# “流金岁月”新古典婚礼艺术秀商业计划书

来源：网络 作者：静水流深 更新时间：2024-08-12

*“流金岁月”新古典婚礼艺术秀商业计划书“流金岁月”新古典婚礼艺术秀商业计划书 活动概况 重阳节，在古色古香的运河畔，一场以金婚老人为对象的大型中国婚礼文化艺术秀将华美展现。它将被打造成“江南风”新古典婚礼文化的一个标志性活动—— 主题 “流...*

“流金岁月”新古典婚礼艺术秀商业计划书“流金岁月”新古典婚礼艺术秀商业计划书

活动概况

重阳节，在古色古香的运河畔，一场以金婚老人为对象的大型中国婚礼文化艺术秀将华美展现。它将被打造成“江南风”新古典婚礼文化的一个标志性活动——

主题

“流金岁月”新古典婚礼艺术秀

时间

XX年8月——10月（重阳节）。

流程

一、“夕阳最美”（选秀）

通过报名，征集100对金婚老人。

征集对象：结婚50年的金婚老人夫妻及钻石婚老人。

征集范围：xx市。

征集标准：健康50分、形象20分、才艺20分、感人故事10分。

报名材料：填写报名表格，并附结婚证复印件、夫妻近照。

这个环节从所有报名者中最后筛选20——30对。

二、“女儿最美”（展示）

以中式婚服、化妆造型、婚照摄影为重点，对入围者进行包装，最后呈现一组“喜照”，供专家组或市民投票，最终产生10对。

由影楼、婚庆公司组合搭配团队分别提供上述服务。评选出金奖团队一个；银奖团队三个；铜奖团队六个。

三、“爱情最美”（体验）

以重阳节为时间点，将集中呈现一场中式婚礼艺术秀。

地点：运河文化广场——小河直街——乾隆舫。

1.集体婚礼。运河广场举行一场集体婚礼，邀请10位司仪分别为10对金婚老人主持婚礼，最后评选出金奖司仪一名；银奖司仪三名；铜奖司仪六名。

2.婚俗表演。婚礼结束入“洞房”，从运河广场至小河直街，一路演绎花轿、迎亲等传统婚俗。

3.集体婚宴。由洞房出来赴婚宴，从小河直街坐彩船至乾隆舫。

品牌介入理由

一、文化联姻。酒深厚的历史文化内涵，决定了它与婚庆产业有着紧密的内在关联。我们希望以本次活动为契入口，藉“江南风”新古典婚礼产业链的打造，将酒以加盟品牌的方式，打造成中式婚宴上的主流品牌。

二、婚庆市场。本次活动将在省婚协的统一运作下，整合杭城一流的婚庆公司和司仪。酒的适时进入，有利于迅速抢占婚庆市场。

三、消费终端。我们认为酒要成为婚宴上的主流品牌，其终端不在酒店，而在消费者的认同。本次活动将征集100对以上金婚、钻石婚老人参与。这些老人以及他们的家庭将成为酒的义务宣传员。

品牌介入方式

一、冠名

“·流金岁月”新古典婚礼艺术秀

二、展示

1.活动背景板。主会场（运河文化广场）的活动背景板标识酒的logo和活动主题。

2.产品造型。主会场和乾隆舫各设酒酒器造型一个；主会场同时设立酒产品展示台一个。

3.视屏展示。主会场led播放酒宣传片。

4.易拉宝。主会场、小河直街、乾隆舫三处设置企业和产品介绍的易拉宝。

三、互动

演绎婚俗活动时，专门设计抬酒的细节。

四、宣传

1.所有活动对外宣传均标识“·流金岁月”主题。

2.协办媒体广告，一家平面媒体三分之一版彩色广告一次；一家电视媒体30秒广告一个月。

五、其他

1.x集团为本次活动协办单位。

2.邀请10对金婚老人成为品牌使者。

建议

一、创新设计产品。以中国婚宴特制酒的定位，重新设计器型与包装，争取用新的产品形象打入婚庆市场。

二、制作3d动画短片。演绎酒的故事。

三、进行市场营销整合。

合作远景

一、省婚协与酒集团建立战略合作伙伴关系，共同拓展婚庆酒市场。

二、共同打造“中国婚俗文化体验基地”。省婚协计划以运河（拱墅段）为背景，打造“江南风”新古典婚礼展示体验基地，包括：小河直街婚礼摄影基地、乾隆舫婚宴基地、幸福里婚庆主题商业街，及婚庆主题公园。

三、中国婚宴特制酒成为“江南风”新古典婚礼系统加盟品牌。“江南风”新古典婚礼概念是以“新古典主义”的艺术思考，对中国传统婚庆文化进行现代演绎，整合婚庆产业链，打造一个富于江南特色而又时尚浪漫的中式婚礼文化产品体系。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！