



陈皮青梅，  
酸甜可口，  
安心解渴。

无添加剂



夏日来临,娃哈哈集团在近期全新推出一款陈皮青梅植物饮品“小陈陈”,让人耳目一新。参照《本草纲目》,陈皮有“破滞气,益脾胃”的作用,青梅则被誉为凉果之王,味酸,有下气安心、止渴、止咳、止痛、止伤寒烦热、消肿解毒之功效,二者搭配可帮助健脾开胃、促进消化。同时,陈皮和青梅的组合也是逃离“郁闷”的一种良方。从产品功效延伸到生活态度,“小陈陈”不仅是一瓶饮料,更倡导了一种积极乐观的生活态度。  
郑州晚报记者 王一品

## 娃哈哈推首款个性饮品 “小陈陈” 开创营销新模式

### “小陈陈”究竟是谁?

体重又飙升了?今晚又加班了?上班遇上堵车?吃货遇上没胃口?网购遇上断网?为什么生活总是在跟我开玩笑!我的生活模式总是very hard!老天虐我千百遍,我实在很难待他如初恋。类似的情况相信大家生活中都遇到过。烦躁?着急?上火?到底怎么办?小陈陈告诉你:生活要淡定。

从5月5日起,在各大网站的首页都能看到这样一则“小陈陈”的宣传广告。那

么,“小陈陈”究竟是谁?于是,众网友开始了对“小陈陈”发起搜索。

原来,这是娃哈哈集团专门针对现代人容易烦躁、着急上火的特点,于2014年初全新推出的一款陈皮青梅植物饮品,以养生保健为目的,采用非药物性食材陈皮与青梅作为原料。有网友调侃道,都市生活中的“坏脾气”、“郁闷族”们,来一瓶“小陈陈”吧,能帮你理理气、顺顺心。

### 打破传统饮品的同质化

一阵热议过后,也有网友站在营销学的角度理性分析了“小陈陈”的上市。

网友“彭旭知”表示,娃哈哈全新饮品“小陈陈”将会像爽歪歪、营养快线一样成功。因为它们的名字都朗朗上口,而且这些产品均能引起一代人的共鸣。

“小陈陈是娃哈哈集团开创网络营销新模式的一个创新型产品,给人耳目一新的感觉。”还有网友分析道,“小陈陈”借助网络进行产品发布及首轮宣传,堪称史无前例的网络互动营销之典范,能让消费者在最短的时间内迅速认识“小陈陈”。

值得一提的是,“小陈陈”除了包装、宣传足够新颖外,最关键的还是其

产品本身个性鲜明,市场定位非常准确。

“理理气,顺顺心,找我‘小陈陈’”。这就是小陈陈青梅陈皮植物饮料的核心诉求,“自然清爽,生津益气,下气安心,无添加剂”是其四大特点,而“减肥、熬夜、心情郁闷”是小陈陈的三大场景。很显然,小陈陈面对的是职场白领,特别是女白领。

如今,市场上有意识针对年轻白领推出的饮品不在少数,但能让职场白领感觉到可以解决问题、帮助健康的饮料,却并不多。那么,“小陈陈”的出现,必将打破一般碳酸饮料和功能饮料的同质化,而且能够摆脱凉茶类饮品的俗套。

理理气!

找我小陈陈!



陈皮:



有橘子的清香,是橘子的果皮经干燥处理后而制成的干性果皮。

青梅:



果大、皮薄、肉厚、核小、汁多,具有酸中带甜的口味。

娃哈哈 集团荣誉出品



扫一扫更多欢乐惊喜