



山东农业工程学院
SHANDONG AGRICULTURE AND ENGINEERING COLLEGE

请给 老师 留言 邮箱
QQ 1383634285 微信

《营销策划》课程案例库

案例一：

2010 年，海尔推出一款洗衣机：V6 蒸汽熨洗干一体机，此款机型遵循“优雅生活”的定义，融入精致工艺和国际领先的烘干技术，真正实现了“抚平衣物褶皱，还原衣物弹力”，为追寻“优雅生活”的时尚达人提供全新的洗衣享受。

传统洗干一体机“烘干效果差、烘干后的衣服有褶皱，烘干品质大打折扣。而具备强大烘干功能的海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机，轻松掌握了便捷干衣的“秘诀”。

海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机的问世打破了传统洗干一体机“烘干时间长、衣物有褶皱”等技术瓶颈，在高效方面的表现堪比目前汽车行业强劲 V6 发动机，掌握了优雅烘干的核心技术。它独有的涡流系统加速空气流动，让蒸汽小分子团逐层穿透织物纤维、带走水分、蓬松衣物，抚平衣物褶皱，无需二次处理；65℃-85℃的变温蒸汽烘干实现衣物更柔软贴身；496mm 的内筒直径使得衣物更易舒展、保持柔软；JIT 衣干即停技术则实现对衣物干湿程度每秒 100 次的精确检测，衣物一干，烘干即止。海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机通过 V6 烘干系统、强劲涡流装置，使烘干热气与水蒸气以 16 米/秒的速度吹抚衣物，有效穿透衣物纤维层，使衣物均匀受热，提高烘干效率。烘干的最后 10-15 分钟，内筒缓慢转动吹入冷风，自动抖散的同时让衣物均匀散热，防止产生褶皱，提高烘干品质。

海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机能呵护衣服的 6 层纤维(纺织层、纺线层、纤维表层、初生层、次生层、中腔)，焕发衣物纤维活力，蒸汽烘干护理让衣物更蓬松柔软，加倍保护衣物品质。

作为全球第一的洗衣机品牌，海尔一向秉承“绿色、低碳”的产品理念，引导消费者积极选购环保、节能的低碳产品。海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机特有冷凝

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：**全国招生 函授学习 权威双证 国际互认**
- 认证项目：注册职业经理**MBA**、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、**IE**工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监、工厂管理、服装企业管理、六西格玛管理师、车间主管、经济管理师、生产运营管理师、微营销管理师**MBA**等高级认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+**MBA**研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取**1280元** 招生网址：www.mhjy.net
- 报名电话：**13684609885 0451—88342620**
- 咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路**120**号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net

技术，将废热冷凝成水，直接排到下水道，不会造成空气污染；变温烘干技术实现烘干无异味，衣物无残留线屑，避免滋生细菌，让人心情更舒畅；全封闭烘干的结构防止灰尘接触衣物，精心为健康保驾护航。

海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机对于未来洗衣生活的把握，无论从产品外观到内在设计都变成了精雕细琢的优雅享受。以科技诠释内涵，以工艺传承经典，为优雅生活塑造风向标，海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机，亦如追求优雅的时尚达人，始终坚持对生活本质的探寻，创造更多的快乐与精彩。

案例思考：

请为海尔 V6 蒸汽熨洗干一体机在全国上市制定一份新产品上市推广营销策划书。

案例二：

五连矿泉地处东北，是世界三大冷泉之一，常年温度在 2 到 4 度，含有丰富的微量元素和矿物质，在中国 3500 处可开发矿泉水源中，唯一天然含气。它曾经获得多项荣誉，通过 ISO9001 和 ISO14001 双项认证，是第六届华商大会指定用水，2001 年全国人大、政协（两会）文艺晚会指定用水等等。

该产品有如下特点：

- 1、世界三大冷泉之一，与世界最好的法国维希矿泉水齐名；
- 2、天然含气，在非碳酸型饮料中非常罕见；
- 3、口感很独特，乍喝辛辣清爽，喝一口想吐，喝一瓶有感觉，喝两瓶就容易上瘾；
- 4、包装特殊，中国矿泉水中不多见的用玻璃瓶包装，外型像一滴水珠；
- 5、营养价值高，在当地被誉为“神泉”，可治多种疾病。

包装和市场零售价：

330ml-----5.5 元

238ml-----4.0 元

200ml-----3.2 元

在被 J 集团投资 3 亿元并购前,该矿泉水一直没有做大,仅局限在东北地区。
J 集团正式运作该项目,决定加大产品开发力度和市场投入,做大做强。

案例思考:

该矿泉水准备进军湖南市场,假设 J 集团正式聘请你为该企业的营销策划师,为该企业的“五连”矿泉水制定一份针对湖南市场的新产品市场推广策划书。

案例三:

2009 年 7 月 16 日,投资 1.6 亿元兴建的湖南唐人神西式 10 万吨肉制品生产线成功投产。生产线是中南地区最大的西式制品生产线,全线采用德国和丹麦工艺设备,由国内贸易研究设计院设计。

唐人神西式制品专业生产线采用现代大工业生产工艺设备,以“中式西做、西式中味”为指导思想,生产出“安全放心,营养美味,开袋即食”的西式肉制品,正成为家庭和酒店消费的发展潮流。生产线采用的电脑控制全自动淋水式杀菌锅、高速斩拌、盐水注射、呼吸滚揉、连续真空包装等工艺设计,在国内都属先进,部分设备在国内肉类行业尚属填补空白的应用,生产线还配有储藏能力 10000 吨的低温冷库群。

利用该设备,唐人神集团开发了西式火腿快乐餐厅系列产品,该系列主要有:
1、唐人神精致小肚、2、唐人神里脊熏火腿、3、唐人神维也纳熏火腿、4、唐人神麻辣香肠、5、唐人神日仕烤肠、6、唐人神澳式熏肠、7、唐人神哈尔滨大红肠、8、唐人神一号火腿、9、唐人神红玫瑰肠、10、唐人神老拐头、11、唐人神麦西尼火腿、12、加大拿风味火腿、13、唐人神纯肉方腿、14、香辣通脊、15、黑椒牛肉、16、西式香肠等各类包装、分量、口感的系列产品。

该产品系列产品定位:

1、产品特点:西式工艺,中式风味、高档肉品,开袋即食(亦可加热)。

2、包装形式:自然块(抽真空)或散装(不带真空袋),称重销售。

3、产品卖点：好吃不难做，直接上餐桌，省去做菜的烦恼，享受餐厅美味的快乐。

4、产品质量和价格都稍高于同类产品。

案例思考：

唐人神集团系列产品在湖南市场销售取得了非常不错的销售业绩，现在想将唐人神西式火腿快乐餐厅系列产品进军北京市场，请你为该公司策划一份北京市场开发策划书。

案例四：

近年来，我国儿童脊柱侧弯症的发病率高达 20%，颈椎病的发病率逐渐增高。青少年骨骼和肌肉生长迅速，骨骼发育尚未定型。写字姿势不正、书包过重等都容易导致脊柱变形，引起驼背和近视，影响孩子的身心健康。

为什么青少年中会存在如此多的脊椎侧弯呢？最初，由于不自觉的习惯，或桌椅高低不适，有一段较长时间的体态不正，青少年朋友常习惯在脊椎成侧弯的状态下看书、写字，主观感觉这种姿势很方便。持续一段时间，得不到纠正，又缺乏体育活动时，脊椎两侧肌肉的紧张程度就会稍有不同，即使自己注意时还有侧弯，这样就形成习惯性脊椎侧弯。

现今，纠正孩子不良的身姿状况，已成为家长和社会最关心的问题。孩子的柔韧性比较好，一般不太容易反映出症状，但没有症状并不代表没有问题。孩子不良的身姿习惯所导致的后果，在青少年时期表现最为明显的就是近视及弯腰驼背，但随着年龄的增长胸部发育、长不高、肩不齐这些现象就会明显暴露出来，而脊柱侧弯和长短腿凭肉眼是很难发现的。

1997 年 8 月，橡果国际开发了背背佳第一代产品在天津上市，为纠正孩子的近视及驼背起到了很大的帮助作用。给孩子矫姿的最佳时期是 6-18 岁，这个年龄段青少年的骨骼钙化和肌肉力量都还处于发育过程，四个生理弯曲还没有完全定型，这时如果坚持每天给孩子穿 2 小时的背背佳，完全可以让孩子养成规范

的坐、立、行姿势。

该产品的作用主要有：

1、防止脊柱变形：可有效防止非病理性含胸驼背及脊柱弯曲，矫正动、静状态下青少年的不良体态，有力帮助人体保持正确的坐、立、行、走姿态。

2、预防近视发生：可使因含胸驼背造成的近距离用眼得到改善，逐步恢复合理的用眼距离、消除视觉疲劳、矫正假性近视，将近视的形成消灭在萌芽状态。

3、缓解肌体疲劳：可使肌体肩、背、腰、腹部均衡受力，缓解肌肉疲劳，保护腰、背部安全，使身姿维持自然挺拔，呈现形体最佳状态。适合从事长期站立、久坐伏案、同种姿势保持过久等工作而引起腰背肌疲劳，肩酸背痛的各类人员。

经过 10 多年的市场实践，该公司又研发了第三代背背佳新产品，第三代新产品背背佳的作用在原来的基础上又大大提高了针对性和预防疗效，因此，准备大量投放市场。

案例思考：

请你为该公司的第三代新产品背背佳设计一份市场推广策划书。

案例五：

随着经济发展和生活水平提高，农家乐形式的近郊游发展迅速。湖南省株洲市五里墩乡位于株洲市东南部，境内山清水秀，环境优美，民风淳朴。在凤凰山脉和枫溪水系孕育的狭长地带中，呈带状分布着五里墩、关口、百井、罗塘、道田村等，辖区内有观音古寺、千年古樟、百井古塔、百井古井、青少年绿色营地、民间剪纸体验等自然景观、人文景观。堪称株洲市的“后花园”，是旅游休闲的“‘市’外桃源”。

近年来，该乡利用辖区良好的生态自然环境和人文景观，积极引进绿色旅游理念，发展以休闲游、亲子游、健身游及宗教体验游为主的城郊旅游，致力打造城郊休闲品牌，为株洲市开发旅游资源，在成功进入“全国文明、卫生城市”后

为冲刺“全国旅游城市”建设注入新的内容。

该乡种植了 2200 余亩油菜田，并在 2009、2010、2011 年成功举办了三届油菜花节、民间剪纸艺术节，同时安排有摄影大赛、趣味运动会、民间剪纸艺术展、自行车巡游慢骑赛、“花海寻宝”互动等 6 大主题活动，吸引了株洲、长沙、湘潭等地近 10 万游客前来观赏“油菜花海”的盛景。

案例思考：

为了吸引更多的游客前来观光旅游，请你为株洲市五里墩乡的旅游资源策划一份面向广大城市居民的市场推广策划书。

案例六：

娃哈哈“激活”活性维生素水产品有两大特色，一是富含了活性维生素 B3、B6、B12 等，特别是添加了巴西的“瓜拉那”。按照科学家介绍，“瓜拉那”是世界上营养最高的植物果实，它含有了氨基酸、矿物质、碳水化合物等等，所以几百年来印第安人一直使用它，把它视为健康、美丽、活力的源泉。中国科学家研究后也认为它有醒脑提神、补充体力的能力，因此它自然而然也就赢得了消费者的青睐。“激活”还有一个特点，它是一个随时能喝的维生素饮品，它彻底改变了传统的维生素的特定服用规则，它给消费者带来了健康、方便，完全改变了消费者补充维生素的方式和观念。

激活活性维生素水，特别添加人体所需的维生素 B3、B6、B12、维生素 C、肌醇等活性维生素群，专业配方，科学配伍，激活你的每个细胞，表现当然出人意料。现有柑橘、柠檬两种深受消费者喜爱的口味面市。

激发潜能，超越自我！——激活！专业配方，科学配伍，富含多种维生素、氨基酸、矿物质、碳水化合物，更方便、更健康，随时随处补充能量！激活你的每个细胞，表现当然出人意料！

维生素小常识：

维生素是人体营养、生长必需的营养元素。

√维生素 B3（烟酰胺）：维持健康的神经系统和正常的脑机能。

√维生素 B6：是制造抗体和红血球的必要物质。可帮助防止各种神经、皮肤的疾病。

√维生素 B12：促进生长、保持神经组织健康及正常形成血液所必需。

√维生素 C：促进铁和钙更好的利用、提高机体免疫功能、抗氧化。

√肌醇：在供给脑细胞营养上扮演重要角色。促进脂肪代谢、降低脂质在肝脏的堆积。

案例思考：

请你为娃哈哈的激活活性维生素水饮品做一份湖南市场的推广策划书。

案例七：

有一个故事。为了扩大市场，有一家制鞋厂招聘了两名营销员，老板派他们去非洲某一孤岛做鞋子的需求调查。两名竞聘者来到非洲后发现，由于天气炎热，当地的居民都习惯光着脚走路。一位竞聘者立即拍电报告诉鞋厂老板说，这里的居民从不穿鞋，鞋子在这里没有市场。而另一位通过介绍穿鞋子的好处后，了解到竟有众多的居民有购买的意向，于是告诉老板说，此岛市场潜力相当大，只要做出的鞋子符合当地居民的习惯和信仰，鞋厂将打开一扇新的市场大门。最后，鞋厂老板雇用了后者。

案例思考：

假如你就是这位被制鞋厂老板聘上的营销员，现在老板需要你为开发该岛鞋子市场制定一份切实可行的市场推广策划书。

案例八：

广东金苹果食品有限公司系香港金苹果食品有限公司于 1996 年在东莞成立的全资品牌运营机构，是集研发、生产、销售为一体的食品品牌企业。公司目前

主要生产经营中秋月饼、休闲饼干、曲奇蛋卷等 200 多款产品，主打产品“金苹果月饼”自 2005 年以来多次被中国食品工业协会授予“中国名饼”。金苹果创新口味月饼获得比利时获得在欧洲被誉为终端消费食品届的“奥斯卡”的国际 2011 年度“顶级美味奖章”。2009 年，公司新建成的 30000 平方米的全封闭、食品生产标准化厂房和 10 万级空气净化车间以及斥巨资引进的国内最先进的一体化成型设备，使得企业拥有了全自动流水线 20 多条，日产 80 万只月饼、月饼 5 万盒的生产能力。公司本着“以人为本，公司是家、学校、军队；完美产品，优质服务，为顾客创造价值；倡导公司、个人、伙伴共同成长，分享成果”的公司核心价值观，为客户创造完美产品，提供优质服务，成为中国商务月饼首选品牌。

1、公司月饼产品系列：

（1）彩瓷英伦系列：

- ①皇礼：皇家珍品，非比寻常，带给你独一无二的尊贵祝福
- ②御礼：将珍贵荣耀的品味注入礼盒之中表达最敬重的情意和最真心的祝福

（2）水墨罗马系列：

- ①耀礼：圆月绽放最耀眼的光芒，那正是我对您圆满的祝愿
- ②宝礼：万家灯火点燃团圆时分，点滴如珍宝般欣赏回味
- ③名礼：金苹果把浓情寄予月意，让祝福包裹在饼香中传递
- ④锦礼：以礼遇之心献上华美的锦礼，传递最美好的祝福和愿望
- ⑤贵礼：华贵的品味注入尚品之月，无尽的思念尽在点滴之中

（3）丝绣巴黎系列：

- ①珍礼：其乐融融的团聚时刻最应珍惜，感受最浓的祝福和最深的情意
- ②彩礼：绽放的烟花七彩夺目，浓浓情意尽情抒发
- ③盛礼：盛礼送给最敬重的人，用心传递最温暖的情谊
- ④颂礼：月圆之夜心手相连，真挚的情感代代相传

(4) 祥云瑞士系列:

①欢礼: 欢歌笑语充盈丰收的金秋之夜, 金苹果将祝福传递 将快乐延伸

②悦礼: 珍藏美好往昔包裹蜜语甜言, 连接你我的是最纯最真的情谊

(5) 经典时尚——和和满满(和满)

(6) 情侣月饼系列等

2、公司产品定位: 中高档商务礼品为主

案例思考:

现公司欲在 2012 年进军湖南市场, 请你为企业设计一份针对湖南市场的产品推广策划书。

案例九:

1985 年, 可口可乐公司放弃了使用了 95 年之久的原始配方可乐, 取而代之的是更甜更柔和味道的“新可乐”。可口可乐公司为什么要引进“新可乐”?

在 20 世纪 80 年代早期, 尽管可口可乐仍是软饮料中的领先者, 但其市场份额却正在慢慢地被“百事”可乐占领。多年来, “百事”成功地发动了“百事挑战”, 一系列电视 12 感测试表明消费者更喜欢甜一点的百事可乐。到 1985 年初, 尽管可口可乐仍在整体市场上占领先地位, 但“百事”却在超市销售份额中领先了 2% (巨大的软饮料市场的 2% 的零售额达 10 亿美元)。可口可乐公司不得不采取行动阻止市场份额的流失, 而解决之道看起来就是改变可口可乐的味道。

可口可乐公司开始了其历史上规模最大的新产品调查计划。它用了两年的时间 and 花费了 400 万美元进行市场营销调查, 以确定新配方。它进行了大约 200 000 次口感测验, 仅最终配方就进行了 30 000 次口感测验。在无商标测验中, 60% 的消费者认为新可乐比原来的好, 52% 的人认为新可乐比百事可乐好。调查表明新可乐一定会赢, 公司很自信地推出了新产品。

起初, 由于铺天盖地的广告宣传和促销, 新可乐销路不错。但销售很快下降,

公众的反应令人吃惊。每天可口可乐公司都会收到来自愤怒的消费者的成袋信件和 1 500 多个电话。一个叫做“旧可乐饮用者”的组织发起各种抗议活动，分发 T 恤衫，并威胁要进行集体起诉，除非可口可乐公司重新使用旧配方。

三个月后，可口可乐公司就重新提供旧可乐，并将旧可乐称为“经典可乐”与新可乐一起在货架上出售。到了 1985 年底，“经典可乐”的销售大大超过了“新可乐”。并且在后来的新可乐销售中，市场份额越来越小。

案例思考：

假如你是可口可乐公司新可乐的营销经理，请你为新可乐设计一份产品市场推广策划书。

案例十：

有一个知名护发品牌企业，生产了一种具有补肾、养发功能的产品，在产品定位上两年时间换了三次定位，也投入了不少费用，但却没有取得很好的结果。一开始，一个策划人告诉企业老总：“可借助现有品牌的核心价值，将产品定位‘养发’市场，这样有利于借助消费者对品牌的已有认知基础，快速取得消费者对产品的信任，不但可以节约传播费用，而且市场启动也快。”老总听了认为有道理，就按此定位进行传播和推广工作设计。运作了一段时间，市场反映还不错，这个定位消费者还是比较买账的。

后来公司新招进了一个销售经理，这个经理向老总建议：“产品定位补肾比较好，因为补肾市场大，养发市场小！”老总认为有道理，就按补肾的定位拍了一个电视专题片，并选择了一个县级市场做试点，运行了两个月，结果以失败而告终。消费者对这个定位不买账，广告虽然高密度地说：补肾、补肾……但终端消费者却仍按养发的功能来购买。

第二年来了一位新的营销总监，他向老总建议：“产品定位抗衰老比较好，这一块需求人群大，你看青春宝做的就很好！”老总认为有道理，就将产品定位

改为抗衰老。然而三个月的推广却不见市场动作，好像消费者对抗衰老不怎么买账。后来终端一调查，消费者买这个产品还是奔着“养发”的功能消费的，因为这个品牌“养发”的品牌价值对消费者的消费诱导太大，抗衰老的定位没能改变消费者对品牌的已有认知。

案例思考：

假如该企业想扩大该产品的市场占有率，聘请你为企业拟定一份市场推广策划书。

案例十一：

林老板以前是从事柚子出口的，也为此建立了自己的生产基地，拥有一流的柚子园、一流的柚子、一流的生产线。因不甘心做国外品牌的打工仔，就想自己做品牌，自己做国内市场。

面对全新的国内市场时，林老板斗然发现自己既无国内柚子市场的操作经验，也不了解水果行业的潜规则，自己的产品既无名称，也没有包装，也没有渠道，也没有人员……

林老板的初步想法是，自己的柚子是最棒的，国内水果也没有什么品牌，自己应能在水果市场上占有一席之地，甚至成为大赢家也不无可能。为保障自己产品的成功上市，林老板委托专业公司进行了初步市场调研。结果真的有了几个有益的发现

水果市场管理粗放、初级、杂乱、分散、低层次、急功近利、鱼龙混杂、价格竞争等等，构成了典型的中国式水果市场特色。一流的产品、二流的营销、三流的价格、四流的经营人才，是水果市场的真实写照。

调查发现

1：促销少。

北京市场上，柚子或说水果的促销极少，在大卖场中，几乎没有促销小姐在场促销的；

在其他行业已经司空见惯，穷图末路的常规促销手段，依然能在柚子市场上见效。

发现 2：品类少。

柚子市场基本是以原始的产地为主流来进行品类划分的，如沙田柚、琯溪柚、进口柚等；琯溪蜜柚出现了以口感风格“蜜”（甜而不腻）进行品类划分的倾向，但由于嫁接并归属在主流产地划分下，并没有形成行业趋势。

发现 3：价格存在断档空间。

国产柚产品以 1-3 元/斤为主流；

进口柚产品在 10-15 元/斤；

运输、进口关税、严格的产品分级筛选，都直接决定进口柚子价格轻易下不来。

综合考虑了消费者对进口水果的固有认知，我们在柚子以产地为主流品类的市场上开创了全新的品类：波蜜柚。波蜜柚，取自柚子英文（POMELLO）的谐音。波，代表水，多汁；蜜，甜蜜、甜美；波蜜柚，国外的泊米品，而且和菠萝蜜近似，极易于记忆和传播。

案例思考：

根据背景资料，请你为波蜜柚做一份面向北京水果市场推广策划书。

案例十二：

2011 年我国饮料产品将向多样化发展，饮料一般分为 5 大类：碳酸饮料、水、含乳饮料、茶饮料、果汁饮料。继碳酸饮料、水、含乳饮料后，一些新兴的复合型果汁饮料如生菜汁、西洋菜汁、蔬菜汁等，及近来国外兴起的含维生素和矿物质、低聚糖等成份的“时髦饮”，正在营造健康饮料的新概念。由于消费者消费口味的多元性、消费方式的多样性，给饮料行业提供了充足的市场空间。

2011 年果蔬汁饮料将有良好的表现，尤其是果粒饮料将成为市场新宠。米

自经济部门的消息显示，果汁饮料作为一种天然、低糖的新型健康饮料，越来越被消费者所接受。有统计数字表明，美国人年均果汁消费量为 50L 左右，与此同时，中国人年均果汁消费量还不到 1L，差距十分明显。在这组数字的暗示下，完全可以相信中国人应消费更多的果汁。调查表明，随着高收入人群生活方式的改变，人们更加关注健康，果汁饮料以补充维生素的形象出现，自然吸引了众人的目光，而且随着年轻一代可支配收入的增加，大多数消费者都认为 PET 瓶饮料更显潇洒时尚，具有喜欢流行特质的人群会更多选择 PET 包装的果汁饮料。

椰子汁中含有人体必需的各种氨基酸：亮氨酸、异亮氨酸、缬氨酸、赖氨酸、苏氨酸、蛋氨酸、苯丙氨酸、组氨酸。椰子汁还含有：胱氨酸、甘氨酸、脯氨酸、丝氨酸、精氨酸、谷氨酸、尼克酸、天冬氨酸。以上这些全部氨基酸都是机体蛋白质的建造材料，是最直接供人体组织利用的物质。所以，经常饮用椰子汁不但有美容的效果，还能强健体魄，有保健的功效。椰子汁是将椰子肉榨汁而成的天然饮品，含有大量植物蛋白以及 17 种人体所需的氨基酸和锌、钙、铁等微量元素，是迄今为止世界上氨基酸含量最高的天然饮品。其所含的维生素 E 能保持女性青春活力，丰富的锌可促进少女发育，镁可改善老年人的循环系统，核黄素磷脂更是增强性功能的高级燃料。

由此可以看出椰子汁是很好的功能性饮料，然而现在人们的生活节奏过的很快，时间对人们来说是多么的宝贵，所以新鲜现榨的椰子汁不会是很多人的选择，而西岛牌椰子汁，口味很纯正而且里面的含有椰子果粒西岛椰子汁的卖点。

据资料显示目前我国椰子汁市场需求越来越大。有关调查显示，2007 年，全国椰子汁的需求量为 112 万吨，2010 年达 200 万吨，而海南目前整个椰子汁产量为 50 万吨，远远不能满足日益膨胀的市场需求。因此在长沙的椰子汁的市场将会很大。也正是由于需大于供所以很多的商家见有利益就纷纷跟风以至于产品的同质化、无差别化越来越严重。西岛椰子汁是一个新品牌，知名度不高但是它与其他椰子汁不同的就是它里面含有椰果粒，而且在 2011 年果粒饮料炒得很火，而且市场潜力也很大。

A 批发有限公司成立于 2001 年，该公司主要经销过有名的饮料、啤酒等产品，在湖南拥有自己成熟的铺货渠道，但是由于先前没有好好对饮料方面的渠道好好

管理，以至于经销的产品销售很不理想，因此公司经过慎重考虑决定于 2012 年经销果汁饮料西岛牌椰子汁。

案例思考：

企业在 2012 年夏季快要到来之际想针对西岛椰子汁做湖南市场做一次产品推广，提高该产品的知名度和市场销售量，特聘请你为该产品设计一套开拓湖南市场的产品推广方案。

案例十三：

美的 100（OK100）创建于 1998 年，诞生于“东方之珠”有国际金融中心之称的香港，2006 年在广州成立中国运营中心为广州市欧克壹佰服装有限公司！

广州欧克壹佰服装有限公司是一家集设计、生产、销售为一体的综合型大型企业，旗下 OK100 童装产品远销日本、韩国、埃及、英国等欧美国家，多年来以独特的经营理念和高街时尚(High street fashion)的设计风格在童装时尚潮流中独领风骚，成为童装界的奇迹。OK100 童装以国内外强大设计力量为先导，先进完善的生产体系为后盾，顺畅科学的运营管理体系为支撑，致力于对儿童穿着时尚健康的独特诠释，紧跟时尚潮流及市场最新动态，自然融入流行与典雅、配以简约流畅的线条、活泼明快设计，独具创意的细部处理，柔和的色彩搭配，尽善尽美的板型裁剪，演绎出儿童健康成长的舒适情怀。

OK100 童装品牌定位

品牌风格：时尚、优雅、经典、大气、个性。

消费对象：年龄 3-15 岁（身高 100cm—160cm）追求时尚、健康生活的时尚儿童。

品牌使命：把尊重，关爱儿童的理念和健康时尚的服饰带给天下所有的父母和孩子。

品牌目标：让每个孩子都变得活泼自信大气，有自己的理想、有富足的内在，有

丰富的感情，有浩然的正气，留下难忘自豪的童年回忆！

品牌文化：儿童时尚衣橱专家

品牌广告语：童真 同享欢乐

经营理念：品质至上，精工细作，卓越创新，力争完美。

产品定位：高品质、多层次高中低价位，以中等消费价位为主，以低价位吸引人气，高价位奠定品牌优势，满足各种不同收入层次的家庭。

设计理念：将个性、时尚、自信融入设计，把快乐幸福健康带给孩子，强调高品位原创设计，将时尚设计及现代休闲理念和健康生活方式相结合，倡导时尚环保。

设计风格：顺应国际童装标准潮流，创造优质时尚、个性的黑白风格产品

设计原则：舒适，健康，环保，美观，精致中彰显典雅，含蓄中显示个性，时尚中蕴含自信！

生产理念：严格按照 ISO9001 国际质量管理体系注重产品质量和程序管理，一流的生产设备，精湛的专业技术队伍，确保每一款童装剪裁得体、精心打造符合国际标准及流行趋势的绿色环保童装。

产品分类：T 恤、茄克、裤装、裙衫、棉服、牛仔装、运动服、休闲鞋、休闲包、饰品等等。

发展方向：创建儿童时尚生活馆，打造儿童迷你王国！

发展目标：创一流企业，造百年品牌，打造中国童装帝国店铺品牌。

产品结构：

主导风格：	时尚与优雅	40%
辅助风格：	浪漫与经典	30%
	休闲与运动	30%

产品特点：时尚、优雅、大气、经典、既渗透着国际最新的时尚元素，又适应亚洲儿童体型特征与审美观，以艺术、优雅美感与都市时尚相结合的设计理念诠释

最新潮流方向，引领儿童潮流，融入迷人，时尚的美学气质，以浪漫、活泼及活泼明快的风格，适应更多儿童的需求，以巧夺天工的线条塑造儿童的高级时尚，以鲜明个性的色彩打造时尚美丽的视觉享受，以千锤百炼的材质给人新的惊喜，瞬间让儿童焕发出童年的活力和优雅时尚的仪态。

面料的选择注重环保与质感，热衷于运用棉、真丝、羊绒等天然环保材料，擅长对莱卡、乌干纱、晴纶等富有质感的新型科技面料的巧妙运用、服装美感精雕细琢，服装生产程序尽善尽美，OK 童装为每一位自信、活泼的儿童提供梦寐以求的时尚服装！

案例思考：

现公司产品欲进军湖南市场，请你为企业制定一份针对湖南市场的产品推广策划书。

案例十四：

香港卡菲妮迪女鞋是广州名剑贸易有限公司旗下的一个女鞋知名品牌，为 25-45 岁之间的成熟女性打造时尚、轻巧、靓丽、性感的女鞋，于 2006 年在广州创立，至今已发展成为一个以鞋业、服装，箱包的研发生产、加工及进出口贸易的销售为主的多元化经营企业。

公司现有生产工厂 6 家，卡菲妮迪品牌产品时尚、质量优良，无论是设计，还是选材，均充分体现了“关爱女性，创造和谐、品质生活”的品牌理念，公司高层通过多年准备，深思熟虑，高瞻远瞩的战略眼光制定了拓展中国大陆市场的远景规划，以信誉至上，客户至上为企业宗旨，品质第一，服务第一为经营理念，创新思维，科学管理为企业重点。

2010 年女鞋在中国市场消费的总值为 3350 亿人民币，并且每年至少以 12% 的速度增长消费，可见中国女鞋消费市场的容量巨大，扩展空间无限。卡菲妮迪女鞋，每一双都是名师设计，历经智能化、优质高效生产及严格的质量检测后方得以问世的精心之作。前卫的设计、卓越的品质、优秀的服务必将深受年轻时尚

一族和高收入女性的青睐，并将因为独特的品牌定位和时尚先锋的穿着概念，为更多的中国消费者提供适宜的鞋款。

卡菲妮迪女鞋宗旨：着眼未来，做好现在。

信誉至上，客户至上，追求卓越，合作共赢

卡菲妮迪女鞋主题：有您的参与我们才能创造出更美丽的风景。

领导潮流，国际品牌

卡菲妮迪女鞋风格：高贵不贵，简洁不简单。

先进模式，科学管理

卡菲妮迪女鞋特点：真皮面料，穿着舒适，价位适中，款式多样化。

品质第一，服务第一

卡菲妮迪女鞋系列：简约情趣系列，休闲时尚系列，白领丽人系列。

香港卡菲妮迪女鞋主要瞄准国内中档市场独有的消费特点，用良好的品牌形象，卓越的产品品质，平稳的市场价格，倾力打造“人人买得起的品牌”。卡菲妮迪品牌主营产品品类丰富，每季 300—1000 个新款推出，以满足不同个性消费者的需求。价格体系健全，受众群体非常广泛。据专家测算，80% 的人群为中档消费目标客户群，中国女鞋市场消费巨大，前景无限广阔，所以卡菲妮迪品牌在不断完善的基础上，用心来做市场，必将结出胜利的果实。

案例思考：

现公司产品欲进入湖南市场，请你为该公司制定一份针对湖南市场的产品推广策划方案。

案例分析十五：

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。从去年开始，足浴器就开始火了起来，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉之称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。 交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品的质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，我们用我们的诚信赢得你们的放心，用我们的服务赢得你的青睐，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B 金苹果、K-118A 、K-138B、K-218A 红苹果、K-218A 金苹果

K-218A 青苹果、K-218B 红苹果、K-218B 青苹果、K-228C、K-258B

案例思考：

现公司产品欲进军湖南市场，请你为企业制定一份湖南市场的产品上市推广策划方案。

案例分析十六：

上海日威电器有限公司，始创于1994年，是一家专业经营剃须刀、电吹风、剃绒器、电推剪、电熨斗、挂烫机等个人和专业护理电器的公司，作为一家集研发、生产和销售的综合性小家电企业，日威电器在上海松江、宁波慈溪拥有四个生产基地，员工1000余人。企业通过TS9001：2008质量管理体系认证，产品通过GS、CE、FMC、CCC、ROSH等多项国际认证。日威品牌还相继荣获“中国驰名商标”、“中国质量过硬放心品牌”、“中国知名品牌”、“中国小家电行业十大影响力品牌”等荣誉称号。

日威剃须刀是日威电器旗下的拳头产品，多年来，通过执着奋发，在市场和业内，树立了良好的品牌声誉和极强的综合竞争力。在研发方面处于行业领先地位，拥有多项专利技术。日威剃须刀六大系列，丰富的产品线，总有一款适合你。无论是从造型到性能、还是从质量到价值，都能满足你个性而苛刻的要求，为你提供舒适高雅的感官享受。

日威电器自成立以来，公司秉承“创新、领先、成长、服务、尊重”的企业理念；以人为本，广纳贤士，打造富有激情和开拓精神的专业团队。以“用品质诚信于客户，以创新服务于市场”的企业宗旨；以“质量为本、信誉为魂”的品质理念；以“追求卓越，领导时尚”的企业使命；不断精益求精，孜孜追求，致力于成为中国生活电器的领导品牌。

日威剃须刀品牌属性（品牌的特点）

专注17年：日威专注电动剃须刀的研发生产17年，产品均为独立生产，品质稳定，并拥有发明专利和外观专利。

产品丰富：至尊系列(三头浮动/往复)、至俊系列(双头浮动式)、至美系列(双头浮动式)、至简系列(往复式)、至尚系列(往复式)、至速系列(单旋式)

贴面舒适：双环贴面刀网、独立浮动刀头、自动提须装置、自动研磨功能等先进技术，让贴面剃须成为轻松畅快的高尚享受。

剃须彻底：强劲动力结合独创精玄刀头，轻松应对难剃部位，杜绝任何残留，剃须更彻底。

创新跨界设计：日威文化内涵融合跨界元素，借鉴国际知名品牌设计艺术，将科技与艺术完美结合，创造人机美学新风尚。

时尚生活标志：睿智刚毅、尊贵典雅、时尚美观，日威不仅仅是一款剃须刀，更展现的是一种时尚生活元素。

高性价比：坚持以专业服务消费者，四大生产基地，全国领先规模，让中国男性轻松拥有最质优价廉的电动剃须刀。

日威剃须刀品牌精神

日威剃须刀品牌价值观：“剃”验生活的轻松感觉

日威剃须刀品牌文化：积极进取，乐观向上

日威品牌个性：富有激情、乐观进取、追求生活品质、具有创新精神、渴望享受高品位生活的态度。

日威剃须刀产品核心利益

剃须很彻底，高尚享受，更有魅力

日威剃须刀产品定位

专业品质产品、价格实在产品、质量可靠产品、外观时尚产品

日威剃须刀整体品牌定位

剃须专家；中国电动剃须刀领导品牌

日威剃须刀品牌宣传主题：

专注电动剃须刀 17 年，专注品质，成就经典

案例思考：

该企业想扩大在湖南市场的产品销售，请为企业做一份针对湖南市场的产品推广策划书。

案例分析十七：

四川奶奇乐乳业有限公司是一家经四川省对外贸易经济合作厅、四川省工商行政管理局批准，集“生产、加工乳及制品、奶牛饲料、提供种用奶牛的繁殖及其技术推广服务，及销售本公司产品”为一体化的新兴综合性中外合资企业。企业注册资本达 1945 万元。

公司构成： 奶牛技术服务中心、奶牛饲料加工厂、乳品加工厂、营销中心。

公司定位： 高起点、高标准、高质量

公司形象： 诚、信、美。

公司理念： 创立名牌、振兴乳业，为人类的营养、健康和幸福做贡献。

公司宗旨： 以质量求生存；以管理求效益；以信誉求发展。

公司精神： 团结、拼搏、求实、创新。

员工座右铭： 自尊、自信、自强。

公司始终坚持“高标准、严要求、创一流”的原则，以一流的资源、一流的厂房、一流的设备、一流的技术、一流的人才、一流的管理创造一流的产品，以一流的服务真情回报社会。

产品主要包括：

纯奶系列： 盒装娟姗牛奶、袋装纯奶、盒装低脂奶、袋装鲜奶等；

酸奶系列： 大红枣酸牛奶、原味塑杯、草莓塑杯、袋装草莓奶、原味乳酸饮料等；

果奶系列： 香橙奶、核桃奶、早餐奶、巧克力奶等；

精品系列： 盒装精品奶

无菌奶系列（百利包）： 核桃奶、原味乳酸饮料、纯奶等

案例思考：

现公司要进军湖南长沙乳业市场，请为企业制定一份针对湖南长沙市场的

产品推广方案。

案例分析十八：

友情精细化工实业有限公司香薰化妆品是一家以生产香薰化妆品为主的企业，主要品牌是“兰若”。香薰是一种从除臭的基本需求上引申出来的既具备“祛除异味、留香持久”的直观联想，又包容“提神醒脑、舒缓紧张”丰富内涵的目标市场细分消费需求，与市场上现有的各类洗沐产品迥然不同，拥有完全独立的全新概念空间。

近年来，随着香薰炉、香薰精油、香薰膏体以及香薰文化在家庭消费和专业美容院线中的逐渐普及，香薰类日用洗沐产品入市流通已经是大势所趋。现阶段该企业产品的竞争对手主要有有奥妮西亚斯健肤按摩沐浴露、好雅芙蓉花香沐浴露、天然美沐语人生系列香薰沐浴露，迪影香薰洗发露、日本活发能量元素等相似或同类产品散见于市场，但大多品系不全且价格不菲，除西亚斯初具规模外，同类产品尚无强势品牌。

由于迎合了休闲经济时代的消费时尚，香薰类产品市场前景广阔，预测短期内将会有大量同类产品上市推广，1—2年后将出现流行风潮，但捷足先登者必将取得热销的优势。因而目前市场态势，极其有利于以中偏低档的价位切入市场的兰若香薰系列产品行销推广和时尚品牌形象的树立。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，请为其制定一份针对湖南市场的产品推广策划案。

案例分析十九：

1995年9月18日，A公司在东莞市长安成立。在这片工业基础设施完备、产业配套体系完善的沃土上，在当地政府的大力支持和扶助下，经过十余年的持续发展，A公司从同行业中脱颖而出，现已成为当代中国家用电子企业的发展典

范。A 品牌旗下现拥有三大系列产品：通信产品（音乐手机、有绳电话、无绳电话、数字无绳电话等）、教育电子产品（@ibox 学习机、电子词典、点读机、商务学习机、复读机等）、生活电器（电磁炉、电压力锅、豆浆机、电热水壶等）。

2011 年 A 公司推出了一款新手机 i6，i6 为一款青花瓷白色翻盖手机，因其外观圆润，饱满，同时边框采用独特的中国传统窗格设计，因此整个手机尽显雅典，大气和充满民族气息。因此备受 30—35 岁女性青睐。又因 16:9 的 OLED 宽屏超亮屏幕，与修长机身的完美配合，一开一合之间完美的展现了中国古典与现代流行风尚的完美结合，因此备受 22—30 岁女性青睐。

1、i6 的定位群体为：22—35 岁中青年女性。然而在中青年女性当中对韵味、雅典、高贵气质在乎的多以企事业单位的职员或白领为主。故 i6 的目标消费群体为：22—35 岁中青年女性且多以企事业单位的职员或白领为主。

2、目标顾客特性：情感：感性

在乎价值：是否雅典，高贵，气质。是否受老公关注。如买衣服不再是几十块钱的那种衣服，而更看重质地，做工，设计及凝练后表现出来的与众不同的韵味和气质。

经常去的地方：茶厅、咖啡厅

喜欢做的事情：买香水、看股市、进聊天室，做美容、健身、了解时尚的趋势等。

爱听的歌曲：《一生爱你千百回》及刘若英，蔡健雅等歌手的歌，主要是蓝调歌曲。

3、建议上柜渠道：

上柜渠道为一二线城市

4、主要产品特点：

①青、韵概念——整个手机犹如青花瓷般圆润、饱满，尽显古瓷遗风；边框独特的中国传统窗格设计，大气、典雅，充满民族气息；

②高贵、时尚造型——修长机身与青花瓷般的青韵完美结合尽显外在的雅典

与时尚，同时内在屏幕采用 16:9 的 OLED 宽屏材质，更是里外结合，突显高贵与气质；

③高清进口显示屏——采用进口 OLED 高清显示屏，不仅屏幕硬度、可视角度高，同时色彩艳丽，且屏幕可自动发光，能根据图片色彩自动调节为最佳亮度

④时尚菜单——菜单采用通透与古瓷遗风的设计风格让原本韵味的手手机更加富有感情，当指令停留在任何一个选项上时，项目选项就像青花瓷上的花朵或图案一样，立马凸显出来，且反映速度极快。

⑤完美音质——Wolfson、SRS、YAMAHA、飞利浦喇叭、独立封闭式音腔的完美结合，使得音乐的音质，音效、音色及空间感格外强大。

⑥高清拍照——200 万高清摄像头与 OLED 屏幕的结合，使得拍照效果更加清晰细腻，出厂配送 1G 的内存卡。

⑦EDGE 上网协议——介于 3G 与 GPRS 之间的上网协议，使得上网速度极快，便于手机自带的上网与商务功能使用更加急速与方便。

⑧即时通讯：QQ 和 MSN

⑨支持 FunVv 网络电视、蓝牙、JAVA、QQ2007、MSN、QQ 麻将、QQ 斗地主、UCWEB、电子书功能等

⑩支持信息保密与防火墙功能——可加密通话记录、信息和通讯录并支持短信防火墙，来电防火墙功能，人性化功能——信息存贮增加到 1000 条、通讯录可存储 1000 条，支持通讯录备份、智能拨号、来电归属地查询。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，请为其制定一份针对湖南市场的 i6 产品推广策划案。

案例分析二十：

青岛章彩益智科技有限公司坐落于处在科技前沿一线风光秀丽的海滨城市——青岛，是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。

公司最新推出的章彩系列益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。

公司生产的“章彩”牌神笔可在墙壁、床单、衣服、家具甚至皮肤等表面书写。只要用清水或者湿布轻轻一擦，墨迹立刻消失，不留痕迹，魔幻神奇。解除孩子随时胡写乱画、信手涂鸦带来的烦恼，妈妈省心。墨水不含任何有害化学成分，与配套的涂鸦写字笔、儿童板、描红本、绘图册结合，随写随擦，可长期反复使用，神笔可反复灌墨，经济实惠。

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用章彩神奇涂鸦笔绘画，清水消失。

公司将本着“健康环保、科技创新”的理念，不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习的系列高科技产品，为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力！

案例思考：

现公司欲在 2012 年秋季开拓湖南市场，请为企业制定一份可行的湖南市场产品推广方案。

案例二十一

进入 21 世纪以来，随着人们生活水平的不断提高，人们的温饱问题已基本解决，老百姓的饮食在不断的变化，禽、蛋、肉在饮食结构中的比例越来越高，

对健康的认识逐步加深，人们不但要求吃得好，还要求吃得安全，吃出健康，在饮食上注重食品的安全越来越崇尚天然无污染食品，绿色食品已成为一种消费时尚，健康饮食、绿色食品的概念应运而生。

丛林鸡是原生态的绿色产品，鸡群系纯天然放养，喝的是纯天然泉水，吃的是五谷杂粮。符合现代饮食消费的趋势。天然放养的丛林鸡所产丛林鸡蛋以其味道鲜美、营养价值高而越来越受到城乡广大消费者的青睐，市场走俏，需求量逐年增多，丛林鸡肉、丛林鸡蛋价格居高不下，采取传统放牧养殖方法，批量饲养的丛林鸡，供应市场，不愁销路，天然放养的丛林鸡养殖业出现了前所未有的发展势头，必然向规模化方向发展，丛林鸡养殖市场前景良好。

丛林鸡蛋在城乡市场上非常畅销，且蛋价也高于普通鸡蛋。鸡肉、蛋品质优良、营养丰富，市场需求前景广阔。对于具备一定条件的农户来说，饲养丛林鸡的成本又比较低廉，适合家庭养殖。天然放养的丛林鸡采食青草、嫩叶、果实、虫子等，再加适当补饲，不但不破坏植被，鸡粪肥田，还能促进植被生长，促进生态平衡，保持可持续发展。

现在是一个崇尚天然、回归自然的时代，人们穿着从化纤回归到老粗布，饮食从杂交人造食品回归到无污染的土特产，这已经成为一种新的消费理念，新的消费时尚。根据有关专家分析，今后丛林鸡蛋必然在鸡蛋市场上三分天下有其一，天然放养的丛林鸡养殖业市场潜力巨大，发展前景光明。

丛林鸡养殖业的快速、健康发展对农民增收、农业增效、农村稳定具有十分显著的作用。同时，可给人们提供绿色、安全的丛林鸡和丛林鸡蛋，对国民身体素质的提高、林牧矛盾破解、农村经济可持续发展都具有重要的意义。

张家界慈利丛林山鸡厂成立于2006年7月，位于张家界东大门慈利县苗市镇，是新型私营企业，鸡厂占地面积380亩，这里山高林密，草木茂盛，空气清新，人迹罕至，泉水清甜，生态优良，养育着各种昆虫，花草，树木，鸡群系纯天然放养，喝的是纯天然泉水，吃的是五谷杂粮。已获国家无公害认证，产品远销全国各地。鸡厂倡导“以人为本、踏实做事、祥和发展、发展发达”的核心理念，重视社会责任。

1、主营产品：原生态丛林鸡和鸡蛋，以及不含农药化肥的绿色蔬菜。

2、价格：

普通的土鸡蛋：1.2 元一个

绿壳鸡蛋走礼盒，60 个一盒 180 元，走高档价格路线

普通的土鸡：12 元一斤

丛林黑山鸡：20 元一斤，走高档价格路线

案例思考：

请为张家界丛林鸡蛋长沙市场上市制定一份产品上市推广营销策划书。

案例二十二：

近年来房地产市场的发展可谓是如日中天，市场进入一个高速发展时期。牵一发而动全身，门业市场也是异军突起，如雨后春笋般迅猛发展。门类行业公司竞争日趋激烈，市场进一步细分，各种大大小小的公司纷纷登上这一舞台，想在这场竞争中瓜分市场，欲分一杯羹。

双峰县双源门业有限公司，坐落于湖南省娄底市双峰城五里牌经济开发区。双源门业是一家专业从事生产烤漆钢木门、豪华高分子门、免漆室内门的企业。公司本着质量是生命的宗旨，综合先进的生产工艺，生产出一批批质优价廉深受广大消费者认可和喜爱的产品。公司秉承“做健康门，做实在人”的目标，以“创新共赢”的经营理念一路前行，发展至今。

双源门业在产品的研发、生产、销售等流程中始终坚持认为仅有优质的原材，先进的设备，专业的技术还远远不够，企业的感情与智慧，心态与信念，无不贯穿于每一道指令，凝结于每一件产品的核心，纤毫毕现于每一位消费者的慧眼。选择一件产品，其实就是在考较产品背后的企业，潜心制造的产品才经得起选择，有所必为的企业才值得信赖。

产品优点：

- 1、结构牢固合理
- 2、具有抗菌、防霉防潮、不变形
- 3、防蛀、阻热、隔音、隔热
- 4、耐高温、坚韧性强、抗老化
- 5、免刷油漆、无甲醛、无色差
- 6、绿色环保，款式新潮美观

案例思考：

该公司产品准备登陆长沙建材市场，请为其上市制定一份产品上市推广营销策划书。

案例二十三：

2011 年我国饮料产品将向多样化发展，饮料一般分为 5 大类：碳酸饮料、水、含乳饮料、茶饮料、果汁饮料。继碳酸饮料、水、含乳饮料后，一些新兴的复合型果汁饮料如生菜汁、西洋菜汁、蔬菜汁等，及近来国外兴起的含维生素和矿物质、低聚糖等成份的“时髦饮”，正在营造健康饮料的新概念。由于消费者消费口味的多元性、消费方式的多样性，给饮料行业提供了充足的市场空间。

2011 年果蔬汁饮料将有良好的表现，尤其是果粒饮料将成为市场新宠。来自经济部门的消息显示，果汁饮料作为一种天然、低糖的新型健康饮料，越来越被消费者所接受。有统计数字表明，美国人年均果汁消费量为 50L 左右，与此同时，中国人年均果汁消费量还不到 1L，差距十分明显。在这组数字的暗示下，完全可以相信中国人应消费更多的果汁。调查表明，随着高收入人群生活方式的改变，人们更加关注健康，果汁饮料以补充维生素的形象出现，自然吸引了众人的目光，而且随着年轻一代可支配收入的增加，大多数消费者都认为 PET 瓶饮料更显潇洒时尚，具有喜欢流行特质的人群会更多选择 PET 包装的果汁饮料。

椰子汁中含有人体必需的各种氨基酸：亮氨酸、异亮氨酸、缬氨酸、赖氨酸、苏氨酸、蛋氨酸、苯丙氨酸、组氨酸。椰子汁还含有：胱氨酸、甘氨酸、脯氨酸、

丝氨酸、精氨酸、谷氨酸、尼克酸、天冬氨酸。以上这些全部氨基酸都是机体蛋白质的建造材料，是最直接供人体组织利用的物质。所以，经常饮用椰子汁不但有美容的效果，还能强健体魄，有保健的功效。椰子汁是将椰子肉榨汁而成的天然饮品，含有大量植物蛋白以及 17 种人体所需的氨基酸和锌、钙、铁等微量元素，是迄今为止世界上氨基酸含量最高的天然饮品。其所含的维生素 E 能保持女性青春活力，丰富的锌可促进少女发育，镁可改善老年人的循环系统，核黄卵素磷脂更是增强性功能的高级燃料。

由此可以看出椰子汁是很好的功能性饮料，然而现在人们的生活节奏过的很快，时间对人们来说是多么的宝贵，所以新鲜现榨的椰子汁不会是很多人的选择，而西岛牌椰子汁，口味很纯正而且里面的含有椰子果粒西岛椰子汁的卖点。

据资料显示目前我国椰子汁市场需求越来越大。有关调查显示，2007 年，全国椰子汁的需求量为 112 万吨，2010 年达 200 万吨，而海南目前整个椰子汁产量为 50 万吨，远远不能满足日益膨胀的市场需求。因此在长沙的椰子汁的市场将会很大。也正是由于需求大于供给所以很多的商家见有利益就纷纷跟风以至于产品的同质化、无差别化越来越严重。西岛椰子汁是一个新品牌，知名度不高但是它与其他椰子汁不同的就是它里面含有椰果粒，而且在 2011 年果粒饮料炒得很火，而且市场潜力也很大。

A 批发有限公司成立于 2001 年，该公司主要经销过有名的饮料、啤酒等产品，在湖南拥有自己成熟的铺货渠道，但是由于先前没有好好对饮料方面的渠道好好管理，以至于经销的产品销售很不理想，因此公司经过慎重考虑决定于 2012 年经销果汁饮料西岛牌椰子汁。

案例思考：

企业在 2012 年夏季快要到来之际想针对西岛椰子汁做湖南省内一个推广。请为其设计一套开拓湖南市场的产品推广方案，费用控制在 80 万之内。

案例二十四：

辣椒不仅是我国人们喜欢吃的蔬菜，而且是一种很重要的调味品。我国的西

北、西南、东北和湖南、湖北、江西是著名的辣带，对辣椒这种调味品的需求非常大。特别是湖南人喜食辣椒，天下闻名，几乎达到了无辣椒不能下饭，无辣椒而索然无味的地步。毛泽东来他老人家一辈子没有离开过辣椒，曾经发出豪言壮语，不吃辣椒不革命，这说明了辣椒这种调味品在我国南方人的生活中占据重要的地位。永丰辣酱更是湖南人所喜爱的菜肴，它具有一定的医疗保健作用，可以抵御风寒，预防伤风感冒，还能防冻疮、脱发、坏血病和提高身体活力。它既是菜肴佳品，又能直接食用，还是馈赠亲友的上好礼品，深受世人喜爱，在清朝即被列为贡品，但是近年来因为诸多原因，即使“湘春”、“孙大妈”和“曾国藩家府”牌永丰辣酱均获得“2007年中国（长沙）国际辣椒产业博览会金奖”，可这并没有在很大程度上扩大产品销量和提高品牌知名度。

永丰辣酱是湖南省娄底市双峰县的有名的土特产，绿色食品。也是湖南省辣的标志之一，而双峰县永丰辣酱集团总公司是湖南省农业产业化龙头企业，成立于1993年，下辖永丰酱业有限公司、永丰酱园、双雄酱业有限公司、蔡老板酱菜食业有限公司、生物食品研究中心，辣椒研究所。永丰辣酱自清朝就已经成为贡品，而现在为何却名声日下？成为无名绿色产业？现在永丰辣酱虽然在农博会上获过奖项，但是它大部分只在本地销售，其在湖南消费者心目中并没有什么印象。

案例思考：

企业为了扩大销量，该企业想先从长沙开始，通过一系列广告宣传活动，再向全国辐射。请你为其设计一套长沙市场的产品推广方案，费用预算在100万之内。

案例二十五：

中国历来有“民以食为天”的传统，餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展与人民生活中发挥着重要作用。特别是最近几年，我国餐饮业呈现出高速增长的发展势头，成为“热门”行业之一。餐饮业呈现出迅速发展、繁荣兴旺的景象。餐饮业有“百业以餐饮为王”之说，且一向被视为一枝独秀，也是最具吸引力的行业之一。它利润高，资金回流快，每天经营所收的都是

现金。据悉，我国现有各类饭店、餐馆近 400 多万家，年营业额超过 7300 亿元人民币，并保持着高达 15% ~ 17% 的年增长率。不容忽视的是，在这些众多的餐馆中，上规模的却非常少，更多的只是街头小店。一些权威人士预测，今后 3 至 5 年内，信息数字技术产品在中国餐饮行业的应用将达到一个高峰，最大容量可达 2300 亿元人民币。

湘依寨是一家以传播湖湘文化、弘扬湘菜产业、发展全国连锁为经营宗旨，的上规模的特色餐饮连锁机构。湘菜发展历史至少已有两千多年，湖南简称湘。有芙蓉国的美誉。湘菜是我国八大菜系之一，其菜肴风味是鲜辣浓香，在烹调技艺上，以炒、腊、蒸、煨、煎、烧见长。湘菜主要由湘江流域、洞庭湖区和湘西山区三地风味组成，以湘江流域菜为其代表。近现代湘菜已发展到 4000 多个品种，其中有 300 多款为闻名遐迩的名菜。湘菜用料选材于湘水流域、洞庭湖区及湘西山区等地，加工精细，制作考究，脍山川之珍、天地之奇于盘盏之中，以酸辣，焦麻，鲜香，脆嫩，薰腊、原汁原味、浓淡分明、口味适中而特立于世，经久不衰，且获大兴之势。建国后湘菜得系统挖掘和整理技艺日臻精良。国内外各界人士品尝之后，无不常觉口齿留香并大加褒扬。湘菜现已走出本省、走向世界。美、日、德及东南亚一些国家都已开设了湘菜馆，足见湘菜地位的非凡。

据中国烹饪协会统计调查：中国有 5 亿人可以吃辣，这说明湘菜具有巨大的潜力。可见发展以特色湘菜为主的连锁餐饮企业是个不错的选择。在此市场状况下湖南湘依寨餐饮管理有限公司“湘依寨”品牌于 2009 年 6 月创立，在 2009 年 8 月成为湘依寨餐饮管理有限公司，在 2009 年 8 月成立“湘依寨”生态原材料生产基地。着眼于全国连锁经营发展与管理。公司是一家新起的高度重视信息数字技术产品和创新及科学管理的餐饮企业。

案例思考：

加入湘依寨欲在上海发展，请你其制定一份湘菜风味食品“湘依寨”品牌上海市场的产品推广策划方案。

案例二十六：

深圳市蝶欧饰品经营有限公司是原丹麦知名女饰品牌 FORMTA（芳美亚）在中国大陆的总运营商，从 90 年代至今超过 15 年历史，并在大陆引进了欧洲的设计师和设计工厂。

FORMTA(芳美亚)创建于 1928 年，曾为丹麦皇剧院及欧洲皇室提供御用设计，上个世纪八十年代末开始，FORMTA(芳美亚)逐渐把目光转向时尚白领女性。“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，短短几年里，FORMTA(芳美亚)已在世界各地设有近百家特许经营店，深受全球女性的青睐。

经过不断的开发与努力，FORMTA（芳美亚）的产品逐渐丰满，目前主要有发带、发夹、发簪、马尾圈、鹤嘴夹、抓夹、发棒、项链、手链、太阳眼镜、淑女阳伞、围巾、帽子等，产品款式目前超过上万种。

品牌核心理念：时尚中的高贵、典雅中的绚丽

品牌渊源：Mia 於 1928 年创立于丹麦哥本哈根。灵感来自于丹麦的童话《海的女儿》。Mia 觉得在当时欧洲经济萧条的背景下，童话般的爱情故事会成为人们战胜现实的精神支撑，她由此萌发了创立一个以童话般高贵爱情为主题的品牌饰品，就以自己的名字命名 Formia-Mia!

今天，Formia 品牌历经几代设计师的精心打造，凝结了为 Mia 为代表的设计师的灵感结晶，取得了时尚界的广泛认可。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在各地市大型商场（如平和堂、友谊商城、王府井百货等高档商城）上柜的方式进行销售，请为其设计一套开拓湖南市场的产品推广方案。

案例二十七：

洗发水市场是一个竞争极为激烈的市场，短短十几年间，我国洗发水市场已经进入了姹紫嫣红、百花齐放的繁荣阶段；产品丰富，品牌林立在同类产品中，同质化程度非常高。根据不完全统计，中国目前洗发水将近有 3000 多个品牌，

几乎所有的化妆品公司都生产洗发水产品。有关资料显示，作为日化巨无霸宝洁公司的飘柔、潘婷、海飞丝“三剑客”已经占领中国洗发水市场半壁还多的江山（宝洁旗下洗发水品牌市场份额约占 60%，其中飘柔以 20%的市场份额位居榜首）联合利华的夏士莲和力士，日本花王的诗芬等外资洗发水品牌瓜分了 25%的份额，留给国产洗发水的生存空间只有 15%的市场缝隙。尽管洗发水这一“金字塔”型的市场格局一时难以出现突发性的变局，却总有“黑马”不断的出现，香港 A 国际分公司出品的“采缘”洗发水也正是在这种大环境下出现。“采缘”要想杀入这样一个市场，争取和扩大市场份额，在营销策划必须敢于创新，吆喝声要响，只有这样才能在众多的洗发水品牌中取得很大的销售业绩。

- 1、产品定位：润发、廉价，加入橄榄素，具有健康营养的价值
- 2、采缘洗发水中含有植物精华橄榄素，润发、保护头皮、深层去屑
- 3、产品质量功能方案：采用一定的防伪标志

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在各地市大型超市上架销售，请为其设计一套开拓湖南市场的产品推广方案，预算控制在 100 万之内。

案例二十八：

宏碁集团（acer）创立于 1976 年，是全球第二大个人电脑品牌，宏碁以性价比优势在 2009 年以来销量一直占据全球前两名。主要从事自主品牌的笔记本电脑、台式机、液晶显示器、服务器及数字家庭等产品的研发、设计、行销与服务，持续提供全球消费者易用、可靠的资讯产品宏碁电脑全线产品符合《中国节能产品认证技术要求》，并通过了中国节能产品认证中心的认证，这标志着宏碁将继续高举国内电源行业领军大旗，为所有电源电脑生产企业树立了一个良好的榜样，也将引领国内电源行业进入节能新时代。宏碁集团包括以下 PC 品牌：acer、Gateway、Packard Bell、emachine、Founder（方正）。以及 PDA 和便携式设备品牌倚天。

acer 在欧洲、非洲占有绝对的第一排名，Gateway（捷威）品牌则在美国占

据市场第三的位置，Packard Bell 也为宏碁在欧洲占有一席之地。宏碁的多品牌战略如今已经凸显出高瞻远瞩的市场意义。

acer 产品特点：

(1) 本产品为绿色环保产品，省电节能

(2) 性能稳定，配置合理

(3) 更大程度满足家庭应用需求，办公、听音乐、欣赏影片、上网聊天都没什么问题。

案例思考：

针对现在市场对节能电脑的需求，宏碁电脑拟向全国，例如：武汉，长沙，岳阳等，进行全面市场推广，从而进一步扩大其中端电脑市场占有率，在竞争中处于有利地位，请为其设计一套开拓湖南市场的产品推广方案，费用控制在200万之内。

案例二十九：

“顶极”楼盘位于长沙市府核心，直临岳麓大道，项目建筑面积约50万平方米，由25栋德式精工建筑组成，是市府版块最为杰出的精工地产项目之一。

该楼盘式现代简约建筑群，卓尔不凡；园林随处可见全冠移植的百年银杏、繁茂香樟、馥郁桂花，昂贵的黄锈石铺装地面，让回家成为一次奢华的旅行；近千平米的梦茵湖，采用了7层循环净水系统，欧洲雕塑、纯铜亭顶……细节处无不彰显出非凡品质；筑有长沙独一无二的巴洛克会所，繁复的工艺，杰出的艺术作品，与湖泊美景相映成辉；户型设计独具匠心，超宽楼间距、多景观露台、入户花园及空中合院、270°飘窗设计……将阳光清风延请入室，处处绿意盎然。外墙保温隔热系统，多功能防辐射中空玻璃，高清可视对讲系统，创新阳光生态车库，24小时安防系统，立体生态园林系统，6大智能环保科技，融汇精工品质，创立新概念宜居标典。

案例思考：

该楼盘竣工后很快就要推向市场，现在该房产公司聘请你为“顶极”楼盘策划一个产品上市的推广活动方案，活动经费 100 万元。

案例三十：

具有百年历史的浙江五芳斋实业股份有限公司是集团食品产业的龙头，著名的中华老字号企业，农业产业化国家重点龙头企业，全国最大的粽子产销商，全国食品制造业纳税百强。嘉兴五芳斋粽子是获国家质检总局国家地理标志（原产地）注册的产品，“五芳斋”商标是国家商标局认定的中国驰名商标，五芳斋品牌无形资产价值丰富，产品质量上乘、品味卓越、文化内涵深厚。

民国初年，有一批浙江兰溪人来到嘉兴，他们在冬天经营弹棉花生意，春夏时节挑了粽子担走街串巷地叫卖粽子。民国十年（1921 年），张锦泉在张家弄 6 号开了首家“五芳斋粽子店”。数年后又有两个嘉兴人冯昌年、朱庆堂在同一弄里开了两家“五芳斋”粽子店，三店分别以“荣记”、“合记”、“庆记”为号，并在粽子的选料、工艺等方面展开激烈竞争，使粽子技艺日趋成熟，并形成了鲜明的特色——“糯而不糊，肥而不腻，香糯可口，咸甜适中”，成为名扬江南的“粽子大王”。1956 年，三家店合并为一家“嘉兴五芳斋粽子店”，并一直传承至今。

五芳斋粽子号称“江南粽子大王”，以糯而不烂、肥而不腻、肉嫩味香、咸甜适中而著称。五芳斋粽子按传统工艺配方精制而成，选料十分讲究，肉粽采用上等白糯、后腿瘦肉、徽州伏箬，甜粽则用上等赤豆“大红袍”，通过配料、调味、包扎、蒸煮等多道工序精制而成。嘉兴五芳斋粽子有肉粽、豆沙、蛋黄等几十个花色品种，1987—1989 年曾连续三年获得省名点特优产品“玉兔奖”、“首届中国食品博览会金奖”、商业部“金鼎奖”。如今，嘉兴五芳斋粽子因其滋味鲜美、携带方便、食用方便而备受广大旅游者厚爱，有“东方快餐”之称。

1995 年新建占地 20 亩的五芳斋粽子厂，使粽子生产走上规模化、集约化发展道路，1997 年又再次扩大粽子生产规模，使粽子日产量达 50 万只。同时产品也从原来几种发展到现在近百种。产品远销日本、东南亚等地，并还获得了首届国货精品奖、96 中国食品博览会金奖等荣誉称号。

目前五芳斋食品加工类目主要包含五芳斋真空粽，五芳斋新鲜粽，五芳斋礼品粽，五芳斋真空卤味，五芳斋保鲜卤味，五芳斋汤料以及五芳斋月饼等几大类产品。

案例思考：

在 2012 年端午节来临之际，该公司聘请你为其新品粽子的湖南市场上市制定一份产品推广营销策划书，费用 200 万。

案例三十一：

广东金苹果食品有限公司系香港金苹果食品有限公司于 1996 年在东莞成立的全资品牌运营机构，是集研发、生产、销售为一体的食品品牌企业。公司目前主要经营中秋月饼、休闲饼干、曲奇蛋卷等 200 多款产品，主打产品“金苹果月饼”自 2005 年以来多次被中国食品工业协会授予“中国名饼”。金苹果创新口味月饼获得比利时获得在欧洲被誉为终端消费食品届的“奥斯卡”的国际 2011 年度“顶级美味奖章”。2009 年，公司新建成的 30000 平方米的全封闭、食品生产标准化厂房和 10 万级空气净化车间以及斥巨资引进的国内最先进的一体化成型设备，使得企业拥有了全自动流水线 20 多条，日产 80 万只月饼、月饼 5 万盒的生产能力。公司本着“以人为本，公司是家、学校、军队；完美产品，优质服务，为顾客创造价值；倡导公司、个人、伙伴共同成长，分享成果”的公司核心价值观，为客户创造完美产品，提供优质服务，成为中国商务月饼首选品牌。

1、公司月饼产品系列：

（1）彩瓷英伦系列：

- ①皇礼：皇家珍品，非比寻常，带给你独一无二的尊贵祝福
- ②御礼：将珍贵荣耀的品味注入礼盒之中表达最敬重的情意和最真心的祝福

（2）水墨罗马系列：

- ①耀礼：圆月绽放最耀眼的光芒，那正是我对您圆满的祝愿

- ②宝礼：万家灯火点燃团圆时分，点滴如珍宝般欣赏回味
- ③名礼：金苹果把浓情寄予月意，让祝福包裹在饼香中传递
- ④锦礼：以礼遇之心献上华美的锦礼，传递最美好的祝福和愿望
- ⑤贵礼：华贵的品味注入尚品之月，无尽的思念尽在点滴之中

(3) 丝绣巴黎系列：

- ①珍礼：其乐融融的团聚时刻最应珍惜，感受最浓的祝福和最深的情意
- ②彩礼：绽放的烟花七彩夺目，浓浓情意尽情抒发
- ③盛礼：盛礼送给最敬重的人，用心传递最温暖的情谊
- ④颂礼：月圆之夜心手相连，真挚的情感代代相传

(4) 祥云瑞士系列：

- ①欢礼：欢歌笑语充盈丰收的金秋之夜，金苹果将祝福传递 将快乐延伸
- ②悦礼：珍藏美好往昔包裹蜜语甜言，连接你我的是最纯最真的情谊

(5) 经典时尚——和和满满(和满)

(6) 情侣月饼系列等

2、公司产品定位：中高档商务礼品为主

案例思考：

现公司欲在 2012 年中秋进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进行湖南市场，请为企业设置一个 2012 年湖南长沙市场的完整的中秋节促销方案。

案例三十二：

奥岚雪化妆品有限公司位于四川成都，隶属于地奥集团。地奥集团本是制药世家，奥岚雪是由地奥集团研制和生产出来的专业天然美容护理品，这是地奥

集团由制药行业向美容化妆品行业的品牌延伸，是地奥品牌战略的又一思路。奥岚雪产品分为以下五个系列：明眸眼部体系——眼霜及眼贴膜类；姣妍新生系列——抗衰老护肤类；亮颜美白系列——美白护肤类；水样滋润系列——保湿护肤系列；特殊修复类——皮肤问题修复类。

奥岚雪的品牌含义就是——医学，美学，奥岚雪。从医学的角度来做美学，更加具有专业性和权威性。品牌的定位就是广大消费者的美容护理专家！其价位适中，能为广大工薪阶层所接受。企业围绕“美容护理专家”这一品牌形象，而对奥岚雪的眼贴膜、面贴膜进行宣传。反过来对奥岚雪眼贴膜、面贴膜的宣传推广都是为了塑造奥岚雪“美容护理专家”的品牌形象，顺利由地奥的制药品牌形象向奥岚雪的美容护理品牌形象过渡。

2009年销售额为60.38亿元人民币；2010年销售额80.26亿元人民币，增长百分之二十；计划2011年销售额突破120亿元人民币，更高速增长。目前已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，并采用美容院加盟的方式，请为其加盟美容院策划一个完整“三八节”促销方案。

案例三十三：

重庆叮当兔餐饮有限公司是一家致力于独特风味美食项目开发研究、连锁投资、特许经营管理的专业化餐饮连锁公司。公司以弘扬和发展巴渝特色风味饮食为己任，倾力打造旗下“爱尚叮当兔”知名连锁品牌。

公司自2002年成立以来，秉承“推陈出新、拓展不止”的经营理念，结合现代人对膳食质量的需求变化，融营养、滋补、新潮、独特为一体，不断创新探索。旗下的“爱尚叮当兔”风味餐厅一经推出，由于其产品的特色性和时尚感，立即受到大众追捧，开业至今连续9年的火爆经营，甚至带动了当地形成餐饮一条街的格局，造就了各类媒体争相报道的盛况。

“爱尚叮当兔”风味餐厅前身为“兔巴哥”风味餐厅,主要经营特色干锅系列、特色凉菜系列及巴渝江湖菜系列等产品。餐厅重点在兔肉上下文章,取兔的各个部位,推出兔头鹅唇干锅、自家密制兔腿、美极爽口兔、宫廷兔、美极口水兔、老妈兔头、乡巴兔、茶菇兔等特色产品,辅以各类江湖菜。由于其独具特色的产品和丰富的选择面,很快被南来北往的人们所追捧,经营业绩持续走高,常常出现排队 40 多号等待就餐的情况,以一个 300 平方米的店面,在重庆市场上众多的餐饮店中,赢得单店年酒水销量第二的业绩,其火爆程度,可想而知。

在 9 年多经营过程中,“爱尚叮当兔”公司始终保持着对传统民间饮食文化和菜系的挖掘,不断贯彻“新、特、奇”的研究,陆续已经累积到 70 多种独树一帜的产品,使火爆的生意得到另人惊奇的延续,培养出一大批忠实的顾客,在市场上也赢得了良好的口碑,同时也获得了丰厚的回报。

案例思考:

现公司在湖南长株潭地区新加盟了一家餐厅,位于长沙市区繁华商圈,为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度,在激烈的竞争中站稳并有利于公司开拓新的市场,请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的春节促销方案。

案例三十四:

香港卡菲妮迪女鞋是广州名剑贸易有限公司旗下的一个女鞋知名品牌,为 25-45 岁之间的成熟女性打造时尚、轻巧、靓丽、性感的女鞋,于 2006 年在广州创立,至今已发展成为一个以鞋业、服装,箱包的研发生产、加工及进出口贸易的销售为主的多元化经营企业。

公司现有生产工厂 6 家,卡菲妮迪品牌产品时尚、质量优良,无论是设计,还是选材,均充分体现了“关爱女性,创造和谐、品质生活”的品牌理念,公司高层通过多年准备,深思熟虑,高瞻远瞩的战略眼光制定了拓展中国大陆市场的远景规划,以信誉至上,客户至上为企业宗旨,品质第一,服务第一为经营理念,创新思维,科学管理为企业重点。

2010 年女鞋在中国市场消费的总值为 3350 亿人民币，并且每年至少以 12% 的速度增长消费，可见中国女鞋消费市场的容量巨大，扩展空间无限。卡菲妮迪女鞋，每一双都是名师设计，历经智能化、优质高效生产及严格的质量检测后方得以问世的精心之作。前卫的设计、卓越的品质、优秀的服务必将深受年轻时尚一族和高收入女性的青睐，并将因为独特的品牌定位和时尚先锋的穿着概念，为更多的中国消费者提供适宜的鞋款。

卡菲妮迪女鞋宗旨：着眼未来，做好现在。

信誉至上，客户至上，追求卓越，合作共赢

卡菲妮迪女鞋主题：有您的参与我们才能创造出更美丽的风景。

领导潮流，国际品牌

卡菲妮迪女鞋风格：高贵不贵，简洁不简单。

先进模式，科学管理

卡菲妮迪女鞋特点：真皮面料，穿着舒适，价位适中，款式多样化。

品质第一，服务第一

卡菲妮迪女鞋系列：简约情趣系列，休闲时尚系列，白领丽人系列。

香港卡菲妮迪女鞋主要瞄准国内中档市场独有的消费特点，用良好的品牌形象，卓越的产品品质，平稳的市场价格，倾力打造“人人买得起的品牌”。卡菲妮迪品牌主营产品品类丰富，每季 300—1000 个新款推出，以满足不同个性消费者的需求。价格体系健全，受众群体非常广泛。据专家测算，80% 的人群为中档消费目标客户群，中国女鞋市场消费巨大，前景无限广阔，所以卡菲妮迪品牌在不断完善的基础上，用心来做市场，必将结出胜利的果实。

案例思考：

现公司刚进入湖南市场，为了有利于更广大的目标顾客消费，提高品牌关注度和影响力，请为该公司制定一个 2012 年湖南市场的完整的“三八”妇女节促销方案。

案例三十五：

美的 100（OK100）创建于 1998 年，诞生于“东方之珠”有国际金融中心之称的香港，2006 年在广州成立中国运营中心为广州市欧克壹佰服装有限公司！

广州欧克壹佰服装有限公司是一家集设计、生产、销售为一体的综合型大型企业，旗下 OK100 童装产品远销日本、韩国、埃及、英国等欧美国家，多年来以独特的经营理念和高街时尚(High street fashion)的设计风格在童装时尚潮流中独领风骚，成为童装界的奇迹。OK100 童装以国内外强大设计力量为先导，先进完善的生产体系为后盾，顺畅科学的运营管理体系为支撑，致力于对儿童穿着时尚健康的独特诠释，紧跟时尚潮流及市场最新动态，自然融入流行与典雅、配以简约流畅的线条、活泼明快的设计，独具创意的细部处理，柔和的色彩搭配，尽善尽美的板型裁剪，演绎出儿童健康成长的舒适情怀。

OK100 童装品牌定位

品牌风格：时尚、优雅、经典、大气、个性。

消费对象：年龄 3-15 岁（身高 100cm—160cm）追求时尚、健康生活的时尚儿童。

品牌使命：把尊重，关爱儿童的理念和健康时尚的服饰带给天下所有的父母和孩子。

品牌目标：让每个孩子都变得活泼自信大气，有自己的理想、有富足的内在，有丰富的感情，有浩然的正气，留下难忘自豪的童年回忆！

品牌文化：儿童时尚衣橱专家

品牌广告语：童真 同享欢乐

经营理念：品质至上，精工细作，卓越创新，力争完美。

产品定位：高品质、多层次高中低价位，以中等消费价位为主，以低价位吸引人气，高价位奠定品牌优势，满足各种不同收入层次的家庭。

设计理念：将个性、时尚、自信融入设计，把快乐幸福健康带给孩子，强调高品

位原创设计,将时尚设计及现代休闲理念和健康生活方式相结合,倡导时尚环保。

设计风格: 顺应国际童装标准潮流,创造优质时尚、个性的黑白风格产品

设计原则: 舒适,健康,环保,美观,精致中彰显典雅,含蓄中显示个性,时尚中蕴含自信!

生产理念: 严格按照 ISO9001 国际质量管理体系注重产品质量和程序管理,一流的生产设备,精湛的专业技术队伍,确保每一款童装剪裁得体、精心打造符合国际标准及流行趋势的绿色环保童装。

产品分类: T 恤、茄克、裤装、裙衫、棉服、牛仔装、运动服、休闲鞋、休闲包、饰品等等。

发展方向: 创建儿童时尚生活馆,打造儿童迷你王国!

发展目标: 创一流企业,造百年品牌,打造中国童装帝国店铺品牌。

产品结构:

主导风格:	时尚与优雅	40%
辅助风格:	浪漫与经典	30%
	休闲与运动	30%

产品特点: 时尚、优雅、大气、经典、既渗透着国际最新的时尚元素,又适应亚洲儿童体型特征与审美观,以艺术、优雅美感与都市时尚相结合的设计理念诠释最新潮流方向,引领儿童潮流,融入迷人,时尚的美学气质,以浪漫、活泼及活泼明快的风格,适应更多儿童的需求,以巧夺天工的线条塑造儿童的高级时尚,以鲜明个性的色彩打造时尚美丽的视觉享受,以千锤百炼的材质给人新的惊喜,瞬间让儿童焕发出童年的活力和优雅时尚的仪态。

面料的选择注重环保与质感,热衷于运用棉、真丝、羊绒等天然环保材料,擅长对莱卡、乌干纱、晴纶等富有质感的新科技面料的巧妙运用、服装美感精雕细琢,服装生产程序尽善尽美,OK 童装为每一位自信、活泼的儿童提供梦寐以求的时尚服装!

案例思考：

现公司欲在 2012 年六一进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，提升品牌的影响力，顺利进行湖南市场，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“六一”儿童节促销方案。

案例三十六：

薇妮宝贝专业儿童摄影成立于 2006 年 6 月，位于交通便利、时尚繁华的长沙市区，环境舒适洁净，秉承“童年只有一次，成长不会重来”的理念，坚持以爱心、耐心、真心、精心、信心的五星服务为您的宝贝真实记录最珍贵的童年成长足迹。

经过 5 年多的发展，现已发展成为集儿童摄影、婚纱摄影、艺术摄影、婚庆服务于一体的综合型服务公司。薇妮宝贝专业儿童摄影服务对象是 0-12 岁的小孩。摄影风格在传统的审美品位中融合精致时尚、清新自然，在引导阿姨的引导中抓拍完成整个拍摄过程，充分捕捉到孩子千变万化的神情动态。专业儿童摄影薇妮宝贝特别注重摄影质量的把握，为了最真实、完美的记录您的宝宝，所聘请的专业摄影师都是长沙摄影行业的佼佼者！

同时，特别注意摄影灯光的选择，所用灯具能充分保护宝宝的眼睛！另外，给小宝宝的形象设计也是薇妮宝贝最为重视的环节，从服装的制作到小饰品的搭配，为你宝宝搭配出最适合的造型。拍摄工作结束再由一流的数码设计师进行设计，然后数码输出照片，最大限度的保证提供给您的是最完美的作品！

公司的宗旨是：“薇妮宝贝”一切为您宝贝！

案例思考：

为抓住“六一”儿童节这一极佳的促销时机，加大对公司的宣传力度，提高其在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，快速增长公司的销售业绩，请为公司制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“六一”儿童节促销方案。

案例三十七：

上海日威电器有限公司，始创于1994年，是一家专业经营剃须刀、电吹风、剃绒器、电推剪、电熨斗、挂烫机等个人和专业护理电器的公司，作为一家集研发、生产和销售的综合性小家电企业，日威电器在上海松江、宁波慈溪拥有四个生产基地，员工1000余人。企业通过ISO9001：2008质量管理体系认证，产品通过GS、CE、FMC、CCC、ROSH等多项国际认证。日威品牌还相继荣获“中国驰名商标”、“中国质量过硬放心品牌”、“中国知名品牌”、“中国小家电行业十大影响力品牌”等荣誉称号。

日威剃须刀是日威电器旗下的拳头产品，多年来，通过执着研发，在市场和业内，树立了良好的品牌声誉和极强的综合竞争力。在研发方面处于行业领先地位，拥有多项专利技术。日威剃须刀六大系列，丰富的产品线，总有一款适合你。无论是从造型到性能、还是从质量到价值，都能满足你个性而苛刻的要求，为你提供舒适高雅的感官享受。

日威电器自成立以来，公司秉承“创新、领先、成长、服务、尊重”的企业理念；以人为本，广纳贤士，打造富有激情和开拓精神的专业团队。以“用品质诚信于客户，以创新服务于市场”的企业宗旨；以“质量为本、信誉为魂”的品质理念；以“追求卓越，领导时潮”的企业使命；不断精益求精，孜孜追求，致力于成为中国生活电器的领导品牌。

日威剃须刀品牌属性（品牌的特点）

专注17年：日威专注电动剃须刀的研发生产17年，产品均为独立生产，品质稳定，并拥有发明专利和外观专利。

产品丰富：至尊系列（三头浮动/往复）、至俊系列（双头浮动式）、至美系列（双头浮动式）、至简系列（往复式）、至尚系列（往复式）、至速系列（单旋式）

贴面舒适：双环贴面刀网、独立浮动刀头、自动提须装置、自动研磨功能等先进技术，让贴面剃须成为轻松畅快的高尚享受。

剃须彻底：强劲动力结合独创精玄刀头，轻松应对难剃部位，杜绝任何残留，剃须更彻底。

创新跨界设计：日威文化内涵融合跨界元素，借鉴国际知名品牌设计艺术，将科技与艺术完美结合，创造人机美学新风尚。

时尚生活标志：睿智刚毅、尊贵典雅、时尚美观，日威不仅仅是一款剃须刀，更展现的是一种时尚生活元素。

高性价比：坚持以专业服务消费者，四大生产基地，全国领先规模，让中国男性轻松拥有最质优价廉的电动剃须刀。

日威剃须刀品牌精神

日威剃须刀品牌价值观：“剃”验生活的轻松感觉

日威剃须刀品牌文化：积极进取，乐观向上

日威品牌个性：富有激情、乐观进取、追求生活品质、具有创新精神、渴望享受高品位生活的态度。

日威剃须刀产品核心利益

剃须很彻底，高尚享受，更有魅力

日威剃须刀产品定位

专业品质产品、价格实在产品、质量可靠产品、外观时尚产品

日威剃须刀整体品牌定位

剃须专家；中国电动剃须刀领导品牌

日威剃须刀品牌宣传主题：

专注电动剃须刀 17 年，专注品质，成就经典

案例思考：

面对竞争激烈的个人护理市场，为提高品牌在湖南消费者心目中的知名度与美誉度、增加销售量，日威公司欲在 2012 年 6 月进行一次较大规模的促销活动，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“父亲节”促销方案。

案例三十八：

浙江骑士车业有限公司（以下简称骑士车业）大陆生产基地坐落于风景秀丽的华东第一大温泉圣地武义，公司注册资本 2000 万元人民币，占地 10 万平方米，主要从事电动摩托车，电动三轮车及相关联零部件的研发、制造与销售。

一、企业理念

1、远景目标：打造中国电动车行业第一品牌

2、企业宗旨：卓越品质 完美服务

3、品牌形象

1) 品牌定位语：耐用、人性、科技

2) 品牌广告语：真正耐用的电动车

二、品牌分析

1、品牌分析与定位：

1) 电动车消费市场状况：目前国内电动车市场可谓鱼龙混杂、而其他的绝大多数品牌都缺少品牌的个性及核心竞争力，从而市场也缺少具有领导力与生命力的优秀品牌。

2) 从目标消费群分析：消费者在选购电动车时，首重产品的质量，包括产品的性能，安全性，稳定性，电池续航能力等，其次还关心产品款式，外观。

3) 耐施特品牌自身状况：耐施作为中德合资品牌，已将德式的严谨精细融于血脉，加之集团成员对电动车核心技术（电动车蓄电池，充电器）的深度掌控，以及公司雄厚的技术实力和人力资源，为耐施特问鼎电动车市场打下稳固的根基。

基于以上分析，耐施特的品牌定位：卓越稳定的德国品质，创新严谨的德国技术。

2、品牌诉求

鉴于耐施特的品牌定位，我们对其品牌的诉求也渐明朗：我们立志传达“德国专家，德国核心技术”的品牌诉求，通过老外工程师形象，让人产生良好的品牌联想，通过企业规模，生产设备，质量控制，产品原料，生产工艺等的详细介绍，全面展示企业实力，向消费者进行理性诉求，进而打造耐施特鲜明的品牌个性和核心竞争力。

三、产品介绍

电池的续航力是电动车的生命力，耐施特引进最新德国核心技术，联盟专业电动车电池供应商日久工贸，自主研发出蓄电池和充电器的配套使用，使电池蓄电容量大大增加，电池使用寿命延长，真正意义上实现了超强耐用电动车的品牌特色。

耐施特电动车依托精湛的技术与完美的产品，以及对产品质量的保障和对用户始终如一的承诺，不懈追求超越客户期待的品质与稳定性能。

“慧与中而秀与外”，这是我们的造车理念，在追求产品核心品质的同时，我们也投入大量精力对产品的外观造型进行创新设计，众多时尚、个性、人性化的车型将耐施特的设计理念发挥到极致，同时我们也顾及各阶层消费者的需求，开发出各种档位、各类风格的产品，相信必有一款会令您心动。

案例思考：

现公司在湖南市场已经经营了一段时间，随着气候逐渐变凉，电动车逐渐进入了销售淡季。为了提高其湖南消费者心目中的知名度与美誉度，增加淡季的销售量，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的元旦促销方案。

案例三十九：

广州法曼儿有限公司是专门设计、生产、营销女性内衣于一体的现代化企业，主导产品有文胸、内裤、保暖内衣、无缝美体内衣、家居服、睡衣、泳装等全系列内衣产品，其中调整型内衣为公司的主打产品。上市以来，广州法曼儿有限公

公司以服务女性为原则，秉承“优雅女人的缔造者”的理念致力美丽身体、关怀女性的内衣事业中。

立足眼下，展望未来，广州法曼儿有限公司坚持“以人为本，追求卓越，提升人性化的穿着情趣，缔造优雅女人”的发展方向迈进。在多元化的战略下，法曼儿(Farmanl)将为女性缔造更多的美丽和优雅。同时以创新为动力，致力于打造国内最强势的内衣终端销售体系、成为国内内衣连锁新模式的领跑者。

1、企业愿景：让法曼儿(farmanl)化身为融合欧式时尚的东方文化的代表，让其成为彰显女性东方魅力的全球一线时尚品牌。

2、企业宗旨：关怀女性，提升女性人性化的穿着情趣，致力为女性打造兼具欧式时尚又融合了东方文化精髓的高质量产品。

3、企业精神：学习、创新、超越。

4、企业文化：人性化管理，尊重每一个人，人人都是主人。

5、经营理念：以人为本，以文为魂，追求卓越。

6、企业价值观：诚信、可尊、共创、共赢。

法曼儿，英文名 Farmanl，如同华丽的法国香水，给人浪漫、典雅、神秘又风情万种的遐想。一件内衣，一夜风情，每一件 Farmanl (法曼儿)，都是超越时空的优雅传承。你永远无法预知，Farmanl (法曼儿)汇集的娇媚力量，会让你拥有怎样超乎想象的改变。Farmanl (法曼儿)为你缔造的不只是诱惑人心的性感和妩媚，更多的是自信的雅致和舒适。就如同法国女人，浪漫，精致，高雅，无处不在的彰显出光彩夺目的知性时尚美感。优雅是一种生活的态度，是深入骨髓的唯美，更是精心装扮而又不经意的流露。流年易逝，恩宠难回，知性优越的女子永远都知道如何爱自己。Farmanl (法曼儿)为深谙自身吸引力的你缔造优雅、华贵、健康的迷人气质。拥有 Farmanl (法曼儿)，您可以活得更有魅力，活得更璀璨动人，让优雅和美丽深入你心，伴你每一天。

品牌定位：东方美学和欧式时尚相结合的典雅、时尚的内衣品牌。

品牌战略：以高质量打造产品实力，用东方文化塑造西方品牌，强势进驻中

国内衣市场。

品牌使命：关怀女性，传播女性健康知识，宣扬中华内衣文化，缔造优雅女人。

品牌形象：浪漫、典雅、神秘、风情万种同时兼具东方魅力的女人。

产品风格：经典、时尚、华贵、雅致。

产品特征：融合欧式时尚，契合东方女性的体型，满足女性对内衣舒适耐穿、时尚健康的需求。

品牌关键词：魅力

品牌核心价值：舒适、精致，文化、高雅

品牌广告语：浪漫诠释 完美演绎 优雅绽放

案例思考：

现公司欲在 2012 年开拓湖南市场，以省会长沙为中心辐射长株潭地区进而辐射周边各市。为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南市场，请为该企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“三八”妇女节促销方案。

案例四十：

尚艺是由国内顶级美发大师张泽全先生创办，集美容美发服务及教育培训为一体的大型集团，总部位于广州市。尚艺始创于 1994 年，从一家名不见经传的小型美发中心逐渐发展成为一家管辖多家培训机构、服务企业及千余家终端分店的大型企业，涉及员工超过 2 万人、终端顾客达到 1500 万人。十余年的风雨兼程、摸爬滚打，尚艺走出了一条以“学校育人才、以分店出效益”的成功之路，培养了大批美容美发经营管理人才和专业技术人才，打造出了“尚艺”这一全国知名品牌。

尚艺秉承“共创、共荣、共享”的核心理念，弘扬“自强不息、永不言败”的企业精神，着力打造企业的核心竞争力，使企业始终站在时代发展的最前沿，引领美容美发行业的时尚潮流。

“创精彩人生、造美丽生活”是时代的强音，也是尚艺的使命。尚艺美容美发集团愿以海纳百川的博大胸怀，与广大有志投身于美容美发事业的有识之士携手同行、共铸辉煌。

公司现有产品和服务项目包括：

美发 SALON：烫发系列、潮流发型、护发系列、接发系列、造型系列、染发系列

美容 SPA：面部护理、身体护理、SPA 养生、基础护理、头疗养生

美容美发产品：面部护理、美发造型、美发护理、彩妆产品、身体护理

案例思考：

现公司欲在湖南市场加盟连锁店，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，吸引与有共同志向的加盟商合作经营，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“五一”促销方案。

案例五十一：

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。从去年开始，足浴器就开始火了起来，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。 交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B 金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A ：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，桶内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为 5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为 6.5L；

K-218A 红苹果、K-218A 金苹果、K-218A 青苹果：产品从上往下望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B 红苹果、K-218B 青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为 11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为 9L。

案例思考：

现公司欲进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的母亲节促销方案。

案例四十二：

湖南双舟医药有限责任公司是具有独立法人资格的大型现代化医药批发经营企业，成立于 2002 年 10 月，现有注册资金 2685 万元，法定代表人周利平女士为长沙县政协常委。

公司位于长沙经济技术开发区特立路 58 号，地处京珠高速、107 国道、319 国道交汇处，交通便利、通讯发达。公司广纳贤才，狠抓技术培训，现拥有员工 300 余名，其中大、中专毕业生占 80%以上，注册执业药师 6 名，从业药师 4 名，打造了一支技术力量雄厚、专业素养高的精锐队伍。公司一直以“奉行真诚信，笑迎天下客”的精神要求一切，一切以顾客为中心，用心关注、用心服务，努力做到“质量第一、信誉至上”。公司主要经营中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品、酒类、化妆品、保健食品、一、二类医疗器械和三类一次性无菌器械，经营品种达 7000 余个，库存量达 4000 余万元，并代理了哈药集团、广药集团、上海强生、浙江康恩贝、陕西东盛、先锋医药、天津天士力、江西汇仁、中湘康神、中美史克、西安杨森等各大厂家的一系列名优产品。公司庞大的信息管理系统，业务网络遍及全国各地，并与 3000 多家药品经销商、经营商保持密切的商务往来，为厂家和商家提供了便捷的物流渠道。自公司成立以来，销售业绩一路攀升，2004 年，公司销售额达 4.5 亿元，2005 年公司销售达 7 亿元，2007 年公司销售达 10.3 亿元。

2005年8月17日，公司投资100万元，与其他几位股东合资成立了湖南双舟大药房连锁有限公司。目前，门店已达100余个，分布在长沙市区、湖南省内各地州市，双舟的零售业在湖南医药界开始拓展，发展势头迅猛。2005年8月25日，湖南双舟医药有限责任公司浏阳配送站成立。主要针对浏阳市区及下属各乡镇开展业务。2005年10月28日，湖南双舟医药有限责任公司湘乡配送站成立。主要针对湘乡市区及下属各乡镇开展业务。2007年8月16日，湖南双舟医疗器械有限责任公司成立。主要经营高端医疗器械产品。公司目前于长沙市天心区环保科技园征地100亩，注册投资9000万元，成立双舟医药集团（现下辖：湖南双舟医药有限责任公司、湖南双舟大药房连锁有限公司、湖南双舟医疗器械有限责任公司、双舟大酒店。）发展是企业永恒的主题，创新是企业发展的方向，双舟医药严格按照国家GSP要求规范经营、管理。在竞争、挑战远大于机遇的今天，中国医药产业面临严峻考验的同时也赢得了巨大的商业契机，WTO的加入为医药产业的发展打造了一个充满机遇与希望的平台。与时俱进的双舟人始终秉承“诚信、务实、高效、双赢”的经营宗旨，坚持以质量为生命，以信誉为保证，以优质服务为基础，以社会发展为己任，力求将业务“做大、做强、做优、做特”，创中国一流的医药经营企业，打造医药界的双舟品牌。

案例思考：

现有一家双舟大药房加盟店已经经营了两年，位于长沙市某大型社区，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中巩固品牌形象、提高品牌忠诚度，请为企业制定一个2012年湖南长沙市场某社区的完整的重阳节促销方案。

案例四十三：

青岛童彩益智科技有限公司坐落于处在科技前沿一线风光秀丽的海滨城市——青岛，是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。

公司最新推出的童彩系列益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。

公司生产的“童彩”牌神笔可在墙壁、床单、衣服、家具甚至皮肤等表面书写。只要用清水或者湿布轻轻一擦，墨迹立刻消失，不留痕迹，魔幻神奇。解除孩子随时胡写乱画、信手涂鸦带来的烦恼，妈妈省心。墨水不含任何有害化学成分，与配套的涂鸦写字笔、儿童板、描红本、绘图册结合，随写随擦，可长期反复使用，神笔可反复灌墨，经济实惠。

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用童彩神奇涂鸦笔绘画，清水消失。

公司将本着“健康环保、科技创新”的理念，不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习的系列高科技产品，为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力！

案例思考：

现公司欲在 2012 年秋季开拓湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军新的市场，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“新学期”促销方案。

案例四十四：

深圳市蝶欧饰品经营有限公司是原丹麦知名女饰品牌 FORMTA（芳美亚）在中国大陆的总运营商，从 90 年代至今超过 15 年历史，并在大陆引进了欧洲的设计师和设计工厂。

FORMTA(芳美亚)创建于 1928 年，曾为丹麦皇剧院及欧洲皇室提供御用设计，上个世纪八十年代末开始，FRMTA(芳美亚)逐渐把目光转向时尚白领女性。“旧

时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，短短几年里，FORMTA(芳美亚)已在世界各地设有近百家特许经营店，深受全球女性的青睐。

经过不断的开发与努力，FORMTA（芳美亚）的产品逐渐丰满，目前主要有发带、发夹、发簪、马尾圈、鹤嘴夹、抓夹、发棒、项链、手链、太阳眼镜、淑女阳伞、围巾、帽子等，产品款式目前超过上万种。

品牌的经营理念：时尚中的高贵、典雅中的绚丽

品牌润源：Mia 於 1928 年创立于丹麦哥本哈根。灵感来自于丹麦的童话《海的女儿》。Mia 觉得在当时欧洲经济萧条的背景下，童话般的爱情故事会成为人们战胜现实的精神支撑，她由此萌发了创立一个以童话般高贵爱情为主题的品牌饰品，就以自己的名字命名 For---Mia!

今天，Formia 品牌历经几代设计师的精心打造，凝结了为 Mia 为代表的设计师的灵感结晶，取得了时尚界的广泛认可。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，并采取加盟的方式，请为其湖南长沙加盟店策划一个完整的“七夕”促销方案。

案例四十五：

江苏玖久集团地处“黄淮天然氧吧”的生态城市——江苏省宿迁市，公司始建于1986年。公司在江苏、云南、江西、安徽四省五市拥有10万亩优质蚕桑基地，30多组自动缫丝机、300多台有梭织机、48台意大利剑杆织机，一条真丝绸精炼生产线，一条年产400吨捻线丝生产线和年产50万套真丝家纺生产线，十二个分厂的规模。总资产2.82亿元，固定资产1.9亿元。年产优质蚕茧3000吨，白厂丝1000吨，真丝绸织物800万米，精炼坯绸1000万米，蚕丝被10万条，各类纤维被30万条，家纺套件、丝绸睡衣、内衣，丝毯等全系列家纺产品40万套（件）。

公司与南京中医药大学、苏州大学、浙江理工大学、广东省农科院、昆明市农科院等科研院校全方位合作，成立苏州大学玖久研发中心，拥有抗菌蚕丝被、高回弹蚕丝被、纳米技术生态被等多项专利，产品涵盖白缫丝；各类真丝绸；蚕丝被、丝绒贡毯、蚕砂枕等床上用品；真丝睡衣、真丝睡袍、真丝内衣、丝巾丝帕、真丝领带等丝绸系列产品。

集团旗下的“玖久丝绸家纺”、“上海豪艾家纺”集聚苏州大学与家纺业的资深职业经理人、高级设计师等高端人才，倾心、全力打造“中国蚕丝被制造专家”、“中国生态睡眠环境第一品牌”。系列产品全线采用真丝丝棉交织面料，精心设计，精工制造，尊贵的品质，精湛的工艺，典雅新颖的款式，实惠的价格，产品系统形成豪华高雅、吉祥如意、百年好合、贵族经典、温馨家园、田园乡情、都市时尚、简约明快、浪漫情怀、天真活泼十大风格，品位个性非凡，应季新品不间断推出，写意家居时尚文化，引领家纺消费潮流！

回顾玖久二十五年来发展历程，每一个阶段都镌刻着时代的印记，这是中国民族企业在改革开放大潮中奋勇前进的缩影，更是“玖久人”群体智慧灿烂的折射。

产值：1986年实现产值120万元；1990年实现产值180万元；1995年销售达到1000万元；1997年实现产值4200万元；1998年组建了宿迁市第一家企业集团、第一家股份制公司，同年实现销售6500万元，2005年产值1.82亿元；2010年底实现产值3.86亿元。

产品及产业结构：缫丝是玖久起家产业，1992年，玖久集团凭借高质量的白厂丝产品一举成为当时丝绸行业的焦点，1998年，公司进行技改，扩建了织绸生产线，2000年，公司进行农业产业化经营试点，180万米重磅阔幅丝绸生产项目被列入国家级星火计划；2008年，玖久先后在江苏、云南、江西、安徽四省五市扩建10万亩优质蚕桑基地，形成了缫丝、捻线、织绸、家纺四轮齐动的崭新格局，步入了品牌化运作的轨道，成为全国丝绸行业丝绸系列产品最全的企业之一。

案例思考：

现公司欲进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中顺利开拓新的市场，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“十一”国庆促销方案。

案例五十六：

深圳市爱学宝科技有限公司是长期专业从事电教类产品研发、生产、营销及服务为一体的高新技术企业，是深圳市软件行业协会认定的双软企业，是国内教育电子领域中最具研发实力的科技企业。公司坐落于深圳市宝安区，毗邻香港、澳门，交通极为便利。

多年来，公司以科技求发展，以管理求效益，始终把技术与质量放在第一位。公司目前拥有一支以博士、硕士为骨干的雄厚的技术力量，其中技术研发人员 160 多名，生产员工 300 多人，全国专业营销人员 100 多人，实现了对研发、生产、管理、销售、服务为一条龙的全方位程序控制，主要产品有早教机、点读机、学生电脑、益智玩具四大系列。公司秉承“高质、创新、开拓、服务”的专业精神，坚持“传承文明、立志教育、共赢未来、贡献社会”的企业理念，通过积极的产品研发投入，优质的产品制造生产，完善的售前售中售后服务体系赢得了国内外市场的良好声誉。同时，公司在山东、江苏、浙江、湖北、河南、上海、北京等地设立分运营中心，在全国各大中城市都建立了稳定的营销网络，力争在半年内，逐步形成覆盖全国省、市、县三级城市的分销服务体系。

到目前为止，公司已与 SUNPLUS、SITRONIX、YAMAHA、ROLAND、SENSORY、ANYKA、ROCKCHIP、INGENIC 和 SAMSUNG 等公司建立技术联盟和伙伴关系，在电教领域的软硬件开发上处于领先地位。

深圳市爱学宝科技有限公司秉承诚信、务实的经营理念，坚持不懈，不断巩固和强化国内市场，并努力融入国际市场，逐步建设成为具备较强的国际竞争能力、更健康更长久的电子教育类产品研发和制造的领先企业。

案例思考：

现公司想进一步开拓湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美

誉度，使更多的人认识了解产品、品牌，注意并产生好感，请为企业制定一个2012年湖南长沙市场的完整的暑期促销方案。

案例五十七：

郑州四季鲜花店（郑州市金水区四季鲜花速递中心）创立于1993年11月，从事鲜花、绿植、蛋糕等商品的生产与销售，至今已有18年历史。并于2001年创建四季鲜花礼品网。四季鲜花礼品网是专业销售鲜花、蛋糕等商品的大型综合性网站，它集购物、传播专业知识于一身，全国速递。至此开始了实体店与网络销售的双向发展道路。我们现在拥有国内资深花艺师2名，在河南以及国内鲜花市场已经具有相当的知名度，与多家宾馆、企事业单位、网站建立了良好的业务关系。是中国最优秀的花店联盟——花之盟郑州唯一成员店、河南省插花花艺协会理事单位、国际花商联资深配送商、河南花店业协会理事单位，各媒体单位也相继对我公司给予了充分的报道。

专业是我们的特长。专业的插花师，专业的配送人员，专业的送花语言，专业的办公设施，足能保证图片与实物的一致，约定时间的吻合。

货源是经营的保障。昆明、广州、成都、凌源均有固定的供货商，四季均有快捷、新鲜的鲜花。超市的价格，保障您可用很少的投入换来称心如意的回报。

信誉是生存的基础，18年的经营历史是最有力的证明，多年的经验可游刃有余的处理各种突发事件，完全免除您的后顾之忧。

快捷的服务尽显网络的本色。

案例思考：

现公司在湖南长沙新加盟了一家花店，位于长沙市区繁华商圈，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，提升花店品牌形象，请为该花店制定一个2012年湖南长沙市场的完整的“2·14”情人节促销方案。

案例五十八：

瑞安市东明箱包有限公司是一家专业生产“东明”品牌 ABS、PE 板、EVA 等各种系列注塑旅行箱、拉杆箱、公文箱生产企业，技术力量雄厚，生产工艺和设备先进。

公司产品规格齐全、种类繁多、款式新颖、造型美观。多年来公司秉承“质量第一、信誉至上”和“以人为本”“以环保为本”的经营理念，产品畅销欧洲、美国、韩国、日本等国家和地区，建立了国内外营销网络。

东明箱包本着“质量就是企业生命”的宗旨，一如既往以卓越的诚信，为客户提供优质的服务，为世界各地的客商提供最有竞争力的产品。

案例思考：

现假设公司已是在湖南市场经营多年，但销售情况不甚理想，库存积压较严重，为了快速收回成本，使积压库存变现，请为该公司制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“五一”促销方案。

案例五十九：

郴州瑞香米业有限公司成立于 2005 年元月，注册资金 300 万元，固定资产 1500 万元，占地面积 9800 平方米。座落在“粤港澳后花园”——湖南省郴州市苏仙区。是一家集粮食收购、加工、销售及米食品深加工、销售于一体的有限责任公司。

公司遵从“以人为本，诚信第一”的宗旨，充分发挥自身优势，增强龙头企业凝聚力，以“公司+基地+农户”为经营模式，延伸产业链，共发展订单农业 9 个乡镇，订单面积 28000 多亩。直接带动农户 9800 户。公司加工生产的瑞香系列大米：云雾香米、玉雪银针米、紫丁香米等均系无污染的高山之谷、山泉水灌溉种植之稻加工而成，以其纯正的口味赢得了广大顾客的喜爱，被中国绿色食品发展中心认证为绿色食品 A 级产品。公司在做好大米生产加工的同时，还着力挖掘民间米食，积极打造具有郴州地域特色和浓厚民族风味的米制食品。自主研发了五谷年糕、桐子叶糕、五谷米粽等食品。这些食品不仅在外观上传承了郴州福地文化，而且在品质上追求纯天然、原生态。公司生产的产品，具有很好的市场

战略前景。公司坚持走科学发展的道路，自行研究发明的天然植物防腐抗氧化技术获得国家发明专利，米食品的外观造型也获得了国家多项外观设计专利。公司已通过了 QS 认证和 ISO9001：2000 质量管理体系认证。

公司秉承“倡导米食文化，引领绿色生活”的企业宗旨，奉行“与客户共求发展，与员工共享成功，与社会共同进步”的发展理念，以高起点、高要求及精品化、多元化、集团化为今后的发展方向，努力将“瑞香”打造成中国驰名商标，让“瑞香”走出国门、走向国际市场。

案例思考：

现公司在湖南市场已经有了一定地位，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，回馈社会、回馈老顾客，提升企业品牌形象，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的端午节促销方案。

案例六十：

四川奶奇乐乳业有限公司是一家经四川省对外贸易经济合作厅、四川省工商行政管理局批准，集“生产、加工乳及制品、奶牛饲料、提供种用奶牛的繁殖及其技术推广服务，及销售本公司产品”为一体化的新兴综合性中外合资企业。企业注册资本达 1945 万元。

公司构成： 奶牛技术服务中心、奶牛饲料加工厂、乳品加工厂、营销中心。

公司定位： 高起点、高标准、高质量

公司形象： 诚、信、美。

公司理念： 创立名牌、振兴乳业，为人类的营养、健康和幸福做贡献。

公司宗旨： 以质量求生存；以管理求效益；以信誉求发展。

公司精神： 团结、拼搏、求实、创新。

员工座右铭： 自尊、自信、自强。

公司始终坚持“高标准、严要求、创一流”的原则，以一流的资源、一流的

厂房、一流的设备、一流的技术、一流的人才、一流的管理创造一流的产品，以一流的服务真情回报社会。

产品主要包括：

纯奶系列：盒装娟姗牛奶、袋装纯奶、盒装低脂奶、袋装鲜奶等；

酸奶系列：大红枣酸牛奶、原味塑杯、草莓塑杯、袋装草莓奶、原味乳酸饮料等；

果奶系列：香橙奶、核桃奶、早餐奶、巧克力奶等；

精品系列：盒装精品奶

无菌奶系列（百利包）：核桃奶、原味乳酸饮料、纯奶等

案例思考：

现公司为感谢湖南市场的消费者，同时为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，提升企业品牌形象，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的感恩节促销方案。

案例六十一：

湖南宝马商贸有限公司（宝马家居饰品广场）地处长沙城区主干道韶山南路旁，紧临新省政府，长、株、潭两型社会融城核心位置。毗邻新南城商圈，红星大市场、红星美凯龙家居生活广场家具店、红星美凯龙家居生活广场建材店、井湾子家具城、井湾子国际家具博览中心、沃尔玛、国美电器、家乐福、步步高等，周围商贾云集，是长沙新南城家居建材交叉消费的又一新亮点。

市场由湖南宝马商贸有限公司投资 1000 多万元，营业面积 2 万多平米，是目前省内唯一的家装软装系专业卖场。市场装饰新颖别致，购物环境一流。大型商场超市、高校林立，高档写字楼、星级宾馆、餐饮、文化娱乐场所、医院、银行、邮局等配套完善，市场前经过的公交线路达 30 余条。

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理MBA、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监、工厂管理、服装企业管理、六西格玛管理师、车间主管、经济管理师、生产运营管理师、微营销管理师MBA等高级认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：www.mhjy.net
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net

市场目前有铺位 150 个左右，面积从 30 平米至 300 多平米不等，经营范围：床上用品、工艺礼品、壁饰摆饰、窗帘布艺、艺术灯饰、花卉花器六大品类。

随着近年我国住宅特别是城镇住宅建设的飞速发展，住宅建设已转向由量变向质变发展的新阶段。随着人民生活水平的提高，人们越来越关注居住环境的改善，居住消费占总消费的比重迅速提高。随着建筑装饰行业走向专业和细分，个性化装饰的需求变得越来越强烈。“软装饰”开始以其便捷、多样和环保的特点，呈现出强劲的发展势头。“软装”消费的崛起、“轻装修，重装饰”的观念正日益被越来越多的消费者认同，家居饰品行业迎来了一个新的发展契机。

家居饰品市场的需求空间正渐渐在强劲的消费拉动下变得空前宽广，2007 年，整个家居业产值将达到 14100 亿元，其中家居饰品达 5400 亿元，占总额的 40%。2010 年建筑装饰行业的产值达到 21000 亿元，其中家居饰品行业的产值达到 13000 亿元左右。而大型专业、管理规范家居饰品卖场必将成为家居饰品消费的首选。宝马家居饰品广场正是在这种趋势下应势而生，优越的地理位置、超大规模、合理的规划、规范的管理、独特的营销手段，将改写中国家居饰品流通领域新的格局。

案例思考：

现公司欲利用 2012 年国庆节的黄金假期开展一系列促销活动，提高宝马家居饰品广场在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，提升市场人气，请为企业制定一个完整的 2012 年湖南长沙市场的国庆节促销活动方案，预算控制在 5 万元之内。

案例六十二：

无限极（中国）有限公司（原南方李锦记有限公司）是李锦记健康产品集团成员，成立于 1992 年，是香港百年民族品牌“李锦记”旗下的全资子公司。

无限极（中国）以弘扬中华优秀养生文化，创造平衡、富足、和谐的健康人生为使命，创造了独特的企业文化以及独特的健康理念，坚持务实诚信、守法经营，业务持续发展。现已在全国范围内设立了 35 家分公司，28 家服务中心，以

及四千多家专卖店，取得了可喜的经营成绩，得到了广大消费者和社会的认同。

无限极（中国）致力于开发、研制、生产及销售传统中草药健康产品，十分重视产品的高科技投入。公司先后与清华大学、南方医科大学、香港科技大学、香港大学、中国科学院上海药物研究所等国内、国际多家权威科研机构、院校的紧密合作，以“无限极”为核心品牌，现已成功研发生产出五大系列，六大品牌，近七十款产品，包括：无限极健康食品、维雅护肤品、萃雅护肤品、植雅个人护理品、帮得佳家居用品、享优乐养生用品。

产品系列介绍：

无限极健康食品：无限极增健口服液（335 元）、无限极女仕口服液（325 元）、无限极儿童口服液（325 元）、无限极钙片（125 元）、无限极海豹油胶囊（375 元）、无限极灵芝皇胶囊（499 元）、无限极红果清露（75 元）、无限极润和津露（75 元）、无限极桑唐饮口服液（348 元）、无限极润红胭口服液（298 元）、无限极余甘清润含片（32 元）、无限极常欣卫口服液（361 元）、无限极源适餐粉（310 元）、无限极源乐餐粉（323 元）、无限极维康素片剂（363 元）、无限极男仕口服液（463 元）、无限极时臻胶囊（1249 元）、无限极怡瑞胶囊（248 元）无限极奕华胶囊（498 元）

维雅护肤品：维雅保湿洁面乳（75 元）、维雅保湿洁肤水（133 元）、维雅保湿眼霜（185 元）、维雅保湿日霜（135 元）、维雅保湿润肤露（75 元）、维雅保湿晚霜（148 元）、维雅抗自由基保湿套装（751 元）、维雅滋润洁面乳（75 元）、维雅滋润柔肤水（110 元）、维雅滋润日霜（135 元）、维雅滋润晚霜（148 元）、维雅滋润眼霜（173 元）、维雅滋润润肤露（75 元）、维雅抗自由基滋润套装（716 元）、维雅营养滋润润手霜（28 元）、维雅本草养颜面膜贴一松（198 元）、维雅本草养颜面膜贴一玉（160 元）、维雅润唇膏（48 元）、维雅灵动焕颜液（273 元）维雅倍护防晒霜 SPF30+/PA++（70 元）

萃雅护肤品：萃雅美白洁面乳（185 元）、萃雅美白日霜（398 元）、萃雅美白晚霜（398 元）、萃雅美白爽肤水（198 元）、萃雅美白精华乳（423 元）、萃雅美白系列套装（1602 元）、萃雅菁颜无痕细致洁面（285 元）、萃雅菁颜无痕焕能活肤（285 元）、萃雅菁颜无痕至臻抚纹（373 元）、萃雅菁颜无痕至臻弹力（623

元)、萃雅菁颜无痕卓能紧致(573元)、萃雅菁颜无痕卓能修复(573元)、萃雅菁颜无痕系列套装(2710元)

植雅个人护理品：植雅沐浴露(300毫升，38元)、植雅沐浴露(750毫升，85元)、植雅洗发露(300毫升，42元)、植雅洗发露(750毫升，95元)、植雅牙膏(45元)、植雅润发精华素(43元)、植雅漱口水(29元)、植雅洗手液(35元)、植雅均衡去屑洗发露(49元)、植雅营养焗油洗发露(49元)、植雅凝露(27元)、植雅儿童牙膏(15元)、植雅口气清新喷雾剂(25元)、植雅全能健齿牙刷(75，4支/盒)植雅亮白抗敏牙膏(75元)

帮得佳家居用品：帮得佳净柔洁衣液(浓缩)(69元)、帮得佳净亮洗洁精(浓缩)(47元)、帮得佳衣物顽渍预洁剂(45元)

案例思考：

现假设公司欲在2012年国庆期间进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进行湖南市场，请为企业制定一个完整的2012年湖南长沙市场的国庆节促销活动方案，预算控制在3万元之内。

案例六十三：

湖南红金食用油科技有限公司创建于2004年5月，是一家集食用油料收购、储存、灌装加工、食用油贸易于一体的民营企业，是衡阳市农业产业化重点龙头企业、湖南省名牌企业。

公司以QS产品质量安全认证为质量标准，严把质量关，生产“放心油”，“满意油”。公司始终坚持“质量是生命线”的宗旨，建立和健全了一套完整的质量管理制度。各种产品包装清洁、无毒、卫生，外观精美，计量准确，做到不合格产品坚决不出厂。生产的“野山茶油”和“压榨菜籽油”牌系列产品，畅销湘、粤、桂、沪等省市，深受消费者的青睐。其中“野山茶油”系列2008年获湖南省名牌产品，中国·湖南第八届(国际)农博会银奖。

公司现有优油茶生产基地30万亩，有机菜籽生产基地5000亩，确保了优质绿色的原料供应。该公司开发“纯香压榨”系列成品油，现已形成了“公司+基

地+农户+批发商”的生产经营格局，积极拓展销售网络，在广东、广西、福建、上海等省市建立了销售网点，以“两广”为基点向全国辐射，营销人员及时收集客户意见和建议，促使公司适时开发新产品、新包装，对拓展市场销售，促进农产品深加工，调整农业产业结构发挥了积极作用。

产品介绍：

1.5L 花生调和油（21 元）：第一代花生调和油 1.5L，本品是一种比较容易消化的食用油。

5L 纯香压榨菜籽油（86 元）：从营养价值方面看，人体对菜籽油消化吸收率可高达 99%，并且有利胆功能。在肝脏处于病理状态下，菜籽酮也能被人体正常代谢。

5L 野生山茶油（186 元）：具有清热化湿，杀虫解毒等作用。用于痧气腹痛，急性蛔虫阻塞性肠梗阻，疥癣，汤火伤。茶油有一个很大的功用，那就是去瘀血，广东高州就有一大名菜——茶油鸭，其去瘀血，化老伤，功效特大。

5L 葵花籽调和油（69 元）：葵花籽油的人体消化率 96.5%，它含有丰富的亚油酸，有显著降低胆固醇，防止血管硬化和预防冠心病的作用。另外，葵花籽油中生理活性最强的 α -生育酚的含量比一般植物油高。而且亚油酸含量与维生素 E 含量的比例比较均衡，便于人体吸收利用。所以，葵花籽油是营养价值很高，有益于人体健康的优良食用油。

5L 花生调和油（58 元）：食用花生油特别适宜于大众补锌；花生油中还含有多重抗衰老成分，有延缓脑功能衰老的作用。花生油还具有健脾润肺，解积食、驱脏虫的功效；是中老年人理想的食用油脂之一，花生油中的胆碱，还可改善人脑的记忆力，延缓脑功能衰退。

5L 玉米调和油（65 元）：具有降低人体胆固醇、降血压、软化血管、增加人体肌肉和心脏、心血管系统的机能，预防和改善动脉硬化，减少心脏病发生等作用，并且还可以缓解人体前列腺病症的发作和皮炎的发生。

5L 新压榨菜籽油（89 元）：人体对菜籽油的吸收率很高，可达 99%。因此它所含的亚油酸等不饱和脂肪酸和维生素 E 等营养成分能很好地被机体吸收，具有

一定的软化血管、延缓衰老的功效。

5L 新茶籽调和油（92 元）：在野茶油、橄榄油中的单不饱和脂肪酸，能有效保护心血管系统，还会降低胰岛素、拮抗性糖尿病三类因代谢而引起的疾病的发生率。

1. 8L 花生调和油（26 元）/5L 新花生调和油（65 元）：经常食用花生油，可以防止皮肤皴裂老化，保护血管壁，防止血栓形成，有助于预防动脉硬化和冠心病。花生油中的胆碱，还可改善人脑的记忆力，延缓脑功能衰退。

案例思考：

现公司为答谢湖南市场的新老顾客，进一步提升公司品牌的知名度和美誉度，欲在 2012 年元旦节期间开展一系列促销活动，请为企业制定一个完整的 2012 年湖南长沙市场的元旦节促销活动方案，预算控制在 3 万元之内。

案例六十四：

魅力女人美容连锁机构创立于 2002 年，旗下多家直营连锁机构。集美容、美体、SPA 水疗、芳香精油养生疗法、瑜伽休闲于一体。护肤产品引进法国原装进口世嘉护肤品、法国格里梅美丽工程，高科技仪器：不仅拥有英国 E-life 美容美体仪、美国 BTO 高科技美容仪、GSD 高科技美容仪、意大利先进光动力彩光仪、德国电波拉皮仪、BOBY 丰胸仪等多种类型的高科技美容仪器，而且还不断引进国际上的驻颜项目，从身体到面部进行不同的疗程搭配，以满足都市女性不同的美容纤体、驻颜的要求。会所汇集各国 SPA 风情，典雅别致的装修风格令您有如返璞归真至大自然，让您在舒适高雅的心灵空间里，身体自由的舒展、皮肤畅快地呼吸；让心灵纯净清澈、让懂得生活的女人更懂得如何宠爱自己。

特色魅力项目：

瑰丽保湿护理：本疗程产品中富含蕴藏了多种珍贵的营养成份的覆盆子精华和玫瑰萃取物，能补充肌肤水份与营养，强化皮肤保湿功能，能柔顺表皮层，使肌肤更水嫩、有光泽。

瑰丽保湿美白护理：是以瑰丽保湿护理为基础，加强超微波导入瑰丽维生素C保湿精华，再配合瑰丽水份滋养保湿面膜和柔敏有氧软膜的双重呵护，为肌肤输入营养的同时，可增加细胞的氧气吸收量，使肌肤变的通透、白嫩。

“兰那公主”草本美容美肌疗法秘方B套餐：套餐特点：宫廷式享受，媲美“兰那公主”，能双重去角质达至美肌润肤之效。有强化细胞再生，改善水肿和循环失调，可预防肌肤提前衰化，令肌肤美白细嫩，有纤体瘦身之功效。

纯泰式美白秘方，令肌肤被细心呵护的光滑触感美白如玉，在冥想音乐中美疗师的精心呵护下，舒缓全身、可让你的心情足以媲美“兰那公主”。

蜜月 LULUR 美肤再造疗程：可去除老化角质，使得肌肤更加年轻光滑，适合各种肤质。一疗程下来，可让您绝对感受昔日爪哇公主的尊贵。“Lulur”源于爪哇本岛，“Lulur”在古爪哇语中为“滋润肌肤”之意。这套美疗法向米被印尼人当成一项女性婚前重要仪式看待，为了在婚礼当日拥有丝缎般的肌肤，传统上，新娘必须早在四十天前即开始洗 Lulur royal，而皇宫公主则连续洗数月，希望肌肤能保持幼滑的效果。

意大利光动力美容仪：1) 提升胶原增生、减少幼纹及皱纹（做了金丝的客人再连续做光动力效果更佳）；2) 减淡色斑平衡色素；3) 收细毛孔；4) 淡化暗疮印及疮疤；5) 改善妊娠纹；6) 增加皮肤弹性，改善循环；7) 舒缓红肿、充血、微血管扩张等皮肤问题。

三合一鸡尾酒疗法：魅力女人美容连锁机构隆重引进法国格里梅基因工程——三合一鸡尾酒美容疗法，多种问题性皮肤一起从根本解决，以创新高科技美容仪器引导“细胞生成先趋物质”——基因工程产品进入皮肤真皮层，促进皮肤细胞三大因子：表皮生长因子、细胞保护因子、细胞激活素含量增加，使皮肤细胞能够获得重新的修补与再生的能力，让皮肤细胞保持年轻，健康的状态，各种问题性和老化性皮肤都能在很短的时间内获得改善。三合一鸡尾酒疗法12-15次为一疗程，由内而外的区格处方，有效快速地修复皮肤受损细胞，每次做完都会有晶莹剔透的感觉，令皮肤呈现白皙、光泽、紧致、健康、触感更加如丝细滑。

中式点穴瘦身：以调理内分泌为主，辅以健脾理气、宽胸活血、舒通经络的原则，多余脂肪自然消耗，加速新陈代谢，全面增强体质，提高人体免疫力，减

肥同时预防多种慢性病。

关爱女性 BOBY 丰胸仪：100%纯天然成长疗法，无须吃药、注射和任何手术；改善乳腺增生、乳腺纤维瘤、月经不调、内分泌失调、睡眠质量、灰暗肤色；针对产后萎缩下垂、先天发育不良、大小不对称、乳头内陷、注射后变硬乳房。

芭葩肾部保养：肌肤干燥、斑点、黑眼圈、腰背酸痛、腿膝酸胀、体寒肢冷、性机能减退、性冷淡夜尿、耳鸣、恐慌、力不从心、痛经、脱发、白发晕眩、健忘、失眠不安、潮热盗汗、神经衰弱。

瑜伽：1、 瑜伽的健康效果：（1）矫正脊柱 （2）强化内脏（3）调内分泌（4）延缓衰老（5）消除紧张 （6）调适身心（7）增强记忆 （8）开发潜能

2、瑜伽的美容效果：（1）美肤 （2）美姿（3）减肥 （4）塑身

3、 瑜伽的医疗效果：瑜伽着眼于整体的调理，提高人的自愈力，使全身各部位得到治疗。如：高血压、心脏病、肥胖病、糖尿病、神经症、失眠、便秘、肩周炎、头痛、坐骨神经痛、神经衰弱、痛经、胃下垂等。

案例思考：

现公司欲在 2012 年“三八”妇女节进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进行湖南市场，请为企业制定一个完整的 2012 年湖南长沙市场的女节促销活动方案，预算控制在 3 万元之内。

案例六十五：

长沙“晓家酒店公寓”于 2011 年 11 月 18 日开业，位于韶山南路和香樟路交汇处，是香颂国际大厦的一员。周边娱乐、商务、休闲等配套齐全，享有声誉的“家乐福”“屈臣氏”“米萝咖啡”“肯德基”“步步高超市”等列列在目。商务办公层层皆是，堪称极其方便之处，有民生银行、中行、交行、建行、浦发、工商等银行为您办理各项业务。

晓家酒店公寓房间空间大，装修格调独特，环境优雅，交通极为便利。来到“晓家酒店公寓”，您既能享受家一般的舒适自在又能享受到星级酒店的标准服

务。同时配有地下停车场，整栋楼盘与智能化管理体系相匹配。如家一样温馨服务氏酒店公寓，这就是“晓家”。

价位：房费 98 元起。

特点：

1、干净——公寓内所有的床上用品均一客一换制专业清洗消毒，卫生间、厨房等均经过专业消毒，且配备了入住期间所需的各种一次性卫生用品。客人入住之前和离开之后打扫得干干净净。

2、舒适——公寓内配齐高档家具、家电及其他居家用品，进行简单的入住手续后，您就可以甩开沉重的包裹，进入“晓家”为您创造的个人温馨空间，为您提供家一般的享受与酒店的优质服务。

3、实惠——租期完全灵活，您可根据自己的行程，工作地点的变化安排您的“居家”生活。您不须花很大的开销去居住大型的酒店，既可享受时代的网络生活，又可满足自己的精彩世界。比相同品质酒店套房便宜 50%以上。

4、便利——公寓所有房间均已备齐家具家电及其床铺被褥等居家必须用品。并可随便购买所需用品，并有 24 条公交线路经过该站点。入住“晓家”，您就是住进了自己的家，您可以按照自己的习惯和生活方式，去喜好洗衣做饭，打扫卫生，完全享有自己的私密空间。

案例思考：

为了提高“晓家酒店公寓”的品牌知名度和美誉度，刺激消费者、拉动消费，请在店庆之际为企业制定一个完整的“一周年店庆”促销活动方案，预算控制在 3 万元之内。

案例六十六：

新视野眼镜总店位于长沙大学城师大德智园 1088 号，成立于 2002 年 9 月，经理卢慧娟女士经过多年打拼目前在长沙拥有多家连锁机构，是一家集眼睛检查、验光、配镜、隐形眼镜配戴为一体的全新专业眼镜店。公司自开业十年来视

顾客为上帝，始终严格要求自己，坚持以质量为本，以诚信取胜，从不经销一件假冒伪劣产品，不欺骗任何一位顾客，确保消费者的合法权益。

眼镜店拥有现代化的电脑验光仪、电脑磨片机和眼镜检测仪。经营订配各种近视、远视、散光、老光、双光、变色、镀膜、树脂、水晶、渐进多焦点、全框、半框、无框镜架及高难度眼镜，并可选配多种品牌、二十多个规格的隐形眼镜。免费为顾客校正、维修、清洗眼镜。

新视野眼镜以大众化的消费定位致力为消费者打造 VIP 的尊贵感受。

在新视野配镜三大信心保障：

1、选择性更大

店内拥有上百种品牌的镜架，同时销售多种品牌的优质镜片，能够满足各个层次消费者的需要。

2、服务更专业

店内拥有技术力量强大的专业队伍：国家劳动和社会保障部颁发高级验光员 1 名、中级验光员 5 名、中级技工 4 名并有十项免费服务和完善的售后服务体系。

3、品质保证

公司承诺凡是在新视野所配的眼镜，在正常使用的情形下，半年之内如有发生任何可归于商品本身结构、制作或材质不良的情形，该店都能免费更换同等价值产品（正常的磨损、擦伤或使用不当不在此限）。

案例思考：

现公司欲借助十周年店庆这样一个契机做一个规模较大的促销活动，迎接新生入学、教师节以达到庆贺十周年店庆，提升社会知名度，达到宣传、推广的目的；同时借机促销商品、回馈顾客。请你为企业制定一个完整的店庆促销活动方案，预算控制在 3 万元之内。

案例六十七：

宝之荣塑身美体鞋是韩国宝之荣美体研发中心历经十年研发出来的女性塑身产品，获得国际发明专利，获得国际美体行业的鼎立推荐，改变高跟鞋穿着不舒服的历史。让女性在行走中享受塑身美体。

宝之荣塑身美体鞋以满足女性塑身美体为设计理念，穿宝之荣塑身美体鞋具有美腿、提臀、瘦腰、塑身、健康五大功效，在工艺上精益求精，用料考究，168道工序，道道严格把关，确保宝之荣产品性能、安全、品质、款式上成为品味爱美女性最信任的品牌。

时尚动感，瘦腰美体：宝之荣动感美体鞋采用生物力学及人体工程学原理相结合，通过在鞋跟部位设计弹力减震装置，行走时腰肢重心上下运动，腰部热能挥发，减少腰部的脂肪。有节律的弹性动感运动实现收腰、挺胸的功效、可以令女性腰部脂肪得以燃烧，增强韧性，使腹肌得以有效的锻炼，经常穿着行走可以让腰部多余的赘肉消失，体现出魅力的腹肌和腰形，让女性腰肢更纤细妩媚。穿上宝之荣走路逛街等于在进行美体瘦身运动，行走中腰肢随着弹力动感的上下运动。让你在美体瘦身运动中彰显阿娜多姿的迷人风采。

魅力动感，健肌美腿：宝之荣动感美体鞋应用猫爪仿生学原理，鞋跟前移，并增加弹力减震设计，走路时缓冲弹起，重心产生上下位移，从脚跟部一直到大腿，肌肉自然绷直，有节律的弹性运动可以防止腿部脂肪因不良站姿行姿造成脂肪分段或堆积，平衡人体脂肪的生长，令多余的脂肪转化成肌腱，让你感受到令人惊奇的瘦腿美腿效果。

闪亮动感，提臀翘臀：通过有节律的弹性运动令可以将流失于胃腹部的、背部、腋下的脂肪正确归位。使大腿内侧多余脂肪燃烧，分解消失。臀部肌肉上升，臀部肌肉跟着收紧，达到提高臀部的位置，有效的实现提臀功效。塑造上翘的性感臀部，让你背部曲线更优美。

迷人动感，塑形挺胸：宝之荣动感美体时尚鞋采用人体力学、人体工程学、新材料学等诸多领域的最新成果。脚跟的受力点前移，能够对脂肪进行引流定位，让脂肪合理分布，使脂肪可以规范性的修复已变形的身材，达到重新塑造三围曲线，让你的胸部更挺拔迷人。

纤腰收腹，塑形健体：穿着宝之荣动感美体鞋，通过轻微的足底弹性的反弹，可令人体的整个身形有节律的震动，释放和减轻身体自身带给足部的压力，可以达到活络血液、增进血液含氧量，提高免疫等多重功效。促进血液循环，活化脂肪细胞，帮助淋巴排毒、使脂可以规范性的修复已变形的身材，达到重新塑造三围曲线，优雅气质，带给你自信、青春、活力、健康。

时尚动感，变换神奇：宝之荣出品的动感美体女鞋，参考时尚界每年最新流行色款及风格，聘请欧洲高级设计师设计，用料考究，时尚、新潮、环保、质量上乘。部分鞋款可以搭配不同的服饰多变改形，令时尚的女性随心所欲享尽多变姿采。8 厘米的高度 3 厘米的感受，走起路来像踩在海绵上一样舒服，伴随微微震颤的足部移动，让你风情万种、妩媚多姿。

宝之荣动感美体女鞋分为浪漫之春、灿烂之夏、华丽之秋、高贵之冬四大系列，分别满足爱美女性在不同季节既有美鞋可穿同时又能达到塑身美体功效的需求，可谓一举多得。

案例思考：

现公司欲在 2012 年春节期间进入湖南市场，首先以省会长沙作为试点，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南市场，请你为企业制定一个完整的春节促销活动方案，预算控制在 3 万元之内。

案例六十八：

安徽黄氏和盛经济发展有限公司旗下的 NOCOL 劳克品牌在中国大陆专业致力于卫浴产品系列开发、生产和销售，自 2006 年以来先后在广东佛山和安徽合肥建立了陶瓷生产基地和浴室家具生产基地。旗下现有浴室柜、卫浴陶瓷、五金龙头等三大类上百个产品系列。

浴室柜系列包括：罗莉系列、阿曼达系列、奥古斯都系列、欧式风情系列、中国风情系列、牧恩系列、斯卡特系列、五线谱系列、摩丁系列共 10 种产品；

台盆系列：陶瓷台下盆、陶瓷台上盆、半嵌式陶瓷台上盆、一体式陶瓷台上盆、微晶石台上盆，配备水龙头、微晶石台上盆共 39 种产品；

浴缸系列：方形有群浴缸、圆角有群浴缸共 3 种产品；

座便器系列：共 17 种产品；

水龙头系列：共 51 种产品

NOCOL 劳克产品引进运用意大利生产工艺，同时充分融入中国传统文化元素，以丰富的理念内涵和多元化的个性设计并称于世。在日益激烈的全球化市场竞争中，劳克产品将一如既往地以提供高品质、高品位的卫浴产品为发展根本，以不断满足客户新的需求为设计方向；努力传承世界先进卫浴文化，以体贴入微的服务全面致力于为中国家庭打造时尚、舒适、个性的居家生活空间。

NOCOL 劳克卫浴，凭借先进的研发技术、雄厚的实力规模、卓越的产品品质、完善的服务体系、创新的经营策略，日渐成为中国卫浴行业耀眼新星。

NOCOL 劳克卫浴坚持“以客为本，共同成长”的经营理念，为客户提供高品质卫浴产品，正在赢得越来越多中国消费者的支持与信赖。改善人们的卫浴生活品质、推动人类卫浴文明的进步是所有劳克人的永恒追求。

案例思考：

现假设公司欲在 2012 年五一期间进入湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军湖南市场，请你为企业制定一个完整的五一劳动节促销活动方案，预算控制在 5 万元之内。

案例六十九：

武汉市仟吉食品有限公司是一家民营股份制公司，公司是一家专注于烘焙食品生产与销售的连锁企业。至二〇一〇年底，公司已经在武汉、长沙、郑州、合肥等四个省会城市开设 70 家连锁专卖店。

1、“仟吉”品牌创立于二〇〇〇年，二〇〇〇年元旦，襄樊仟吉连锁超市有限公司成立，从事连锁超市的经营，在董事会的领导下，“仟吉”成为襄樊地区的知名连锁零售品牌。二〇〇五年三月，公司开始实施产业转型发展，进入烘

焙食品产业。公司总部迁往武汉，成立了武汉市仟吉食品有限公司。“仟吉西饼”是武汉市仟吉食品有限公司的连锁门店名称。

2、“仟吉”的产品是定位于注重生活质量和时尚品味，注重健康饮食的消费者市场。

新品推荐：

1、仟吉印象礼盒 价格：239 元

原料：优格蔓越莓	80g*2
兰姆黑加仑	80g*2
提拉米苏	80g*2
极品素五仁	150g*1
莲蓉蛋黄	80g*1

2、仟吉印象礼盒 价格：129 元

原料：帕尔玛	80g*2
提拉米苏	80g*2
香辣牛肉	80g*1
莲蓉蛋黄	80g*1

3、吉月礼盒 价格：209 元

介绍：红心蛋黄磨粉与白豆馅及顶级奶油，揉合成品沙馅，最后在成型的表面刷上蛋汁。其口感层层香软饼皮，有别于传统绿豆饼一口咬下内馅散落，而是一入口，饼皮与内馅密合不容易分散。口感细腻爽滑，软软糯糯。融合香浓的牛奶滋味，甜而不腻。

4、可可玛丽奥 10 元/杯

七成冰沙混合奥利奥，三成冰爽细腻奶油封顶，夏日也不想放弃可可香浓，还想要冰饮爽口，那就是可可玛丽奥啊。

5、法式芝士培根 价格：9 元/袋

法式面包，内含丰富的芝士与培根肉，好吃又饱肚。

6、洋风水果吐司 价格：16 元/袋

休闲吐司，富含黄桃果肉和牛奶克林姆，甜而不腻，松软可口。

7、香辣松吐司 价格：16 元/袋

休闲吐司，外观独特，面包中夹杂鲜美的香辣的肉松香味。

8、仟吉招牌咖啡 价格：10 元

萃取的浓缩咖啡和牛奶调制而成，冰饮加上细腻的奶油，冰爽可口；热饮铺上细滑的奶沫，入口醇香四溢。

案例思考：

面对现今西饼市场的激烈竞争，为了应对竞争、争取客户，提高在长沙市场的销售量、扩大销售，请你为企业制定一个完整的 2012 年长沙市场中秋节促销活动方案，预算控制在 2 万元之内。

案例七十：

深圳市贝雪婴儿用品有限公司是一家专业从事婴儿摇篮（床）等用品研发、设计、生产、销售为一体的综合型企业，公司一直致力于将现代科学与传统育婴用品融为一体的开发，并不断开拓这一全新领域。旨在为消费者提供：“健康、安全、舒适的产品，以帮助宝宝健康快乐成长和减轻育婴家庭的劳动负担。

公司成立于 2008 年，全体人员以严谨、认真、专一、负责的工作态度成功地研发出符合市场需求的一系列智能婴幼儿产品，而且产品获有多项国家专利，符合欧盟标准。公司视质量为生命，始终坚持“以质量求生存，以服务求发展”这一原则，秉承“宝宝开心、妈妈放心、贝雪用心”的经营理念 and 参照“TS09001”质量体系标准，从产品研发、生产、质检、销售到售后服务都严格地层层把关，

责任到人。今后公司还将不断创新和提高产品质量，完善产品品种，从而满足更多、更大的市场需求。

主推产品介绍：

贝雪 M31 手动摇篮：（价格：348 元）健康设计，婴儿可平睡（宝宝脊柱不会变形）；环保材料制造（全棉布料、无毒无辐射铁管烤漆）；高密度蚊帐（可防止蚊虫叮咬，并且通风效果良好）；自然摇摆，无噪音（无任何机械传动）；载重量大（可载重 15KG）；支架可折叠（携带更方便）；配有脚轮（可固定，轮子上翻可作摇床，轮子下翻可推行）；摇床底部配有超大储物框（可存放宝宝衣物及用品）

贝雪 M32 手动摇篮：（价格：285 元）产品体积小，重量轻，方便携带，可折叠，易收藏。产品布料使用环保纯棉材料，可全拆全洗。配有安全护栏，保证宝宝的安全。配有全遮蚊帐，防止蚊虫叮咬。平躺设计，防止脊椎变形等。

贝雪 A31 智能电动摇篮（粉, 蓝, 米黄）：（538 元）平稳均衡摇动，可使婴儿的大脑神经调节平稳、入睡迅速。实验中发现，使用电动摇篮入睡的时间，比传统的手动摇篮入睡的时间可提前 2-4 分钟。经专家证实，传统的手动摇篮摆动大小不稳定，摆动速度也不稳定。在摇动过程中，小孩平衡调节神经，不断地进行调节、复位，容易出现头昏，吐奶现象。而自动摇篮可根据婴儿的需要而调节稳定的摆幅，匀速平衡摆动，对婴儿脑神经的起到良好的保护作用。因此，婴儿入睡快、睡眠质量好。

优美动听的音乐催眠，符合现代早期教育观念，对婴儿进行音乐和美的熏陶，促进婴儿脑神经发育，激发潜能。

贝雪 A32 智能电动摇篮（蓝, 粉, 米黄）：（价格：588 元）室温监测功能，MP3 音乐播放功能，红外遥控控制，充电功能，尿湿报警功能，智能自动摇摆，摆幅智能五档调节，音量五档调节，智能声控功能，定时功能，支架可折叠，超大 LCD 液晶屏显示，载重量大、空间合理，体温探测，双红外线智能识别原理、摇摆自然，健康设计、婴儿可平睡，高密度蚊帐。

案例思考：

现公司欲进军湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请为企业制定一个完整的 2012 年湖南长沙市场母亲节促销活动方案，预算控制在 3 万元之内。

案例七十一：

广东 A 食品有限公司系香港某食品有限公司于 1996 年在东莞成立的全资品牌运营机构，是集研发、生产、销售为一体的食品品牌企业。公司目前主要生产经营中秋月饼、休闲饼干、曲奇蛋卷等 200 多款产品，主打产品“金苹果月饼”自 2005 年以来多次被中国食品工业协会授予“中国名饼”。金苹果创新口味月饼获得比利时获得在欧洲被誉为终端消费食品届的“奥斯卡”的国际 2011 年度“顶级美味奖章”。2009 年，公司新建成的 30000 平方米的全封闭、食品生产标准化厂房和 10 万级空气净化车间以及斥巨资引进的国内最先进的一体化成型设备，使得企业拥有了全自动流水线 20 多条，日产 80 万只月饼、月饼 5 万盒的生产能力。公司本着“以人为本，公司是家、学校、军队；完美产品，优质服务，为顾客创造价值；倡导公司、个人、伙伴共同成长，分享成果”的公司核心价值观，为客户创造完美产品，提供优质服务，成为中国商务月饼首选品牌。

1、公司月饼产品系列：

（1）彩瓷英伦系列：

- ①皇礼：皇家珍品，非比寻常，带给你独一无二的尊贵祝福
- ②御礼：将珍贵荣耀的品味注入礼盒之中表达最敬重的情意和最真心的祝福

（2）水墨罗马系列：

- ①耀礼：圆月绽放最耀眼的光芒，那正是我对您圆满的祝愿
- ②宝礼：万家灯火点燃团圆时分，点滴如珍宝般欣赏回味
- ③名礼：金苹果把浓情寄予月意，让祝福包裹在饼香中传递
- ④锦礼：以礼遇之心献上华美的锦礼，传递最美好的祝福和愿望

⑤贵礼：华贵的品味注入尚品之月，无尽的思念尽在点滴之中

(3) 丝绣巴黎系列：

①珍礼：其乐融融的团聚时刻最应珍惜，感受最浓的祝福和最深的情意

②彩礼：绽放的烟花七彩夺目，浓浓情意尽情抒发

③盛礼：盛礼送给最敬重的人，用心传递最温暖的情谊

④颂礼：月圆之夜心手相连，真挚的情感代代相传

(4) 祥云瑞士系列：

①欢礼：欢歌笑语充盈丰收的金秋之夜，金苹果将祝福传递 将快乐延伸

②悦礼：珍藏美好往昔包裹蜜语甜言，连接你我的是最纯最真的情谊

(5) 经典时尚——和和满满(和满)

(6) 情侣月饼系列等

2、公司产品定位：中高档商务礼品为主

案例思考：

现公司欲在 2012 年中秋进军湖南市场，为了能顺利完成在湖南市场铺市销售，获得一定知名度以及湖南市场可观的市场占有率，并为后续其他产品（如饼干、果冻等食品）进入湖南做知名度上的一个铺垫，请为企业策划一套明年上市之前的广告方案，费用控制在 80 万之内。

案例七十二：

奥岚雪化妆品有限公司位于四川成都，隶属于地奥集团。地奥集团本是制药世家，奥岚雪是由地奥集团研制和生产出来的专业天然美容护理品，这是地奥集团由制药行业向美容化妆品行业的品牌延伸，是地奥品牌战略的又一思路。奥岚雪产品分为以下五个系列：明眸眼部体系——眼霜及眼贴膜类；姣妍新生系列——抗衰老护肤类；亮颜美白系列——美白护肤类；水样滋润系列——保湿护肤

系列；特殊修复类——皮肤问题修复类。

奥岚雪的品牌含义就是——医学，美学，奥岚雪。从医学的角度来做美学，更加具有专业性和权威性。品牌的定位就是广大消费者的美容护理专家！其价位适中，能为广大工薪阶层所接受。企业围绕“美容护理专家”这一品牌形象，而对奥岚雪的眼贴膜、面贴膜进行宣传。反过来对奥岚雪眼贴膜、面贴膜的宣传推广都是为了塑造奥岚雪“美容护理专家”的品牌形象，顺利由地奥的制药品牌形象向奥岚雪的美容护理品牌形象过渡。

2009年销售额为60.38亿元人民币；2010年销售额80.26亿元人民币，增长百分之二十；计划2011年销售额突破120亿元人民币，更高速增长。目前已经稳固浙江一带沿海市场，现企业着手从沿海地带辐射全国各地各区域，希望成为国内化妆品的佼佼者。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在各地市大型商场（如平和堂、友谊商城、王府井百货等高档商城）上柜的方式进行销售，请为其设计一套开拓湖南市场的广告方案，预算控制在100万之内。

案例七十三：

1995年9月18日，A公司在东莞市长安成立。在这片工业基础设施完备、产业配套体系完善的沃土上，在当地政府的大力支持和扶助下，经过十余年的持续发展，A公司从同行业中脱颖而出，现已成为当代中国家用电子企业的发展典范。A品牌旗下现拥有三大系列产品：通信产品（音乐手机、有绳电话、无绳电话、数字无绳电话等）、教育电子产品（@ibox学习机、电子词典、点读机、商务学习机、复读机等）、生活电器（电磁炉、电压力锅、豆浆机、电热水壶等）。

2011年，A公司新推出一款新手机K201，K201为一款直板大屏手写机型，在保持原有内放音质效果好的基础上，也保证了外放声音不仅大且音色纯正无噪音的效果，且新增电源管理系统，因此受中年人的喜爱，但也因外观精致设计，表面质感强，同时功能齐全，所以也会受到年轻人的追捧，故此款机型人群定位

较为广泛，包括 20—50 岁的男性和部分对手写敏感的女性。

1、上柜渠道：市、县、乡镇渠道全面上柜

2、产品主要特点：

①外壳采用金属拉丝面板

②LG 进口广视角 QVGA 液晶显示屏，画面细腻、色彩逼真

③强大音乐功能

④汉王手写软件

⑤智能语音功能

⑥强大电源管理系统（另电池容量为 1100MA）

⑦出厂配送 1G 内存卡，使娱乐空间更为宽大

⑧人性化便捷功能

⑨机身内部结构采用无人工焊接设计

3、推广重点：外观精致、大屏手写、专业电源管理系统、完美音质、绿色健康通话功能，个性化便捷功能。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在全省各地渠道全面上市，请为其设计一套开拓湖南市场的产品广告方案，预算控制在 60 万之内。

案例七十四：

1995 年 9 月 18 日，A 公司在东莞市长安成立。在这片工业基础设施完备、产业配套体系完善的沃土上，在当地政府的大力支持和扶助下，经过十余年的持续发展，A 公司从同行业中脱颖而出，现已成为当代中国家用电子企业的发展典范。A 品牌旗下现拥有三大系列产品：通信产品（音乐手机、有绳电话、无绳电话、数字无绳电话等）、教育电子产品（@ibox 学习机、电子词典、点读机、商

务学习机、复读机等)、生活电器(电磁炉、电压力锅、豆浆机、电热水壶等)。

2011年A公司推出了一款新手机i6,i6为一款青花瓷白色翻盖手机,因其外观圆润,饱满,同时边框采用独特的中国传统窗格设计,因此整个手机尽显雅典,大气和充满民族气息。因此备受30—35岁女性青睐。又因16:9的OLED宽屏超亮屏幕,与修长机身的完美配合,一开一合之间完美的展现了中国古典与现代流行风尚的完美结合,因此备受22—30岁女性青睐。

1、i6的定位群体为:22—35岁中青年女性。然而在中青年女性当中对韵味、雅典、高贵气质在乎的多以企事业单位的职员或白领为主。故i6的目标消费群体为:22—35岁中青年女性且多以企事业单位的职员或白领为主。

2、目标顾客特性:情感:感性

在乎价值:是否雅典,高贵,气质。是否受老公关注。如买衣服不再是几十块钱的那种衣服,而更看重质地,做工,设计及凝练后表现出来的与众不同的韵味和气质。

经常去的地方:茶厅、咖啡厅

喜欢做的事情:买香水、看股市、进聊天室,做美容、健身、了解时尚的趋势等。

爱听的歌曲:《一生爱你千百回》及刘若英,蔡健雅等歌手的歌,主要是蓝调歌曲。

3、建议上柜渠道:

上柜渠道为一二线城市

4、主要产品特点:

①青、韵概念——整个手机犹如青花瓷般圆润、饱满,尽显古瓷遗风;边框独特的中国传统窗格设计,大气、典雅,充满民族气息;

②高贵、时尚造型——修长机身与青花瓷般的青韵完美结合尽显外在的雅典与时尚,同时内在屏幕采用16:9的OLED宽屏材质,更是里外结合,突显高贵与气质;

③高清进口显示屏——采用进口 OLED 高清显示屏，不仅屏幕硬度、可视角度高，同时色彩艳丽，且屏幕可自动发光，能根据图片色彩自动调节为最佳亮度

④时尚菜单——菜单采用通透与古瓷遗风的设计风格让原本韵味的手机更加富有感情，当指令停留在任何一个选项上时，项目选项就像青花瓷上的花朵或图案一样，立马凸显出来，且反映速度极快。

⑤完美音质——Wolfson、SRS、YAMAHA、飞利浦喇叭、独立封闭式音腔的完美结合，使得音乐的音质，音效、音色及空间感格外强大。

⑥高清拍照——200 万高清摄像头与 OLED 屏幕的结合，使得拍照效果更加清晰细腻，出厂配送 1G 的内存卡。

⑦EDGE 上网协议——介于 3G 与 GPRS 之间的上网协议，使得上网速度极快，便于手机自带的上网与商务功能使用更加急速与方便。

⑧即时通讯：QQ 和 MSN

⑨支持 FunVv 网络电视、蓝牙、JAVA、QQ2007、MSN、QQ 麻将、QQ 斗地主、UCWEB、电子书功能等

⑩支持信息保密与防火墙功能——可加密通话记录、信息和通讯录并支持短信防火墙，来电防火墙功能，人性化功能——信息存贮增加到 1000 条、通讯录可存储 1000 条，支持通讯录备份、智能拨号、来电归属地查询。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望在各地市全面快速上市销售，请为其设计一套开拓湖南一二级市场的广告方案，预算控制在 100 万之内。

案例七十五：

宏碁集团 (acer) 创立于 1976 年, 是全球第二大个人电脑品牌, 宏碁以性价比优势在 2009 年以来销量一直占据全球前两名。主要从事自主品牌的笔记本电脑、台式机、液晶显示器、服务器及数字家庭等产品的研发、设计、行销与服务, 持续提供全球消费者易用、可靠的资讯产品宏碁电脑全线产品符合《中国节能产

品认证技术要求》，并通过了中国节能产品认证中心的认证，这标志着宏碁将继续高举国内电源行业领军大旗，为所有电源电脑生产企业树立了一个良好的榜样，也将引领国内电源行业进入节能新时代。宏碁集团包括以下 PC 品牌：acer、Gateway、Packard Bell 、emachine、Founder（方正）。以及 PDA 和便携式设备品牌倚天。

acer 在欧洲、非洲占有绝对的第一排名，Gateway（捷威）品牌则在美国占据市场第三的位置，Packard Bell 也为宏碁在欧洲占有一席之地。宏碁的多品牌战略如今已经凸显出高瞻远瞩的市场意义。

acer 产品特点：

- （1）本产品为绿色环保产品，省电节能
- （2）性能稳定，配置合理
- （3）更大程度满足家庭应用需求，办公、听音乐、欣赏影片、上网聊天都没什么问题

案例思考：

针对现在市场对节能电脑的需求，宏碁电脑拟向全国，例如：武汉，长沙，岳阳等，进行全面市场推广，从而进一步扩大其中端电脑市场占有率，在竞争中处于有利地位，请为其设计一套开拓湖南市场的品牌广告方案，费用控制在 200 万之内。

案例七十六：

近年来房地产市场的发展可谓是如日中天，市场进入一个高速发展时期。牵一发而动全身，门业市场也是异军突起，如雨后春笋般迅猛发展。门类行业公司竞争日趋激烈，市场进一步细分，各种大大小小的公司纷纷登上这一舞台，想在这场竞争中瓜分市场，欲分一杯羹。双峰县双源门业欲脱颖而出，必须对市场有充分的分析了解，合适的市场推广策略作为企业成功的武器。

双峰县双源门业有限公司 2005 年成立，坐落于湖南省娄底市双峰城五里牌

经济开发区。双源门业是一家专业从事生产烤漆钢木门、豪华高分子门、免漆室内门的企业。公司本着质量是生命的宗旨，综合先进的生产工艺，生产出一批批质优价廉深受广大消费者认可和喜爱的产品，销售网络遍布全国。公司秉承“做健康门，做实在人”的目标，以“创新共赢”的经营理念一路前行，发展至今。

双源门业在产品的研发、生产、销售等流程中始终坚持认为仅有优质的原材，先进的设备，专业的技术还远远不够，企业的感情与智慧，心态与信念，无不贯穿于每一道指令，凝结于每一件产品的核心，纤毫毕现于每一位消费者的慧眼。选择一件产品，其实就是在考较产品背后的企业，潜心制造的产品才经得起选择，有所必为的企业才值得信赖。

产品优点：

- 1、结构牢固合理
- 2、具有抗菌、防霉防潮、不变形
- 3、防蛀、阻热、隔音、隔热
- 4、耐高温、坚韧性强、抗老化
- 5、免刷油漆、无甲醛、无色差
- 6、绿色环保，款式新潮美观

案例思考：

企业虽然在全国各地均有销售网络，但是由于没有在做宣传上下功夫，在消费者中知名度不高，市场份额还比较小，为了提高市场占有率，扩大企业的知名度与影响力，请为其设计一套针对湖南市场的广告方案（费用预算控制在 50 万之内）。

案例七十七：

洗发水市场是一个竞争极为激烈的市场，短短十几年间，我国洗发水市场已经进入了姹紫嫣红、百花齐放的繁荣阶段；产品丰富，品牌林立在同类产品中，

同质化程度非常高。根据不完全统计，中国目前洗发水将近有 3000 多个品牌，几乎所有的化妆品公司都生产洗发水产品。有关资料显示，作为日化巨无霸宝洁公司的飘柔、潘婷、海飞丝“三剑客”已经占领中国洗发水市场半壁还多的江山（宝洁旗下洗发水品牌市场份额约占 60%，其中飘柔以 20%的市场份额位居榜首）联合利华的夏士莲和力士，日本花王的诗芬等外资洗发水品牌瓜分了 25%的份额，留给国产洗发水的生存空间只有 15%的市场缝隙。尽管洗发水这一“金字塔”型的市场格局一时难以出现突发性的变局，却总有“黑马”不断的出现，香港 A 国际分公司出品的“采缘”洗发水也正是在这种大环境下出现。“采缘”要想杀入这样一个市场，争取和扩大市场份额，在营销策划必须敢于创新，吆喝声要响，只有这样才能在众多的洗发水品牌中取得很大的销售业绩。

- 1、产品定位：润发、廉价，加入橄榄素，具有健康营养的价值
- 2、采缘洗发水中含有植物精华橄榄素，润发、保护头皮、深层去屑
- 3、产品质量功能方案：采用一定的防伪标志

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在各地市大型超市上架销售，请为其设计一套开拓湖南市场的广告方案，预算控制在 80 万之内。

案例七十八：

足浴器是足部保健设备，对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体阴阳失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病保健的效果，有自我保健和延年益寿之功效。从去年开始，足浴器就开始火了起来，但是以次充好的产品也开始进入市场，不少消费者反映产品在使用过程中出现不能加热、臭氧功能无用等问题。

宁波康因姆电子科技有限公司座落于长江三角洲，有着家电之乡美誉著称的宁波，毗邻杭州湾跨海大桥。交通便捷，商机无限，康因姆电子是一家集开发、设计、生产、销售于一体的私营企业，公司主要生产足浴按摩器，小家电等产品。

康因姆人始终以“诚信、创新、可靠、精致”为经营理念，坚持以造福人类健康为奋斗目标。做人们健康生活的好保姆，在资深的养生专家指导下，研发了新一代养生的足浴器，为广大消费者送去了健康。目前公司已经拥有全套的开发和专业生产设备、还配备了国内先进的装配生产线和检测中心，而且公司还拥有一批实战经验非常丰富的技术人员和工程师，从而确保产品质量。

康因姆人始终坚信诚信佳、服务好是企业品牌树立的基础，康因姆人坚持以市场为导向，满足消费者需求为目标，生产高质量的产品，给予最完美的服务，树立康因姆的品牌之路。

目前公司所生产的足浴按摩器产品主要根据额定功率、内筒深度及水容量有以下分类：

K218B 金苹果：产品从上往下望呈苹果状，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-118A ：产品从上往下望呈苹果状，上端配有旋钮开关，桶内配有按摩石，针刺按摩头，桶内底部还有足底搓脚轮，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。装水容量为 5.5L；

K-138B：产品上端配有双屏显示器，以及功能控制键，还带个遥控器，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为防滑减震垫脚。装水容量为 6.5L；

K-218A 红苹果、K-218A 金苹果、K-218A 青苹果：产品从上往下望呈苹果状，上侧配有功能旋钮，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还配有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚。（三种产品外观颜色不同：红色、金黄色、墨绿色）

K-218B 红苹果、K-218B 青苹果：产品为红色与墨绿色，从上往下望像一只红色的苹果，上端配有数码显示屏，以及功能按键，桶内配有按摩头，红外灯，桶内底部还有按摩脚片，冲浪孔，气浪臭氧孔。产品底座为艺术减震垫脚；

K-228C：产品上端配有显示屏，以及调温键，桶内配有按摩滚轮，桶内底部还有瀑布式冲浪孔和一个药盒。产品底座为减震垫脚。装水容量为 11L；

K-258B：产品上端配有数码显示屏，以及控制键，桶外有外排水管。产品底座为带锁方向滚轮。装水容量为 9L。

案例思考：

现公司欲进军湖南市场，为了确立产品在湖南消费者心目中的知名度，在激烈的竞争中赢得顾客的青睐，提高销售量，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的广告方案，费用控制在 80 万之内。

案例七十九：

尚艺是由国内顶级美发大师张泽全先生创办，集美容美发服务及教育培训为一体的大型集团，总部位于广州市。尚艺始创于 1994 年，从一家名不见经传的小型美发中心逐渐发展成为一家管辖多家培训机构、服务企业及千余家终端分店的大型企业，涉及员工超过 2 万人、终端顾客达到 1500 万人。十余年的风雨兼程、摸爬滚打，尚艺走出了一条以“学校育人才、以分店出效益”的成功之路，培养了大批美容美发经营管理人才和专业技术人才，打造出了“尚艺”这一全国知名品牌。

尚艺秉承“共创、共荣、共享”的核心理念，弘扬“自强不息、永不言败”的企业精神，着力打造企业的核心竞争力，使企业始终站在时代发展的最前沿，引领美容美发行业的时尚潮流。

“创精彩人生、造美丽生活”是时代的强音，也是尚艺的使命。尚艺美容美发集团愿以海纳百川的博大胸怀，与广大有志投身于美容美发事业的有识之士携手同行、共铸辉煌。

公司现有产品和服务项目包括：

美发 SALON：烫发系列、潮流发型、护发系列、接发系列、造型系列、染发系列

美容 SPA：面部护理、身体护理、SPA 养生、基础护理、头疗养生

美容美发产品：面部护理、美发造型、美发护理、彩妆产品、身体护理

案例思考：

现公司欲在湖南市场加盟连锁店，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，吸引与有共同志向的加盟商合作经营，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的广告方案，费用控制在 50 万之内。

案例八十：

青岛章彩益智科技有限公司坐落于处在科技前沿一线风光秀丽的海滨城市——青岛，是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。

公司最新推出的章彩系列益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。

公司生产的“章彩”牌神笔可在墙壁、床单、衣服、家具甚至皮肤等表面书写。只要用清水或者湿布轻轻一擦，墨迹立刻消失，不留痕迹，魔幻神奇。解除孩子随时胡写乱画、信手涂鸦带来的烦恼，妈妈省心。墨水不含任何有害化学成分，与配套的涂鸦写字笔、儿童板、描红本、绘图册结合，随写随擦，可长期反复使用，神笔可反复灌墨，经济实惠。

公司最新推出国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，把画笔或毛刷蘸清水涂鸦，色彩艳丽，无毒无害，提高孩子认知、感知、手眼协调能力，启发绘画兴趣，开发全脑智力。背面用章彩神奇涂鸦笔绘画，清水消失。

公司将本着“健康环保、科技创新”的理念，不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习的系列高科技产品，为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力！

案例思考：

现公司欲在 2012 年秋季开拓湖南市场，为了提高在湖南消费者心目中的知名度与美誉度，顺利进军新的市场，请为企业制定一个 2012 年湖南长沙市场的完整的“新学期”广告方案，费用控制在 50 万之内。

案例八十一：

深圳市蝶欧饰品经营有限公司是原丹麦知名女饰品牌 FORMTA（芳美亚）在中国大陆的总运营商，从 90 年代至今超过 15 年历史，并在大陆引进了欧洲的设计师和设计工厂。

FORMTA（芳美亚）创建于 1928 年，曾为丹麦皇剧院及欧洲皇室提供御用设计，上个世纪八十年代末开始，FORMTA（芳美亚）逐渐把目光转向时尚白领女性。“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，短短几年里，FORMTA（芳美亚）已在世界各地设有近百家特许经营店，深受全球女性的青睐。

经过不断的开发与努力，FORMTA（芳美亚）的产品逐渐丰满，目前主要有发带、发夹、发簪、马尾圈、鹤嘴夹、抓夹、发棒、项链、手链、太阳眼镜、淑女阳伞、围巾、帽子等，产品款式目前超过上万种。

品牌的经营理念：时尚中的高贵、典雅中的绚丽

品牌渊源：Mia 於 1928 年创立于丹麦哥本哈根。灵感来自于丹麦的童话《海的女儿》。Mia 觉得在当时欧洲经济萧条的背景下，童话般的爱情故事会成为人们战胜现实的精神支撑，她由此萌发了创立一个以童话般高贵爱情为主题的品牌饰品，就以自己的名字命名 Form——Mia！

今天，Formia 品牌历经几代设计师的精心打造，凝结了为 Mia 为代表的设计师的灵感结晶，取得了时尚界的广泛认可。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在各地市大型商场（如平和堂、友谊商城、王府井百货等高档商城）上柜的方式进行销售，请为其设计一套开拓湖南市场的广告方案，费用控制在 50 万之内。

案例八十二：

环球奥特莱斯长沙购物中心位于湖南长沙市政府重点打造、高收入人群聚集的长沙第一新经济区、第一新居住区——大河西先导区金星路与雷锋路交汇处。项目占地 500 亩，建筑面积 17 万平方米，总投资 15 亿元，主营国际名品，国内市场成熟品牌相结合，店铺规划约 500 家。其中超 50%的阔景绿化精致园林与马桥河 15 万平米自然风光相结合，7 条纯欧式风情街、11 个风格鲜明的文化广场、30 家时尚餐饮美食、150 米异域酒吧长廊、1200 平米亲子互动游乐空间、5000 平米超大 I-MAX 视听影院、2 万平米露天烧烤/赛马/高尔夫/会员私享高级会所等休闲游乐项目，提供 3000 个宽敞停车位、10 台豪华免费接送大巴，同时拥有全角度监控系统保障、恒温中央空调等全方位的配套服务功能。该购物中心将于 2012 年 8 月 8 日开业。

案例思考：

假设企业想在开业之前在区域内进行广告宣传造势，请为其设计一套开业之前造势宣传的广告方案，费用控制在 100 万之内。

案例八十三：

五连矿泉地处东北，是世界三大冷泉之一，常年温度在 2 到 4 度，含有丰富的微量元素和矿物质，在中国 3500 处可开发矿泉水源中，唯一天然含气。它曾经获得多项荣誉，通过 TS09001 和 TS014001 双项认证，是第六届华商大会指定用水，2001 年全国人大、政协（两会）文艺晚会指定用水等等。

该产品有如下特点：

- 1、世界三大冷泉之一，与世界最好的法国维希矿泉水齐名；
- 2、天然含气，在非碳酸型饮料中非常罕见；
- 3、口感很独特，乍喝辛辣清爽，喝一口想吐，喝一瓶有感觉，喝两瓶就容易上瘾；
- 4、包装特殊，中国矿泉水中不多见的用玻璃瓶包装，外型像一滴水珠；
- 5、营养价值高，在当地被誉为“神泉”，可治多种疾病。

包装和市场零售价：

330ml-----5.5 元

238ml-----4.0 元

200ml-----3.2 元

在被 J 集团投资 3 亿元并购前，该矿泉水一直没有做大，仅局限在东北地区。J 集团正式运作该项目，决定加大产品开发力度和市场投入，做大做强。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，请为其设计一套开拓湖南市场的广告方案，费用控制在 90 万之内。

案例八十四：

中国历来有“民以食为天”的传统，餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展与人民生活中发挥着重要作用。特别是最近几年，我国餐饮业呈现出高速增长的发展势头，成为“热门”行业之一。餐饮业呈现出迅速发展、繁荣兴旺的景象。餐饮业有“百业以餐饮为王”之说，且一向被视为一枝独秀，也是最具吸引力的行业之一。它利润高，资金回流快，每天经营所收的都是现金。据悉，我国现有各类饭店、餐馆近 400 多万家，年营业额超过 7300 亿元人民币，并保持着高达 15% ~ 17% 的年增长率。不容忽视的是，在这些众多的餐馆中，上规模的却非常少，更多的只是街头小店。一些权威人士预测，今后

3 至 5 年内，信息数字技术产品在中国餐饮行业的应用将达到一个高峰，最大容量可达 2300 亿元人民币。

湘依寨是一家以传播湖湘文化、弘扬湘菜产业、发展全国连锁为经营宗旨，的上规模的特色餐饮连锁机构。湘菜发展历史至少已有两千多年，湖南简称湘。有芙蓉国的美誉。湘菜是我国八大菜系之一，其菜肴风味是鲜辣浓香，在烹调技艺上，以炒、腊、蒸、煨、煎、烧见长。湘菜主要由湘江流域、洞庭湖区和湘西山区三地风味组成，以湘江流域菜为其代表。近现代湘菜已发展到 4000 多个品种，其中有 300 多款为闻名遐迩的名菜。湘菜用料选材于湘水流域、洞庭湖区及湘西山区等地，加工精细，制作考究，脍山川之珍、天地之奇于盘盏之中，以酸辣，焦麻，鲜香，脆嫩，薰腊、原汁原味、浓淡分明、口味适中而特立于世，经久不衰，且获大兴之势。建国后湘菜得系统挖掘和整理技艺日臻精良。国内外各界人士品尝之后，无不常觉口齿留香并大加褒扬。湘菜现已走出本省、走向世界。美、日、德及东南亚一些国家都已开设了湘菜馆，足见湘菜地位的非凡。

据中国烹饪协会统计调查：中国有 5 亿人可以吃辣，这说明湘菜具有巨大的潜力。可见发展以特色湘菜为主的连锁餐饮企业是个不错的选择。在此市场状况下湖南湘依寨餐饮管理有限公司“湘依寨”品牌于 2009 年 6 月创立，在 2009 年 8 月成为湘依寨餐饮管理有限公司，在 2009 年 8 月成立“湘依寨”生态原材料生产基地。着眼于全国连锁经营发展与管理。公司是一家新起的高度重视信息数字技术产品和创新发展及科学管理的餐饮企业。

案例思考：

假设企业目前有意在湖南市场加快加盟事业的步伐，为了吸引更多的投资者加盟，也为了扩大企业在消费者心目中的知名度与美誉度，请为其设计一套针对湖南市场的广告方案，费用控制在 100 万之内。

案例八十五：

辣椒不仅是我国人们喜欢吃的蔬菜，而且是一种很重要的调味品。我国的西北、西南、东北和湖南、湖北、江西是著名的辣带，对辣椒这种调味品的需求非

常大。特别是湖南人喜食辣椒，天下闻名，几乎达到了无辣椒不能下饭，无辣椒而索然无味的地步。毛泽东来他老人家一辈子没有离开过辣椒，曾经发出豪言壮语，不吃辣椒不革命，这说明了辣椒这种调味品在我国南方人的生活中占据重要的地位。永丰辣酱更是湖南人所喜爱的菜肴，它具有一定的医疗保健作用，可以抵御风寒，预防伤风感冒，还能防冻疮、脱发、坏血病和提高身体活力。它既是菜肴佳品，又能直接食用，还是馈赠亲友的上好礼品，深受世人喜爱，在清朝即被列为贡品，但是近年来因为诸多原因，即使“湘春”、“孙大妈”和“曾国藩家府”牌永丰辣酱均获得“2007年中国（长沙）国际辣椒产业博览会金奖”，可这并没有在很大程度上扩大产品销量和提高品牌知名度。

永丰辣酱是湖南省娄底市双峰县的有名的土特产，绿色食品。也是湖南省辣的标志之一，而双峰县永丰辣酱集团总公司是湖南省农业产业化龙头企业，成立于1993年，下辖永丰酱业有限公司、永丰酱园、双雄酱业有限公司、蔡老板酱菜食业有限公司、生物食品研究中心，辣椒研究所。永丰辣酱自清朝就已经成为贡品，而现在为何却名声日下？成为无名绿色产业？现在永丰辣酱虽然在农博会上获过奖项，但是它大部分只在本地销售，其实现在在湖南消费者心目中并没有什么印象。

案例思考：

企业为了扩大销量，提高永丰辣酱的知名度和美誉度，从长沙开始，通过一系列广告宣传活动，提高品牌知名度，再向全国辐射。请为其设计一套长沙市场的广告方案，费用预算在30万之内。

案例八十六：

友情精细化工实业有限公司香薰化妆品是一家以生产香薰化妆品为主的企业，主要品牌是“兰若”。香薰是一种从除臭的基本需求上引申出来的既具备“祛除异味、留香持久”的直观联想，又包容“提神醒脑、舒缓紧张”丰富内涵的目标市场细分消费需求，与市场上现有的各类洗沐产品迥然不同，拥有完全独立的全新概念空间。

近年来，随着香薰炉、香薰精油、香薰膏体以及香薰文化在家庭消费和专业美容院线中的逐渐普及，香薰类日用洗沐产品入市流通已经是大势所趋。现阶段该企业产品的竞争对手主要有有奥妮西亚斯健肤按摩沐浴露、好雅芙蓉花香沐浴露、天然美沐语人生系列香薰沐浴露，迪影香薰洗发露、日本活发能量元素等相似或同类产品散见于市场，但大多品系不全且价格不菲，除西亚斯初具规模外，同类产品尚无强势品牌。

由于迎合了休闲经济时代的消费时尚，香薰类产品市场前景广阔，预测短期内将会有大量同类产品上市推广，1—2年后将出现流行风潮，但捷足先登者必将取得热销的优势。因而目前市场态势，极其有利于以中偏低档的价位切入市场的兰若香薰系列产品行销推广和时尚品牌形象的树立。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南市场，而且希望通过在各地市大型商场（如王府井百货、春天百货等中高档商城）上柜的方式进行销售，请为其设计一套开拓湖南市场的广告方案，费用控制在100万之内。

案例八十七：

乐和城购物中心（“乐和城”）位于长沙最繁华的五一商圈。乐和城共有七层，总建筑面积约达80,000平方米，目前由百联亿万豪持有经营。作为一个国际化区域性购物中心，乐和城将首次为长沙消费者带来全方位生活方式的全新理念。拥有国际一流设施、先进运营理念以及“全新、时尚、独特”定位的乐和城的出现将进一步改善长沙的商业格局，并将成为长沙乃至整个中部地区消费者的理想之选。

乐和城富有经验的管理团队兼具了国际视野和对本土市场的深入认识，并致力于将乐和城打造为“购物达人的天堂”。作为都市潮流人士的乐园，乐和城引进了多个首次进入长沙市场的国际品牌，其中包括H&M和Zara在内的独家时尚品牌，将为长沙带来全新的国际潮流。

在餐饮方面，乐和城也为消费者提供了丰富的选择。顾客既可以享用传统的

中国美食，又可以品尝多种异国风味。乐和城的餐饮品牌也名目繁多，涵盖休闲便餐、高档餐厅以及广受欢迎的国际餐饮连锁品牌。各式各样的风味佳肴都可以在这个餐饮胜地找到。

乐和城不仅仅是座购物中心，更是休闲娱乐的好去处。除了顶层的五星级影院，乐和城还在四楼设置了儿童教育中心。作为时尚娱乐盛宴的忠实拥趸，乐和城已举办了多场形式多样的演出及展会。乐和城将成为长沙娱乐休闲的新地标。乐和城交通便利，商场附近共有 6 个主要公交站点。将于 2014 年投入运营的地铁 2 号线将有一个出口直接通向乐和城。此外，乐和城还拥有超过 300 个停车位。作为一座拥有 100 余家店铺和餐厅的一站式、多功能大型国际化购物中心，乐和城将成为长沙全新的购物、餐饮、休闲、娱乐胜地。

案例思考：

企业面对五一路竞争激烈的商圈环境，机会与威胁共存，节假日尤其是元旦等假日是商家必争的销售好时机，考虑到购物城在长沙开业的时间不长，在消费者心目中的美誉度还没有建立，知名度也由欠缺，因此，企业想在元旦之前在湖南形成一次广告攻势，为元旦节销售活动做好铺垫，请为其设计一套完整的广告方案，费用控制在 50 万之内。

案例八十八：

某楼盘位于长沙市府核心，直临岳麓大道，项目建筑面积约 50 万平米，由 25 栋德式精工建筑组成，是市府版块最为杰出的精工地产项目之一。

该楼盘式现代简约建筑群，卓尔不凡；园林随处可见全冠移植的百年银杏、繁茂香樟、馥郁桂花，昂贵的黄锈石铺装地面，让回家成为一次奢华的旅行；近千平米的梦茵湖，采用了 7 层循环净水系统，欧洲雕塑、纯铜亭顶……细节处无不彰显出非凡品质；筑有长沙独一无二的巴洛克会所，繁复的工艺，杰出的艺术作品，与湖泊美景相映成辉；户型设计独具匠心，超宽楼间距、多景观露台、入户花园及空中合院、270° 飘窗设计……将阳光清风延请入室，处处绿意盎然。外墙保温隔热系统，多功能防辐射中空玻璃，高清可视对讲系统，创新阳光生态车

库，24 小时安防系统，立体生态园林系统，6 大智能环保科技，融汇精工品质，创立新概念宜居标典。

案例思考：

目前房地产市场不太景气，房地产市场竞争尤其是长沙市河西版块楼盘林立，很多是属于新开发的楼盘，各有优势，面对严峻的竞争态势，考虑到购房者很多来自于二线城市，企业想在开盘之前在湖南全省范围内做一次规模较大的宣传，请为其设计一个可行的广告方案，费用控制在 120 万之内。

案例八十九：

进入 21 世纪以来，随着人们生活水平的不断提高，人们的温饱问题已基本解决，老百姓的饮食在不断的变化，禽、蛋、肉在饮食结构中的比例越来越高，对健康的认识逐步加深，人们不但要求吃得好，还要求吃得安全，吃出健康，在饮食上注重食品的安全越来越崇尚天然无污染食品，绿色食品已成为一种消费时尚，健康饮食、绿色食品的概念应运而生。

丛林鸡是原生态的绿色产品，鸡群系纯天然放养，喝的是纯天然泉水，吃的是五谷杂粮。符合现代饮食消费的趋势。天然放养的丛林鸡所产丛林鸡蛋以其味道鲜美、营养价值高而越来越受到城乡广大消费者的青睐，市场走俏，需求量逐年增多，丛林鸡肉、丛林鸡蛋价格居高不下，采取传统放牧养殖方法，批量饲养的丛林鸡，供应市场，不愁销路，天然放养的丛林鸡养殖业出现了前所未有的发展势头，必然向规模化方向发展，丛林鸡养殖市场前景良好。

丛林鸡蛋在城乡市场上非常畅销，且蛋价也高于普通鸡蛋。鸡肉、蛋品质优良、营养丰富，市场需求前景广阔。对于具备一定条件的农户来说，饲养丛林鸡的成本又比较低廉，适合家庭养殖。天然放养的丛林鸡采食青草、嫩叶、果实、虫子等，再加适当补饲，不但不破坏植被，鸡粪肥田，还能促进植被生长，促进生态平衡，保持可持续发展。

现在是一个崇尚天然、回归自然的时代，人们穿着从化纤回归到老粗布，饮食从杂交人造食品回归到无污染的土特产，这已经成为一种新的消费理念，新的

消费时尚。根据有关专家分析,今后丛林鸡蛋必然在鸡蛋市场上三分天下有其一,天然放养的丛林鸡养殖业市场潜力巨大,发展前景光明。

丛林鸡养殖业的快速、健康发展对农民增收、农业增效、农村稳定具有十分显著的作用。同时,可给人们提供绿色、安全的丛林鸡和丛林鸡蛋,对国民身体素质的提高、林牧矛盾破解、农村经济可持续发展都具有重要的意义。

张家界慈利丛林山鸡厂成立于 2006 年 7 月,位于张家界东大门慈利县苗市镇,是新型私营企业,鸡厂占地面积 380 亩,这里山高林密,草木茂盛,空气清新,人迹罕至,泉水清甜,生态优良,养育着各种昆虫,花草,树木,鸡群系纯天然放养,喝的是纯天然泉水,吃的是五谷杂粮。已获国家无公害认证,产品远销全国各地。鸡厂倡导“以人为本、踏实做事、祥和发、发展发达”的核心理念,重视社会责任。

1、主营产品:原生态丛林鸡和鸡蛋,以及不含农药化肥的绿色蔬菜。

2、价格:

普通的土鸡蛋:1.2 元一个

绿壳鸡蛋走礼盒,60 个一盒 180 元,走高档价格路线

普通的土鸡:12 元一斤

丛林黑山鸡:20 元一斤,走高档价格路线

案例思考:

企业几年来由于缺乏的宣传,养在深闺无人识,市场占有率比较低,市场规模比较小,现企业希望通过做一些广告宣传,提高产品的知名度,真正让湖南尤其湖南一二线城市的居民吃上优质的鸡肉、蛋以及蔬菜,请为其设计一套广告方案,广告经费在 10 万之内。

案例九十:

2011 年我国饮料产品将向多样化发展,饮料一般分为 5 大类:碳酸饮料、

水、含乳饮料、茶饮料、果汁饮料。继碳酸饮料、水、含乳饮料后，一些新兴的复合型果汁饮料如生菜汁、西洋菜汁、蔬菜汁等，及近来国外兴起的含维生素和矿物质、低聚糖等成份的“时髦饮”，正在营造健康饮料的新概念。由于消费者消费口味的多元性、消费方式的多样性，给饮料行业提供了充足的市场空间。

2011 年果蔬汁饮料将有良好的表现，尤其是果粒饮料将成为市场新宠。来自经济部门的消息显示，果汁饮料作为一种天然、低糖的新型健康饮料，越来越被消费者所接受。有统计数字表明，美国人年均果汁消费量为 50L 左右，与此同时，中国人年均果汁消费量还不到 1L，差距十分明显。在这组数字的暗示下，完全可以相信中国人应消费更多的果汁。调查表明，随着高收入人群生活方式的改变，人们更加关注健康，果汁饮料以补充维生素的形象出现，自然吸引了众人的目光，而且随着年轻一代可支配收入的增加，大多数消费者都认为 PET 瓶饮料更显潇洒时尚，具有喜欢流行特质的人群会更多选择 PET 包装的果汁饮料。

椰子汁中含有人体必需的各种氨基酸：亮氨酸、异亮氨酸、缬氨酸、赖氨酸、苏氨酸、蛋氨酸、苯丙氨酸、组氨酸。椰子汁还含有：胱氨酸、甘氨酸、脯氨酸、丝氨酸、精氨酸、谷氨酸、尼克酸、天冬氨酸。以上这些全部氨基酸都是机体蛋白质的建筑材料，是最直接供人体组织利用的物质。所以，经常饮用椰子汁不但有美容的效果，还能强健体魄，有保健的功效。椰子汁是将椰子肉榨汁而成的天然饮品，含有大量植物蛋白以及 17 种人体所需的氨基酸和锌、钙、铁等微量元素，是迄今为止世界上氨基酸含量最高的天然饮品。其所含的维生素 E 能保持女性青春活力，丰富的锌可促进少女发育，镁可改善老年人的循环系统，核黄卵素磷脂更是增强性功能的高级燃料。

由此可以看出椰子汁是很好的功能性饮料，然而现在人们的生活节奏过的很快，时间对人们来说是多么的宝贵，所以新鲜现榨的椰子汁不会是很多人的选择，而西岛牌椰子汁，口味很纯正而且里面的含有椰子果粒西岛椰子汁的卖点。

据资料显示目前我国椰子汁市场需求越来越大。有关调查显示，2007 年，全国椰子汁的需求量为 112 万吨，2010 年达 200 万吨，而海南目前整个椰子汁产量为 50 万吨，远远不能满足日益膨胀的市场需求。因此在长沙的椰子汁的市场将会很大。也正是由于需求大于供给所以很多的商家见有利益就纷纷跟风以至于产

品的同质化、无差别化越来越严重。西岛椰子汁是一个新品牌，知名度不高但是它与其他椰子汁不同的就是它里面含有椰果粒，而且在 2011 年果粒饮料炒得很火，而且市场潜力也很大。

A 批发有限公司成立于 2001 年，该公司主要经销过有名的饮料、啤酒等产品，在湖南拥有自己成熟的铺货渠道，但是由于先前没有好好对饮料方面的渠道好好管理，以至于经销的产品销售很不理想，因此公司经过慎重考虑决定于 2012 年经销果汁饮料西岛牌椰子汁。

案例思考：

企业在 2012 年夏季快要到来之际想针对西岛椰子汁做湖南省内一个推广。请为其设计一套开拓湖南市场的广告方案，费用控制在 80 万之内。

案例九十一：

坐落于湖南省长沙国家级高新技术产业开发区隆平高科技园的明园蜂业有限公司是集养蜂生产、科研，蜂产品加工与销售于一体的专业蜂产品公司。自 1998 年成立以来，经过了 6 年艰苦创业期，2004 年开始进入了高速增长阶段，每年以 30% 以上的速度增长，迅速壮大。2008 年，“明园”商标成为全国蜂产品行业内第二个，省内行业内唯一一个“中国驰名商标”。企业相继通过了 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 食品安全管理体系认证、GMP 认证和 QS 认证。拥有全国首家按 GMP 标准建设的蜂产品综合加工厂房，建立了“公司+基地+蜂农”的产业化模式，在省内外建立了 10 多个养蜂基地，打造专业的蜂产品研究所和全国行业内唯一一条由国家商务部资助建设的“蜂产品冷链系统”。

十年来，明园积累了深厚而独特的企业文化。企业定位为“中国蜂产品的专业经营者”，始终坚持“不求最大，定求最好”的经营理念，恪守“禁欺”司训，以“振兴民族蜂业，健康中国人民”为使命，用“行业领先，不断改善”的方针来进行质量管理，企业迅速发展，规模不断扩大。现有产品包括蜂王浆、蜂胶、蜂花粉、蜂蜜、日化品、礼盒和其他蜂产品制品七大系列，上百个品种，在全国拥有专卖店 400 多家，遍布大江南北。明园以改变中国蜂产品对国际市场的

依赖而造福中国蜂农，向国人提供优质的蜂产品而造福国人，创“百年老店”为目标。为了不断满足全国消费者对“明园”优质蜂产品的需求，明园正在实施“百城千店”工程，计划未来3至5年内在全国开设专卖店3000家，营销网络将延伸到全国各大中城市，届时全国甚至国际蜂产品行业内必将掀起一股红色旋风。

案例思考：

假设企业目前欲对湖南市场进行企业形象的宣传以巩固市场占有率，请为其设计一套湖南市场的企业形象广告策划方案，费用控制在80万之内。

案例九十二：

长沙湘贵实业有限公司（以下简称公司）是一家以酒类产品为主，实施多元化经营的新型专业营销公司，历年来的诚信经营也得到了相关政府职能部门和社会各界的高度评价和认可，是湖南民营企业的一颗新星。公司主要从事产品的代理与专业推广业务，主要产品有贵州仁怀酒中酒集团“酒中酒霸”、“小品酒”，贵州一品仙有机茶业有限公司“一品仙”茶，“湘贵苹果醋”、“湘贵干红”、“山药酪”等。目前，公司在全国各地设有办事处及数十个市场部，销售网络遍布中南地区数十个大、中、小城市及乡镇市场。在总部长沙设立有批发、零售、特约经销网点达10000多家。

公司旗下代理的白酒、红酒、饮料、茶叶等四大产品系列中，饮料系列属企业自有品牌（中间商品牌，企业用自己的品牌推出产品），产品均为果园性质的“养生”功能型健康饮品，为“使众多消费者享受着‘养生果汁专家’带来的营养与健康”而努力。

公司秉持奋力拼搏，锐意进取的精神，坚定不移地走改革、创新、品牌发展之路，力争将公司做大、做精、做强。近年来，随着我国高校的连续扩招，规模不断壮大，我国高等教育在校生的人数超过1600万，如果大学生每人年平均消费5000元，年消费额将高达800多亿，对商家和企业来说，也就意味着一个巨大的、高素质的新型消费市场的形成。为抓住青年消费群体，特别是大学生这一充满青春活力的特殊群体，将以下产品深度分销做进大学校园。

(1) 湘贵苹果醋：调整肠胃，解酒养肝，消除疲劳，调节新陈代谢。增强免疫力，预防流感，帮助消化，增进食欲，促进钙质吸收，避免虚胖。

(2) 湘贵山药酪：含有丰富的 DHEA（青春因子），可以抗衰老，增强免疫功能；能降低胆固醇；有利于脾胃消化吸收功能；消除疲劳、补充天然能量。

(3) 湘贵苹果汁、金梨汁：护肤美容、助消化、营养易吸收、润肺、凉心、消痰治风热，降火凉心、解毒调节人体机能。

案例思考：

假设企业目前有意开拓湖南高校“山药酪”、“苹果醋”、“苹果汁”、“金梨汁”等系列健康饮品市场，而且希望通过在各地高校附近商场、超市、食堂饮料销售点等渠道进行销售，请为其设计一套开拓湖南高校市场的广告方案，费用控制在 20 万之内。

案例九十三：

花之林人文茶馆于 1997 年 7 月 1 日由钟晨亮先生创立，原名玫瑰园(今上海花之林仙霞店)，公司自成立以来即专心于各事业体之发展，用心于员工能力之成长，尽心于客户服务之满意，在全体同仁的努力以及政府部门、客户、厂商、股东的协助与支持下，企业才能持续发展并且成功的经历了亚洲金融风暴与非典时期之考验。1999 年 4 月-花之林首家加盟族的领头先锋——桂林加盟店开张，至今已成为当地最具特色的高档茶馆；2000 年 12 月-首家外省市直营店——苏州店试营业，以其独特的挑空庭院风格而成为当地的第一消费场所，开创了大陆茶馆时尚化的模式，并成为当地同行竞相效仿的对象；2001 年 10 月-花之林曲阳店经过全新装修，特有古典园中园的人文风格与规范统一的贴切服务迅速席卷上海的北部地区，奠定了花之林品牌在该地区的鼻祖地位；2002 年 12 月-以古老的传统元素与现代的前卫因子相结合而产生的风格-新古典，在花之林华山店被表现得淋漓尽致。新古典很快成为时下流行不衰的时髦名词，也使花之林华山店成为徐家汇地区的标志性场所；2005 年 9 月-花之林第一家商场型店面港汇店开业，营业绩效蒸蒸日上，象征花之林又一次 的蜕变与提升。

来源定位：古老品味现代追求

店铺要求：品质严谨服务扎实环境幽雅

人本思想：员工第一顾客第二；

管理哲学：以人性为原点，以利他为过程，以双赢为目标；

共同做法：本诸传统文化，在功利现代社会中，刻意经营的温馨人文茶馆；

花之林前身为赫赫有名的玫瑰园，后更名为花之林。取“玫瑰”之“花”意，更“园”之狭义突破为“林”，即为“花之林”。中国诗词中，对“花”的描写数不胜数，秉承中国传统文化，在挂画插花环境中，用各类茶原料，依四季冷暖原则，普遍饮茶吃茶之乐趣。今奠基于此，期用续百年，不朽经营之意。花之林茶人本着敬业、守信、自我超越的经营理念，以优良的产品品质，良好的服务，幽雅的环境，为顾客营造出温馨、活泼、深具人文气息内涵的现代茶馆。开门七大事柴、米、油、盐、酱、醋、茶，饮茶是生活大事，花之林人文茶馆本着“古老品位、现代追求”的定位，以大陆第一品牌的茶馆自许，为提升世人之生活品质，不断创新、追求卓越！

花之林是一家温馨而有文化的饮茶空间。是一家集饮茶、商谈、聚会、休闲为一体的专业茶馆。以舒适温馨的空间提供的文化饮茶乐趣。主要经营六大茶系，大壶泡茶，台湾功夫茶，冷（冻）饮茶，奶茶，欧式健康花草茶，西式咖啡，下午茶甜点心，台式点心，以及自制美味套餐，商务简餐，夜宵小吃等十二大类，一百九十多种产品。

案例思考：

假设花之林欲在湖南加快加盟扩张的步伐，为了吸引更多的加盟商以及消费者，想在湖南进行一次全面的广告攻略，请为其设计一套完整的湖南市场广告方案。

案例九十四：

雅芳，全美最大的 500 家企业之一。1886 年，“雅芳之父”大卫·麦可尼

(David McConnell)从一瓶随书附送的小香水中受到启发，“加州香芬公司”(the California Perfume Company)由此诞生。出于对伟大诗人莎士比亚的仰慕，1939年，麦可尼先生以莎翁故乡一条名为“AVON”的河流重新为公司命名。

如今，雅芳已发展成为世界上最大的美容化妆品公司之一，在53个国家和地区进行直接投资，拥有43000名员工，通过440余万名营业代表向145个国家和地区的女性提供两万多种产品，包括著名的雅芳色彩系列、雅芳新活系列、雅芳柔肤系列、雅芳肌肤管理系列、维亮专业美发系列、雅芳草本家族系列、雅芳健康产品和全新品牌Mark系列，以及种类繁多的流行珠宝饰品。雅芳针对的25岁以上的女性消费者推出A霜。

1、产品特征：

它是通过增强细胞互动能力，活跃微细胞循环，从而达到抗衰老功效的脸部保养产品，通过海洋原生质和CTC的完美结合，为肌肤细胞注入前所未有的生命活力，刺激细胞生长和繁殖，令细胞时刻保持活跃状态。是通过海洋原生质和CTC的完美结合，纯天然的草本配方；

功效迅速，明显，可在试用七天后使肤质全面提升，肤色通透，均匀亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩，且价格适中。

2、产品功效：

使用七天，便可感受到肤质全面提升，肤色通透，更均匀亮泽，红润健康，细纹、毛孔问题明显改善，保湿力、弹性提高，令肌肤晶莹柔嫩。

3、产品成份：

海洋原生质精华—A霜的主要功臣 · 穿心莲叶 · 水解牛奶蛋白 · 太阳花籽。

4、使用方法：（早晚）洁肤—爽肤—A霜。

案例思考：

假设该产品将投放在商场专柜，各大小日化超市，专卖店等有雅芳出售的店面，采取卷铺盖的方式，扩大产品的覆盖面，请为该产品针对湖南市场设计一套广告方案。

案例九十五：

历经数年锻造，爱晚床具有限公司现在已经发展成为以床垫产品为龙头，兼具床具、家纺、沙发等产品的大型多元化家居产品生产、营销企业。

爱晚工业基地坐落于湖南长沙的湖南省台商投资区，拥有国际上先进的专业家居产品生产设备以及优秀的员工队伍，爱晚企业全面引入实施 ISO9001 国际质量管理体系和 ISO14001 国际环境管理体系进行企业管理，使得“爱晚”的每一件产品都有着坚实的品质保证，也确保了企业生产流程和产品的绿色环保，爱晚床垫以科技改善生活品质为使命，每一张床垫均倾爱，精心打造，在细微处领悟时尚元素，在品味中感受生活愉快。因此，爱晚床垫连续多年被评为湖南名牌产品、消费者信得过品牌等诸多殊荣。爱晚营销中心位于长沙市中心的“湘域中央”高档商务楼内，公司最优秀多的营销团队将从这里开始把每一件“爱晚”产品推广到全省、全国各地乃至全世界。爱晚始终崇尚实行现代化企业制度和诚信经营理念，促进企业发展。

每一款爱晚床垫从选料到加工、销售都经过系列烦琐而仔细的工序、最后才能成为您家居的一员。只有精良的设备和精湛的工艺才能确保爱晚床垫优良的品质。“爱晚企业”将以一流的品质和一流的服务，为全世界喜爱“爱晚”产品的人们提供优质、高尚的家居产品。

案例思考：

假设该公司在家具市场激烈的竞争中获取更多的市场份额，请为其在湖南市场设计一套完整的产品广告方案。

案例九十六：

北湖区野给力生态农产品开发有限公司是湖南郴州市组织生产加工和包装、销售以郴州北湖区西南山区产地产品为主的名优特农副产品的企业。

1、公司的经营宗旨：为食品安全尽责；为市民健康给力

2、公司的经营理念：天道酬勤、地道酬仁、商道酬诚

3、公司的承诺：以道德做事，以良心做人。做一家让市民吃得放心吃得健康的食品企业

4、公司的主要品种：

野给力高山泉养禾花鱼（冷水鱼）

野给力高山草原黄牛肉

高山健秀香软红（黑）米

野给力高山红衣花生

5、公司经销的区内其他产品：

精品裕湘面

南岭岚峰精品茶

国丰“喜蕃莲”果汁饮品

南溪高山有机香菇

华塘有机雷笋干

舜华（北湖）产品

6、公司经营模式

公司+基地+加工厂+经销店

控股公司：北湖区野给力生态农产品开发有限公司

直控基地：①同和红与黑特色稻种植基地；

②保和小埠禾花鱼育苗基地

③南溪禾花鱼养殖基地

④永春田池洞禾花鱼养殖基地

⑤永春田池洞高山冷水米种植基地

公司协议基地： ①保和乡红衣花生种植基地

②月峰高山有机苦笋基地

③芙蓉乡高山有机苦笋基地

④华塘塔水有机雷笋基地

⑤南溪高山有机香菇种植基地

⑥华塘塘昌“猪跑跑”野猪养殖基地

加工厂：公司直接从基地提供原料，委托三证齐全的生产企业按本公司产品标准要求进行生产、包装。

案例思考：

假设该企业欲在湖南各大中城市大型小区开设专卖店，请为其专卖连锁店系统设计一套开拓湖南市场的广告方案。

案例九十七：

浏阳花炮以“全球视野，全球战略”的眼光，准确把握市场需求，熊猫烟花集团股份有限公司通过一系列高效的海外营销和并购战略，在全球主要的烟花消费大国（英国、瑞典、丹麦、美国、德国和意大利）建立了自己的销售公司、销售网络或战略伙伴。以质量为先，浏阳花炮致力于为各国消费者提供质量可靠的产品和优质的服务，深受国内外客户的青睐。“熊猫烟花”、“PANDA”、“WINDA”、“BRIGHT STAR”和“浏花”等品牌在全球各主要烟花消费国家享有很高的市场占有率和美誉度。浏阳花炮已成为中国最大的花炮出口商和全球最大的花炮生产和贸易商之一，其中“浏花”牌商标，早在2001年就被评为花炮行业著名商标。而“熊猫烟花”更是快速渗透在国内消费者市场和专业燃放市场，

欲为国内烟花爆竹品牌树立“品牌领袖”。

熊猫烟花在素有“花炮之乡”美誉的湖南和江西拥有 8 家功能完备且标准化、现代化的烟花爆竹制作厂。总占用面积超过 700 万平方米。工人超过 3000 人；烟花品种达 3000 余种。包括消费类烟花和专业类烟花，覆盖了几乎所有烟花类别。生产规模堪称全球之最。

熊猫烟花在全球主要的烟花消费大国如：美国、英国、瑞典、丹麦、德国、意大利、南非等国家均建立了自己的销售网络。PANDA、WINDA、BRIGHT STAR 等品牌在全国享有极高美誉度。年总出口额超过 5000 万美元，约占中国年花炮出口总额的 15%。

熊猫烟花在中国的北京、广州、武汉、太原、郑州、昆明、济南等城市均设立了当地最大规模的烟花销售及专业燃放公司；在北京看，熊猫烟花已占据市区市场总额的 70%。其经营思想和理念已成为海内外同行学习和消防的标杆。

在全球专业燃放领域，熊猫烟花凭借独特的创意、精准的盘办、安全的产品、高端的燃放设备、严谨的现场组织和精湛的燃放技术，迄今已经圆满完成国内外 10000 余场大型专业燃放。

案例思考：

假设该公司欲抢占中国春节烟花市场，在 11 月、12 月、1 月三个月在全国各大城市开展大规模的广告宣传活动，请为其设计一套完整的中国市场广告方案。

案例九十八：

青岛啤酒股份有限公司成立于 1993 年，（以下简称“青岛啤酒”）他的前身是 1903 年 8 月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛公司，它是中国历史悠久的啤酒制造厂商，2008 年北京奥运会官方赞助商，目前品牌价值 502.58 亿元，居中国啤酒行业首位，跻身世界品牌 500 强。

1993 年 7 月 15 日，青岛啤酒股票（0168）在香港交易所上市，是中国内地

第一家在海外上市的企业。同年 8 月 27 日，青岛啤酒(600600)在上海证券交易所上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

上世纪 90 年代后期，运用兼并重组、破产收购、合资建厂等多种资本运作方式，青岛啤酒在中国 18 个省、市、自治区拥有 50 多家啤酒生产基地，基本完成了全国性的战略布局。

青啤公司 2010 年累计完成啤酒销量 635 万千升，同比增长 7.4%，实现主营业务收入人民币 196.1 亿元，同比增长 10.4%；实现净利润人民币 15.2 亿元，同比增长 21.6%。继续保持利润增长大于销售收入增长，销售收入增长大于销量增长的良好发展态势。

青岛啤酒远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界 70 多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告 Barth Report 依据产量排名，青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。

青岛啤酒几乎囊括了 1949 年新中国建立以来所举办的啤酒质量评比的所有金奖，并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖。1906 年，建厂仅三年的青岛啤酒在慕尼黑啤酒博览会上荣获金奖；20 世纪 80 年代三次在美国国际啤酒大赛上荣登榜首；1991 年、1993 年、1997 年分别在比利时、新加坡和西班牙国际评比中荣获金奖；2006 年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006 年全球信誉企业 200 强”，位列 68 位；2007 年荣获亚洲品牌盛典年度大奖；在 2005 年（首届）和 2008 年（第二届）连续两届入选英国《金融时报》发布的“中国十大世界级品牌”。其中 2008 年在单项排名中，青岛啤酒还囊括了品牌价值、优质品牌、产品与服务、品牌价值海外榜四项榜单之冠；2009 年，青岛啤酒荣获上海证券交易所“公司治理专项奖——2009 年度董事会奖”、“世界品牌 500 强”等诸多荣誉，并第七次获得“中国最受尊敬企业”殊荣；2010 年，青岛啤酒第五次登榜《财富》杂志“最受赞赏的中国公司”。

案例思考：

青岛啤酒众所周知是中国有名的品牌，假设该企业为了扩大在湖南市场的知名度与美誉度，欲在 2012 年 3 月到 6 月期间对湖南市场开展一次大规模的企业广告攻势，请为其设计一套完整的湖南市场企业广告方案。

案例九十九：

湖南正虹科技发展股份有限公司，是一家以生产销售饲料产品为主营业务的大型企业集团。公司位于洞庭湖畔的鱼米之乡——湖南省岳阳市屈原管理区境内，地处长沙和岳阳两座历史名城之间，东与京广铁路、京珠高速相切，西与湘江—长江黄金水道相连，交通便利，商贸繁荣。

公司是中国饲料行业中最先改制上市的股份制企业（被新闻界誉为“中国饲料第一股”），是农业部等八部委联合评定的第一批“农业产业化国家重点龙头企业”和农业部评定的第一批“全国农产品加工业示范企业”，在“湖南省十佳农业产业化龙头企业”中排名第一。公司在湖南、湖北、河南、安徽、江苏等 16 个省市设有 33 家全资、控股、参股企业，拥有 42 条微机控制生产线，主要生产正虹牌猪鸡鸭鱼牛羊六大系列 120 多个品种的饲料产品，年生产能力达 200 万吨。公司拥有总资产 18 亿元，净资产 12 亿元，支配资产总额达 50 亿元，综合实力在“全国 30 强饲料企业”中居于前列。

公司致力于以饲料为龙头的农业产业化建设。除进行饲料生产和销售外，还从事优良种猪繁殖、畜禽养殖、肉食品加工、兽药研发与生产以及进出口贸易等业务，拥有国内一流的现代化原种猪场、大型屠宰加工厂和 GMP 标准兽药生产厂。公司通过“公司 + 农户”的经营模式，向当地农民提供优良种猪和优质饲料贷放、畜病防治、养殖产品收购和屠宰加工等方面的服务。公司立志在做大做强做精饲料主业的同时，多方位、多层次地推动“农业产业化”进程。

案例思考：

假设目前该公司针对湖南市场唐人神等竞争对手的攻势，欲在湖南市场进行一次广告宣传活功，请为其设计一套完整的广告宣传方案。

案例一百：

爱尔眼科医院集团是中国规模最大的眼科医疗机构之一，拥有近 20 家专业眼科医院、1 家眼科研究所、1 家眼库和 2 个防盲慈善救助专项基金。集团致力

于引进国际一流的眼科技术与管理，以专业化、规模化、科学化发展战略，联合国内外战略合作伙伴，推动中国眼科医疗事业的发展。

集团通过不断的实践与探索，在充分吸纳国际先进的医疗管理经验及成功运作方法的同时，成功探索出一套适应中国医疗体制改革和市场环境的眼科医院连锁经营管理模式。集团利用人才、技术和管理等方面的优势，通过全国各连锁医院良好的诊疗质量、优质的医疗服务和深入的市场推广，使得爱尔眼科品牌的市场影响力和渗透力得到迅速的提升，目前，爱尔眼科已成为具有全国影响力的眼科品牌。2006 年，爱尔眼科被评为“中国最具特色实力眼科医院”。创造性的成功模式使集团成为国内发展速度最快的眼科医疗机构之一，被国内外同行称为中国医疗行业的“爱尔现象”。2006 年 11 月，集团顺利通过了世界银行集团国际金融公司(IFC)的综合评估，获得了其提供的长期融资，标志着集团的综合实力和发展前景获得了国际著名金融投资机构的认可。2008 年 7 月，爱尔眼科医院集团荣登“清科——2008 年中国最具投资价值企业 50 强”榜单。

案例思考：

公司为了进一步拓展业务，针对目前长沙市中小学学生视力普遍下降的现状，请为其设计一套完整的面向中小学生的广告方案(公益广告、产品广告均可)。

全国Mini-MBA职业经理双证班



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构，近 20 年实战教育经验，值得信赖！（教证：0000154160 号）

全国迷你 MBA 职业经理双证书班®，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课. 咨询电话:13684609885

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学 费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《服装企业管理》MBA 双证班	高级服装企业管理职业经理证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《工厂管理》MBA 高等教育双证班	高级工厂管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元

全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证	1280 元
全国《企业车间主管》MBA 双证	高级企业车间主管资格证+2 年制 MBA 高等教育结业证	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】 13684609885 0451--88342620

【咨询教师】 王海涛 郑毅

【学校网站】 <http://www.mh.jy.net>

【咨询邮箱】 xchy007@163.com



【报名须知】

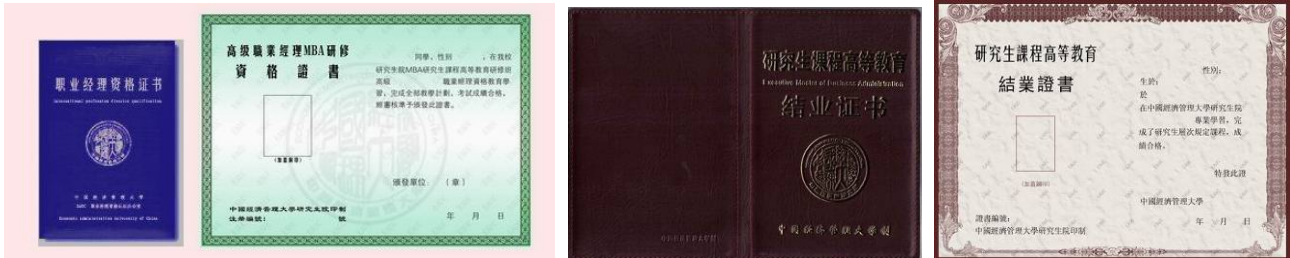
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020 收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行 支付系统行号：313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505 户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023 户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户(卡号)： 6225884517313071 用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。