



百事公司旗下的桂格燕麦，是全球历史悠久，销量领先的燕麦品牌，138年来始终专注于燕麦食品的研究和发展。1996年进入中国市场后，更积极致力于推广中国家庭的营养健康膳食理念，为每一个中国家庭带去最真挚的健康关怀。

市场描述

随着生活品质的提高和生活节奏的加快，营养与便捷的食物成为一大消费需求。与此同时，政府主管部门在饮食和健康科普领域展开的宣传活动推动了燕麦产品的市场发展。越来越多的消费者开始青睐营养丰富的燕麦产品，来补充营养并且预防疾病。

面对旺盛的市场需求，燕麦品类蓬勃发展。桂格深信，只有赢得消费者，才能赢得市场。

经调查研究，桂格发现中国消费者在选择燕麦产品时，会从三方面考虑：第一，绿色安全。第二，美味口感。第三，营养价值。所以桂格只选用一等燕麦原料，严格控制各项质量标准。同时，桂格创新地将燕麦与中国传统滋补食材结合，推出一系列符合国人养生理念的产品，既美味又健康。满足消费者所关注的，这就是桂格在华致胜的关键。

荣誉之路

2011年，桂格与中国胆固醇教育计划（CCEP）和世界心脏日（World Heart Day）合作打造中国首支胆固醇公益广告。

2012年，桂格推出“全城热送，优粮早餐”的活动，线上明星微电影宣传结合线下办公楼宇早餐派送活动，掀起城中健康早餐热潮。

2013年，桂格首度提出“三好家庭”概念，将产品“呵护肠胃好、降低胆固醇好、保护心脏好”的三好功能与目标家庭完美结合，并邀请全能偶像林志颖出演广告和



系列短片，提倡健康饮食。消费者的积极响应，让桂格一举成为 NO.1 热冲品牌。

2014年，桂格上线全新官网，并开始在微博、电子商务等多平台建立品牌数字营销阵地。通过营养美味的燕麦食谱进行别具一格的品牌教育，为现代家庭打造健康与爱的桂格美食厨房，并得到多方媒体的认可。更结合高关注度的节日打造燕麦营养教育的创新形式，让燕麦以更时尚的方式走进消费者日常生活。

2015年桂格燕麦支持并赞助了广州塔登高公开赛等大型健康赛事，希望与公众一同树立健康的生活方式，并将健康理念传递给千家万户。

品牌历史

以前世界上很少人以燕麦为主食。主要原因是燕麦外壳非常刚硬，也不容易煮熟。

1877年，桂格公司生产的第一个燕麦片产品问世，燕麦食品逐步得到认可和推广，作为国际知名的燕麦食品品牌，桂格燕麦已具有超过130年的悠久历史。

1996年，桂格凭借“即食燕麦片、燕麦饮、燕麦饭”等多种产品，成功开拓了中国市场，晋升为中国消费者信赖的燕麦片品牌之一。

1998年，桂格加盟百事公司旗下，强强联手，将健康饮食的理念覆盖到更多领域。

2008年，桂格荣幸成为“心脏健康日”中国地区指定的食品品类唯一合作伙伴。

2010年，桂格赞助“中国胆固醇教育计划”，让更多的中国消费者了解燕麦在降低胆固醇方面的功效。

桂格销量不断增长，不仅是因为它历史悠久，更因为它对营养品质的不懈追求，并根据市场需求调整产品架构，研发出符

合中国人营养需求和口味的燕麦饭、醇香燕麦片等众多产品系列，从激烈的市场角逐中脱颖而出，成为了千百万家庭享受营养美味、拥有健康生活的不二之选。

产品介绍

作为领导中国燕麦消费趋势的品牌，桂格除了广为人知的经典即食燕麦片、快熟燕麦片以外，更立足于本土创新研发，结合中国消费者的传统饮食习惯，创新推出燕麦饭和醇香燕麦片，大大地改善了燕麦的口感，更赢得了众多“吃货”的青睐。2013年，桂格根据现代都市白领生活节奏快的特点，突破性跨足饮品领域，研发出方便美味又营养的桂格高纤燕麦乳，将燕麦营养推广到更年轻的消费族群。

桂格始终以精选的产品质量、精湛的制作工艺、时尚的健康理念，将燕麦的营养带入生活的方方面面，在给消费者提供健康饮食方面，扮演了重要角色，成为了千百万家庭中不可缺少的“生活营养家”。



营销推广

一直以来，桂格的产品宣传围绕“家庭”这一主题，通过正面的营销方式，将品牌关注生活和健康的正能量传递给千家万户。桂格结合高关注度的节日，并借助影响力高的社交平台，打造了燕麦营养教育的创新形式，获得消费者的普遍关注。

2014年，配合桂格即食燕麦片罐装产品的温暖上市，桂格研发出可以收录声音进产品中的“爱的发声罐”，并开展了“让爱满罐”等一系列以“家”为主题的社交平台活动，用一罐录有亲情感言的发

声罐为载体，传递对父母爱的祝愿，推广新品的同时也建立了消费者与品牌的情感连接。

2014至2015年期间，由百事五星大厨研发的燕麦粽、燕麦月饼、燕麦曲奇等多个燕麦节日食谱。通过社交平台的互动传播，打破了消费者对燕麦的传统认知和吃法，成功建立桂格燕麦营养专家形象的同时，获得了更多年轻消费者的关注和认可。

近期战略

强化燕麦品类教育

作为燕麦品类的领导品牌，桂格燕麦本着关爱的态度全在国内推动燕麦教育活动，希望通过开展及支持各类健康活动，将燕麦“三好益健康”（富含膳食纤维、蛋白质及多种营养素）的营养健康知识带入千家万户。在更广的层面上，向更多的中国家庭提倡健康生活理念。为更多家庭提供膳食营养的健康守护。



传递营养燕麦食谱

由百事行政大厨、百事营养师团队联合打造营养美味的燕麦食谱，不仅为现代家庭带来了更多便捷、营养、美味的健康早餐解决方案，更希望以桂格营养美食作为桥梁，呼吁消费者与家人共同制作燕麦食谱，为家庭创造更多亲子互动的机会，在情感诉求上引起消费者共鸣，赢得众多品牌忠实粉丝的支持与认可。

品牌价值

“做生活的营养师”是桂格一直以来



坚守的品牌理念。

尽心尽力，做好燕麦

桂格专注于燕麦研究和发展，从种子到包装都严格把关，只有质量、营养指针、卫生安全等各方面都符合桂格黄金标准的燕麦，才有资格送到消费者手中，为每一个家庭带去健康支持。

坚持创新，营养多元

时代在进步，人们营养需求也随着生活形态的改变而变得大不一样。桂格不断改进生产工艺，坚持创新，制造更丰富多样的营养产品，满足消费者不同需求。

三好家庭，健康生活

桂格在新时代从健康维护角度提出了“新三好家庭”观念，即：良好的心态、健康的生活习惯、平衡的膳食。通过全国性讲座、知识手册派发等形式，普及健康，传递养生理念，帮助中国家庭树立“三好家庭”的健康理念。

鲜为人知的……

桂格在全球拥有10个专业研发中心，旗下拥有1500位科学家和超过80位营养学家的强大科研团队。在全球25类燕麦中，桂格只选取其中富营养价值的精选品种，保存了燕麦所具有的营养和膳食纤维。每一粒桂格燕麦都要经过清洗和筛选，去外壳，入炉干燥，切片和压片等五道工序。

为了让世界各地都能享受到燕麦的健康益处。桂格聪明地将燕麦改头换面，融入各地的饮食文化，生产出“燕麦曲奇”等既符合当地口味，又不失燕麦营养的独特品类。