

# โคคา-โคลา เปิดตัว “ฮานู™” เครื่องดื่มสมุนไพรใหม่ ล่าสุด เปิดตัวในประเทศไทยที่แรก

- “ฮานู™” แบรินด์เครื่องดื่มน้องใหม่คุณภาพสูงล่าสุดจากโคคา-โคลา ที่คิดค้นจากแรงบันดาลใจในประเทศไทย เพื่อคนไทยโดยเฉพาะ
- ชูแนวคิด “เครื่องดื่มสมุนไพร” อร่อยเย็นสดชื่น คัดสรรคุณประโยชน์จาก 4 สมุนไพร กระเจี๊ยบ หล่ำ อั้ง ก้วย ชะเอมเทศ และรากหญ้าคา ที่ผสมผสานอย่างลงตัว
- ลงทุนงบการตลาดกว่า 160 ล้าน ปั่นแคมเปญสื่อสารการตลาดครบวงจร ดึง “ไปป์-ชนวรรธน” และ “โก๊ะตี้” เป็นแบรินด์แอมบาสเดอร์สุดคูล
- พร้อมเดินสายแจกผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคกว่า 1 ล้านขวด สร้างการรับรู้และการทดลองชิม

กรุงเทพฯ (13 สิงหาคม 2556) – กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย เดินหน้าขยายพอร์ตโฟลิโอเครื่องดื่มไม่อัดลมของโคคา-โคลาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเปิดตัวแบรินด์เครื่องดื่มสมุนไพรใหม่ล่าสุด ฮานู ชูแนวคิดเครื่องดื่มที่ผสมผสานคุณประโยชน์ของสมุนไพรธรรมชาติที่มีฤทธิ์เย็น 4 ชนิด จนได้เครื่องดื่มที่อร่อยเย็นสดชื่น ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่เปิดตัวเครื่องดื่มแบรินด์ใหม่นี้ พร้อมส่งแคมเปญสื่อสารการตลาด “ฮานู คูลลิ่ง” ภายใต้งบกว่า 160 ล้านบาท ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ครบวงจร โดยได้ “ไปป์-ชนวรรธน” และ “โก๊ะตี้” มาร่วมเป็นแบรินด์แอมบาสเดอร์เพื่อสร้างการรับรู้ต่อสินค้าและแบรินด์ และกระตุ้นยอดขายด้วยการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทดลองชิมกว่า 1 ล้าน ขวดในปี

นายดิ๊กกี เดย์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจประจำประเทศไทย บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่โคคา-โคลา เปิดตัวเครื่องดื่มสมุนไพรแบรินด์ใหม่นี้ เพราะเครื่องดื่มสมุนไพร ฮานู ได้รับแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิตและความนิยมบริโภคเครื่องดื่มสมุนไพรของคนไทย ในการคิดค้น วิจัยและพัฒนา ทั้งในเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะเครื่องดื่มที่นิยม รสชาติที่ชื่นชอบ ไปจนถึงความต้องการของผู้บริโภคชาวไทยต่อเครื่องดื่มประเภทสมุนไพรที่เพิ่มมากขึ้น จนกลายมาเป็นนวัตกรรมเครื่องดื่มสมุนไพรสูตรเฉพาะของฮานู ที่คัดสรรสมุนไพรธรรมชาติ 4 ชนิดมาผสมผสานกันอย่างลงตัว ได้แก่ กระเจี๊ยบ, หล่ำ อั้ง ก้วย, ชะเอมเทศ และรากหญ้าคา จึงให้ทั้งรสชาติที่อร่อยและความเย็นสดชื่น ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของ

คนเมืองในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับความเร่งรีบ และความเหนื่อยล้าจากการทำงาน รวมถึงอากาศอันร้อนอบอ้าวในประเทศไทย”

“จากการสำรวจตลาดในประเทศไทยเราพบว่าเครื่องดื่มประเภทสมุนไพรรวมถึงเครื่องดื่มผสมสมุนไพรรและเครื่องดื่มประเภทชาต่างๆ ติดอันดับเครื่องดื่มยอดนิยมในสามอันดับแรกร่วมกับน้ำดื่ม และน้ำอัดลม ในช่องทางร้านอาหาร ร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อ ดังนั้น เราจึงได้ลงทุนทำการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาที่ใหญ่ที่สุดของโคคา-โคลา จนกลายมาเป็นนวัตกรรมเครื่องดื่มสมุนไพรร่วมดื่มใหม่ล่าสุด **ฮานู** สูตรคุณภาพสูงจากโคคา-โคลา ที่จะมาสร้างสรรค์นิยามใหม่ให้กับเครื่องดื่มสมุนไพรรในประเทศไทยโดยเฉพาะ” นายดิกกี กล่าวเพิ่มเติม

**นายชาญวิทย์ ชรินทร์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการอาวุโส การตลาด บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด** กล่าวว่า “ตามความมุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน วันนี้ เราเดินทางขยายพอร์ตโฟลิโอเครื่องดื่มไม่อัดลมด้วยการเปิดตัว **ฮานู** เครื่องดื่มสมุนไพรรเบรนต์แรกของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย โดยจากการประมาณการณของเรา ตลาดเครื่องดื่มสมุนไพรร่วมดื่ม ซึ่งรวมถึงเครื่องดื่มสมุนไพรร้วนและเครื่องดื่มชาในประเทศไทยมีมูลค่ารวมกว่า 21,000 ล้านบาท และมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 25% ในช่วงสามปีที่ผ่านมา เราจึงพร้อมส่ง **ฮานู** มาตอบสนองความต้องการเครื่องดื่มเพื่อความสดชื่นของตลาดกลุ่มนี้ และสร้างความแข็งแกร่งให้กับพอร์ตโฟลิโอของโคคา-โคลา ในฐานะผู้นำตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ในประเทศไทย”



“นวัตกรรมเครื่องดื่มใหม่เบรนต์ **ฮานู** ผลิตโดยสายการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและทันสมัยที่สุดของเรา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการแถลงลงทุนเมื่อต้นปีกว่า 4 พันล้านบาท ในการปรับปรุงและขยายกำลังการผลิตของโรงงานหลายแห่งทั่วประเทศ เพื่อรองรับธุรกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปีนี้”

“กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลาฯ ประสบความสำเร็จในพอร์ตโฟลิโอเครื่องดื่มไม่อัดลมจากเบรนต์น้ำผลไม้ที่แข็งแกร่งอย่างมินิเทมต แสปลช, มินิเทมต พัลพิ, มินิเทมต นิวทริบู้สท์ และเบรนต์น้ำดื่มน้ำทิพย์ ที่มีปริมาณการขายคิดเป็นประมาณ 20% จากปริมาณการขายเครื่องดื่มทั้งหมดในกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดสามปีที่ผ่านมา เมื่อรวมกับการเติบโตของเครื่องดื่มกลุ่มอัดลม ส่งผลให้เราก้าวเป็นผู้นำตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ของประเทศไทย เรามั่นใจว่า **ฮานู** เครื่องดื่มสมุนไพรรที่เกิดจากการค้นคว้าและพัฒนาจนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และรสชาติอร่อยเย็นสดชื่น จะเพิ่มทางเลือกและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และทำให้ธุรกิจของเราแข็งแกร่ง สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน” นายชาญวิทย์ กล่าวเพิ่มเติม

## ลงทุนปั้นแคมเปญสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

โคคา-โคลายังได้เตรียมงบประมาณกว่า 160 ล้านบาท สำหรับจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดครบวงจรแคมเปญ “**ฮาบูคูลิ่ง**” ภายใน 1 ปี โดยจะให้ความสำคัญกับ 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1) สร้างการรับรู้ต่อแบรนด์สินค้า 2) สร้างการจดจำต่อแบรนด์สินค้า และ 3) กระตุ้นการทดลองชิมสินค้าให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนทำงานรุ่นใหม่ นำโดยภาพยนตร์โฆษณาชุด ‘*Men in Haaa*’ ที่จะเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ โดยได้พระเอกชื่อดังอย่าง “โป๊ปป-ธนวรรธน์ วรรณนะภุติ” และดาราดอก “โก๊ะตี้ อารามบอย” มาร่วมเป็น แบรินด์แอมบาสเดอร์สร้างสีสันและความสนุกสนานให้กับภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดจำหน่าย สื่อโฆษณามัลติมีเดียตามจุดต่างๆ และแคมเปญสร้างการรับรู้ผ่านทางสื่อดิจิทัล อาทิ กิจกรรมบนหน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจของผลิตภัณฑ์ ([www.facebook.com/habucooling](http://www.facebook.com/habucooling)) และคลิปวิดีโอเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะทำการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทดลองชิม ทั้งในร้านค้าและกิจกรรมออนไลน์ทั่วประเทศถึง 1 ล้านขวด ภายในปีนี้

## จากแรงบันดาลใจสู่แบรนด์ ฮาบู

จากแรงบันดาลใจของคนไทยที่นิยมดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรมาช้านาน กลายมาเป็นเครื่องดื่มสมุนไพร **ฮาบู** ที่มีส่วนผสมที่เป็นเอกลักษณ์ สูตรเฉพาะคุณภาพระดับโลกจากโคคา-โคลา ให้รสชาติอร่อยเย็นสดชื่น และสามารถดื่มได้ทุกวัน และทุกโอกาส สร้างความแตกต่างจากเครื่องดื่มประเภทเดียวกัน

ชื่อแบรนด์ **ฮาบู** เกิดจากการผันเสียงของคำว่า “เฮอรัเบิล” (Herbal) ที่แปลว่าสมุนไพรในภาษาอังกฤษ โดยเป็นชื่อที่มีการทำผลสำรวจมาแล้วว่าเป็นชื่อที่ง่ายต่อการจดจำ การออกเสียง และมีเอกลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นเอเชีย และโลโก้ของ**ฮาบู**นั้น ได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาชนะดินเผาโบราณที่ใช้สำหรับปรุงยาสมุนไพรนำมาประยุกต์ให้ดูทันสมัยขึ้น โดดเด่นสะดุดตาด้วยสีแดงแบบ **ฮาบู** ให้ความรู้สึกสดชื่นและสนุกสนาน

“จากการพัฒนาแบรนด์สินค้า เราจำเป็นต้องคำนึงถึงความสนใจของผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้น แบรินด์ **ฮาบู** จึงเปิดตัวด้วยรูปลักษณ์ที่ทันสมัย แต่แฝงด้วยความเป็นธรรมชาติ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า **ฮาบู** จะเป็นเครื่องดื่มที่ช่วยดับกระหาย และคืนความสดชื่นแก่ผู้บริโภคได้” นายดิกกี้ กล่าวทิ้งท้าย

**ฮาบู** เครื่องดื่มสมุนไพรพร้อมดื่ม คัดสรรคุณประโยชน์จากสมุนไพรฤทธิ์เย็น 4 ชนิด ทั้งกระเจี๊ยบ, หล่อ ฮั้ง ก้วย,

ชะเอมเทศ และรากหญ้าคา ผสมผสมกันอย่างลงตัว ให้รสชาติอร่อยเย็นสดชื่น มีวางจำหน่ายแล้ววันนี้ ในรูปแบบ  
ขวดแก้วแบบไม่คืนขวด ขนาด 250 มล. ที่ราคา 10 บาท ณ ภัตตาคารและร้านอาหาร และในขวดพีอีที ขนาด 280  
มล. ที่ราคา 12 บาท ณ ช่องทางการขายอื่นๆ ทั่วประเทศ

# # #