“创造我们的传奇，舍我其谁”

2021达能饮料年度销售会议

- **品牌名称：**达能中国
- **所属行业：**食品行业
- **执行时间：**2021.01
- **参选类别：**场景营销类

背景&目标

➢ 项目背景

新冠疫情让达能在诸多关键品类和地区都遭遇了短期挑战，但其中也伴随着重大的长期机遇。这些机遇都存在于达能的战略框架和过去几年所选择的品类投资组合中。2021年将是复苏的一年，部署2021年品牌优先事项和计划，**让团队真正建立信心，携手共创新辉煌。**

➢ 策略及创意

通过创新和令人印象深刻的形式，清晰地传达品牌信息和计划；采用多维度互动方式，增强内部团队及经销商与品牌的粘性。

- **精美场景，打造具有美学价值的活动现场**

在专业设计团队的努力下，将整个会场包装成“达能空间”，目之所及都是品牌的充分露出，摆脱常规拘束的环境，创新性地呈现了主题，提高了整体品牌的活动锲合度，让常规的品牌内部活动更具有美学价值，视觉效果震撼。

➢ 策略及创意

通过创新和令人印象深刻的形式，清晰地传达品牌信息和计划；采用多维度互动方式，增强内部团队及经销商与品牌的粘性。

- **呈现品牌独特性的多套设计方案与互动方式**

本次活动结合品牌调性在构想与呈现上充分发挥专业度，真正把设想的效果变成还原度极高的落地呈现，在不同维度的互动方式中呈现品牌产品与特色，受到品牌方的一致肯定。

➢ 策略及创意

通过创新和令人印象深刻的形式，清晰地传达品牌信息和计划；采用多维度互动方式，增强内部团队及经销商与品牌的粘性。

- **多空间、多时间、多人员配合的超大型活动**

室内、户外，舞台、沙滩，多轮活动在不同空间轮番呈现，品牌代言人欧阳娜娜惊喜助阵，明星的亮相更是对执行统筹团队提出新一轮挑战。各方紧密配合，充分沟通，将这场具有挑战的超大型活动圆满落地。

媒介&执行

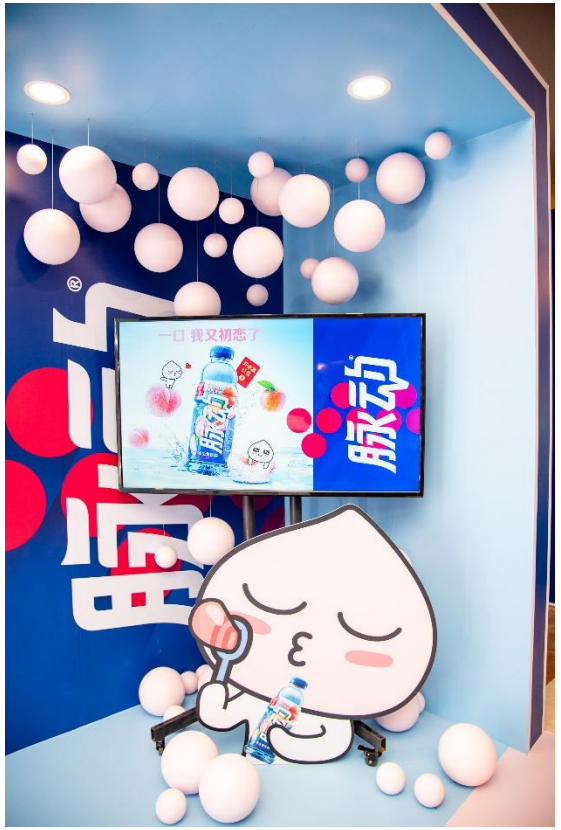
1、沉浸式场景打造，置身于达能世界中，提高体验感

走进隧道镜面折射出多面自我，挖掘出自己的每一面演绎出不寻常的精彩。顶部呼吸灯上下动态升降，光感模拟年轻活力不断注入，主题文案唤醒参与者内心的追求与渴望。

脉动

脉动
LOOP
3 再造
2 重塑
1 粉碎 清洗
再生PET碎片通过
专业机器挤出塑料颗粒
塑料颗粒可制成各式纤维
成为各类再生服饰的制作原料
将回收的塑料瓶粉碎
为1.0-1.5cm大小的碎片
放入特制的清洗液中
除去原瓶残留物和其他杂质

洞察&策略



1、沉浸式场景打造，置身于达能世界中，提高体验感

全场通过VI元素衔接串连，把多个独立的圆凝聚成脉动的独特标识。

媒介&执行

1、沉浸式场景打造，置身于达能世界中，提高体验感

现场模拟“模范小店”，对达能产品进行展示、试饮，来宾可根据自己的口味对新品进行试饮或者现场调配出风味特饮。告别单一的展示形式，通过现场调配，使来宾获得更强烈的互动感。

2、户外场地分区互动，形式多样

300人沙滩拼图。每人在背面写下2021宣言，分组组拼图案，最终大拼图，参会人员手握脉动摆出大会指定动作，与大拼图合照。

充满海风味道的草坪烧烤，乐队带来精彩演出，沙滩上还设有许多互动小游戏，每个人都可以找到自己的兴趣点投入其中，尽兴而归。

Honolulu Night
Create our legend It is up to me !

2021创造
我们的传奇
舍我其谁!
Honolulu
WELCOME
ABOARD

洞察&策略

媒介&执行

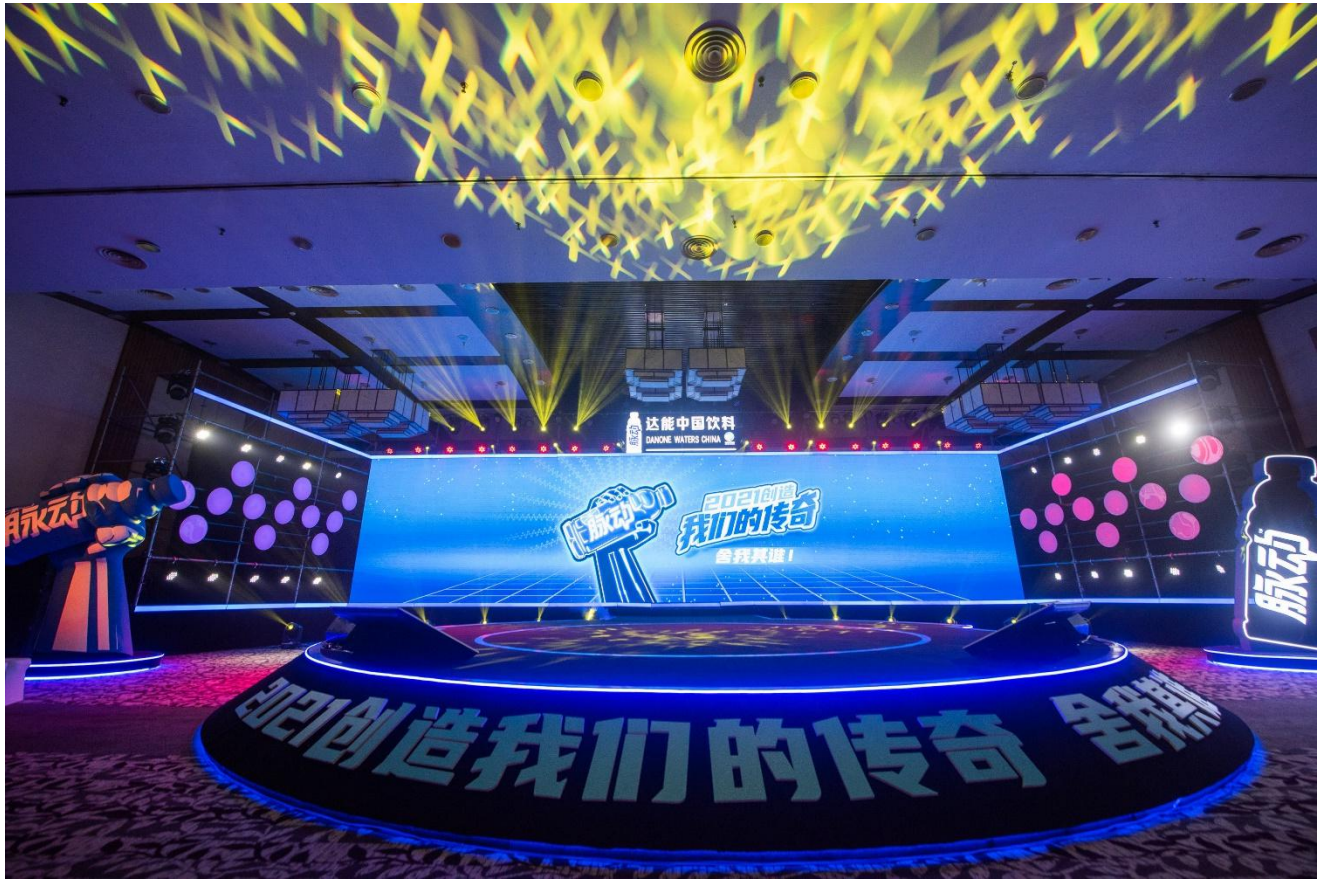
3、室内晚会流程紧凑，艺人助阵，场面恢弘

庄严的誓师仪式后是精彩纷呈的表演及激动人心的抽奖环节，还有知名艺人欧阳娜娜惊喜亮相，结合产品新品进行有趣互动，利用明星效应提升经销商团队的信心。

效果&反馈

- **打造精美场景，增强用户体验，广受好评**

活动现场的场景细节到位，高度还原设计效果，受到品牌主一致好评，浸入式体验让嘉宾更了解产品，各体验互动区域以好玩有趣的活动体验贴近嘉宾，增加对品牌的信心。



- **户外+室内，多流程尽臻完美，活动顺利进行**

晚宴、会议、户外团建活动、烧烤宴会，活动形式多样，跨越室内户外多个空间、多个日期，且参与人员众多，我方做好了充足准备、积极配合，最终整个活动有序推进，顺利进行，圆满落地。