

百果园成乐淇®小苹果全球最大零售商 将推乐淇®主题店

继“车厘子”、“牛油果”等进口水果在国内中产界刮起一阵热潮后，3月底，被联合国公认的全球最小的苹果——乐淇® (Rockit)，在百果园全国门店陆续上架。据悉，这是乐淇®小苹果 2019 年在中国区的正式首发亮相。



2015 年，乐淇®小苹果首次出口到中国大陆，这款来自新西兰的水果平均直径仅有 5-7cm，凭借小巧的果型、酸甜爽口的果肉，很快就跻身国内中产阶级水果“新贵”之列，深受消费者尤其是小朋友的喜爱。



目前乐淇®与全球近 30 个国家建立出口业务，主要在亚洲尤其是中国市场。乐淇®中国区市场经理戴越介绍，2018 年乐淇®在中国的销量为 2017 年的 2 倍。百果园现作为乐淇®全球最大的零售商，其 2018 年销量同比 2017 年增长了 74%。“相当于中国区售卖的乐淇®小苹果中，10 个中有 2 个来自百果园。”戴越说。

别看它比一般苹果小很多，培育却一点也不省心。戴越告诉记者，“乐淇®小苹果需在专职人员精心培育 3 年后才会结果，至少 7 年才能达到商业产量，果品珍贵，品质优良，其中的能量、纤维含量、钾含量均比其他苹果高出很多。”这也是百果园选择乐淇®的原因。

过去十几年，品质和体验已经成为百果园的重要标签，本着对“好吃”的极致追求，百果园不断将全球高品质的水果带给中国的消费者。依托旗下 3700 多家的水果店以及线上销售网络，此前，百果园已将智利车厘子、秘鲁提子、新西兰佳沛奇异果等源源不断地引入中国市场。而乐淇®选择百果园，也正是看重了其强大的全国销售网络，以及百果园对产品品质和品牌的苛求。



据了解，今年百果园将与乐淇®进一步深入合作，双方计划从百果园全国门店中，选出3-5家建立乐淇®苹果主题店，将以全新的体验模式，增加品牌的渗透和曝光，让更多人爱上乐淇®小苹果。