海鲜生蚝冷链运输 佛山到赣州 冷链物流专线 准时发车

产品名称	海鲜生蚝冷链运输 佛山到赣州 冷链物流专线 准时发车
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	200.00/吨
规格参数	全程温控范围:零下18°C冷冻 0-10°C恒温冷藏 业务类型:整车零担 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号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

产品详情

关于营销，在相对保守的冷冻食品行业，很多品牌惯用的切入口依然是产品，传播的口号多是“ XX产品，好吃美味 ”，看起来没什么创意，就是大声吆喝卖货。这种有着底层营销逻辑的方式也有好处，即可以基于产品去更快更准抓住消费需求，但如今，消费需求结构已经改变，营销逻辑自然也要跟着升维。△图片来源：思念食品2019年，“ 尼尔森 ”曾对中国冷冻食品市场进行深度研究，发现90后已经成为消费主力，且冷冻食品赶超其他快消品，增速快，饺子、汤圆作为大子品类，占到冷冻食品市场总额的90%，其中饺子的占比更是超过50%。2020年，疫情助推，冷冻食品在天猫销量同比增长4倍。央视财经报道，25岁以下的用户占比增长明显，许多冷冻食品烹饪视频在社交媒体广为传播，80、90后同时还是线上冷冻食品的主力军，这也为冷冻食品的持续走高奠定了坚实基础。对于冷冻食品企业来说，如何把握90后消费群体的新喜好、新风尚，集中自身固有优势，发力情感营销，成为其逐鹿冷冻食品市场的关键。毕竟，伴随互联网成长起来的90后，更会娱乐，也更懂生活，对他们来说，跨界营销已经融入他们的消费基因，他们吃的不是食品，而是情怀、是情感、是共鸣。就像，周杰伦新歌《说好不哭》上线，仅仅100分钟，销量就破1000万，直接挤崩服务器，热情退后，人们发现，让大家陷入疯狂的不是歌曲本身，而是情怀；网友不一定对李佳琦推销的产品感兴趣，但心灵上的共鸣会让他们着了魔一样下单。春节作为冷冻食品的特殊消费场景，自然也是品牌进行情营销的一个契机。思念食品化有形为无形，更多用情感进行多方面结合，建立品牌和消费者的心灵沟通，行为堪称大胆，且极富创造性。业内人士分析，广告如此成功，或许在于，借“ 牛 ”在生活中已经具备的丰富内涵和使用场景，把品牌名和生肖IP完美融合，把“ 牛 ”蕴含的寓意和品牌调性划等号。△图片来源：思念食品通过当下年轻人寻找共鸣、减轻压力好的方式——脱口秀去演绎。由第三季脱口秀大会冠军王勉将看似严肃、沉重的话题，用轻松诙谐的方式呈现，符合年轻人的胃口。打进年轻人圈层，使品牌表达更个性化、年轻化，思念食品在塑造品牌的道路上又迈上了一个新台阶，跨界传播也使得效果更加高效。