

# ‘โคคา-โคลา’ ดึง ‘เจมส์ ซีรเดนีย์’ ควง ‘พ่อ’ เปิดใจ ครั้งแรก เผยตัวตนที่แท้จริง!! ในแคมเปญสุดซึ้ง ‘ยิ่ง เปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’



กลุ่มธุรกิจ โคคา-โคลา ประเทศไทย บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด และ บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย) จำกัด ผู้  
จำหน่ายเครื่องดื่ม ‘โค้ก’ (Coke) ส่งแคมเปญสุดซาบซึ้งแห่งปี ‘ยิ่งเปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’ ดึงนักแสดงวัยรุ่นสุดฮอต  
‘เจมส์-ซีรเดนีย์ ศุภพันธุ์ภิญโญ’ ที่ควงคุณพ่อ ‘ธีรชัย ศุภพันธุ์ภิญโญ’ มาร่วมเปิดใจว่าครั้งหนึ่งเคยไม่เข้าใจกันและ  
ไม่คุยกันเป็นปี แต่สุดท้ายก็ผ่านช่วงเวลานั้นมาได้ด้วยการเปิดใจเข้าหากันและกัน ในงานแถลงข่าวเปิดตัวแคมเปญ  
ที่ เอสเอฟซีนิมา เซ็นทรัลเวิลด์

โดยแคมเปญ ‘ยิ่งเปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’ เกิดขึ้นจากงานวิจัยผู้บริโภคของ ‘โค้ก’ ที่พบว่าการไม่กล้าพูดความรู้สึกในใจ  
จริงๆ ให้อีกฝ่ายได้รับทราบ เป็นอุปสรรคของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในยุคปัจจุบัน ‘โค้ก’ จึงพูดไต่เต๋เพื่อจุด  
ประกายคนรุ่นใหม่ให้กล้าออกมาเปิดใจ เปิดเผยตัวตน ยอมรับ สร้างความเข้าใจและกระชับความสัมพันธ์ รวมทั้ง  
ใส่ใจกับคนที่ตัวเองรักให้มากขึ้น โดยได้เลือก ‘เจมส์-ซีรเดนีย์’ มาเป็นพรีเซนเตอร์แคมเปญนี้ ด้วยคาแรคเตอร์ที่เป็น  
ตัวของตัวเอง อุปนิสัยและการแต่งตัวที่สามารถสะท้อนการเป็นตัวตนของคนรุ่นใหม่ ทำให้เจมส์เป็นตัวแทนที่ดีที่สุด  
สำหรับแนวคิดและวัฒนธรรมใหม่ๆที่โค้กอยากเห็นสังคมไทยกล้าออกมาเปิดใจในทิศทางที่ดี

หนุ่ม ‘เจมส์ ซีรเดนีย์’ เผยว่า “สำหรับครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่ผมมาบอกเล่าเรื่องราวความเป็นตัวตนของตัวเองในเรื่องที่  
ไม่เคยบอกที่ไหนมาก่อนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผมกับพ่อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผมและคุณพ่อไม่เข้าใจกันและทำให้ความ  
สัมพันธ์ของเรามีปัญหาและไม่คุยกันนานเป็นปี และวันนี้มีโอกาสมาร่วมแคมเปญ ‘ยิ่งเปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’ ของ ‘โค้ก’  
ทำให้ผมได้มีโอกาสแบ่งปันเรื่องราวจริงระหว่างผมและคุณพ่อ ที่การเปิดใจพูดในสิ่งที่เราสองคนต่างรู้สึกอย่างตรงไป  
ตรงมาทำให้ผมกับพ่อได้เข้าใจและใกล้ชิดกันมากขึ้น ไม่มีอะไรให้ต้องรู้สึกอึดอัดใจอีกต่อไป จากนั้นจะไม่ปล่อยให้  
เวลาผ่านไป มีอะไรจะพูดจะเปิดใจกับคนที่รัก เพื่อจะได้ใกล้ชิดกันมากขึ้น และหนุ่มเจมส์ ยังพูดถึงแคมเปญ ‘ยิ่ง  
เปิดใจยิ่งใกล้กัน’ ของ ‘โค้ก’ ว่า เป็นแคมเปญที่ดี แต่เราเปิดใจ ลองหันมาพูดคุย หันมารับฟัง โดยเฉพาะกับคนที่เรา  
รัก คนใกล้ชิดที่เราควรจะรักษาความรู้สึกดีๆ เอาไว้ ทุกอย่างก็อาจจะกลับมาดีได้ หรือแม้แต่อาจจะไม่ใช่แค่กับคน  
ใกล้ชิด อาจจะเป็นเรื่องที่เราคิดเห็นไม่ตรงกัน ซึ่งหัวใจสำคัญของการที่จะรักษาความสัมพันธ์ที่ดีเอาไว้ได้ ก็เพียงแค่เรา  
ลองเปิดใจเท่านั้นเองครับ” เจมส์กล่าว

นอกจากนี้หนุ่มเสียงดี ‘นนท์ ธนนท์ จำเริญ’ ยังถูกเลือกให้ทำหน้าที่ถ่ายทอดอารมณ์และข้อความสุดอบอุ่นของ  
แคมเปญ ‘ยิ่งเปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’ ผ่านเพลง True Colors ที่เป็นเพลงธีมประกอบภาพยนตร์โฆษณาใหม่ของโค้ก ซึ่ง

เพลงนี้ได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่มาในทุกยุคทุกสมัย ด้วยความหมายที่สื่อถึงการสร้างแรงบันดาลใจ การเปิดใจและเป็นตัวของตัวเองคือสิ่งที่ดีที่สุด และเพลงนี้เป็นเพลงที่ได้รับความนิยมในระดับตำนานของ Cyndi Lauper และมีศิลปินชื่อดังระดับโลกมากมายหยิบเพลงนี้ขึ้นมาร้อง cover และเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ที่บทเพลง True Colors ถูกคัฟเวอร์อย่างเป็นทางการโดยนักร้องหนุ่มคุณภาพ ‘นนท์ ธนนท์’ ผ่านภาพยนตร์โฆษณาของ ‘โค้ก’ ชุด ‘ยิ่งเปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’

โดยในแคมเปญ ‘ยิ่งเปิดใจ ยิ่งใกล้กัน’ ของ ‘โค้ก’ ยังมีการจัดแสดง Light & Sound Show บนจอ Panoramix Screen บริเวณลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งเป็นการแสดง visual performance ที่ใช้เทคโนโลยีในการสื่ออารมณ์ออกมาได้ดีที่สุดอย่างที่ไม่เคยมีแบรนด์ใดเคยทำมาก่อน อีกทั้งยังมีกิจกรรม ‘โซนเปิดใจ’ ขึ้นทั่วประเทศ เพื่อถ่ายทอดแนวคิดของแคมเปญผ่านตู้บรรจุเครื่องดื่มซึ่งเป็นการร่วมมือกันระหว่าง ‘Coca-Cola’ กับ ‘Google’ สร้างพื้นที่เพื่อช่วยให้การเปิดใจเป็นเรื่องที่ง่ายยิ่งขึ้น โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถสอบถามตู้บรรจุเครื่องดื่มนี้ ถึงวิธีการเปิดใจอย่างสร้างสรรค์ในประเด็นต่างๆ และยังสามารถนำแรงบันดาลใจที่ได้รับมาทำเป็นอีการ์ด (e-card) ลงบนกระป๋องโค้กผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) อันจะช่วยทำให้การเปิดใจเป็นไปได้อย่างสะดวกและมีสีสันมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถติดตามรายละเอียดได้ที่ Hashtag: #ยิ่งเปิดใจยิ่งใกล้กัน #โซนเปิดใจ และ [www.facebook.com/cocacolaTH](http://www.facebook.com/cocacolaTH)

สำหรับกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทยประกอบด้วย บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย) จำกัด ในฐานะเจ้าของแบรนด์ รับผิดชอบในกิจกรรมการตลาด และสองบริษัทพันธมิตรผู้ผลิตและจัดจำหน่าย บจ.ไทยน้ำทิพย์ รับผิดชอบ 63 จังหวัด ทั่วประเทศ และ บมจ. หาดทิพย์ รับผิดชอบใน 14 จังหวัดภาคใต้

กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทยเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ นอกเหนือจากแบรนด์ที่มีมูลค่าสูงที่สุดในโลกอย่าง โคคา-โคลา แล้ว ผลิตภัณฑ์ในพอร์ตโฟลิโอของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทยยังประกอบไปด้วย โค้ก ออริจินอล, โค้ก สูตรไม่มีน้ำตาล, โค้ก ไลท์, โค้ก พลัส คอฟฟี, แฟนต้า, สไปร์ท, ซเวปส์, เอแอนด์ดับเบิลยูเบียร์ รวมถึงน้ำส้มมินิทเมด สแปลช, มินิทเมด พัลพี, มินิทเมด ไวตา คิตส์, มินิทเมด ออเรนจ์ ไฟเบอร์, มินิทเมด ฮันนี่ เลมอน, น้ำดื่มน้ำทิพย์, อควาเรียมส กรุปฟรุ๊ต, อควาเรียมส ซิตรัส, น้ำมะพร้าวชิโค