

# 雜貨月刊

## GROCERY TRADE MAGAZINE



TASTE THE FEELING™



TM, "TASTE THE FEELING", the Contour Bottle and the Polar Bear are trademarks of The Coca-Cola Company.

指定日期前  
訂購低至  
**85折**

**聖誕美食  
外賣派對**

金妹牌連續**27**年  
獲**Q**嘜優質認證



香港優質產品



總代理：四洲貿易有限公司

黑白®全新推廣登場——  
「3點3濃厚滋味 分享時刻」



請翻閱  
P.44-45

「香港餐飲聯業展2016」暨  
「剖析餐飲17年挑戰與機遇分享講座」



請見 P.26

## 餅乾及曲奇市場專題特寫

推出大型戶外廣告，同時又透過網上各個親子平台及在電視台的卡通片播映時段加插廣告，讓品牌的目標顧客群能從更多不同渠道接收產品資訊。

### 強化品牌與消費者的聯繫

除廣告以外，Goldfish餅乾亦十分重视透過不同宣傳活動來與消費者溝通及互動，以增加後者的參與和投入感。當中一項頗具新意的活動就是網上「Goldfish歌唱比賽」——品牌借助廣告歌的超強人氣，與親子社交平台攜手舉辦歌唱比賽，鼓勵家長將小朋友演唱Goldfish廣告歌的短片上載到個人社交平台，評審會從這些片段中選出優勝者，並邀請他/她作為Goldfish廣告歌手。家長們對於是次活動反應非常熱烈，大家爭相將子女的片段上載及與身邊朋友分享，令Goldfish廣告的影響力進一步傳開。

再者，Goldfish亦把握各種家長及小朋友聚集的場合去進行推廣，例如揀選兒童電影放映時加插片頭廣告及到戲院派發試食，亦會趁著各類大型活動如嘉年華會、學校旅行及親子活動安排試食甚至設立促銷攤位，這對於增加生意以及提升品牌曝光率皆有明顯作用。

另一方面，Goldfish亦積極與其他親子平台及企業合作，一起為家長及小朋友這兩大目標客戶群帶來新刺激。他們

去年夏天就與海洋公園合作，在「夏水禮」活動期間在園內設置即影即有



Goldfish的主題佈置在各大場合都同樣大受歡迎，可見其可愛的卡通角色已深得小朋友的歡心。



Goldfish與親子社交平台攜手舉辦歌唱比賽，借助廣告歌的超強人氣及社交平台將Goldfish廣告的影響力不斷延伸。

相機，吸引大批家長輪候拍照及領取試食裝，同場更有大量Goldfish主題佈置及陳列以加強宣傳效果，又在今年11月假荃灣愉景新城舉辦大型活動，透過注入產品優點的趣味小遊戲及繽紛奪目的佈置來吸引家長和小朋友。品牌充分了解家長及小朋友的生活所需及喜好，遂為他們設計了多款Goldfish的禮品，包括深受小朋友歡迎的立體氣球、貼紙、文具和水樽等等，並於活動當日藉著小遊戲及邀請參加者將活動相片上

載至社交台，吸引了大批家長參加，再一次借助網絡平台將宣傳效果廣泛延伸。

### 搶眼店內陳列刺激銷量

效果出眾的店內陳列對於Goldfish過去一年的成功同樣功不可沒。品牌為求從芸芸餅乾品牌中突圍而出，過去一年來先後在多個不同超市零售點中設置了非常搶眼的大型陳列，當中最奪目之處必然是主角Finn的特大氣球，而擺放整齊的大型產品堆頭以及各款色彩繽紛的包裝均令整個陳列更具吸引力，每次展出都成為場中焦點！Goldfish的陳列設計不單使Finn的可愛形象更深入人心，亦強化了電視廣告的宣傳效果及其與產品之間的聯繫，同時吸引大批店內消費者選購，成功帶動銷量增長。

憑藉得宜的市場策略及多元化推廣，Goldfish如今已成功在餅乾市場中穩佔一席位，其未來之發展更絕對值得大家期待。如欲瞭解更多有關此品牌之最新發展，請密切留意本刊最新報道。GT



Goldfish卡通的主角Finn造型可愛，用來作為陳列主題自然能輕鬆吸引眾人目光。



## 享譽業界30年 · 亞洲頂尖國際食品餐飲展

- 2,500+家國際參展商  
亞洲最大型食品餐飲展
- 44個官方參展團  
真正國際規模
- 40,000+名專業買家  
為您物色優質買家，超過81%為採購決策者
- 360度全方位宣傳  
線上線下助您推廣品牌至過百萬潛在客戶
- 世界級比賽活動  
提供絕佳交流贊助機會

### 4大焦點展區



■ 烘焙及甜點專區



■ 高級肉類展



■ 精品咖啡專區



■ ProWine Asia

僅餘少量展位，立即預訂！

www.HOFEX.com



如欲查詢：  
☎ 2804 1500  
✉ exhibit@hkesallworld.com

關注我們：

