



奶,更常见的还有initial的冰淇淋,之前推出的眼泪雪糕和暖味雪糕可是火爆了朋友圈。这样一种跨界合作已不是特别新奇,然而要真正成功吸引消费者的眼球,那么这些品牌就需要做得更新奇一些,Diptyque这一次的推广可以说是很巧妙了。

### 你有听过奥利奥风味的音乐吗?

想必大家从小到大都尝过各式各样口味的奥利奥饼干,在品牌的研发与创新中奥利奥从来都不缺乏好玩的创意。如今,除了“扭一扭、舔一舔、泡一泡”的奥利奥饼干,更受人关注的就是这个好吃又好玩的奥利奥音乐盒。

这款可爱又神奇的音乐盒一经推出就卖到脱销,9小时卖出2万盒的纪录也是让人叹为观止。想不到专注于饼干事业的奥利奥竟然会推出这样的小玩意,而且外观又是这么的可爱,不少好奇心旺盛的网友说自己可都是掐着点去

抢购的。这么一个小巧的饼干音乐盒功能也非常的强大,它不仅可以播放摇滚、爵士、电音、中国风等6种不同曲风的奥利奥主题音乐,同时还可以录音,在普通音乐盒的基础上增加了一种互动性。更神奇的是,放在音乐盒上转动的小唱片可都是货真价实的奥利奥饼干,每咬一口,它就能切换一种曲风!

另外,这款音乐盒的录音功能也得到了很大的好评,就连身边购入的小伙伴也来安利说录音功能太实用了,朋友或者同事之间经常用它来进行有趣的传话,增添了朋友之间的乐趣。



能放能录,摆在桌上又是一个很精致的装饰小物,这样的一个奥利奥音乐盒收获了极高的评价,这也是奥利奥跨界合作的成功之例,出其不意,用另一类型的商品来提升自己品牌的知名度,扩大自己的品牌优势。

无独有偶,和奥利奥一样结合自己品牌原有特色再进行其他类型商品研发的还有好多例子。比如说Louis Vuitton的文具系列,与其包袋一样的奢华且有设计感,对文具爱好者来说,这样的商品也在很大程度上吸引大家前去购买收藏。

或许在这个快消时代,一些传统大牌的跨界合作已不是什么稀奇的事情,但是在这么多商品中脱颖而出的,一定是那些具有新奇创意、令人眼前一亮的商品。这些“不务正业”的大牌实则正在进行的是正经思考后的业务拓展,也是提高自己品牌影响力的重要手段,毕竟在这个发展迅速的世界里,如何引领潮流的动向,如何占据口碑与话题,渐渐成为了这些品牌的关注点。

大家对于时尚的定义也是每日每夜都在变化,如何定义时尚,从来没有确切的答案,但是值得期待的就是时尚大牌们那些“不务正业”的创新,将会给我们带来怎样的惊喜和冲击。