



# 内蒙古农牧业产业化龙头企业协会

## 关于组织参加“首届绿色品牌消费博览会” 的通知

各会员单位：

由中国广告协会和国家会展中心（天津）有限责任公司共同主办的“首届绿色品牌消费博览会”定于2021年8月13日至15日，在国家会展中心（天津）隆重举办。应组委会邀请，协会拟组织有关会员单位参展本届品消会，现将有关事项通知如下：

一、组委会为会员单位免费提供标准展位（3mx3m），如需特装，费用自理。具体方案，详见附件。

二、请参展单位于7月10日前，将企业名称和联系方式报协会秘书处。联系人：李阳，联系方式：18947179573。

附件：“首届绿色品牌消费博览会”招展方案

内蒙古农牧业产业化龙头企业协会

2021年7月6日



附件：

## “首届绿色品牌消费博览会”招展方案

### 一、首届绿色品牌消费博览会简介

#### （一）品消会简介

“首届绿色品牌消费博览会”将于 2021 年 8 月 13-15 日在国家会展中心（天津）举办。本次品牌消费博览会是由中国广告协会和国家会展中心（天津）有限责任公司共同主办，创世映像影视文化有限公司承办，以“聚国潮国货，促健康消费”为主题，为深入贯彻落实双循环国家战略，以品牌消费助推内循环发展和消费升级，贯彻落实“品牌强国”战略、赋能民族品牌、积极推进绿色消费而打造的一次全新消费场景的综合性展览交易平台。

（二）展会时间：2021 年 8 月 13 日-15 日

（三）举办地点：国家会展中心（天津）

（四）主办单位：中国广告协会、国家会展中心（天津）有限公司

（五）承办单位：创世映像影视文化有限公司

（六）协办单位：北京太和紫禁广告有限公司

### 二、展品范围

重点展示智慧生活、智慧商业、环保、健康养生、沉浸式娱乐、国潮、动漫、文创、电竞、盲盒、衣食住行等消费领域，树立新生活风向标。

集场景化、体验感、趣味性、产品跨界为一体，在沉浸式生活场景中植入产品，将城市生活、娱乐、家居、饮食等方面方面的品牌消费一一呈现。

打造出多元化沉浸式贸易型消费体验展，成为 B 端与 C 端的连接点，系全新消费场景的整合性展示平台，通过跨界式的营销互动，整合前沿的品牌思维，打通 B 端制造和 C 端商家零售的桥梁，既让 B 端制造商体验新零售新模式，发现开拓潜在新客户，也能让 C 端商家和顾客发现好的商机和产品。

首届品牌消费博览会展区规划
S8 号馆：美食美味(1.25 万 m <sup>2</sup> ) 零食烘焙、特色农产品、传统美食、糖果酒水等
S2 号馆：时尚休闲(1.25 万 m <sup>2</sup> ) 智慧生活、时尚服饰、母婴用品、健康娱乐等
S1 号馆：家居生活(1.25 万 m <sup>2</sup> ) 母婴用品、婴幼儿教育、茶道香道、金融服务、厨卫清洁用品、女士护理用品等
S12 号馆：动漫娱乐(1.25 万 m <sup>2</sup> ) 动漫及动漫 IP 周边、汉服、音乐会等

### 三、品消会亮点

#### (一) 多维观众影响力

约 30 万+人次 15-45 岁的观众、3 万+名专业观众及买家团汇聚于此。(专业观众包括政府领导、行业专家、消费品牌龙头企业负责人、中小企业负责人、媒体人士、KOL 及相关品牌消费者从业者。公司类型包括单不限于知名品

牌、供应链平台、电商平台采购、线下商超、社区团购平台、企事业单位采购等。)

## (二) 线上线下多渠道引流，同步逛展

在线下展厅的基础上，利用虚拟现实技术，打破物理空间的限制，联合阿里巴巴（淘宝、菜鸟、闲鱼、飞猪、高德等），抖音网红带货直播等活动，构建线上展览平台，数字化呈现展览展示效果，吸引更多目标消费人群即使无法来到现场也可以参与其中，同时也让现场参展观众可线上线下同步逛展。

## (三) 全线资源、造势传播

央媒等权威媒体报道，助力消费品牌成长加速度；

## (四) 特色展区特色设计

特色美食试吃、智慧生活展示、独家游戏手办、汉服秀、狂欢音乐节、签售会

## 四、同期论坛

### (一) 同期会议

1. **开幕式、闭幕签约仪式**：发布下一届展会信息，并进行相关单位签约。

2. **主题推介会、专业交易洽谈会、经销商大会**：为品牌消费提供展示和交易的机会，创造商机，促成采购成交。

3. **产品、技术、战略权威发布**：最全面的新品发布平台。

### (二) 同期活动

1. 动漫节

2. 汉服秀

3. 电竞赛

4. 卡丁车

## 五、宣传及执行

### （一）宣传计划

1. **前期宣传：**6月24日之前，为会前宣传阶段，整个新闻宣传要逐步升温。本阶段主要介绍本次展会的基本情况。

2. **中期宣传：**6月24日到7月15日，为会中宣传阶段，整个新闻宣传要达到高潮。本阶段主要采取展开式报道，介绍本届展会的特色，筹备情况进度，并安排部分专访。

3. **后期宣传：**7月15日直至展会结束，在筹备工作的基础上采用各种媒体平台全方位展开报道，特别是在展会前后，应该在主流媒体上出现关于此次展会的大幅宣传报道。

### （二）宣传平台

#### 1. 媒体类型：

党政权威媒体、传统纸媒、门户媒体、意见领袖、电视媒体、短视频媒体、直播媒体、专业垂直媒体、流量平台。

#### 2. 媒体资源库：

人民网、新华网、中国经济网、中国网、中华网、光明网、新浪网、搜狐网、网易、腾讯网、中新网、tom新闻、中国日报网、凤凰网、中国广播网、和讯网、国际在线、

中国青年网、千龙网、北青网、北方网、中国企业新闻网、中国财经网、中金在线、中国产业经济信息网、中国产经新闻网、中国政协报、中华工商时报、新浪微博、今日头条、快手、优酷、爱奇艺、PPTV、中国食品网、今日头条、抖音、阿里、国内专业媒体等资源、平台。

### (三) 广告投放

#### 1. 天津本地媒体与自媒体。

2. **户外媒体：**地铁包车包站、大型路牌、灯杆道旗、立交桥桥柱灯箱广告、宣传海报、车贴宣传等（天津市区主干道部分公交候车亭、南京路地标第一屏经联大厦 LED 大屏、地铁换乘站等）。

特别说明：展览内容随着招展进度将及时调整，请随时关注官网或咨询招展负责人：田香女士 15022720510