渝农加协﹝2020﹞30号

重庆市农产品加工业协会

关于组织参加第十二届重庆国际啤酒节的通知

相关会员单位，农产品加工企业：

由市农业农村委、市商务委、市文旅委、南岸区人民政府指导，重庆市南滨路文化产业园区管理股份有限公司主办，市农产品加工业协会协办的“第十二届重庆国际啤酒节”将于9月18日—22日在南滨路烟雨公园广场举行，本届啤酒节将通过“互联网+电商模式”为参与企业搭建展销通路及品牌宣传推广平台，实现“线上展示+线下体验”的全网消费。经市农业农村委主要领导批示，协会特组织相关会员单位及农产品加工企业参加。现将其有关事项通知如下：

一、活动时间

2020年9月18日—22日

二、活动地点

南滨路烟雨公园广场及沿线商业综合体

三、活动内容

重庆国际啤酒节已连续举办十一届，已成为我市夜间最受欢迎的文旅节会品牌，本次啤酒节以“爱上重庆 燃放一夏”为主题，将啤酒盛宴、艺术装置、文创市集、先锋音乐、抖音直播带货等文化载体进行完美结合。通过“为成渝干杯”双城互动“Live online直播晚会”、“电音狂潮”魔幻音乐主题夜、“机车闪耀，性感神话”主题夜、“致敬经典”怀旧民谣之夜、“聚山城，耀南滨”光影互动燃情夜、“艺术联成渝，文创聚南滨”精品市集等相关主题，举办酒饮狂欢主题之夜、重庆火锅主题美食区及重庆农产品加工美食展。

（一）酒饮狂欢主题之夜（展销区48㎡，主场区36㎡，共84㎡，定制互动节目及特设品宣时间）。原价40万元，经协会与组委会协商，协会会员单位享受优惠价30万元。

（二）重庆火锅主题美食区（约30张桌子，最终数量根据平面图确定，可为独家品牌商做独立品宣及展销）。原价20万元，经协会与组委会协商，协会会员单位享受优惠价10万元。

（三）重庆农产品加工美食展（15㎡/展位）。原价3万元，经协会与组委会协商，协会会员单位享受优惠价1.8万元。其参展产品以休闲食品、方便食品、酒水饮料、茶叶、乳制品等相关产品为主。参展企业除现场展销外，将享受：

1. 抖音平台百万级主播现场免费直播带货1小时；
2. 免费入驻啤酒节官方线上销售平台，进行为期1年的推广销售；
3. 列入活动现场展示目录宣传推广。

四、媒体宣传

（一）传统媒体正面发声

整合中央及重庆电视台、电台同期宣传。与重庆交通广播电台深度合作，全程直播开幕式。

（二）户外媒体大面植入

四大桥体灯杆道旗，南坪商圈户外广告，主街道沿线道旗等广告全城投放，强势植入，为活动预热造势。

（三）网络媒体带领受众

强化网络媒体亲民作用，重点进行网红大V、知名主播直播站台，带领全民为啤酒节打Call。

（四）直播带货精准服务

利用啤酒节的影响力，通过“直播带货”助力企业和产品的销售，推动消费活力。

五、其他事项

（一）请相关会员单位及农产品加工企业本着自愿的原则，积极报名参加，并于8月21日（星期五）前将《参展企业信息登记表》（附件1）及宣传资料电子件发送至邮箱：285649092@qq.com。

（二）参加酒饮狂欢主题之夜或重庆火锅主题美食区的相关企业可与组委会商谈量身定制的主题推广活动。

（三）联系方式

1. 市农产品加工业协会 包正东 67983267

2. 第十二届啤酒节组委会 曾 珠 18302559041

附件：1. 参展企业信息登记表

1. 第十二届重庆国际啤酒节总体方案

重庆市农产品加工业协会

2020年8月14日

附件1

参展企业信息登记表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 |  | | | | |
| 企业地址 |  | | | | |
| 联 系 人 |  | 职务 |  | 手机号码 |  |
| 参展产品 |  | | | | |
| 参与类型 | 🞎酒饮狂欢主题之夜 🞎重庆火锅主题之夜  🞎重庆农产品加工美食展 | | | | |
| 企业简介  (150字以内) |  | | | | |
|
|
|
|
|
|
|
| 产品特色  (100字以内) |  | | | | |

附件2

2020第十二届重庆国际啤酒节策划方案

一、活动背景

重庆国际啤酒节经过十一届的运作雕琢已成为了重庆市的重点文化旅游品牌之一，是西部地区具有较强影响力的盛会。将“啤酒节”精心打造成全新的文化主题活动盛宴，辐射中西部地区，树立中西部地区啤酒节标杆，争创全国知名文化旅游品牌是重庆国际啤酒节的立意和愿景。

二、活动目标

本次啤酒节将以啤酒盛宴、艺术装置、文创市集、先锋音乐、在线直播带货等一系列文化载体的完美结合，形成特色香茗的重庆啤酒节品牌文化，并结合重庆都市旅游发展，以旅游文化为契机，探索发现重庆市文化旅游输出发展的新机遇。同时以城市品牌IP为定位进行中长期策划运营，立足重庆联动中西部各个资源，形成文旅输出共同体，成为以啤酒节为载体的文旅商体媒一体的IP品牌生态平台，形成重庆名片，并进行全国性的城市文化推广。

（一）丰富夜景经济—树立重庆国际啤酒节标杆

以重庆丰富的夜景资源为载体，以南滨路为主城夜景窗口，从艺术、音乐、手作等多维度丰富了重庆作为旅游城市的底蕴，展示了城市独特性，已成为释放消费需求、塑造城市特色品牌、促进经济增长、繁荣旅游产业的城市新引擎。

（二）构建成渝夜间文化资源联动平台

本次啤酒节活动在恢复市民夜间生活性服务消费的同时，力争构建成渝夜间文化资源联动平台，探索以啤酒节活动为切入点，从而挖掘带动文旅商农发展的创新模式，形成中西部文化输出共同体，打造吸附商业、文化、旅游、农业、休闲、文创、美食等为一体的IP品牌生态平台，整合以成渝为主中西部为辅的优质文化旅游资源进行全方位展示，助推文化旅游消费结构升级、市民文化消费理念培育、优化文化消费环境、丰富文化消费业态、恢复市场的文化消费信心和释放市民消费潜力。

三、活动综述

（一）活动名称

2020第十二届重庆国际啤酒节

（二）活动时间

2020年9月18日（星期五）—9月22日（星期二）

（三）活动地点

主会场：南滨路烟雨公园广场及沿线商业综合体

成都会场：成都成华区东郊记忆公园（暂定）

（四）内容概述

一是本届啤酒节融合音乐、艺术、光影视觉等元素形成视觉盛宴；二是以啤酒为载体，吸纳快销、文创、美食、旅游、金融、通讯、汽摩等多行业参与的行业盛会；三是以区域联动打造多会场、中西部文创市集、夜景+产品直播带货等新型夜间消费活动和生活休闲模式；四是通过文创市集、艺术装置、光影互动、夜景文化及各类主题活动等让消费者体验国际性啤酒节活动的魅力，给市民和游客焕然一新的游乐体验及消费主张；五是利用直播、电视、户外、移动、新媒体全程推广，联合以成渝经济圈为主，形成线上线下联动宣传预热，内容形式丰富生动，文化品牌效应轰动的良好局面。

四、组织机构

（一）指导单位

重庆市农业农村委员会

重庆市商务委员会

重庆市文化和旅游发展委员会

重庆市南岸区人民政府

（二）支持单位

中共重庆市南岸区委宣传部

重庆市南岸区农业农村委员会

重庆市南岸区商务委员会

重庆市南岸区文化和旅游发展委员会

重庆市南岸区卫生健康委员会

成都市成华区文化体育和旅游局（待定）

重庆市南滨路管理委员会

南坪现代服务业聚集区管委会

（三）主办单位

重庆市南滨路文化产业园区管理股份有限公司

（四）执行承办

重庆纽卡会展有限公司

（五）协办单位

重庆市农产品加工业协会

五、核心策划

（一）主题口号

“爱上重庆 燃放一夏”

（二）口号阐释

本届重庆国际音乐啤酒节以“燃”为主题，寓意通过活动助力“复市复消”点燃经济活动力和消费动力，燃放“双城一家亲”的亲密感情，燃情“双晒”重庆，倾力“精准扶贫”。

（三）活动内容

1、开幕式：“为成渝干杯”双城互动“Live online直播晚会”

以南滨路作为主会场，联动成都、渝北设立分会场，通过直播进行会场联动，以啤酒节活动为纽带、以特色美食为载体、以文创非遗为产业延伸打造中西部城市联动的国际性啤酒节。

2、“电音狂潮”魔幻音乐主题夜

打造一场电音派对，在南滨路的夜晚来一场放肆狂欢，看且燥且燃的视听盛宴，享重庆人热情似火的魅力。

1. “机车闪耀，性感神话”主题夜

打造机车巡展，活动现场设立机车展区域，配合演绎与音乐。同时联合内衣、服装、机车等品牌商，打造一场性感女神的视觉盛宴。

4、“致敬经典”怀旧民谣之夜

打造怀旧民谣之夜，老歌新唱，致敬经典，引发全场观众共鸣，与歌里的情怀相遇。

5、“聚山城，耀南滨”光影互动燃情夜

以大型江水灯光秀、主题音乐表演为亮点，打造光影互动装置，配合啤酒美食艺术与音乐体验，结合南滨路丰富的夜景资源，形成南滨视觉盛宴，点燃民众热情吸引人气，引爆啤酒节的夜景经济。

6、“艺术联成渝，文创聚南滨”精品市集

联合成渝两地青年艺术家对品牌IP形象进行艺术文创加工，打造文创市集。

7、“全程直播带货”

以“网红直播带货”的方式将所有赞助企业的产品进行促销带货。

8、国际啤酒文化体验馆

吸引全国乃至世界各地啤酒美食，如比利时、巴西、德国、俄罗斯啤酒进行展区招商建设。

9、舌尖上的美味

集合重庆、成都两地名小吃、老字号、江湖菜等，透过小吃街的打造，促进两地特色文旅产品、旅游线路、网红产品的推广和区域互动。

六、运营思路

（一）地标特产展区

整合成渝地理标志产品，如荣昌卤鹅、城口腊肉、怪味胡豆、成都冷淡杯等，围绕地方特色进行展区招商建设。

（二）渝牌老字号区展区

整合重庆知名品牌、老字号、金牌小吃、特色小吃，如九园包子等，围绕巴渝文化进行展区招商建设。

（三）网红美食展区

集合当下最流行的网红美食（比如彩虹吐司、发光棉花糖、鸡蛋仔冰淇淋、网红饮料等），刺激大家的购买欲。

（四）火锅展区

邀请重庆知名火锅大品牌入驻现场，展示重庆的火锅文化。

（五）国际啤酒文化体验馆

吸引全国乃至世界名特啤酒美食，如比利时、巴西、德国、俄罗斯啤酒进行展区招商建设，通过风情各异和美陈互动、文化展品、消费体验等，呈现啤酒文化。

（六）互动娱乐夜市区

规划搭建百个地摊夜市，通过资质审核选择性征集小型游乐、小商品等入驻。

（七）成渝文创市集

联合成渝两地青年艺术家进行艺术文创加工，集中打造文创市集，囊括了手工非遗、家居装饰、休闲玩具、图书出版、珠宝配饰、动漫模型等数十个领域的优秀文创产品，让消费者多维度感受成渝文化魅力。

七、招商规划

（一）酒类商家：

啤酒、白酒、红酒、洋酒

（二）美食类商家：

地标特产、渝牌老字号、特色小吃、知名火锅

（三）生活类商家：

银行、汽车、保险

（四）文旅类商家：

文创小商品、互动游乐、旅游景区

八、媒体宣传

（一）传统媒体正面发声

整合中央及重庆电视台、电台同期宣传。与重庆电视台深度合作，全程直播开幕式。

（二）户外媒体大面植入

户外灯箱，灯杆道旗，商圈LED，电梯间广告全城投放，强势植入，为活动预热造势。

（三）网络媒体带领受众

强化网络媒体亲民作用，重点进行网红大V、知名主播直播站台，带领全民为啤酒节打Call。

（四）直播带货精准服务

利用啤酒节的影响力，通过“直播带货”助力企业和产品的销售，推动消费活力。

九、疫情防控措施

（一）提前成立疫情防控小组

1、遵守《中华人民共和国传染病防治法》和国务院第376号令《突发公共卫生事件应急条例》及渝肺炎组发〔2020〕18号文“关于进一步做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的若干意见”，精心安排，周密布置，统一行动，有力有序有效地做好防控工作。  
 2、将现场防控任务和责任层层分解，落实专门的疫情防控管控人员和工作班子，坚持到岗到人原则，实现网格化管理，确保防疫密度和质量。  
 3、如现场发现有咳嗽发烧的可疑人员，应立即带离现场，进行隔离。

（二）设置四大关卡做好防疫工作基础

1、佩戴口罩

所有到达活动现场的人需要佩戴口罩。

2、出示渝康码及近期出行码

检票处设置疫情防控点位，所有人需要出示渝康码和近期出行码，方可进入主会场。

3、体温检测

安排工作人员对人员进行体温检测，

4、热成像体温测试仪

活动主入口设置热成像体温测试仪，实时观测。

重庆市农产品加工业协会秘书处 2020年8月14日印发