

# “น้ำทิพย์” เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ใน แคมเปญ “น้ำทิพย์ ขวดน้มน้ำ...สิดี” ย้ำจุดเด่น ขวด “อี โค-ครีช” ความน้มน้ำที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

น้ำดื่ม “น้ำทิพย์” ภายใต้กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย เปิดตัวแคมเปญล่าสุด “น้ำทิพย์ ขวดน้มน้ำ...สิดี” ผ่านสื่อครบวงจร เพื่อเพิ่มการรับรู้ในจุดเด่นและคุณประโยชน์ของขวดอีโค-ครีชของ “น้ำทิพย์” นวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ที่เชิญชวนผู้บริโภคยุคใหม่ทุกวัยออกมาดื่มน้ำทิพย์รับความสดชื่น พร้อมรักษาสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กันด้วยขั้นตอนที่ง่ายและสนุกสนาน “เลือกขวดน้มน้ำ-ดื่ม-บิต” ผ่านการนำเสนอของกลุ่มหนุ่มสาวที่เป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ ออกอากาศ 26 พฤศจิกายน เป็นต้นไป



[nggallery id=105]

หลังจากแบรนด์ “น้ำทิพย์” ได้สร้างปรากฏการณ์ “น้ำทิพย์ คิดมาเพื่อโลก” เมื่อต้นปีที่ผ่านมา และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีมากนั้น วันนี้ “น้ำทิพย์” เดินหน้าปรากฏการณ์ ด้วยแคมเปญใหม่ “น้ำทิพย์ ขวดน้มน้ำ...สิดี” ผ่านช่องทางการสื่อสารอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยงบประมาณสนับสนุนด้านการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีกว่า 100 ล้านบาท เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและเชิญชวนผู้บริโภคมาร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วย 3 ขั้นตอนที่ง่ายและสนุก คือ 1. เลือกขวดน้มน้ำ 2. ดื่ม 3. บิต โดยนอกจากภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ความยาว 30 วินาทีแล้ว ยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และสื่อกลางแจ้ง



สำหรับเนื้อเรื่องในภาพยนตร์โฆษณา เกิดขึ้นที่สวนสาธารณะ หนุ่มสาวกลุ่มหนึ่งซึ่งจักรยานแวะมาจอดที่ร้านกาแฟเพื่อซื้อน้ำ ชายหนุ่มเลือกน้ำทิพย์และส่งให้เพื่อนๆ แต่หญิงสาวในกลุ่มเกิดนึกสงสัยในความน้มน้ำของขวด ชายหนุ่มเลยอธิบายที่มาของการที่ขวดน้มน้ำว่า “น้มน้ำ...สิดี เพราะลดพลาสติกได้ลง 35% จึงลดการใช้ไฟฟ้า ลดการใช้น้ำมัน” ในกระบวนการผลิต แล้วเพื่อนๆ ก็เข้าใจ แต่ไม่ใช่แค่กลุ่มเพื่อนๆ เท่านั้น การเลือก ดื่ม บิต ยังแพร่กระจายไปทั่วสวนสาธารณะ จากกลุ่มเพื่อนที่ปั่นจักรยานมาด้วยกัน ไปจนถึงกลุ่มนักศึกษา กลุ่มคนออกกำลังกาย คนที่กำลังจะไปทำงาน ทุกคนต่างพากัน เลือก ดื่ม บิต กันอย่างสนุกสนาน



ผลิตภัณฑ์	น้ำทิพย์ชื่อโฆษณา	น้ำทิพย์ ขวดนิ่ม...ลิตี
เอเจนซี	McCann Erickson Thailand	
โปรดักชั่น เฮ้าส์	Mama Do Film Co., Ltd.	
ความยาว	30 วินาที	
ครีเอทีฟ	1. กิตติศักดิ์ ปรีชาพานิช 2. เลิศพงศ์ จาตุรนต์รัศมี 3. ชุตติมา แสงผึ้ง	
ผู้กำกับ	วินิจ เอื้ออรุณชัย	

### หมายเหตุถึงบรรณาธิการ

บรรจุภัณฑ์ใหม่ของน้ำดื่ม “น้ำทิพย์” ผลิตจากพลาสติกพีอีที ที่ใช้ปริมาณพลาสติกในการผลิตลดลงถึง 35% เมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์เดิม โดยยังคงคุณภาพและความแข็งแรงของขวดตามมาตรฐานสูงสุดของโคคา-โคลา บรรจุภัณฑ์ “น้ำทิพย์” ใหม่จะมาพร้อมกับโลโก้ใหม่รูปใบไม้สีเขียวอ่อนสวยสะดุดตา มีรูปทรงขวดดีไซน์ทันสมัย เป็นบรรจุภัณฑ์พีอีทีที่มีน้ำหนักต่อขนาดบรรจุที่เบาที่สุดในประเทศไทย\* (10.7 กรัม สำหรับขวดขนาด 550 มิลลิลิตร) และใช้ฝาขวดที่มีขนาดสั้นลง เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและช่วยลดน้ำหนักให้ได้มากที่สุด ทั้งยังได้รับการออกแบบตัวขวดอย่างชาญฉลาดทำให้ง่ายต่อการบิดเมื่อเต็มหมด และสามารถนำไปรีไซเคิลได้ทั้งหมด \* *เปรียบเทียบน้ำหนักพลาสติกพีอีทีต่อขนาดบรรจุ (กรัมต่อมิลลิลิตร)*

**กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย** ประกอบด้วย บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย) จำกัด ในฐานะเจ้าของแบรนด์ รับผิดชอบกิจกรรมตลาด และสองพันธมิตรผู้ผลิตและจัดจำหน่าย บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด รับผิดชอบ 62 จังหวัดทั่วประเทศ และบริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) รับผิดชอบใน 14 จังหวัดภาคใต้ ผลิตภัณฑ์ในพอร์ตโฟลิโอของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทยได้แก่ โค้ก, โค้ก ซีโร่, โค้ก ไลท์, แฟนต้า, สไปร์ท, ซเวปป์ส์, รุทเบียร์ เอ แอนด์ดับบลิว รวมถึงน้ำส้มมิเนอรัล สแปลช และมิเนอรัล พัลพี และ น้ำดื่มน้ำทิพย์

**LIVE POSITIVELY ร่วมทำสิ่งดีๆ เพื่อเรา...เพื่อโลก** เป็นความมุ่งมั่นของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลาที่จะสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้แก่โลกด้วยการผสมความยั่งยืนในทุกสิ่งที่ทำ **LIVE POSITIVELY** ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลักที่เป็นกุญแจสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน 7 ประการ คือ คุณภาพ/คุณค่าของเครื่องดื่ม, สุขภาพแข็งแรงสดใส, น้ำ, บรรจุภัณฑ์, สภาพอากาศ, ชุมชน และ ที่ทำงาน