各地区刘一手重庆火锅门店的翻台、销量数据一目了然。随着数字时代的到来，刘一手重庆火锅除了搭建自有的数字化平台，也借力短视频和直播平台，打造品牌影响力、寻找新增长机会。

“无论是火锅门店，还是火锅食材、底料产业，如今在短视频和直播平台已经遍地开花。撇开销量，借助这些平台，能为品牌带来更大的曝光量。”刘一手重庆火锅品牌部线上平台运营负责人介绍，刘一手重庆火锅总部算是最早一批入驻抖音平台的火锅商家，多年前便开通了@刘一手重庆火锅账号，开始拍短视频，目前抖音粉丝量已超过90万。

去年5月，刘一手重庆火锅在抖音开启本地生活直播，首场直播第一天GMV就达到了1000多万元。截至目前，刘一手重庆火锅根据不同的节点，已有节奏地做了7场直播，品牌累计曝光量破千万，接下来12月1日刘一手25周年庆专场直播也令人期待。

看到直播间带来的效果，刘一手重庆火锅又在抖音平台开通@刘一手LIUYISHOU雷厉调味品专卖店，开启电商直播带货刘一手火锅底料。刘一手重庆火锅电商负责人介绍，从今年3月开始抖音直播带货以来，抖音渠道的销售额增长了30%。

除自有团队坚持每日直播外，刘一手重庆火锅还邀请头部达人和明星带货。在今年10月举行的重庆火锅节期间，头部达人直播带货刘一手重庆火锅底料，库存价值12元的麻辣火锅底料，开播一分钟便卖断货，产品销往全国各地。

在刘一手电商团队看来，电商直播具有较大的拓新优势，销售增量肉眼可见，且爆发力极强。

专业厨师当主播 直播间里教火锅底料烹饪方法

像刘一手重庆火锅这样，重庆火锅底料商家通过直播带货已是常态，还有的专门聘请专业厨师当主播，直播间里带货的同时还教观众如何使用火锅底料烹饪。

“这款麻辣火锅底料，不仅能煮火锅，用它水煮肉片也非常棒……”11月22日，位于渝北的重庆佳仙食品的两个直播间里，一男一女两位主播，分别在教观众如何使用佳仙锅主麻辣火锅底料烹饪水煮肉片。

“我们有4名主播是专业厨师，且都有6年以上的厨师从业经历。”佳仙食品电商部负责人罗利民介绍道，厨师当主播教做菜比单一的产品输出流量高许多，厨师主播们不仅擅长烹饪各种美食，还具备较高的表述、沟通和反应能力。

重庆佳仙食品是重庆以生产调味品为主的龙头企业之一。经过27年的奋斗，佳仙从单一的鸡精味精系列走向“多元化”发展，火锅系列就是其中之一。佳仙火锅系列分为商超产品和电商产品，线下销售佳仙重庆火锅底料，线上销售佳仙锅主重庆火锅底料，2019年入驻抖音开店，2020年开始直播带货。

“我们一开始都是熬过来的，线上与线下产



佳仙食品主播直播间里教火锅底料烹饪方法

品冲突，价格方面也极易产生各种问题，于是我们专门开发了电商产品。”罗利民说，开始进入直播带货时，也只有他一个人直播，一天开播6个小时，下班后还要从晚上9点直播到凌晨12点。

2021年，随着直播团队不断扩大，直播时长也不断增加，当年佳仙锅主重庆火锅底料线上销售额就超过了1亿元。2023年，佳仙锅主重庆火锅底料仅在抖音直播间商品交易总额就已达到8000万元。截至目前，2024年佳仙食品直播团队销售额已超过1亿元。

“群狼战术”抢流量 火锅底料单品卖出超5000万单

火锅底料在直播间超过1亿元的年销售额是如何实现的?“我们其实是做的店群，就是使用‘群狼战术’疯狂地抢占单品流量。”罗利民坦言，2022年，他带领的佳仙食品电商团队在位于渝北区上湾路的重庆广告产业园租下了1000平方米的办公场地，设置了20个直播间，直播团队人数也增加到了50人。

记者在抖音平台上搜索“佳仙”“锅主”关键词时，能出现锅主调味品旗舰店、锅主旗舰店、佳仙食品旗舰店、佳仙旗舰店等众多账号，这些账号粉丝量从几千到数十万不等，最多一个账号有近40万粉丝。

“这些直播间每天直播12个小时，单个直播间的销量可能不高，但目前加起来每天销售有20多万元。”罗利民介绍，目前直播间主要销售麻辣、青花椒、菌汤等几种口味的火锅底料。其中，2019年开发出来的爆款产品——佳仙锅主重庆老火锅底料50g独立小包装销量最高。

在抖音上查看，佳仙旗舰店中该商品链接截至目前已售3019万+件，佳仙粮油旗舰店中该商品链接截至目前已售超过1679万件，如若算上其他店铺内另一个链接，则已售累计超过5000万件(10袋/件)，预计销售额超过7亿元。销量排名前三的地区为广东、广西、江苏。

川渝火锅飘香全国 抖音电商今年销量增长超84%

近年来，川渝火锅凭借自身独特的麻辣风味、丰富的食材选择和深厚的文化底蕴，在火锅行业中占据举足轻重的地位。数据显示，2023年中国火锅行业市场规模超5000亿元，其中川渝火锅的市场占比约为66%。

火锅食材种类多，但味道的灵魂还是火锅底料。通过抖音电商，川渝火锅底料飘香全国，观众可以随时将其带回家。来自抖音平台数据显示，2024年，川渝火锅底料在抖音电商的整体GMV(商品交易总额)同比增长超84%。在平台实现动销的商家数量同比增长超90%，其中产业带中小商家数量同比增长超95%。

据抖音平台相关负责人介绍，抖音平台通过定期举办商家招培会、私享会、商家一对一上门拜访，同时对优质商家和达人的直播间，给予大促期间资源扶持，帮助商家提升直播间销售数据。例如，7月26日，抖音平台召开抖in源头优选重庆招培会、9月25日召开抖in源头优选成都招培会，吸引参会人数近400人。

目前进入冬季，抖音平台也正在为商家提供火锅应季营销活动加持——好物市集·入冬的第一顿火锅(活动时间11月21日-12月4日)，助力火锅底料商家冲刺冬季销售爆发。

重庆晚报-厢遇记者 张春莲

