**上海正广和饮用水有限公司**

# 企业全称

如何通过传播营销方案让正广和橙汁汽水成为代表上海这座城市的汽水品牌

# 品牌名称

正广和

# 所属行业

快消品（饮用水、饮料）

# 企业简介

正广和简介20240813.pdf（见命题资料文件夹）

# 品牌标识

设计元素.7z（见命题资料文件夹）

# 命题标题

如何通过传播营销方案让正广和橙汁汽水成为代表上海这座城市的汽水品牌

# 产品名称

正广和橙汁汽水

# 目标受众

拥有正广和汽水儿时回忆的中年人以及追求时尚、热爱国潮的年轻消费人群

# Slogan

百年品牌 上海味道

# 命题/产品背景介绍

饮料类快消品市场竞争激烈，进入门槛较低，各类品牌及产品层出不穷。在汽水类目中，除了大众熟知的两乐，国内老品牌页纷纷重新进入消费者的视线。北京的北冰洋、西安的冰峰等等，这些汽水均与所在城市画上等号。正广和自2020年复刻1946年的玻璃瓶橙汁汽水，2023年推出全新罐装汽水，由于入市较晚，大量竞品已占据大部分市场份额。作为上海本地曾经的“汽水大王”也在奋力赶上，但压力重重。

# 营销目标

结合中华老字号品牌的优势及上海本地品牌的特点，打造上海这座城市汽水的概念/充分使用年轻人群喜爱的传播方式，提高品牌及产品传播效率/提升学生人群对品牌及产品的了解度/创造各类全新的饮用方式

# 完成营销目标的关键衡量指标是什么？是否有阶段划分？

无

# 产品资料

产品及详情图.7z（见命题资料文件夹）

# 是否有必须或重点采用的传播方式和渠道（营销传播通路）？

以学生人群喜爱的方式及渠道，重点是传播的深度及广度

# 为了该营销项目的效果最大化，运营部分或渠道同期有无配合营销的促销的政策激励？

根据方案的可实施性再行沟通

# 命题方案预算

20万

# 对是否有商业价值、行业价值、社会价值等价值转换方面的其他考虑和诉求？

无