

## 嗒嘀嗒dadida

创于1997年，定位于0-14岁儿童，主打童装、童鞋和儿童系列用品，2010年推出全新品牌定位“会讲故事的童装”，分阶段推出多个生动有趣且具教育意义的主题故事并运用到产品设计开发中

### 品牌简介

“嗒嘀嗒·dadida”品牌创建于1997年，产品涉及童装、童鞋和儿童系列用品，销售遍及全国各大中城市，在全国拥有超过2000个销售网点，产品以其设计新颖、做工精细获得了较高的美誉度。

深受小朋友们熟悉和喜爱的“嗒嘀嗒·dadida”的品牌名称却来得十分偶然。1996年，嗒嘀嗒创始人赵建河董事和他的智囊团想为公司旗下的童装品牌取个富有童趣的名字，然而经过无数次讨论以后，仍然没有任何头绪。正当他在为品牌名字发愁的时候，5月的一天，他去广州参加“广交会”，清晨起床后，他习惯地打开广播收听儿童节目，当他听到中央少儿广播电台“小喇叭开始广播了，嗒嘀嗒——”时，突然灵光一现：“嗒嘀嗒·dadida”，这不是一个很好的名字吗？无论是对中国人还是外国人，都显得朗朗上口，好读好记。于是，“嗒嘀嗒·dadida”品牌就这样诞生了。

紧接着，以这首童谣为创作背景的“嗒嘀嗒·dadida”卡通小熊也呈现在小朋友的面前，它那吹着喇叭、憨态可掬的形象，深受小朋友们的喜爱，他不仅歌唱得好，舞也跳得棒，最拿手的是吹喇叭和讲故事，他讲的一个个富有哲理的小故事，不仅给小朋友带去了无比的欢乐，还给小朋友们带去智慧和启迪，陪伴着小朋友快乐、健康的成长！

2010年，嗒嘀嗒全新推出新品牌定位——会讲故事的童装。即在嗒嘀嗒

童装里头，会有孩子们喜欢、生动有趣、富有教育启迪意义的小故事。这样，消费者购买嗒嘀嗒童装的意义，就不仅仅局限在外表的打扮或者保暖上，更多的是通过衣服上的故事，配合家长一起教育孩子。

为了丰富这一品牌定位，嗒嘀嗒每一阶段都会推出多个生动有趣且具教育意义的主题故事，制作成故事书和动画片DV光盘，在终端派送给消费者，动画片视频更在网络上广为流传；故事主要元素及图案还被运用到产品设计开发中，为孩子们打造独特的故事装；此外，嗒嘀嗒还在终端开设故事文化区，让喜爱故事的小朋友都能站上舞台讲故事，而全国范围开展的“故事之星”电视大赛也充分挖掘小孩子的想象力。

嗒嘀嗒正是通过以上各方面演绎了“会讲故事的童装”的深刻定义，也让孩子们真正感受“穿着故事、听着故事、看着故事、讲着故事”的无限快乐。作为一家具有社会责任感的企业，成立20多年来嗒嘀嗒始终如一地把“爱”作为一切发展的根基，坚持“用每一颗爱心做好每一件衣服”。

从小用爱教育孩子，唤醒他们爱的意识，激发他们爱的纯真，培养他们爱的品质，就能够让他们健康成长。而当他们未来成为国家栋梁的时候，整个社会将变成美好的人间。小爱无限，大爱无边。爱，从小开始！未来，从小开始！我们坚信：有爱，就有未来！

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/ddddadid-674636.html>