

“คิดคิด” หมากฝรั่งในตำนาน ฉลองครบ 35 ปี

“รีเฟรชแบรנד” ครั้งใหญ่ สร้างแพชั่นสุดคุล ส่งต่อ

ความรู้สึกดีๆ ที่ไม่มีวันตาย



“คิดคิด” หมากฝรั่งในตำนาน ฉลองครบ 35 ปี “รีเฟรชแบรนด์” ครั้งใหญ่ สร้างแพชั่นสุดคุล ส่งต่อความรู้สึกดีๆ ที่ไม่มีวันตาย

หมากฝรั่ง ‘คิดคิด’ ตำนานหมากฝรั่งของคนไทยที่เป่าลูกโป่งได้เจ้าแรก หวนคืนสังเวียนในรอบ 35 ปี “รีเฟรชแบรนด์” ครั้งใหญ่ จับมือ สยามเซ็นเตอร์ และไทยดีไซเนอร์ 3 แบรนด์ดัง สร้างแพชั่น ลิมิเต็ด อิดิชั่น (Limited Edition) ชุดช่วงเวลาทอง ย้อนรอยความทรงจำนักเคี้ยวเจนเอ็กซ์ (X) และเจนวาย (Y) สู่ความคิดถึงอีกครั้ง ดิง แบรนด์ เอสเซนส์ (Brand Essence) ของคิดคิดออกมาฟินตลาดใหม่หมด พร้อมแกะกล่องส่งความพิเศษขั้นเอ็กซ์คลูซีฟ ด้วยการผลิต ‘คิดคิด ปีบสังกะสี’ ที่ไม่เคยขายที่ไหนมาก่อนวางจำหน่ายเอาใจนักสะสมที่ร้าน “แอบโซลูท สยาม สโตร์” (Absolute Siam Store) สยามเซ็นเตอร์ชั้น 1 สร้างกระแส ไทย ฟีเวอร์ (Thai Fever) แพชั่นลุดเทรนต์ สุดเท่คุลชิตต่อไปอย่างไม่มีวันตาย

นางสาววิศรุตส์ แต่มคงคา กรรมการผู้จัดการ บริษัท โรงงานลูกกวาดเม็งเซ็ง จำกัด เผยว่า “เมื่อปี พ.ศ. 2527 ที่หมากฝรั่ง ‘คิดคิด’ ออกวางจำหน่ายเป็นครั้งแรก ผู้บริโภคในยุคนั้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นไม่ได้มองว่า คิดคิดเป็นแคขนมหรือของขบเคี้ยวเท่านั้น รสชาติของมินต์, สีสันวินเทจ และเทรนต์เป่าลูกโป่งจากหมากฝรั่ง ทำให้พวกเขา มองว่าการเคี้ยวคิดคิดเป็นแพชั่นที่ดูเท่ คุล คุล แบบสไตล์อเมริกาที่ฮิตกันมากในตอนนั้น และมาจนถึงวันนี้ ความมีเสน่ห์และสโลแกน ‘คิดคิดเพื่อนเคี้ยว’ ก็ยังอยู่ในใจผู้บริโภคเสมอมา เราจึงมองว่าตอนนี้ถึงเวลาแล้ว ที่จะปลุกจิตวิญญาณของคิดคิดให้กลับมาอยู่ในลุดเทรนต์อีกครั้ง และส่งต่อความตั้งใจนี้ไปยังสินค้าอื่น ให้เห็นว่าแพชั่นที่พวกเขาเคยเชื่อนั้นยังไม่ตาย แม้เวลาจะผ่านมากกว่า 35 ปีแล้วก็ตาม”

หมากฝรั่ง ‘คิดคิด’ ผลิตและจัดจำหน่ายครั้งแรกในปี พ.ศ. 2527 โดย โรงงานลูกกวาด ‘เม็งเซ็ง’ โรงงานแห่งแรกของประเทศไทยที่ใช้เครื่องจักรผลิตหมากฝรั่ง และลูกอม ด้วยรสชาติมินต์เฉพาะตัวของ คิดคิด และสีเหลืองสดใส และแถบคาด น้ำเงิน, แดง, เขียว อันเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ทั้งสโลแกนที่ติดหูอย่าง ‘คิดคิดเพื่อนเคี้ยว ถ้าคิดจะเคี้ยว เคี้ยวคิดคิด’ จึงกลายเป็นที่นิยมกับผู้บริโภคในสมัยนั้นเป็นอย่างมาก ทั้งในต่างจังหวัด และกรุงเทพฯ เรียกว่าหากใครมาเดิน ‘สยาม’ ในตอนนั้น จะคุ้นภาพกลุ่มวัยรุ่นเดินเคี้ยว ‘คิดคิด’ กันอย่างแน่นอน

และในโอกาสครบรอบ 35 ปี ของหมากฝรั่งคิดคิด ในปี พ.ศ. 2562 นี้ จึงได้เฉลิมฉลองด้วยการ รีเฟรช แบรินด์ คิดคิด เข้าสู่ยุคแห่งความเพ้อหลงจัดเต็มอีกครั้ง ด้วยการจับมือกับ สยามเซ็นเตอร์ และ ไทย ดีไซเนอร์ 3 แบรินด์ตั้ง ดี โจทย์ความ เทรนด์ ดึงช่วงเวลาทอง ย้อนรอยความทรงจำนักเคี้ยวเจนเอ็กซ์ (X) และเจนวาย (Y)สู่ความคิดถึงอีกครั้ง รังสรรค์แพชั่นหมากฝรั่งยุค 90 ผสมผสานไปกับแฟชั่นยุค เจเนอเรชั่น อัลฟา (Generation Alpha) ด้วยโปรเจค ลิมิเต็ด อิดิชั่น แฟชั่น (Limited Edition Fashion) กับแบรินด์คนไทยทั้ง 3 แบรินด์ คือ Fox Pixel (แบรินด์ เสื้อผ้าชุดลาลอง Unisex), April Pool Day (แบรินด์ชุดว่ายน้ำวินเทจ) และ She (แบรินด์กระเป๋าแฮนด์เมดสุดชิค) พร้อมแกะกล่องความพิเศษระดับเอ็กซ์ คลูซีฟ เอาใจนักสะสมตัวยง ด้วยการผลิต ‘คิดคิด ปีป์สังกะสี’ สุดวินเทจที่หาจากไหนไม่ได้มาให้สะสมสร้างคุณค่าทางจิตใจ รวมถึงย้อนวันวานไปกับรสชาติที่คิดถึงของ หมากฝรั่ง ‘คิดคิด’ ไซส์พกพา โดยสินค้าทุกชิ้นที่วางจำหน่ายมีจำนวนจำกัดหมดแล้วหมดเลย หาซื้อได้ที่ร้าน แอบโซลูท สยาม สโตร์ สยามเซ็นเตอร์ชั้น 1 ที่เดียวเท่านั้น

“ปัจจุบันหมากฝรั่ง คิดคิด มีวางจำหน่ายในเทรดดิชันนอลเทรด (Traditional Trade) ทั่วไปทั้งต่างจังหวัดและในกรุงเทพฯ การรีเฟรชแบรินด์ครั้งนี้ จะทำให้ผู้คนที่เคยสัมผัสกับคิดคิด ได้ย้อนตัวเองไปในช่วงเวลาแห่งความทรงจำที่เป็นวัยรุ่น มีทั้งความสนุกสนานและเต็มไปด้วยสีสันกันอีกครั้ง การใช้สื่อความเป็นแฟชั่นของคิดคิดกับแบรินด์ทั้ง 3 จะทำให้ผู้คนนึกถึงรสชาติ การดีไซน์ และตำนานที่ไม่ตกยุค ไม่มีวันตาย พวกเขาจะรู้สึกถึงทุกสิ่งนี้ในหัวใจได้เสมอ และที่สำคัญเราจะนำความรู้สึกนี้ ส่งต่อไปยังสินค้าตัวใหม่ที่ไม่ใช่หมากฝรั่ง แต่บรรยากาศดีๆ ของคิดคิดจะยังอยู่อัดแน่นไม่ไปไหนอย่างแน่นอน” นางสาววิศรุตส์ กล่าวทิ้งท้าย

สัมผัสเรื่องราวดีๆ และบรรยากาศที่น่าคิดถึงของหมากฝรั่ง ‘คิดคิด’ แบบต่อเนื่องเคี้ยวไม่มีสะดุดที่ www.facebook.com/kidkidchewinggum