

【新闻稿】

## 这个春天，奥利奥粉了

- 奥利奥推出了春季限定新品奥樱花抹茶味和奥利奥白桃乌龙口味
  - 邀请了当红小花李沁作为奥利奥花样大使
- 与当红国货完美日记进行跨界合作，强化奥利奥品牌资产

2020年4月2日，上海——随着樱花的开放，各地疫情防控都迎来了向好的转机。近年来，每到三四月份，樱花的关注度便直线上升。伴着樱花烂漫，大家纷纷被粉色刷屏。随之而来的是众多以樱花为主题的产品层出不穷，零食品类更是五花八门，琳琅满目。在刚刚过去的三月，亿滋中国旗下的经典品牌奥利奥也推出了“赏樱花，品奥利奥”的系列春季新品，凭借花式营销赢得了一大波年轻人的追捧和热议。



在零食市场日新月异的当下，人们的零食消费习惯正在从单纯的享受型，向求新求异与情感交流方面发展。亿滋大中华区饼干市场部副总裁袁冬青女士表示：“今年奥利奥推出春季限定新品，是基于我们的市场洞察，对品牌资产的大胆突破和持续加强。在春天，赏樱是一个自带流量的热门活动，同时东方茶文化也越来越受到消费者的喜爱。奥利奥有着雄厚的消费者基础，我们有责任满足消费者求新的需求。此次创新我们从奥利奥经典的饼干颜色入手，大胆变粉，配以清新的抹茶、乌龙茶口味，给人们以‘赏春樱，尝美味’的乐趣。同时配合一系列移动端的推广活动，让奥利奥成为今年春日最亮眼的小零食。”



### 瞄准樱花热点，做到产品极致化

亿滋旗下的奥利奥品牌是无数人心中零食经典，它推崇和消费者“玩在一起”的品牌理念，并在口味和营销形式上不断创新，给消费者带来各种惊喜。此次，奥利奥抓住了春季热门口味这个大趋势，借助樱花季的热度，果断推出两款季节限定夹心饼干产品，即奥利奥樱花抹茶味和奥利奥白桃乌龙口味，从产品的口味，颜色，包装设计等多角度激发消费者的购买欲，奥利奥史上第一次变粉，配合粉绿抹茶夹心，直击少女心。同时上市的还有奥利奥巧脆卷春季限定超值套装，巧克力、香草、樱花抹茶一包尽享。



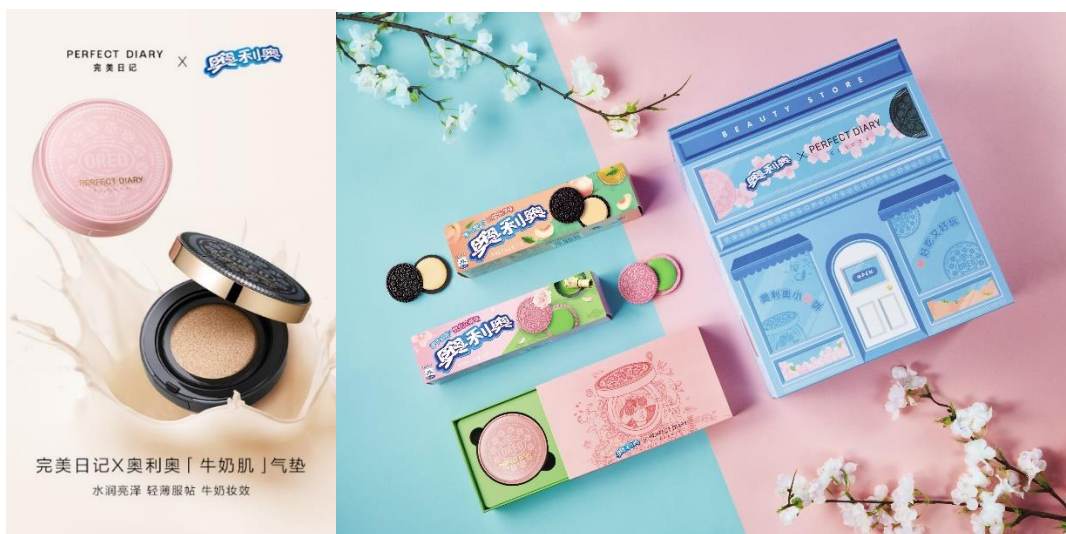
深谙“颜值圈粉”的道理，品牌一改经典蓝色外包装，以吸睛的粉红、粉橘色加樱花和白桃点缀外盒，打开纸盒，春日好樱缘、为你桃醉、你可真桃气等6款俏皮可爱的创意独立小包装都带有满满小心思，进一步加强了新品的社交属性。让消费者大呼完全就是春天里大家的心里话，每个细节都令人“玩味”。

## 明星与跨界品牌加持，强化品牌资产

奥利奥在春季新品的推广上还选择了女明星的加持，邀请了当红小花李沁作为奥利奥花样大使，她清新甜美的气质与新品高度契合。李沁还在小红书上发布居家 Vlog “春天吃什么”，加入了动手制作奥利奥创意料理大军。延展了奥利奥各式花样吃法，拓展食用场景，让消费者真正和奥利奥玩在一起。



此次，奥利奥还给了消费者另一个意想不到。他们瞄准了年轻女性消费者的兴趣点推出了带有合作款气垫粉饼的限量礼盒。与当红国货完美日记进行跨界合作，以奥利奥春季限定产品为灵感，推出了两个颜色的粉饼，奥利奥白桃乌龙味化身的黑气垫，而樱花抹茶味奥利奥化身的粉气垫，可爱外观都直击少女心！完美日记利用高识别度的奥利奥饼干纹刻印设计粉饼外壳，让奥利奥的品牌形象更加深入人心。



该联名合作产品 3 月 25 日在完美日记京东自营旗舰店上架，当天即刻售罄，现在可谓是一【饼】难求。同时，奥利奥和完美日记还将推出 1500 个限定礼盒“美妆小铺”，进一步从产品

开发上迎合了年轻女性和审美和需求。该限定礼盒于4月9日正式上线，目前已开放预约。奥利奥和完美日记的合作产生1+1>2的营销话题。



奥利奥春季系列产品率先在便利店首发，让樱花版奥利奥触手可及，有效地增加了产品线下曝光。移动端也发挥了空前的传播力，亿滋顺势布局了O2O，与饿了么联动、在淘鲜达等平台进行线上发布，在大家足不出户的情况下，送上“樱花”奥利奥。

