



Oreo餅乾

組長:徐立綱

組員:羅時富





製作動機

因為市面上所見的OREO包裝
都非常的樸素簡單且單一化,所
以想以此主題做些變化



卡夫食品為全球第二大食品公司，總公司位於美國，分布在 70 個國家有超過 103,000 名員工，100 多年來的品質和創新使卡夫公司成為北美最大、全球第二大的食品飲料公司。

受歡迎的多項品牌行銷行遍 150 個國家，在台灣除「麥斯威爾咖啡」、「卡夫乳酪」，原有「可口」、「歐斯麥」等品牌，現又成功引進美國領導品牌Oreo、奇寶、麗滋、瑞士三角巧克力及典藏咖啡，形成完整的產品組合，且能滿足不同消費者的喜愛。



OREO

1. 品牌名稱及種類



OREO



香草口味



草莓口味



OREO



黃金口味



原始口味





2. 包裝資訊



OREO

包裝詳細資訊



OREO

包裝長度



OREO

包裝正面



OREO





3.市場資訊





消費族群

男 40%
女 60%

國中以下 2%
高中(職) 67%
大1學以 17%
已未在學 4%1





品牌文化

當孩子拿出一塊 OREO，滿心期待地扭一扭，福祉與快樂的感受由此開啟；接著，他自在歡心地舔一舔奶油夾心；隨後，當他把 OERO 放進牛奶泡上一泡。“轉一轉，舔一舔，泡一泡”，這種經典吃法一傳十，十傳百，從爸爸媽媽傳授給了孩子，也從小朋友傳達給了他們的家人和朋友。





銷售環境

各大賣場.超商.雜貨店

定位價格

30~45元



競爭品牌分析(SWOT)



優勢

STRENGTH

歷史悠久
國際知名品牌
受大眾歡迎

歷史悠久
國際知名品牌
較健康

低價位
本土品牌

劣勢

WEAKNESS

不健康
價格較高

市場較小
種類少

不健康

競爭品牌分析(SWOT)



機會
Opportunity

各大超市
便利商店
廣告

各大超市

各大超市
便利商店
義美商店

威脅
Threat

*食品安全
議題備受重視

*群眾質疑工廠
加工食品

*食品安全
議題備受重視

*群眾質疑工廠
加工食品

*食品安全
議題備受重視

*群眾質疑工廠
加工食品



參考包裝資料



OREO



OREO



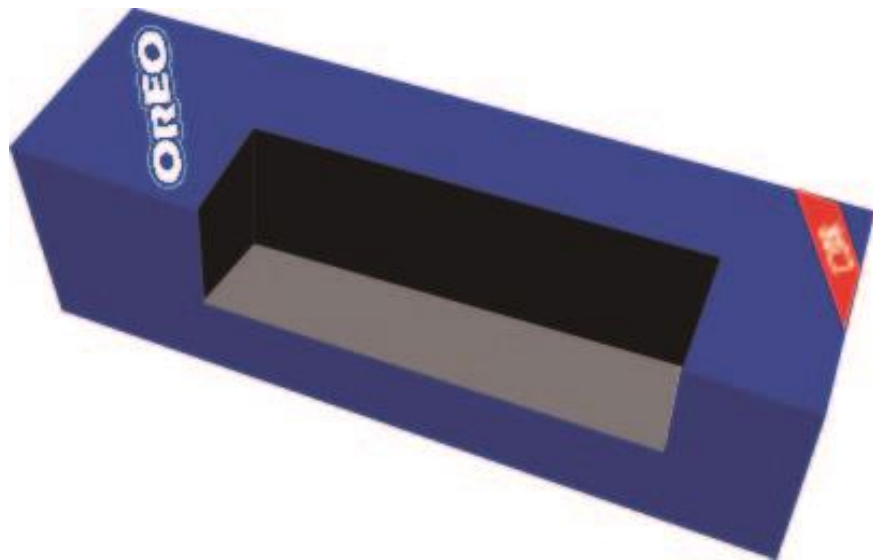
OREO



抽屜式紙盒



OREO



一般透明紙盒



OREO



多種口味禮盒



OREO

透明直筒包裝

