

2024年中国（郑州）冷冻与冷藏食品展览会-8月8日-10日

产品名称	2024年中国（郑州）冷冻与冷藏食品展览会-8月8日-10日
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区虹桥路355号城开国际大厦8楼
联系电话	17321018769 17321018769

产品详情

盘点近几年的明星大单品，烤肠估计能排到第一位。作为高增长、大品类且处于上升周期的产品，它吸引了一大批头部企业入局。安井食品就是代表之一。

2022年，安井推出首支火山石烤肠，正式切入这一领域。此后，在口味、规格、包装等方面不断优化，在渠道和推广方式等方面持续发力。

今年，安井不仅将火山石烤肠提升至与主业火锅料同等的战略高度，还推出甄选火山石烤肠等多款产品。在各类大型推广活动中，火山石烤肠都是主推品项。

那么，作为综合型速冻食品行业巨头，安井如何打造火山石烤肠？

冷食传媒 | Rose

1

烤肠赛道进入“4.0时代”

作为消费者最熟悉的小吃之一，烤肠充满了烟火气，而且没有地域局限，有着庞大的消费群体和广阔的消费市场。具体到低温肉制品领域，烤肠是份额最大的单品，有着近千亿元的市场规模。来自弗若斯特沙利文咨询的数据显示，近几年，中国高温肉制品（如火腿肠）复合增长率为3.7%，而低温肉制品（如烤肠）复合增长率则达到10%。从发展历程来看，起起伏伏，几乎都与肉含量都关。有资深从业者曾系统地梳理烤肠发展

1

1.0时代：2004年之前，波澜不惊，行业规模在10亿元左右。原辅料方面，以猪肉为主，天然肠衣和蛋白肠衣各半，主销渠道为休闲商业网点。

2

2.0时代：2005-2010年，高速发展期，行业规模在50亿元左右。原料以鸡肉为主、猪肉为辅，蛋白肠衣为主，天然肠衣为辅，主销渠道为学校、休闲商业网点。

3

3.0时代：2011-2015年，洗牌期，行业规模在40亿元左右，企业销量增加、销售额下降。以鸡肉、淀粉和蛋白肠衣为主，主销渠道为学校、休闲商业网点、餐饮食材通路等。

4

4.0时代：2015-至今，烤肠业“重生”，持续高速增长。一方面，品质升级，以猪肉原料、天然肠衣为主，以“火山石烤肠机+烤肠”的差异化识别度，凭借“高含肉量”重新赢回消费者的信任；另一方面，消费场景和销售渠道不断丰富，B端、C端市场均不断拓宽，进入深耕场景的时代。

崆崆崆重新进入“吃肉”的时代，新的行业格局尚未形成，也是所有从业者做大、做强这个大单品的黄

2安井火山石烤肠全面焕新升级

新烤肠的深受欢迎趋势，看正在回归的曾经的“安井低价山石烤肠”品质升级，吃“肉肠”已经重
2022年，安井推出火山石烤肠500g装，正式切入高含肉肠领域。

2023年，安井推出火山石烤肠700g、3.5kg装，进一步丰富产品包装规格。

2024年，安井推出火山石烤肠500g、700g、3.5kg装，进一步丰富产品包装规格。
同时，安井还推出了火山石烤肠的“升级版”，即在原有产品的基础上，增加“升级版”字样，进一步提升产品的品质感。
此外，安井还推出了“升级版”火山石烤肠的“升级版”，即在原有产品的基础上，增加“升级版”字样，进一步提升产品的品质感。

据行销数据，安井火山石烤肠在2023年销量突破1000万包，同比增长50%。

3

全方位多角度，做“安井式”新爆品

安井食品在2024年初的营销活动中，安井食品在营销推广中，将火山石烤肠作为核心单品，通过线上线下多渠道推广。

那么，具体来讲，2024年安井食品如何推广火山石烤肠呢？

据介绍，安井的火山石烤肠推广主要包括三个方面：

在销售端，安井将继续借力终端优势，大力推广烤肠产品，悬挂推广横幅等；

在渠道端，安井推出了经销商进货赠送烤肠机、围裙等物料的各种优惠政策；

在营销端，安井拍摄各类短视频或图文海报等文宣资料，在公众号、视频号、小红书、抖音

据了解，从开年至今，安井全国各大区先后举办了营销述职会，“火山石烤肠”是今年的重点推广产品之一。安井的全国销售终端今年都会聚焦火山石烤肠，大力推广和销售。随着市场的反馈，安井或将推出更多口味和规格的产品，以满足不同消费渠道和消费场景的需求。注：本文为合作推广。

2024年度三展联动

2024年5月16-18日广州广交所展馆，冻立方·第15届广州餐博会暨中国米面食品产业展览会

~~2024年5月19-20日厦门国际会展中心，中国（厦门）冷冻冷藏食品展、第十二届中国火锅料节&中国（~~

2024年8月8日-10日，郑州国际会展中心，第17届冷冻冷藏食品展、第3届中国预制菜展览会