**附件1：惠泉啤酒公司宣传片拍摄需求调研**

**一、明确企业战略、愿景**

发扬“爱拼敢赢”的惠泉人精神，通过“筑根基、调结构、转观念、强执行”，推动惠泉啤酒高质量发展，把惠泉啤酒打造成东南沿海知名民族品牌。

**二、科研**

1、国高企业、省级技术中心化

2、人才储备

3、专利

4、个性化、多样化研发

**三、公司简介和获奖荣誉**

1、厂区航拍视频

重点介绍2000年的异地搬迁技改，也就是现有的北厂（大门、惠女广场、溪畔阳光、小桥流水、酿造车间、全厂航拍）。省级第一批绿色工厂。

2、荣誉牌匾

**四、发展历程**

1、老照片（从1983年起专注啤酒生产），到今年刚好40周年。

2、两家子公司（需考虑前往福鼎、江西抚州两家子公司进行航拍）

3、40年以来的历史沉淀、荣誉感

**五、智能制造**

1、酿造、包装生产过程（纯生易拉罐线）

①、酿造中控室，解说“省级智能制造试点示范企业”；

②、包七线，解说“数字化生产车间——纯生易拉罐生产线”，扩展惠泉多个系列产品的解说（一麦、小鲜、欧骑士、精酿）；

③、化验室，解说“省级技术中心、国家高新技术企业”，结合工艺研发专利证明、荣誉证书的展示。

2、进口自动化设备（德国西门子、克朗斯）

3、小型精酿啤酒设备

4、推进卓越质量体系、SOP，严把质量关，品质至上。

5、数字化转型升级

**六、产品系列**

1、一麦系列（470ml一麦、330ml一麦易拉罐、500ml一麦易拉罐）；

I、产品外部细部特写（瓶盖、瓶身、瓶标）

II、产品设计理念的解说，围绕“一麦啤酒 头道麦汁不上头”“提取第一道麦汁纯种发酵而成”，结合开瓶倒酒动作。

2、小鲜系列（250ml小鲜、310 ml小鲜、330 ml小鲜）；

I、产品外部细部特写（瓶盖、瓶身、瓶标）

II、产品设计理念的解说，围绕“每天有小鲜 快乐多一点”“迷人的淡雅的花橙香气息，较强的杀口感，口感和风味更纯正、更新鲜、更清醇，刺激多巴胺喝，令人愉悦，会过瘾”，结合开瓶倒酒动作。

3、欧骑士系列（33Oml欧骑士、500ml欧骑士、206ml欧骑士）；

I、产品外部细部特写（瓶盖、瓶身、瓶标）

II、产品设计理念的解说，围绕“原酿不稀释”“原浓，**入口醇厚**”，结合开瓶倒酒动作。

4、初念精酿啤酒。

I、产品外部细部特写（瓶盖、瓶身、瓶标）

II、产品设计理念的解说，围绕“精酿啤酒用料更考究，麦芽、酒花”“酿酒的初心——只为酿一杯高品质好酒”“经典德式小麦啤酒酿造工艺”，结合开瓶倒酒动作。

**七、市场布局和客户至上的经营理念**

1、产品覆盖闽、赣、浙、沪、苏、贵、粤、深、京及东南亚和台湾地区等市场。

2、前往大泉州市场实地拍摄形象街、形象店；

3、广告投入：实地拍摄南安市区LED大屏；泉州市区、晋江、南安公交车广告。

**八、惠泉人的风貌**

1、热火朝天、挥汗如雨的生产现场、仓储现场；

2、热情洋溢的文体活动：晚会、运动会、博饼活动、集体劳动。

3、爱拼敢赢的销售团队，可实地拍摄一些陈列比较好的专营店。

4、实地拍摄一些餐饮场所、大排档等有惠泉啤酒消费的烟火气。

**九、适当借鉴燕京集团的有你文化**

始终秉承‘以情做人、以诚做事、以信经商’的品牌经营理念，与广大经销商和合作伙伴精诚合作、筑梦共赢，共同推动‘惠泉啤酒’破浪前行。  
 **十、宣传片总体要求**

1、恢弘大气，可以适当通过山川大海、家国情怀来诠释惠泉是国有民族品牌企业。

2、展示出惠泉人的风貌；

3、适当展示市场营销活动，接地气。