

2022 年全国大学生营销策划创意赛

赛题二：“如饴”系列苏打水

1、项目背景

近年来弘扬中华优秀传统文化，是国家大力倡导的战略方针。

中华民族是勤劳勇敢的民族，是聪明智慧的民族，是开拓创新的民族。经过长时间的淘漉和历史沉淀的中华优秀传统文化，是中华民族历史的精彩浓缩，记录风雨，贮藏丰碑，凝结精魂，激励后辈。中华优秀传统文化是老祖宗的谆谆教诲，语重心长，句句箴言，滋润心田，教我做人；中华优秀传统文化是中华民族的智慧之果，闪烁聪慧，展示魅力，开启脑力，启迪子孙；中华优秀传统文化是中华五千年的文明陈酿，历经沧桑，遗存华章，哺育华夏，福及人类；中华优秀传统文化是不断增值的民族资本，璀璨夺目，点墨是金，亘古常青，价值永恒；中华优秀传统文化是中华民族的精神家园，培育气度，激励自信，陶冶人格，塑造灵魂；中华优秀传统文化是中华民族的根，精深厚重，传承文明，营养无限，永屹世林。

随着我国经济社会深刻变革、对外开放日益扩大、互联网技术和新媒体快速发展，各种思想文化交流交融交锋更加频繁，迫切需要深化对中华优秀传统文化重要性的认识，进一步增强文化自觉和文化自信；迫切需要深入挖掘中华优秀传统文化价值内涵，进一步激发中华优秀传统文化的生机与活力；迫切需要加强政策支持，着力构建中华优秀传统文化传承发展体系。实施中华优秀传统文化传承发展工程，是建设社会主义文化强国的重大战略任务，对于传承中华文脉、全面提升人民群众文化素养、维护国家文化安全、增强国家文化软实力、推进国家治理体系和治理能力现代化，具有重要意义。

2、项目介绍

天津圣博思逸文化科技有限公司致力于中华传统文化的研究与传播。公司组织各类型的汉服传统文化活动，包括：汉服展演、汉婚、开笔礼、汉服巡游等。曾被各大媒体（天津电视台、央视等）媒体报道。“漾度”作为公司旗下的品牌，主打文化类的活动组织，宣传推广等项目。

汉服，又称“汉衣冠”，是中国“衣冠上国”、“礼仪之邦”、“锦绣中华”、赛里斯国的完美体现，承载了中华传统染织绣等杰出的工艺和美学，传承了 30 多项中国非物质文化遗产以及受到保护的中国工艺美术。其始于黄帝，备于尧舜，源自黄帝制冕服；定型于周朝，并通过汉朝依据四书五经形成完备的冠服体系，成为中华文化的一部分。

“如饴”系列苏打水，隶属于“漾度”品牌。名称如饴取自成语“甘之如饴”，意为：对某件事物或工作极为热爱，甘愿承受艰难和痛苦。在国风国潮领域，“漾

度”愿甘之如饴，为广大国风国潮爱好者及热爱传统文化的朋友奉上我们最深的诚意及最好的产品。

3、赛题要求

“如饴”系列苏打水，依据传统配方，外包装是经典汉服卡通人物“如饴”，现在厂家邀请你们团队出谋划策，在以下几个问题进行方案设计：

- 1、制定个性化的营销策略（例如：入驻超市、校园推广、渠道代理、电商直播、媒体广告等）能够实现“如饴”系列苏打水的促销和推广；
- 2、策划系列传统文化活动（例如：汉服活动、传统礼仪、外包装设计、视频、直播等）进行“如饴”系列苏打水的品牌宣传，打造独特的品牌；
- 3、依据汉服主题设计周边产品，从而实现产品与文化相结合，将传统文化元素融入到日常生活中。

要求参赛团队撰写一份《企业营销策划创意书》，结合“比赛内容参考示例”及“评分标准”竞赛文件，撰写一份不超过 30 页的策划书。

参考资料：

附件有本产品相关的素材及图片可以用于本次竞赛活动使用。

本产品暂未全国上市，不提供购买渠道，参赛者无需购买本产品。