# 冷链物流专线 踏信 佛山到扬州 国内冷链运输 上门提货

| | |
|---|---|
| 产品名称 | 冷链物流专线 踏信 佛山到扬州 国内冷链运输 上门提货 |
| 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<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号乾龙物流园1栋103 |
| 联系电话 | 15986619992 15986619992 |

# 产品详情

对于消费者来说，不管内容如何变化，购买路径始终是从认知到信任的一个过程，想要消费者对品牌产生认同，不是因为内容有多热门，而是要真正触达他们内心。“ 思念 ”，是一份美好记忆，更是一份美好情感，本身就很温暖，从这两个自带温度的字出发，去一步步征服消费者，思念食品的“ 野心 ”不言而喻。他的设计逻辑是，把年轻人对亲人的情感，连接到自己品牌身上，在完成品牌调性输出的同时，给品牌加注信任筹码，随着信任的不断加强，终在消费者心智建立一个选择，买产品找思念食品的理由。△图片来源：思念食品有了这个理由，就有了对品牌有力的抓手。在产品端，凭借高信任度更好卖货；在品牌端，给消费者赋予有温度的形象标签，实现一次次有效传播。从1997年创立至今，消费者记忆中的思念食品，更多还是电视广告中的饺子、汤圆，是产品累积的“ 传统品牌 ”，但年轻消费群体的崛起，让品牌升级、品牌年轻化势在必行。思念食品赋予牛年春节广告这样一个全新理念，也是再次想把自己做食品的初心和执着，讲给消费者，那就是：让“ 冷冰冰 ”的冷冻食品变成有温度的美味飞入寻常百姓家，建立人与食物的美好关系。毫无疑问，思念食品这波品牌营销操作非常到位，传播时机卡点，深入人心，为品牌塑造再次加分。