

2024年FHC环球食品上海进口牛羊肉展(11月12日-14日举办)

产品名称	2024年FHC环球食品上海进口牛羊肉展(11月12日-14日举办)
公司名称	上海朗盛展览服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市金山区张堰镇松金公路2072号9106室
联系电话	18616866514 18616866514

产品详情

泰森食品

FHC专访

相信你一定不陌生“泰森”这个名字。

他就是专注于“小鲜肉”打造的企业——也是麦当劳、汉堡王的全球供应商——“泰森食品”。

本期展商访谈就来到了泰森，专访了泰森食品中国区市场部总经理詹钧文Brian Chan，由他同我们一起探讨泰森的故事以及更多鲜品行业趋势。

在小编来到泰森上海办公室后，首先吸引我的就是陈列在入口处的乐高模型，而詹总也为我们细心介绍了模型背后的含义，分别表示了泰森的产品供应链，从养殖、屠宰、加工生产，再到运输和分销的整体流程，具体形象而又清晰明了。

想要具体了解大家可以看我们的采访视频哦~@FHC上海环球食品展视频号

FHC上海环球食品展

, 赞4

01

泰森食品在中国的发展历程

泰森食品已有87年的历史，它起源于1935年，创始人John Tyson在美国阿肯色州成立这个品牌。距离2001年泰森食品进入中国，已有22年的历史。

2014年泰森食品收购了Hillshire Brands Company，其年销售额超过400亿美金，就此业务也更加多元化。在2020年，泰森食品宣布将中国地区的总部设于上海。

詹钧文：我从2014年开始就为泰森做品牌建设，在2015年，泰森食品就开始做一系列的小鲜肉广告，从此以后，泰森食品这个品牌就深入家喻户晓的人心。

02

先主打小鲜肉、预制食品后发先至

泰森食品以鲜品为名，保质期均在六至七天，在很多的渠道就有販售。

詹钧文：截止到目前为止，已经快十年的时间，我们在工艺上面也不断的突破，研发出很多的产品，比如去年上市的【十翅一桶】，这个产品的上市获得了消费者的喜欢。并且可以用空气炸锅等方法，让消费者在短短的一两分钟之内，就可以品尝到非常好吃的产品。

而【电烤鸡胸肉】自2017年上市之后，只要简单微波炉加热，短时间之内也能符合消费者在健康以及低脂做色拉等等的的需求。

十翅一桶

电烤鸡胸肉

今年5月泰森也乘胜追击，上市了一系列冷藏系列和鸡大胸类的产品，分成三种口味，分别是奥尔良口味，炙烤原味和武汉甜辣味。这些产品除了冷藏之外，还是即食的。这也是一次产品创新。

冷藏即食鸡大胸奥尔良风味

冷藏即食鸡大胸武汉甜辣味

詹钧文：五月份的时间开始，天气比较热，大家一起出来健身或是更多的体育活动，冷藏的产品是**。这是第一个系列冷藏系列产品，冷藏系列因为在便利超商以及一些卖场超市都受到欢迎。此外，我们还出了一系列鸡翅类的产品，叫做【即食香烤鸡翅根】的产品。

冷藏即食鸡翅根武汉甜辣味

冷藏即食鸡翅根香甜蜜汁味

这些产品是用差不多50克左右的大规格肉质饱满的鸡翅来制作的，有别于不同品牌或不同的制造商的鸡翅大小，能够更符合消费者需求，更肉食饱满。推出了两个口味，一个是武汉的甜辣口味，一个是港式香甜的蜜汁口味，这些产品都经过了24小时的秘制，真正能够入味，渗入了肉跟骨，全程采用无油工艺来烹煮，不添加任何一滴油，所以更适于在夏天，除了健身之外，嘴馋的时候，很适合消费者使用。

03

泰森在中国的“五全模式”

泰森食品在中国力推“五全模式”，即全球资源、全国布局、全产业链、全渠道销售、全蛋白质产品，通过全球资源的布局，将世界各地优质的鸡、猪、牛肉的原料合格安全地引进中国市场是泰森的目的。

泰森也借助了四大产业链的基地，将养殖、屠宰、深加工和仓储分销能力进行完美的整合，提升泰森服务全中国的产能以及供应的效率。

“我们的全渠道销售，不仅满足消费者各种购物触点需求，包括了电商、超市，还有外卖等等，还将产品更迅速地、更便捷地带到中国老百姓的餐桌上。”詹总为我们补充道。

04

定位“就爱小鲜肉”

詹钧文：其实在2014年决定做品牌的建设，做了一大堆策略之后，从2015年开始做广告，并且想要做更贴近的消费者，于是就有了一个非常的有趣主题，叫做“就爱泰森小鲜肉”。

小鲜肉是从2015年经过泰森的品牌推广，变成家喻户晓的一个名词，并且仅仅使用七个月时间就达到了76%的zhiming度，效率非常高。2020-2022年随着产品品类的增多及预制菜和空气炸锅美食等场景的流行泰森品牌紧跟市场需求传递出更为多元、年轻、欢乐品牌形象、结合社会热点、节日氛围场景渗透年轻生活方式。

05

蛋白质行业**的市场机遇与风险

2018年泰森食品在全球的业绩已超过500多亿美金，在全球的市场布局，包括了鸡肉、猪肉和牛肉，都处于lingxian的地位。

詹钧文：而在中国市场，猪肉的消费量还是第一名，但是*近五六年来，牛肉的进口量非常的高，尤其是年轻人都表现了对牛肉的喜爱。不管是有品牌与否，产品的质量与口味，仍然是消费的驱动力，这两个因素是这几十年来位居消费者所有决策的前两名，价格反而在质量安全之后。

詹钧文：机遇的部分就一定要提到一个新的名词叫预制菜。广义的预制菜除了中式的菜肴之外，还包括了西方的一些预制食品，比如汉堡包等。讲中式的话，就是鸡肉牛肉猪肉，本来是一些餐厅的名品菜肴，转化成冷冻的食品，然后在家中使用，这也是目前市场的趋势。除此之外，还有一些家里常用的菜肴，比如说宫保鸡丁，酸菜鱼，甚至于梅干扣肉等等，也成为了现在的流行预制菜。而如何将食品的加工以及整个QA的管制，能够运用在预制菜上面，甚至于领导预制食品在中国的发展，这就是泰森的挑战跟机遇。

06

**合作伙伴FHC，2023现场见！

詹钧文：从2014年品牌建设开始，公司几乎每年都会参加FHC上海环球食品展。

FHC基本上就是一个消费者盛会，同时也是客户的盛会，更是品牌的盛会，每年我们都要花很多的时间在展位呈现上脱颖而出，细心准备企业手册以及精致的陈列布置，还有一些消费者活动。我们也会把销售团队全部都叫来，参加每年一度的盛会，是非常有趣的和有收获的体验。经过了这么久，FHC会更加的茁壮，也很荣幸能够跟FHC能够持续的发展。

@2021FHC现场