

SPRG

從策略到殊榮：SPRG 助 Zespri 口碑佳績雙豐收

使命驅動，載譽而歸：

Zespri「早餐+1」方案橫掃多個頂尖國際及區域獎項，大放異彩。

- **全球頂尖40公關專案** SABRE 全球大獎
- **大獎** SABRE 亞太區大獎 公益行銷
- **金獎** PRweek 亞太區公關大獎 健康與福祉
- **金獎** 史蒂夫國際商業大獎 目標導向年度行銷方案
- **銀獎** 亞太區史蒂夫獎 目標導向行銷創新
- **優異獎** 台灣財團法人公關基金會傑出公關獎 議題溝通

背景：從營養缺口到建立良好飲食習慣

台灣素有「水果王國」美譽，然而隨著現代生活型態轉變，大眾健康正面臨多重挑戰，包括：

- 蔬果攝取不足
- 早餐通常是營養最不均衡的一餐
- 糖尿病發生率上升
- 纖維攝取不足，腸胃及消化不適

Zespri 與 SPRG 共同構思的宣傳攻勢由此應運而生，
旨在啟發消費者建立健康飲食習慣，並同步推動品牌升級：



早餐 + 1 台灣早餐營養革命

「奇異金三角」強勢驅動推廣攻勢

宣傳攻勢鎖定三大領域，確保信息發放精準到位



醫療機構
透過健康專家及醫療合作夥伴提升方案的公信力。
全台 **338** 家醫療機構積極響應。

零售渠道
倡導消費者養成健康的習慣，攜手**7,023** 間 7-Eleven 推廣鮮切奇異果。

學校
透過遊戲化教育，培養學生健康飲食習慣。
「14天水果派對大挑戰」趣味校園活動吸引近 **5,000**名學童參與。

在三頭馬車合力驅動下，令推廣活動的成效倍增：

公信力 | 便利性 | 教育意義 | 高度實踐可行性

創造全方位影響力 引爆品牌聲量與銷售增長

- **500+** 篇媒體報導
- **1,470萬** 觸及受眾
- **293** 位胃腸科醫師認可及推薦
- **2.8億** 次接觸7-11消費者
- **77.5%** 家庭滲透率
- **19.16%** 銷售額上升

成功向消費者傳遞三大核心健康訊息：

- 選擇高營養密度的水果
- 從早餐開始攝取水果
- 水果天然維生素C對健康益處

項目不但獲得業界權威獎項肯定，更成功推動品牌定位升級，兼顧商業成效與社會價值，締造雙贏。

作為 Zespri 的公關夥伴，SPRG 憑藉屢獲國際獎項肯定的策略策劃與執行實力，以及能有效促進消費轉化的優質資源，為品牌打造由口碑傳播至社群動員的一站式解決方案，並成功將傳播影響力轉化為強勁的終端銷售表現與長遠品牌價值。

SPRG
STRATEGIC PUBLIC RELATIONS GROUP
縱橫公共關係顧問集團
Hong Kong ◆ Beijing ◆ Shanghai ◆ Guangzhou ◆ Taipei ◆ Singapore ◆ Kuala Lumpur ◆ Sydney
香港 ◆ 北京 ◆ 上海 ◆ 廣州 ◆ 台北 ◆ 新加坡 ◆ 吉隆坡 ◆ 悉尼
www.sprg.asia