

# 医学药品低温运输 上海到昆明 准时发车 冷链物流专线 踏信

|      |   |
|------|---|
| 产品名称 | 医学药品低温运输 上海到昆明 准时发车<br>冷链物流专线 踏信                          |
| 公司名称 | 踏信冷链物流（深圳）有限公司  |
| 价格   | 300.00/吨  |
| 规格参数 | 全程温控范围:零下18 冷冻 0-10 恒温冷藏<br>业务类型:整车零担<br>上门提货:深圳 东莞 广州 佛山 |
| 公司地址 | 深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾<br>龙物流园1栋103                        |
| 联系电话 | 15986619992 15986619992                                   |

## 产品详情

-03-

强化品牌IP，塑造终端生动形象多多熊是淇乐多的IP，而此次淇乐多围绕多多熊进行了一次IP升级，那么它是如何做的呢？首先是突出IP视觉，采用蓝底白星，让视觉更具冲击力，能够快速被消费者看到并且留下较为深刻的印象。其次是IP趣味化，此次多多熊的IP造型以巫师的风格为主，可爱的多多熊戴上了蓝底白星的巫师帽，看上去更加具有趣味性和神秘感，而这种年轻化的造型也更容易吸引年轻人的关注。后就是围绕IP打造周边产品，值得注意的是除了围巾、抱枕之外，此次淇乐多还为经销商打造了极具辨识度的多多熊IP周边产品，冰柜。蓝底白星为冰柜的主色调，加上多多熊可爱且睿智的IP形象，让经销商的冰柜成为一个亮眼的吸睛广告位，能够有效地帮助终端门店引流。我们可以看到，多多熊的IP形象的塑造，目的很明确，那就是吸引消费者关注，强化品牌认知，帮助终端吸引liuliang，从而获得更大的动销机会。-04-推出“大宋冰器谱”的副品牌打造情怀文创产品2024年淇乐多重点打造了一个“大宋冰器谱”的副品牌，将开封的符号，大宋的标签变身成大宋文化趣味雪糕。推出围绕开封文化的包大人和包公糍，白底黑子的包装极具视觉冲击，而包大人的雪糕造型也将消费者带入了熟悉的场景。除此之外还推出了清明上河图里的冰淇淋系列，乌梅陈皮饮和乳糖浇，前者是乌梅陈皮口味雪泥，后者是红豆红糖口味冰棍，足以吊足消费者的胃口。可以说大宋冰器谱围绕开封文化，将开封地区特色人物和历史化身为文创雪糕，是冰淇淋品牌进军文创雪糕市场的成功。与其他地域限制性较强的文创雪糕不同，包公人物全国人皆知，而无论是清明上河图还是乌梅陈皮饮，也具有较高的辨识度和传承性。因此虽然沿用开封的历史，但却能够传唱全国。-05-返璞归真，低价不低端在完成产品创新、品牌升级、IP塑造三大任务之外，淇乐多冰淇淋在2024年主导低价不低端的品牌战略。据悉今年的产品价格带在1-5元之间，而这也将成为冰淇淋行业未来的主流价格带。虽然零售价格较低，但淇乐多给予产品的品质并没有变化，甚至采用更好原料来强化产品品质。2024年淇乐多或将是那个将三只松鼠“高端性价比”战略执行到位的冰淇淋品牌。事实上中国冰淇淋在产品升级、渠道升级、品牌升级的过程中，价格曾经畸形化发展，过高的零售价不仅将消费者导向茶饮产品，更在消费者心中留下了雪糕刺客的印记。诚然冰淇淋产品真的是越卖越贵吗？事实上大多数“雪糕刺客”往往通过营销策划来tisheng产品价格和bige，但并未对产品本身

进行深度打磨。所以消费者认为花大价钱购买冰淇淋的体验太差，所以在这样的大环境下，中国冰淇淋产品价格将逐渐回归到正常范围内。但低价并不意味着低端，谁能在低价格中生产出让消费者较好的产品，谁就是未来冰淇淋行业的lingdaopinpai，显然淇乐多已经拿上了这张门票。