

首先要恭喜您進入 2017 年第十五屆 ATCC 全國大專院校商業個案大賽初賽階段。這份個案是以黑松企業（以下簡稱黑松）在實際經營上所面對的優勢、機會、挑戰，甚至威脅，以及營運上所關心的議題作為題材撰寫而成，它是一個真實存在的商業個案。在比賽的過程中，您不但要著重個案的分析、創意的發想與方案的企劃，更必須考量邏輯性與執行性，站在 黑松 的立場思考，考慮如何在滿足黑松期望的基礎上，將企劃案順利完成並且創造符合 黑松 所需要的結果。

一、公司與品牌簡介

黑松公司創立於 1925，始終秉持企業經營理念「誠實服務」，以核心的研發生產能力及良好的企業文化，在飲料的專業領域不斷創新及提升品質，並致力於經銷通路的經營，同時長期投入環保綠色行動，成為善盡社會責任、對環境友善的績優企業。

黑松對專業的執著，體現在生產的每一環節，透過專業的研發能力與創新的飲料設備，除了生產出黑松沙士、汽水等具代表性產品，更陸續開發了韋恩咖啡、FIN 健康補給飲料、黑松茶花綠茶、Hi-plus 氣泡飲等優質飲品。因此，多年來黑松品質屢獲各界肯定，並獲頒多項國際品質、健康認證等大獎。

以「綠色飲料品牌先鋒」為目標，黑松連續多年榮獲綠色品牌調查「食品飲料組-特優獎」。我們也重視綠色產品的經營，黑松沙士更成為台灣第一瓶獲得碳足跡與水足跡的認證的飲料產品。同時，為了展現黑松落實綠色環保的決心，黑松中壢廠製造三場也以依循綠建築指標進行設計規劃，並榮獲「廠房類綠建築」標章，實現在地永續經營的承諾。

黑松公司跨越了九十二年歲月，從農業社會步入工業社會，直至今日資訊發達的網路世代，「黑松」承載台灣人共同打拼、豐收果實的時光。面對瞬息萬變的市場，掌握潮流趨勢，不斷調整改變，與時並進。我們將持續推出優質產品，帶給消費者安心與安樂，期許成為大家優質生活的好夥伴。

二、議題背景

黑松沙士自 1950 年上市以來，由於獨特的風味及消暑降火氣之功能，是台灣人的共同記憶。早期訴求「陽光、汗水、豪邁夠勁」，廣告表現多與台灣當時的時事作結合，充份掌握時代脈動，1988 年以「一群年青人，在陽光下流著汗水，做一件有意義的事，沙士給予適時的鼓勵！」為廣告表現，配上歌聲高亢的張雨生唱出「我的未來不是夢」，成為當時最熱門的話題，至今為人津津樂道。一直以來黑松沙士秉持著『熱情、夢想、實踐』的信念，以實際行動與年輕人同在，成為台灣精神的象徵，更成為最能代表台灣的飲料。

隨著社會環境及飲用習慣的改變，黑松沙士也不停的思考如何與年輕人更靠近，品牌互動從單純飲用擴展到創意活動。科技的進步，將數位虛擬的情境帶到現實生活中，或是藉由社群網絡分享串接，讓消費者自己創造或述說相關體驗，黑松沙士希望持續透過新的互動方式，讓年輕的消費者創造新的記憶，每個世代的夢想都不一樣，希望能透過品牌的力量持續激勵年輕人朝著夢想前進！

三、題目

「用數位，轉動夢想！」

題目說明

透過數位或社群操作，將『黑松沙士』轉化成一種鼓勵，讓年輕人堅持勇敢追夢。

首先定義「夢想」是什麼？結合數位工具（網路媒體、社群、科技、募資平台...）實現「轉動夢想」之計畫。請團隊規劃出一種全新數位互動體驗，並搭配完整的行銷企劃，分析黑松沙士碳酸飲料目標族群的偏好、找出機會點，並給予兼具創意與可行性的策略執行方案。最重要的是，讓同學們一起加入黑松沙士的團隊，成為下一個實際執行的圓夢計畫！

四、提案需求說明與條件限制

提案需求

針對不同的競賽階段，產出的格式與內容說明如下：

1. 初賽企劃大綱重點說明 (ATCC Camp 當天現場需繳交的 2 頁 A4 成品)

請提出一份 2 頁 A4 內的議題企劃大綱 (PDF 檔案)，內容需包含：

- 推行主題：用數位轉動夢想。透過數位或社群操作，將『黑松沙士』轉化成一種鼓勵的行動，鼓勵年輕人堅持夢想。
- 消費者洞察及分析：目標族群(TA)設定為飲用碳酸的高中生或大學生，分析目標族群的偏好、習慣、生活態度、興趣和購買行為。
- 定義「夢想」：基於上述的TA分析，詮釋高中生或大學生的「夢想」，提出溝通的主題。
- 執行計畫：摘要、執行目標 (KPI，如接觸多少人、多少廣告曝光)、市場調查 (例如：量化問卷或質性訪談)、定位及分析、執行計畫及策略、專案時程、預算分配以及預期效益評估。
- 企畫創意：我們喜歡陽光、正面的動人故事跟創意，任何努力都值得被鼓勵，快跟我們分享。

(3/26 ATCC 千人 Camp 上午 9 點~12 點第一次 office hour 時間，每組需準備 3 分鐘簡報，以讓現場 黑松業師提供反饋建議)

※ Camp 最終公告之晉級團隊，參訪當天將有 5 分鐘簡報機會並獲得評審講評。

2. 初賽完整版企劃書提案要求 (企業書審階段，針對 3/26 Camp 最終公告之晉級團隊)

依 Camp 提案與企業評核後反饋建議之內容基礎，發展初賽完整版企劃書 (PDF 格式，篇幅在 10 頁 A4 以內)。

內容須包含：

初賽完整企劃書須包括

- 市場調查：分析目標族群(不限校園)
- 發想計劃：規劃如何針對目標族群傳達「用數位轉動夢想」的主題概念
- 情境擴散：透過數位社群操作或線下活動行銷推廣，讓該主題可以持續串連擴散到更多不同的目標族群
- 價值延伸：不論是線上的傳散應用或是線下的實體人際互動，重點在如何將線上和線下操作成果轉換為「社群聲量」或「話題熱度」，並有效傳遞黑松沙士的品牌價值
- 透過社群觀察和主題關聯性，尋找合適的潛在合作對象並提出合作內容規劃與目標
- 規劃可擴大合作效益的 (scalable)行銷方式

3. 條件限制

- 提案請以台灣地區的目標對象為主
- 請以 200 萬新台幣做預算分配及預期效益評估
- 企劃書需包含明確的目標、計劃內容、執行策略、時程規劃以及一頁的執行摘要 (Executive Summary)
- 請提出可行的短、中、長程規劃及階段性目標 (時程請自行設定)
- 請依所發想之行銷推廣方案與合作計畫，自行設定 KPI 和 ROI 並作成本效益分析評估
- 請注意黑松沙士品牌定位的一致性

五、附件

競賽時程表

日期/時間	項目	地點
3/25(六)	開幕典禮暨重量級論壇與 成功分享案例	福華文教會館 (台北市大安區新生南路三段 30 號)
3/25(六)	ATCC 實戰工作坊	台大博雅教學館 (台北市大安區羅斯福路四段 1 號)
3/26(日)	ATCC CAMP(初賽)	台大綜合體育館 (台北市大安區羅斯福路四段 1 號)
4/7(五)	企業參訪	黑松公司中壢廠 (桃園市中壢區中園路 178 號)
4/28(五)	初賽決選提報	黑松總公司 (台北市大安區信義路四段 296 號)
6/8(四)	複賽決選提報	黑松總公司 (台北市大安區信義路四段 296 號)
6/8(四)	複賽隊伍聚餐	待確認
7/1 (六)	全國決賽暨頒獎典禮	福華文教會館 (台北市大安區新生南路三段 30 號)

※實際活動時間地點依 ATCC 官網公告為主。

六、備註

1. 所有黑松公司相關之資訊、文件、圖像皆受版權保護，未經授權而揭露或從事商業行為，將負相關法律責任。以上懇請參與同學遵循保密。
2. 作品禁止抄襲剽竊，如經查屬實立即取消參賽資格，並予以公示，如涉及智慧財產權之侵害，由法院判決確定者，該提案團隊需負全責，概與黑松公司無涉。
3. 更多關於黑松詳情，歡迎至官方網站查詢：

黑松官網<http://www.heysong.com.tw/>

黑松沙士FB粉絲團<https://www.facebook.com/HeySongSarsaparilla>