

# “吃辣挑战”走红拼多多 湖南千亿零食产业跑出品牌新势力

5月16日,湖南缺牙齿食品有限公司(以下简称“缺牙齿”),一箱箱辣味零食被打包发往全国各地。公司生产车间,产线每天满负荷生产,日产辣味零食500万包,仍供不应求,生产排期超过20天。而在去年这个时间,缺牙齿的线下销售仅局限于贵州、云南、湖南等7个爱吃辣的地区,线上销售不温不火;品牌虽有18年历史,但并不为大众熟知,公司产能更是长期处于“跑不满”状态。

湖南有麻辣王子、劲仔等众多知名辣味零食品牌,一年时间,缺牙齿便从竞争激烈的辣味零食赛道火速出圈,线下经销商从7个省(直辖市)扩展至全国34个省级行政区,线上销量暴增,成为新晋网红零食品牌。

这背后,是缺牙齿找准“爆辣”的差异化优势,掀起全网“吃辣挑战”,成功“种草”年轻人,成为年轻人“必试的爆辣零食”。

2025年4月,拼多多“千亿扶持”推出“多多好特产”专项,诞生于湖南益阳、主打爆辣口味的缺牙齿,成为“多多好特产”重点扶持品牌,助力品牌持续扩大声势。目前,缺牙齿的日销稳居拼多多百亿补贴频道零食类目TOP1,店铺留言区也成了消费者吃辣挑战的交流窗口。

■文/三湘都市报全媒体记者 潘显璇 图/袁召辉

## 一场车祸“撞”出的品牌名

缺牙齿的老板徐卫民已年过六旬,留着短发,身材敦实,颇有几分商界老江湖的威严。谈及品牌来历,徐卫民满是追忆。

从1980年开始,徐卫民便在益阳市桃花仑农贸市场做生意,卖过小菜,做过熏鱼、卤菜生意,后来专门宰杀鸡鸭送货上门。

“2002年的一天,我骑单车去采购鸡鸭,途中发生车祸,连同门牙共磕掉了5颗牙齿。”尽管受伤不轻,但因为这笔生意非常重要,在医院简单进行止血、消毒后,徐卫民坚持踩着单车完成了采购、加工、送货。

因为这次特别的经历,2003年徐卫民注册了“益阳市缺牙齿鸡鸭总汇”营业执照。2007年,他创办“缺牙齿食品厂”,生产开袋即食的“瓦窑鸡”以及“黄金爪”等肉制品。

在市场监管部门的帮助下,工厂始终坚定地朝高质量标准、全自动化生产的方向发展。由于口味不错,缺牙齿慢慢在益阳打开了市场。

## 用极致辣度打开市场

稳健发展的缺牙齿,在2016年时已成为益阳知名的食品企业,在湖南也小有名气,但徐卫民已不满足于仅在湖南区域发展。“拓展品类、布局全国”这一战略,被提上日程。

“我偶然看到一篇关于休闲食品市场消费新趋势的文章,提到肉食转为素食成为一种新趋势,这给了我很大的启发。”念想之间,魔芋蹿进了徐卫民的脑海。

当时,魔芋爽产品已在市场上大卖。“魔芋淀粉含量高,有丰富的膳食纤维,是健康食品,深受年轻人喜爱。”经过考察分析,徐卫民认定魔芋大有可为,魔芋制品成为公司进军全国市场的选择。

在全国的零食版图中,湖南辣味零食产业宛如一颗璀璨的明星,既有麻辣王子、翻天娃、劲仔等辣味知名品牌,也走出了绝味鸭脖等卤味零食品牌。市场的认可促成了竞争的激烈,在湖南,生产各种辣味零食的工



生产车间内,正待机器自动包装的缺牙齿素牛肚。



缺牙齿成为“多多好特产”重点扶持品牌。

厂、作坊数量众多。

缺牙齿诞生于爱吃辣的湖南,辣味必然是魔芋新品的选择。但如何将辣味做得与众不同,让产品能从湖南众多的辣味食品中脱颖而出,成为徐卫民思索的一大问题。最终,徐卫民拍板决定,走差异化路线,主打爆辣口味。

为了做好爆辣口味,公司没少动脑筋。经过反复试验,公司研发了包括香辣素牛肚在内的4款即食魔芋零食。

徐卫民透露,公司产品爆辣的核心秘诀主要有三个:一是对辣椒进行了三次筛选,将辣素提取率提升至30%;二是辣椒由湖南皱皮椒和印度魔鬼椒通过配比调出,并采用了五小时古法油泼工艺;三是利用高压瞬时卤制技术,瞬间锁住辣味。

“当然,只有辣得过瘾还不够,还得吃得爽脆!我们的独家‘蜂窝锁辣’工艺,既能保证素毛肚的口感,又能让辣味层层释放。”徐卫民解释。

就这样,在2016年,4款爆辣的缺牙齿即食魔芋零食,带着公司走出湖南、拓展全国的重任,迅速在贵州、云南等多个爱吃辣的省份打开了市场,以学生、青年为主的年轻群体成为主要消费者。

随着爆辣食品的试水成功,缺牙齿的经营重心也随之转移至爆辣赛道。

## 借吃辣挑战狂揽全国订单

在消费数字化浪潮席卷全球的当下,零食企业在从区域品牌成长为行业巨头的进程中,电商渠道的布局已从“可选项”转变为“必答题”。

2022年,缺牙齿开始发力电商渠道,拼多多成为主阵地之一。在公司销售负责人刘晨看来,拼多多拥有庞大的用户,是农产品电商的领军者,拼单等社交裂变玩法更是流量利器,能让高频的零食消费实现快速传播与爆发。

记者注意到,在缺牙齿的其中一家拼多多旗舰店,迄今为止拼单量已超过200万包,30包爆辣素牛肚的售价23.9元,受到全国各地消费者的青睐。

“之前公司的产品是通过小卖部、商超等线下渠道销售,销售区域分布在贵州、云南等几个偏好吃辣的省份。布局电商渠道初期,我们调研分析发现,发往口味偏好非辛辣地区的订单,下单者基本是从贵州、云南、湖南等地去到其他省份学习、工作的年轻人。”刘晨说。

公司发展的转折,出现在2024年5月份。五一小长假后,公司电商渠道的订单突然汹涌而来,并且持续大幅增长。

原来,是有一位爱吃辣的美食博主,在网上分享了

自己挑战吃辣的视频,她一口气吃了10包缺牙齿素牛肚等产品,结果被辣哭。这一视频在网上爆火,众多或好奇或不服的网友,纷纷网购缺牙齿的产品来挑战自己的吃辣水平。

公司管理层敏锐地意识到,牢牢抓住这波泼天的流量,将给公司带来巨大的发展机遇。随后,以爆辣著称的缺牙齿,邀约各类达人进行产品体验,在拼多多的特批流量扶持下,在全网迅速掀起了一股挑战吃辣的风潮。2025年4月,甲亢哥来到中国,有粉丝递上了缺牙齿素牛肚,甲亢哥刚一品尝就辣得直跺脚。

随着“吃辣挑战”席卷全网,各地商家闻风而动,纷纷来到位于益阳的湖南缺牙齿总部考察并寻求合作。“2024年5月至9月,公司每天要接待一二十位寻求合作的外地商家。”刘晨介绍,公司的线下经销商原本只覆盖贵州、四川等7个爱吃辣的地区,短短数月时间,经销商就遍布全国所有省级行政区。2024年5月以来,缺牙齿的产品就处于供不应求的状态,由于产能跟不上,经销商的订单生产排期一度排到了90天后。

借着“种草经济”的东风,缺牙齿2024年的销售额同比增长4倍。这份亮眼成绩单的背后,是品牌对流量风口的精准把握与全渠道的深度布局。

## 用实业思维接住泼天热度

在徐卫民的办公室,放着一顶安全帽。2025年5月,缺牙齿香辣熟食研发及产业化建设项目二期奠基,目前正在加紧建设,徐卫民每天都会去工地视察。

实际上,自2022年布局电商渠道以来,缺牙齿的整体销售额就保持着每年20%左右的增长速度。公司此前就做了前瞻性布局,2024年初,公司新建的工厂开始投产。只是,徐卫民没料到,社交平台“种草经济”的火爆带动公司产品销量爆发式增长,刚建了新厂,产能又不足了。

根据规划,香辣熟食研发及产业化建设项目二期为5层楼共2万平方米厂房,总投资6000万元。

目前,在“多多好特产”加码扶持下,缺牙齿已实现日销500万包辣味零食的佳绩,对此,刘晨笑言:“不是我们太疯狂,是吃货们集体向泪腺发起总攻!”

值得期待的是,在建的项目二期厂房将于2025年11月投产,届时公司的产能将实现倍增,产品日销量将达到1000万包。

谈及未来规划,徐卫民表示,将持续加大在电商渠道的投入,深度挖掘拼多多等平台的潜力,借助平台大数据优化产品研发与推广。同时,积极拓展产品品类,开发不同口味的爆辣零食,进一步拓宽市场版图,立志将缺牙齿打造成全国乃至全球知名零食品牌。