

2019 年舍得酒业春季糖酒会策展需求

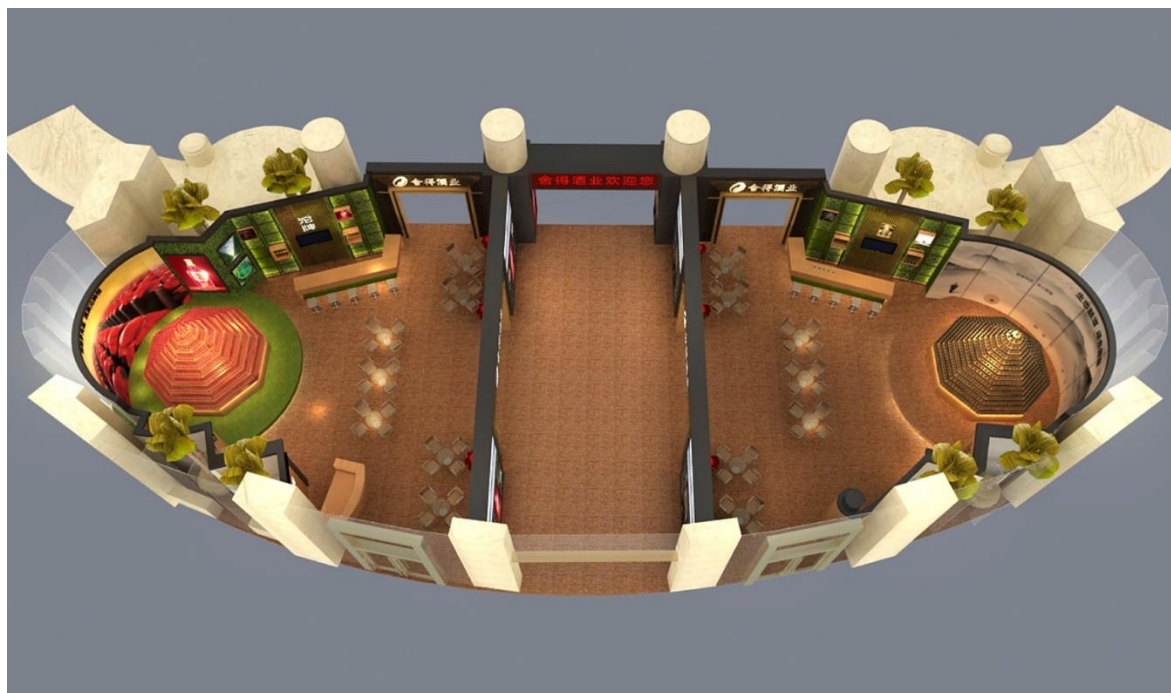
一、 展会背景

- 1、春糖因其规模大、影响力大，素来被称为“天下第一会”，2019 年恰逢春糖第 100 届；
- 2、这是舍得酒业 2019 年度第一次核心亮相，是凸出舍得酒业作为“生态酿酒的缔造者，文化国酒的传承者”的核心事件；
- 3、2019 年是舍得酒业“两年调整结束，三年可持续、高质量发展之路开启”的关键节点，意义重大。

二、 策展场地

- 1、索菲特酒店-展区；
- 2、西部博览城-展区

【索菲特酒店-展区示意图】



(图一：上图为 2018 年春糖效果图，场地格局相同，上图仅为示例)

(一)时间地点：成都索菲特大酒店，预计 2019 年 3 月 17 号开展、21 号撤展；

(二)展厅描述：360 平（不含中间主通道，左右各 180 平），呈椭圆形，两侧各有一个小喷泉池无法移动，中间主通道左右两道侧门开展期间为消防和进出通道，不能作封闭设计；

(三)布展需求：

● **沱牌·中国名酒篇——体现沱牌作为“老中国名酒”的历史底蕴和名酒基因；**

1. 模块一：沱牌·中国名酒的历史荣光

A. 沱牌老广告，以高清显示屏轮播“悠悠岁月酒 滴滴沱牌情”复古广告；

B. 沱牌·中国名酒图片展，获奖照片、历史照片等

C. 沱牌·复刻版产品展示

D. AR 互动消费者体验，或定制包装体验。

2. 模块二：舍得生态酿酒园-生态八维

A. 舍得生态酿酒（建议在喷泉上），配合多媒体投影设备进行；参观者观看时，可自行点击介绍页面，当点击某一区域信息时，设备将投影到指定位置，全面传递生态园信息，提升参观者对区域位置的认识面。（示例：

<http://jingpai720.magiccg.hmltec.com/index.php>）

B. 墙体爬山虎，复刻生态园生态感觉（建议）；

● **天洋入主·舍得腾飞篇——重点体现舍得“传播中国智慧，打造文化国酒”的品牌高度，要有艺术、人文气息**

3. 模块三：天洋入主·全新腾飞

- A. 天洋入主成果展—照片墙，产品改革、员工样貌、厂区改造、营销中心迁至北京等；
- B. 舍得五大产品展示区（舍得、沱牌、吞之乎、陶醉、沱小九），不要太浮夸，要与“沱牌·中国名酒区”、“天洋入主后·艺术文化区”的整体风格相协调，从调性上要有承上启下的作用；产品陈列以精品柜为主，，不作过多的陈列柜。

4. 模块四：舍得智慧讲堂展示区

- A. 舍得智慧讲堂·官方宣传片
- B. 舍得智慧讲堂照片墙，重量级嘉宾图片、获奖照片

5. 模块五：大国芬芳沉浸式体验区

- A. 环幕播放大国芬芳及舍得艺术中心视频内容，循环播放 IP “大国芬芳 “与” 舍得艺术中心” 的视频内容，以酒为媒的歌舞剧与饱含舍得精神的艺术品近在眼前；
- B. （互动，可根据实际创意调整）全景拍照，5D 环幕前设置 12 台相机进行全景拍照，最后实时生成动图，消费者可以在巨幕前定格与舍得 “艺术” 的美好瞬间分享朋友圈（下图为示例）；



(动图链接:

http://zidanshijian.jieliren.com/server/index.php?id=A1053007&num=11&hd_number=A105&from=groupmessage&isappinstalled=0)

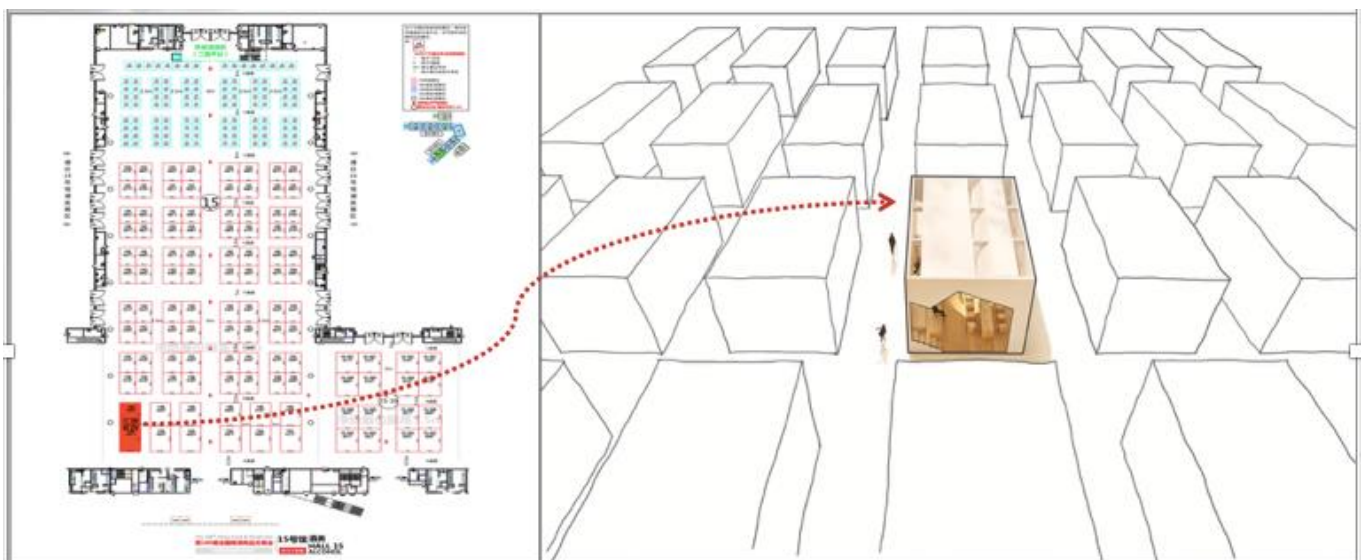
6. 模块六：艺术中心互动展示区

- A. 舍得艺术中心某一元素的 mini 版展示;
- B. (互动, 可根据实际创意调整), 高端艺术品互动, 现场设置配备显示屏的高端印刷机, 显示屏中储存有舍得艺术中心的所有艺术品图片。参观者可在其中选出喜欢的艺术图片进行打印, 赠送给参观者留念。

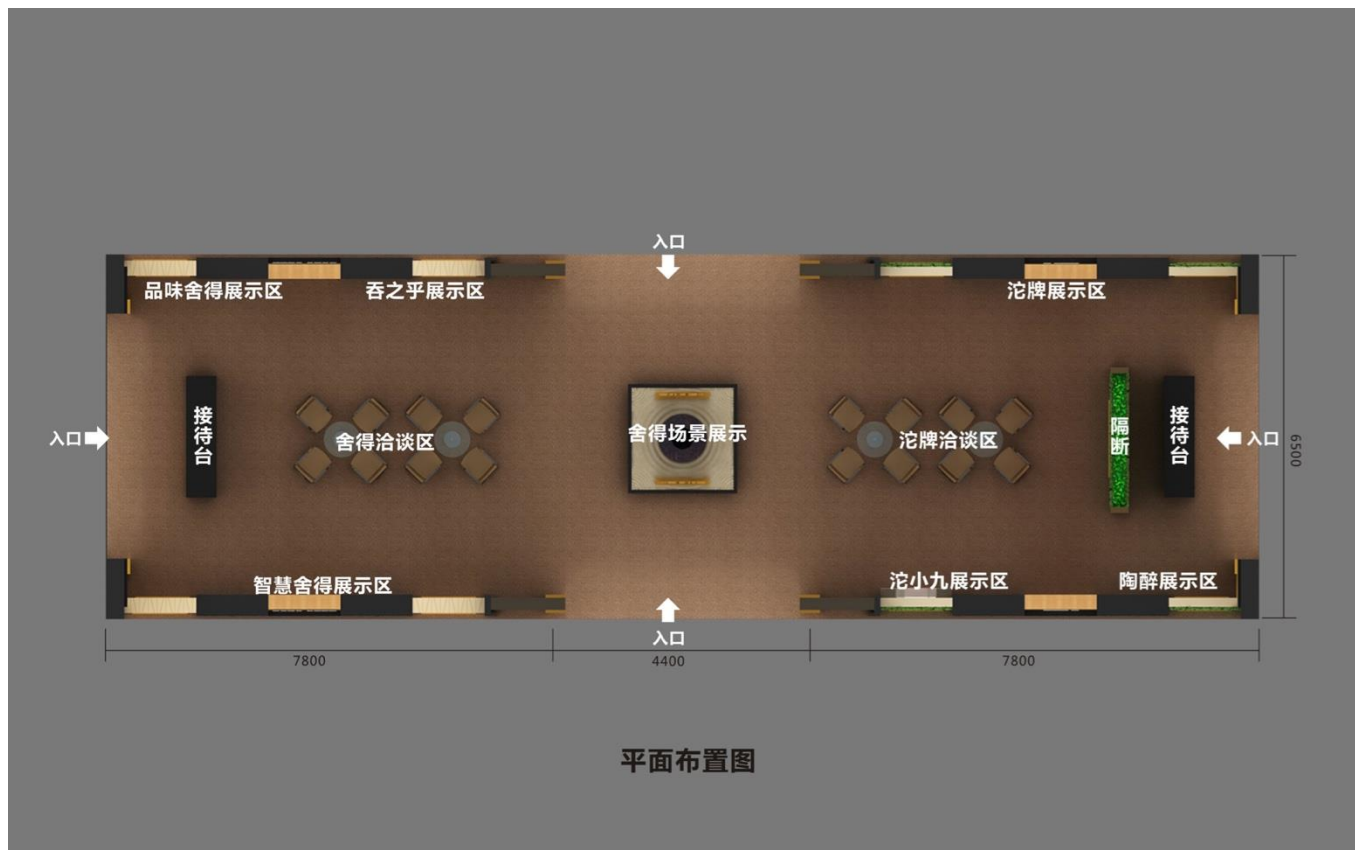
7. 模块七：走廊接待区

- A. 接待区需容纳 20 人洽谈空间;
- B. (建议) 门口采取限流模式, 让消费者分批入内感受舍得不一般的艺术和“舍百得二”的理念精神, 每一批入内人数为 30 人以内;

【西部博览城-展区示意图】



(图: 上图为 2019 年春糖舍得酒业所在区域, “众多小方块中的一个”)



(图：上图为 2018 年舍得酒业效果图，格局、面积等与今年一样，上图仅为示例)

(一)时间地点：成都西部博览城，预计 2019 年 3 月 21 号开展、23 号撤展；

(二)展厅描述：123.5 平，呈长方形（宽 6.5 米，长 19 米）；

(三)布展需求：

1. 调性要求：淡化商业信息，体现艺术价值，糖酒会有史以来的第一个“春糖公共空间”。这是舍得为春糖做的公共空间，所有参展的人都可进来品酒、交谈、观看大屏幕、休息，充分靠人与物、人与空间的关系。舍得提供空间、酒、大屏幕上播放酒文化历史；空间需要足够开放，最好南北打通，形成一条开放的动线。气质上与舍得艺术中心同步，拍出来要美。

2. 展示及互动内容：（下图为公共空间示例）

A. 要有一块横跨展位的投屏，用于播放大国芬芳、舍得智慧讲堂以及糖酒会内容。

- B. 要有品酒洽谈区与纯粹的休息区。品酒洽谈区用于交谈品酒，纯粹的休息区用于让参展者休息以及观赏大屏幕；
- C. “翡翠杯”小样品，作为洽谈区的品酒道具；
- D. 产品不需太多；



备注：以上互动创意都为示意，可以根据实际情况进行调整。

设计参考资料下载链接：

<https://pan.baidu.com/s/1aBlWFi3rYI1-P7hMhMwScA>

提取码：5w38