

惠州到郑州 预制菜冷链物流 生物电子冷冻 欢迎致电

产品名称	惠州到郑州 预制菜冷链物流 生物电子冷冻 欢迎致电
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	上门提货:深圳 东莞 广州 佛山 时效保障:2-3天 温控可调范围:冷冻-18 到-25 冷藏0到10
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

2

99岁的五芳斋

??“???”

在冻品行业，品牌年轻化的“佼佼者”，是五芳斋没跑了。五芳斋品牌中心总经理徐炜也表示，五芳斋很早就意识到了品牌老化的问题，重塑品牌的实验也开始得比较早。2008年，五芳斋在拓展全国市场时意识到，全国市场对于五芳斋的品牌认知存在问题。于是，五芳斋开始在各个层面上重塑品牌，包括聘请咨询公司、广告公司、包装设计公司帮助打造品牌。2011年，五芳斋提出企业转型，三个转型方向之一是从区域品牌转型全国品牌，借助商超、大卖场等渠道销售预包装产品，将一个发源于嘉兴的区域品牌变成一个全国品牌。徐炜表示，直接的担忧源自于年轻人，担心未来100年，年轻人是否还会喜欢特别传统的产品，“首先我们想到的是，让年轻人对刮目相看。也就是说换一种角度，让他们感觉到我们其实是会玩的。”徐炜说的年轻人指向Z世代，也就是95后、00后。对于五芳斋而言，广告推动了“五芳斋”这家的品牌形象在短短3年内迅速年轻化。五芳斋原本的消费群体年龄跨度覆盖25-80岁，但现在五芳斋吸引了更多25-40岁的城市中产阶级，例如“精致的妈妈们”、“新锐的白领们”，以及90后、00后的Z世代年轻人。图片来源：五芳斋@新浪微博围绕着“品牌年轻化”的大主题，五芳斋推出了一系列节日广告片。广告风格、题材内容每次都在变化，但保持了一以贯之的脑洞清奇，令人“看不懂”、“放飞自我”。例如五芳斋在端午期间推出了一组广告片《找呀找呀朋友》，内容是五芳斋与AKOKO、钟薛高、拉面说推出联名款。但像诗歌一样的文案，配上小孩子奔跑、倒立等意义不明的动作，加上与之前的广告截然不同的风格，让不少观众打出问号。而五芳斋的广告不限于传统节日，也有大量的30秒的广告片以日常生活为题材。在今年的疫情期间，五芳斋也做了大量短视频。今年上半年，五芳斋总共拍摄了41支短视频，端午节期间就有23支。图片来源：环时互动在广告创意之外，五芳斋的广告片也与常见的品牌广告有相当多的差异：广告内容围绕品牌产品，但却注重广告片本身情节的吸引力；在媒介投放上的预算较少，也不做大规模的广告投放，但广告转化似乎不错，这与常见的品牌广告差别很大。

