



大白兔奶糖为什么这么红？

创新让大白兔奶糖青春长驻

本报记者 尹学尧

大白兔奶糖作为中国知名的并受到人们喜爱的糖果，陪伴着上海人和全国人民走过了风风雨雨几十年。在几代人的记忆中，人们因其纯正浓郁的奶味、简单好记的名字和活泼的兔子形象而深深地记住了它。

这个兔子一直生活在人们的生活中，为人们增加甜蜜，增加喜气。由于它的主人不断创新，因此显示出旺盛的生命力。

说起大白兔奶糖，人们就会说，那是上海的符号，是上海这座城市的另一张名片。

大白兔奶糖为什么这么红？在生活水平不断提高，食品日益丰富的今天，人们对大白兔奶糖还有需求吗？带着好奇，在春节前夕，记者走进了上海冠生园食品有限公司，一探究竟。

经典的大白兔奶糖

1959年，新中国建立十周年。全国人民采用各种形式，欢庆新中国成立以来取得的伟大成就。

工业、农业、文化艺术、科学技术等各条战线也都用自己的实际成果，展示了自己的进步并以此向祖国汇报。上海的大白兔奶糖作为代表上海产业工人向国庆十周年献礼的产品，也在这个时候诞生了。它以奶味纯、奶香浓、弹性足、不粘牙的特点，一问世即受到了人们的欢迎。

新产品刚诞生时，依赖手工制作的大白兔奶糖每天只能生产800斤，远远不能满足人民的日常需要。要买到大白兔奶糖，甚至要排上很长的队。那时，排队买大白兔奶糖也成为上海这个大都市里的一道独特的风景线。

一颗香醇浓郁的大白兔奶糖，承载了甜蜜快乐的希望。那是中国人的快乐和甜蜜。尤其在那日后物资匮乏的年代，更是让中国人品味到了幸福感。而“7粒大白兔奶糖等于一杯牛奶”的宣传广告语，更是深入到消费者的心里，并一直为人们津津乐道。

作为国庆十周年的献礼产品，大白兔奶糖不仅深受中国人的喜爱，也受到外国人的欢迎。1972年2月，美国总统尼克松访华，大白兔奶糖曾作为国礼送给了美国人。现在，大白兔奶糖已行销美国、新加坡和欧洲等50多个国家和地区，听装的大白兔奶糖还成了美国人复活节争相购买的礼品。在中国改革开放以前，美国超市中能见到的中国产品就是大白兔奶糖和青岛啤酒。2005年，大陆和台湾飞机直航时，作为上海的名片，大白兔奶糖还被选为包机上的纪念品。

到目前为止，大白兔奶糖的销售量在国内糖果市场中始终名列前茅。这些年来，大白兔奶糖也获得了不少称号，其中有：中国驰名商标、中国糖果十大品牌、上海市名牌产品、上海市著名商标、上海唯一获得国家原产地标记注册的糖果品牌。

因为创新，大白兔奶糖成为中国唯一两次获得国家银质奖章的食品品牌；因为创新，大白兔奶糖青春永驻。截至目前，“大白兔”奶糖累计国内销售达146亿元，成为全世界奶糖销售额最多的单品。

时尚的大白兔奶糖

大白兔奶糖是白色、有嚼劲的圆柱形奶糖，长约3厘米，直径约1厘米，用可吃的米纸包着，每颗糖果的热量是20卡路里。

大白兔奶糖是经典的，大白兔奶糖也是时尚的。在几十年期间，技术人员根据消费者口味，不断变化着创新着新品种；大白兔奶糖从最初的原味到如今的红豆味、巧克力味、酸奶味、玉米味；从原来写实的卧兔到后来活蹦乱跳的立兔、跳兔、卡通兔，大白兔不断融入时尚元素，创新着外包装；从最早注册的一个大白兔商标到现在注册了300多个保护性商标。

大白兔奶糖成为几代人的喜爱，它的口味已深深地

烙进了人们记忆的深处。近年来，冠生园的技术人员根据市场的变化，又适时开发出了多款新包装，主要有以下几个品种：

巨白兔

2012年开发，产品长约20厘米，直径8厘米，加上两边扭结，总长50厘米，是一颗放大版的大白兔奶糖。内装200克大白兔经典原味奶糖，一上市便受到消费者的好评，甚至被抢购一空。有一网友在微博上传了一张少女手托巨大白兔的照片，文字说明是：你以为我的手变小了？其实是大白兔变大了。



大白兔 100 牛奶糖

这是大白兔奶糖家庭的新宠。传统牛奶瓶样式的立包装，是怀旧经典之中的创新。乳白色的袋身，也是一种怀旧经典之中的创新。产品选用优质的进口奶源，以全新的工艺和配方，打造出了浓郁醇香、与众不同的冰激凌口味。100这个概念有3层含义：一是向冠生园成立100年献礼，二是产品采用的是100%进口奶源；三是传递快乐百分百。



巨牛轧

这是一款新包装，是一只印有蓝白格纹的长方体磨砂铁盒，也是一颗放大版的花生牛轧糖。创意其实在盒子中，当人们品尝完糖果后，盒子可以用作餐巾盒。物尽其用，也宣传了环保的理念。这款创意设计获得了2013年中国之星设计艺术大奖和国家包装设计银奖。



mini 巨白兔喜庆装

主要供应婚庆市场。外形以红色和金色相间，渲染喜庆的气氛，是中国传统吉祥画百子图的局部版，寓意百年好合和子孙满堂。还有多款创意吊牌，新婚夫妇可在上面签名留念，也可书写爱情的甜言蜜语。作为传统喜糖分发形式的一种回归，为新人追求个性化的消费提供了多种选择。目前，这款产品已成为多家婚礼设计单位的首选喜糖。

