

奶糖味唇膏、老干妈卫衣、泸州老窖推出同名香水

老字号频频跨界玩转“年轻态”

拥有数十年历史的老字号们正掀起一场混搭跨界风。从大白兔和美加净联名推出奶糖味润唇膏，到这个中秋节老干妈新上了定制套餐，娃哈哈推出 AD 钙奶味月饼，一款款新奇的跨界产品，在网络及社交媒体上掀起了一波又一波的话题高潮。在产业不断升级以及行业竞争日趋激烈的背景下，这波由“情怀杀”、“回忆杀”所驱动的老字号“跨界之旅”能走多远？“年轻态”真能成为老字号们弯道超车的突破口吗？

■ 据《北京晚报》



大白兔润唇膏 上线“秒没”

“没想到抢个唇膏的难度堪比买张春运火车票。”9月20日上午10时,由美加净和大白兔联手推出的奶糖味润唇膏正式开售,售价为78元两支,不到2分钟,就被秒光下架。次日美加净紧急补货再次上线开卖,售价为80元两支,仍被抢购一空。客服表示,未来是否还会上架尚未接到通知。

记者了解到,这款润唇膏在产品包装设计上延续了大白兔奶糖的经典形象,消费者需拧开奶糖包装纸来拿出唇膏,可谓在外包装与大白兔传统造型极其类似,此外,这款润唇膏的主要成分是乳木果油、橄榄油、甜杏仁油等食品级植物精华,更融入牛奶精华,闻起来就有大白兔奶糖的经典甜香。这一润唇膏戳中了一批人的“童年回忆杀”,而迅速蹿红网络。

记者在10月9日发现,虽然美加净官方旗舰店已经下架了该款产品,但在淘宝的其他网店上,两支装的大白兔润唇膏标价已达到了148元,在二手网站如闲鱼上,更是最高被炒到了349元两支。此外,不断有网友在各个社交平台留言询问,此前美加净官方旗舰店预售的大白兔润唇膏10月10日后会陆续发货,有没有人愿意转让。

对此,上海家化美加净相关负责人表示,大白兔奶糖是几代人的集体记忆,更是“上海情结”的最好载体,在渠道营销和创意创新双重加持下便一炮打响。“尽管如今年轻人都可以很容易买到全球各地的进口化妆品,以及各色进口的糖果点心,但它们都难以取代很多人心中的老牌国货情结。我们认为,当这些老字号上升到了‘情结’的高度,便很难被轻易替代。”

老干妈卫衣亮相纽约时装周

“穿着老干妈卫衣,吃着辣到喷火的豆豉油辣椒,感觉自己也是个潮流青年。”网友“莉小哈”在微博上调侃着说。前不久,“老干妈”卫衣亮相2019春夏纽约时装周,成为话题爆款,一度登顶微博热词榜首。据了解,这款卫衣的主打颜色是正红色,与其玻璃瓶上公众熟悉的颜色一致。该卫衣正面印花是老干妈的注册商标加创始人陶华碧的头像。卫衣的左右袖子则印上了中文“国民女神”和英文“SAUCES QUEEN”(辣酱女王)的字样。有网友因此调侃称,穿上这件卫衣,感觉

就成了一瓶直立行走的“老干妈辣酱”。老干妈旗舰店也借机推出了售价1288元的“99瓶老干妈+OC定制卫衣”套餐,以及满1999送OC定制卫衣,满999送OC定制围裙等活动,并在活动主页上称,“国民到国潮,您就差一瓶老干妈。”值得注意的是,老干妈官方旗舰店主页的风格也换成了时尚的霓虹灯风格,系列产品外包装改成了当下最流行的波普艺术风,品牌模特则换成了酷炫有型的黑人女孩。这10套限量的1288元的套餐很快就售罄下架,限量满赠的活动也瞬

间赠完。老干妈出了卫衣,旺仔也不甘认输落后。10月9日,旺旺官方微博发布消息称,TYAKASHA旺旺联名系列正式发布,并表示“一起做人群中超旺的仔!”据了解,TYAKASHA塔卡沙是来自上海的一个设计师服装品牌,此次和旺旺推出的联名系列包含卫衣、毛衣、眼镜、袜子等产品。旺旺食品旗舰店的客服告诉记者,10月16日该衣服将在旺旺天猫店铺首发,具体发售期和款式以店铺页面为准。

娃哈哈月饼掀起“回忆杀”

老牌饮料食品企业娃哈哈则从80后、90后最熟悉的“AD钙奶”入手,掀起跨界月饼的“怀旧回忆杀”。不过,娃哈哈并未选择直接售卖“AD钙奶味月饼”,而是在中秋节前启动了“AD钙奶味月饼”的0元秒杀活动,限量1500份。结果该款月饼上线仅数秒,便被热情高涨的网友们一抢而空。此外,娃哈哈还和百度视频合作,抽取7个获奖名额。记者看到,

该款秒杀的“AD钙奶味月饼”礼盒内含两瓶AD钙奶,外加4块50g的奶心月饼。月饼海报则写着“特别的心,给可爱的你。奶心小月饼,专供小可爱”,文案十分活泼年轻,一反娃哈哈以往的宣传风格。

据娃哈哈方面介绍称,这款AD钙奶口味的限量版月饼从创意到研发历时近半年,完美复刻了AD钙奶的经典味道,

酸甜可口,奶味浓郁。在配套的礼盒包装上,设计师还特意将童年回忆里的玩具一一重现:水枪、七巧板、小霸王、铁皮青蛙……希望每一件都能唤起年轻人对童年那些快乐时光的回忆。由于该款月饼为赠品,在淘宝的其他网店上并无售卖,记者则发现,目前该款月饼售价在二手平台上仍有流通,达到了160元一盒,甚至有人单独拆开来按块叫卖。

“年轻态”成老字号跨界创新突破口

事实上,早在今年上半年,众多老字号就掀起了一波跨界打造“网红”产品的热潮。泸州老窖推出了同名香水,六神花露水与RIO锐澳鸡尾酒联合推出了“RIO锐澳六神花露水风味鸡尾酒”,周黑鸭和御泥坊联合推出了“小辣吻咬唇膏”……

与上文提及的品牌一样,这些产品一推出就在网络及社交媒体上掀起了一波又一波的话题高潮。美加净高级品牌经理李晨坤表示,新一代的年轻消费者更注重产品品质,价值观和个性更鲜明,“互联网是连接他们最好的纽带,跨界则是品牌‘年轻

化’的重要手段。”中国食品产业评论员朱丹蓬认为:“老字号跨界多元化不失为一个跟年轻人互动,增加品牌黏性的契机。”不过,业内专家也提醒称,老字号制造“话题”的同时,也需谨慎对待跨界,以免跨界产品热得快,凉得更快。



世界杯已结束,但精彩永不落幕,与体彩同行,做爱心奉献的传播者!

“超级大乐透”周六开奖:

奖池:64亿+8197万

大乐透上市10年来,开出超3700注一等奖,其中千万大奖超1000注!

买彩票就买超级大乐透,遇见,就有可能!

排列3排列5第2018277期

排列 3	0		2		5	
排列 5	0	2	5	2	7	

(所有中奖号码以国家体育总局体育彩票管理中心官方网站公布的结果为准)

广告



乐透奖池高!合买联盟来支招!多人少买,派奖助力,合股投注捞大奖!详情请咨询各体彩店!