

2017 校園公關提案競賽

主題：互聯網+產業創新

協辦單位：雄獅鉛筆廠股份有限公司

一、 組織簡介

雄獅鉛筆成立於 1956 年，早期從鉛筆製造起家，在台灣文具及美術用品領域，奠立領導品牌的根基。為拓展國際市場版圖，2000 年設立昆山工廠，生產供應國際市場銷售之商品，並於 2005 年陸續成立上海、天津、廣州、成都、昆山 5 個行銷據點，進軍中國內銷市場。

2006 年創立『奶油獅』品牌，象徵品牌及商品年輕化，以品牌精神「想像力是你的超能力」的概念，透過商品設計呈現在消費者手中，奶油獅的誕生讓雄獅在既有的文具及美術用品外，正式跨足禮品及生活用品市場。

2019 年雄獅鉛筆將新建觀光工廠於桃園龍潭，以「得心應手的自由創作，享受繪畫中的歡樂」的核心價值，來延續藝術教育推廣，並透過想像力視覺意象及觸覺感官的交叉互動，啟發每個人創造力，這裡是一個大人小人的美學教育空間，打破傳統觀光工廠的空間限制，感受不同的體驗。

雄獅鉛筆產品種類多元，包含：

- 1.學校與辦公用品，如：鉛筆、簽字筆、奇異筆等。
- 2.美術用品，如：蜡筆、粉蜡筆、水彩、壓克力水彩等。
- 3.精緻流行文具，如：動物造型彩色筆、黑白派等
- 4.奶油獅商品(包含學生事務用品、彩繪用品、創意禮品及生活用品)...

二、 公關需求

1. 互聯網分析框架

雄獅鉛筆歷經六十年的品牌歷程，創造許多經典商品，但消費者們只認識雄獅鉛筆是賣兒童畫材或一般基本款文具，實際上雄獅鉛筆長期跨足專業美術及 DIY 手作市場，欠缺傳遞的平台來告訴消費者，藉由未來觀光工廠附於了將行銷、銷售、服務端(消費端/盤商&通路端)串連，在現今雲世代如何藉由互連網將它整合起來，讓消費者重新認識雄獅鉛筆。

2. 互聯網目標對象

雄獅鉛筆品牌時間長久以來，從筆類到畫材類品項，使用者幾乎是全族群使用者，只是對於一個新的觀光工廠市場，如何重新傳遞新的觀念及形象。以觀光工廠的族群，我們設定目標對象假日為親子家庭族群，平日為團體客或散客為主(如學生戶外教學、社區團體、文青族)

3. 互聯網公關目的

- ①. 消費者對於傳統文具品牌有新的觀感。
- ②. 觀光工廠線下線上整合的體驗活動。
- ③. 商品教學宣傳及商品新訊知識的傳遞。
- ④. 電子商務銷售及實體店家通路活動串連。
- ⑤. 讓盤商&通路端吸收新資訊的運用功能。

4. 預算範圍

製作互聯網預算 50 萬元。

5. 時間規劃

- ◆ 2018/1/1~2018/12/31(一年)
- ◆ 觀光工廠開幕時間約為 2019 年 2 月左右。

相關平台連結參考：

雄獅鉛筆官方網站 <http://www.simbalion.com.tw/>

雄獅文具 想像力製造所 FB <https://www.facebook.com/simbalionpencil/>

奶油獅官方網站 <http://www.butterlion.com.tw/>

奶油獅 Butter Lion 粉絲情報站 FB <https://www.facebook.com/LoveButterLion/>

YAHOO 超級商城專賣店

<https://tw.mall.yahoo.com/search?m=list&sid=butterlion&ccatid=43&path=7,43>

Youtube 頻道

https://www.youtube.com/channel/UCCzBY66II_hZ1BP4wuEALig