



水神 HD-100L 家用型微酸性次氯酸水發生器行銷策劃方案

企業主：水神

傳播 / 行銷目的：

1. 擺脫既有的除菌液功用，以創新貼近人們生活及使用場域的生活態度及思維，打造水神不一樣的創意用途，傳遞給消費者[水神]更新穎的價值觀。
2. 延續[水神]品牌調性，並傳遞水神為“溫和無刺激，除菌除臭無添加的消毒除菌領域的首選品牌！”
3. 次氯酸為新型的消毒殺菌技術，[水神]以其雄厚的技術及行銷實力，將成為微酸性次氯酸水運用於健康生活領域的領跑者。

品牌簡介：

1. [水神]品牌創始於 2002 年，經過十餘年的發展，正式在全國大力推廣，[水神]品牌持續與目標族群傳遞，“水神除菌液致力於讓全球家庭擁有健康生活新概念”的態度成為[水神]重要的行銷課題。
2. [水神]的主要成分微酸性次氯酸水，PH 值 5.0-6.5，與人體皮膚的酸鹼值相近，對人體無副作用，不引起遺傳因數異變，溫和無刺激，對黏膜、呼吸道亦無傷害。
3. [水神]無需調製，隨噴隨用，簡單方便，其與微生物及有機物作用後，能立即還原為水。水神除菌液含次氯酸 10 到 80PPM，PH 值呈中性，直接噴灑在物品表面即可有效殺滅生活中常見的細菌病毒，且使用後無需再用清水清洗，因此比其他的除菌液更安全、有效、便利。

產品簡介：

水神 HD-100L 家用型微酸性次氯酸水發生器是水神自主研發設計的新一代水神除菌液生成機，其外型小巧、科技時尚、經久耐用、操作簡單、多色可選；秉持守護您和您家人健康的理念，希望為越來越多的家庭帶來新穎、時尚、健康的生活方式。



目標物件：

1. 開朗樂觀、敢於嘗新、有主見的、對健康生活方式有追求的年輕人。
2. 具有強烈健康意識，積極想改變自己及家人的健康的人們。
3. 家中有小孩或長輩，需要健康乾淨生活的人們。

企劃內容：

總預算：200 萬 RMB

行銷主軸：策劃以“水神 HD-100L 家用型微酸性次氯酸水發生器”為目標推廣產品，製作完整行銷策劃方案。

效益評估：需要評估效益回報

宣傳媒體：不限

宣傳實效：請自訂

建議列入事項：

- 1、 情景分析
 - a) 產品分析
 - b) 市場分析
 - c) 競品分析
 - d) SWOT
- 2、 產品定位
- 3、 行銷策略
 - a) 產品組合
 - b) 創意概念
- 4、 傳播企劃
 - a) 傳播策略
 - b) 媒體排期
- 5、 效益評估
 - a) 媒體預算
 - b) 效益評估



第二十七屆時報金犢獎

27th Times Young Creative Awards

參賽要求：

提交完整的行銷策劃方案，作品以 ppt 或其他提案媒介方式提交，不得少於 20 頁。

參考網站：<http://www.watergod.com.cn>

諮詢：021-61151111 分機 212284 旺旺集團水神事業部