**阿尔卑斯公益广告策划方案**

**早该帮 编制**

1. 市场现状:

相对于欧美竞争激烈的糖果市场来讲，中国糖果市场行业竞争程度较低、竞争产品较少、发展潜力巨大，这样的一个市场无疑是一个巨大的蛋糕，自然使西方糖果巨头们垂涎三尺。目前，世界排名前二十位的重量级糖果企业已经全部进入中国，在成都超市中可见的进口或合资糖果品牌已多达100多个，进口巧克力品牌的不断加入加速了中国糖果市场向国际化竞争演变的进程竞争企业相当激烈，奶糖市场：大白兔高居销量首位，第二品牌的争夺异常激烈主要竞争品牌有雅克，阿尔卑斯，优哈，金丝猴，喔喔，金冠等企业。奶糖未来发展趋势是高端，营养绿色高科技，估计占糖果市场容量的24%。目前，糖果的全球年人均消费量为3公斤左右，而我国只有0.7公斤，因此我国糖果市场具有巨大的发展潜力。我国糖果企业有20xx多家，其中年销售额500万元以上的企业有230家，可以说竞争相当激烈。20xx年，国际原料价格上涨，国内的大部分糖果企业在日趋激烈的市场竞争下，营销成本大幅度提高，企业盈利能力普遍下降。一部分企业为了在市场中求生存，率先开始从价格营销向品牌营销转变。品牌力决定利润率，企业品牌力的高低对销售量的影响日趋明显，要想在激烈的竞争中脱颖而出，树立品牌影响力，推出差异化的产品十分关键。

2、产品特点：

（1）采用天然纯正的原料比如牛奶，水果，咖啡，草本薄荷等，味道醇正。

（2）产品种类和口味很多，在原有口味基础上不断开发新口味产品满足不同消费者的需求。（3）产品口味醇正独特给人的是甜蜜幸福的意境美。

3、产品定位

给人快乐享受的糖果。品质：绿色/健康品牌口号：阿尔卑斯, 忍不住的快乐诱惑好者的心

3.产品市场定位

（1）市场定位：大众糖果类（2）目标顾客定位：儿童和青少年。

1、市场选择：中国大众消费市场

2、消费者定位：

8—28岁，家庭收入为中等以上收入水平，8-18岁部分初中，高中生喜食糖果。但主要是18—28岁这部分大学生和年轻白领。这部分人中，女性虽然怕胖，但还是消费的主力军。多数是自身消费，买小盒装糖果较多。礼盒装的糖果在情人节等节日购买较多。

3、包装定位：

阿尔卑斯同一产品，可适应不同的市场需求，赋予不同的市场定位。阿尔卑斯草莓棒棒糖就是这一特点的典型例子。一颗红白交织的棒棒糖，在不同的包装下，可进入不同的市场，吸引不同的消费者。

1、主打系列：推出以“七彩情人节、浪漫情侣”打造情人节超惊喜浪漫礼物，甜甜蜜蜜约会过节!

2、广告语：“快乐至纯时,甜蜜如拥抱”、“浓浓奶香情,甜蜜如拥抱”。“阿尔卑斯,见证幸福每一刻 ”

3、包装特点：

意大利不凡帝公司是全球第三大巧克力制造商， 拥有一系列优质创新的产品， 阿尔卑斯（"alpenliebe）更是享誉全球的著名品牌。最著名的要数阿尔卑斯草莓棒棒糖：开创多层式用料，草莓与牛奶相互交织，带来多重口感的享受。不论从包装到价格都“红”光闪烁，每颗alpenliebe都选用金箔纸独立包装，陈放在纸质或胶制内，意念新颖独特，装潢普通单纯。夹着水果口味,牛奶口味与水果口味相互交织,甜而不腻入口即化。包装采用：纸质包装盒，胶制口袋，包装既简约又大方在原有基础上在塑重新包装。

4、包装色彩特点：

以“阿尔卑斯,见证幸福每一刻”打造恋爱超惊喜浪漫礼物为主，色彩采用咖啡色、红色、粉色、蓝色，绿色系列为主，体现“幸福每一刻” 纯洁、清纯、灵性之美。阿尔卑斯棒棒糖数量与口味的独特含义，加之美妙口味那丝丝缕缕的回味沁入人心脾、余韵久久不断绝，让每一个另一半都惊喜倍感。

关键词：阿尔、阿尔卑、阿尔卑斯、公益、益广、广告、公益广告、策划、方案

参考文献：[1]早该帮https://bang.zaogai.com/item/BPS-ITEM-29481.html