

# 2024中国预制菜生产加工及包装设备展览会

产品名称	2024中国预制菜生产加工及包装设备展览会
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

- 1、米面制品食材：饺子、馄饨、包子、粽子、汤圆、春卷、麻球、饼类、糕点等速冻预包装食材；
- 2、果蔬制品食材：冷冻/速冻蔬菜、预包装蔬菜、蔬菜调理食材等；
- 3、有机食材：各种新型有机食材、生态养殖、种植基地及豆制品、杂粮制品食材等；
- 4、肉类、禽蛋类：冷冻/冰鲜肉、家禽肉、分割肉、及肉制调理、禽蛋类食品等；
- 5、水产类品：冷冻/速冻水产，水产调理食品、深加工水产制品等；

6、原料辅料：冷冻食品原料、配料、馅料、调味料等；

7、配餐调料：火锅调料、食用油、味精、鸡精、酱油、食醋、调味酱、汤料等；

8、机械设备：冷冻食品加工机械、预制菜处理设备、冷藏冷冻设备、中央厨房全套及配套产品技术、智慧厨房设备、包装机械、食品杀菌设备、保鲜速冻制冷设备等；

9、包装材料：预制菜包装盒、包装袋、各种复合材料、金属材料、纸质材料、玻璃材料、防伪材料及各种材料与制品等；

10、冷链物流：生鲜及冷链配送技术、冷链物流、保温系统及材料、仓储及fuwushang、冷藏冷冻装备、食品保鲜设备、冷链仓储及搬运设备、冷链信息系统、冷链监控系统等；

11、连锁企业：餐饮加盟企业、火锅连锁企业、中餐、西餐连锁企业、快餐连锁企业及服务类企业等；

12、新零售：智慧餐厅（自动售餐机）、信息化fuwushang等。

“灌汤新一代，加肉不加价……”

## 思念灌汤新一代TVC引爆网络

兵马未动，广告先行。

灌汤新一代，作为思念经典畅销产品——灌汤水饺的升级，承载着思念做灌汤水饺的初心和匠心。因此，灌汤新一代在正式上市之前，围绕它的营销造势已经拉开帷幕。该营销战役首先在官方微博打响。

8月31日，思念食品在官方微博上启动“饺个朋友吧”活动，放出一张速冻水饺横截面，它皮薄馅大，汤汁四溢，丰富的肉粒更是让人食欲满满。思念食品邀请粉丝们参与有奖竞猜，“水饺的含肉量有多少”，通过设置悬念，既突出灌汤新一代的卖点，又聚拢人气，为产品上市蓄势。

思念食品，赞379

接着，在灌汤新一代上市时，推出《灌汤新一代，加肉不加价》TVC，在双微一抖等平台发布。该TVC最大的特点是音乐旋律简单明快，朗朗上口，舞蹈动作简单易学，和当年雪王的《蜜雪冰城甜蜜蜜》可谓有异曲同工之妙。再配合高频次、全媒体矩阵的投放，潜移默化地将“思念灌汤新一代，加肉不加价”的理念植入消费者意识中。

TVC发布后，思念食品与douyin合作发起“全民任务挑战”，激发消费者模仿TVC跳舞的热情，并联合剧情类、美食类KOL的影响力精准种草产品，扩大思念灌汤水饺的覆盖面和zhiming度，并通过douyinKOL直播带货，助力产品销售转化。

在进行线上推广的同时，思念食品策划“全国百城达人探店”活动，邀请全国各地的探店达人打卡各地商超，通过现场品鉴试吃、人偶互动等形式，让消费者身临其境地感受灌汤新一代的产品卖点，皮薄馅大肉多。

思念食品精选宜昌和中牟两个城市作为试点，开展“寻味百城知思念”大篷车路演。路演恰逢中秋和国庆双节前夕，思念在活动现场搭建醒目而喜庆的促销展台，突出品牌，tisheng品牌影响力；路演在举行试吃促销的同时，还设置猜灯谜、后羿射日、投沙袋等互动小游戏，利用电动车、空气炸锅、手推车等奖品，聚集renqi，将灌汤新一代与本地饮食文化深度绑定，挖掘城市认同感，引发消费者共鸣，由体验转化销售，促进思念品牌影响力和销量的双赢。

此外，思念食品还策划试吃mai家秀征集活动，引导粉丝参与晒单赢奖互动，产品圈层扩散，增加二次复购，形成销售转化的闭环。

作为曾经赞助过《爸爸去哪儿》等zhiming综艺节目，并从中尝到营销红利的品牌，思念食品在营销方面一直走在速冻食品行业前列。思念灌汤新一代，经过系统化的推广营销，实现从品牌推广到消费者普及到销量转化完美闭环，焕发灌汤水饺新活力。

2加肉不加价，让利经销商和消费者思念灌汤新一代“真中”！

作为一款经典产品的升级版，思念灌汤新一代在引爆网络的同时，也在经销商中引起轰动，博得经销商和消费者纷纷点赞。

记者见到经销商王强时，一辆满载思念灌汤新一代的车停在店门口等待配送。王强介绍，他自思念灌汤水饺推出以来就开始发力，销量一直很好。灌汤新一代，既有对原灌汤水饺的传承，也有巨大的创新和突破，在提升馅料含量的同时，还增加肉含量，这让它口感得到显著提升。“馅料含量最低52%，肉量增加66%，这对企业成本控制是个巨大的挑战。但是，思念灌汤新一代加肉不加价，让利经销商和消费者，用一句河南话说‘中，真中’。”

“我这边马上断货了，你能不能给我发点灌汤新一代过来。”经销商李辉也在为灌汤新一代忙活着。他店里的灌汤新一代上市后一直处于供不应求的状态。他分析，灌汤新一代热销，除了皮薄馅大肉多外，还因为饺形更接近手工包制。“现在人们在饮食上追求手工，因为有情感温度，就像妈妈做的味道。灌汤新一代仿手工包制的饺形，形态饱满，满足消费者潜在心理需求。单个20克的克重，也更接近家里包的饺子，吃起来更过瘾，进一步深化手工标签，很受消费者欢迎。”