
跨國酒商運作在地差異化策略

關鍵字：啤酒 伏特加 在地

資料來源：Time

發布日期：2013/10/18

內容摘要：

百威（Budweiser）與絕對伏特加（Absolut Vodka）等國際知名酒品品牌近期紛紛透過配方及包裝調整，加強在地行銷。絕對伏特加繼日前推出布魯克林與舊金山等主題酒款後，十月再推出一款「Absolut Chicago」新產品，除更新配方外，於瓶標加上芝加哥天際線圖樣。百威所屬的 AB InBev 集團（Anheuser-Busch InBev）亦以產地做區分，推出印有美國郵遞區號的產品，期在區域性精釀啤酒的潮流中吸引消費者目光。

訊息提供者：食品所 黃珮雯