**附件1**：

**2025年会稽山第三届“低度中国酒”大会活动内容**

1、项目背景与目标​

第三届“低度中国酒”大会将以“健康”为核心抓手，通过“品类教育+品牌升级+生态共建”三位一体策略，实现三大目标：

品牌层面：强化“会稽山=中国黄酒健康引领者”的心智占位；

行业层面：推动黄酒健康标准与生态联盟建设，构建品类发展护城河；

商业层面：通过经销商赋能，实现声量到销量的高效转化。

2、项目定位​

​​例如“黄酒健康生态联盟大会 或者 低度中国酒·健康生态共同体”​——以“健康”为纽带，串联黄酒品类价值、会稽山品牌势能、合作伙伴资源与消费者需求，打造中国黄酒行业首个“健康+标准+生态”的年度标杆IP。

3、核心需求与四大关键环节​

需围绕“黄酒健康价值传递-生态联盟共建-经销商赋能-消费场景渗透”四大链路，提供“破圈创意+话题传播+活动执行”的整合营销方案，重点落地四大环节，并确保“品效合一”（品牌声量×销售转化双增长）。

环节1：【黄酒是健康的】——《中国黄酒健康白皮书》发布​

环节2：【会稽山的健康生态联盟】——健康生态战略合作伙伴签约及论坛

环节3：【经销商生态共享大会】——兰亭经销商大会/兰亭风雅千年/110周年纪念酒上市​

环节4：【兰亭养生雅宴】——中医主导的黄酒健康饮食场景​

​4、破圈创意方向与整合推荐资源​

​（1）活动主题​

​​“例如黄酒健康生态联盟大会或者低度中国酒·健康生态共同体——会稽山第三届低度中国酒大会”【具体以方案提案创意为主】​​（注解：“低度”呼应消费趋势，“健康”强化品类价值，“生态共同体”体现行业引领者担当。）

​（2）线上传播话题（自带争议性/社交货币）​​

​（3）活动创新亮点​

​（4）传播核心动作（预热-爆发-长尾）​​

（5）重要嘉宾建议（行业权威/跨界专家/品牌形象大使等）​

​5、项目提案框架​

​（1）主题概念​

​（2）核心活动创新点​

​（3）执行整案（包括但不限于项目全系列物料设计制作、非传统化且打破常规式的会场形式、会场租赁布置与搭建、创意体验科技感互动、演艺节目、主持礼仪、配套执行团队人员、核心效果图呈现、晚宴等等）​

​6、传播策略（必打话题+资源，预算费用整体倾斜重传播轻执行）

本方案紧扣“健康”核心，通过“权威背书+标准引领+生态共建+场景渗透”四大策略，实现品牌声量与销售转化的双重提升，助力会稽山巩固“低度中国酒健康引领者”地位。