

# 藏在巧克力脆皮里的生意新机会 巧乐兹芋泥糯兹兹爆款诞生之旅

- ◆ 品牌名称：巧乐兹
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2024.07.01-2025.05.31
- ◆ 参选类别：新品创新





## 背景&目标

### 项目背景:

- 冷饮行业竞争白热化，巧乐兹作为行业领军者，需持续挖掘市场机会、寻求创新突破，引领行业革新升级
- 巧乐兹携手京东新品创新中心，利用“**趋势洞察+需求洞察**”双维研究，挖掘市场机会，应用伊利和京东共创的消费者全链路体验指标体系，通过味觉、视觉、触觉的感官创新，寻求产品创新新突破

### 项目目标:

- 前瞻性洞察锚定市场趋势与消费需求迭代轨迹，深度共创具备品类突破性，且贴切巧乐兹品牌调性的标杆性产品，以“产品力”为引擎驱动品牌价值发展，进而持续领跑冷饮市场的创新风向与发展脉络



## STEP 1: 消费者全链路体验指标共建, 了解需求

- 围绕产品整体维度
- 围绕消费者全方位体验过程
- 围绕目标受众需求
- 围绕品类及品牌特性



打造让消费者“看上去喜欢、尝起来美味、拿起来舒服、吃下去健康、忍不住分享、随时随地、触手可及”的产品及体验



## STEP 2: “趋势+需求” 双维挖掘创新突破



### 味觉创新

丰富口感及鲜明层次完美契合，带给消费者对于雪糕大满足的所有幻想



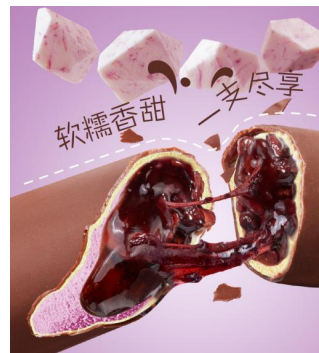
### 视觉创新

“爆浆” “拉丝” 等视觉冲击力极强的内容已形成了爆款模型，成为消费者美食分享的新型货币



### 触觉创新

“糯叽叽”的口感、“一口糯到心巴上” “糯叽叽星人狂喜” 等食用体验的全感官情绪触点





## STEP 3: 全链路产品共创产出产品

### 产品 共创

- 多维人员共创
- 结合巧乐兹产品特性
- 结合消费需求及趋势

20+  
方向

### 概念 研究

- 针对品类/品牌受众
- 不同概念方向对比研究
- 对概念进行精进

1000+  
样本

### 卖点 研究

- 丰富口感（四重结构）
- 软糯香甜
- 爆款口味搭配（糯米+芋泥）

1000+  
样本

通过多维度共创孵化核心概念，结合京洞察工具开展消费者端深度调研，精准锚定概念定位及卖点方向



## 效果&反馈

### 效果表现

- 巧乐兹芋泥糯兹兹自上市以来，凭借出众的产品力持续领跑品类赛道，稳居销量头部阵营，跻身冷饮行业 TOP 级新品行列，成为备受市场认可的新品销量标杆，为行业同类产品树立了品质与市场表现的双重典范。
- 此外，作为巧乐兹品牌26年主推新品，借助京准通，借势品牌代言人官宣及5月重磅新品日营销IP，实现品牌销量的全面提升。其中巧乐兹新品30支组套，持续在百亿补贴及京东秒杀频道主推，25年1-6月共成交GMV 3XX万，4W+套，成为伊利冷饮全线产品的TOP1；京东POPI巧乐兹上半年同比增长15X%（整体京东平台巧乐兹同比增长2X%）。