

## 《北京邦和生物科技有限公司慕夕/慕夕爱家/GX 产品营销策划项目》

(备注：此命题单供参赛师生了解和使用)

<b>命题项目</b>	【北京邦和慕夕/慕夕爱家/GX 产品营销策划案】（任选其一）
<b>参赛产品</b>	<p>慕夕洗衣纸经济装、慕夕内衣专用洗衣纸、慕夕洗衣凝珠、慕夕防串染色母片、慕夕小白鞋清洗剂、慕夕顽固污渍干洗剂；</p> <p>慕夕爱家大师系列塞尚免手洗胶棉拖把、波洛克免手洗旋转拖把、创新节水净污分离马蒂斯旋转平板拖把、维米尔免手洗平板拖把、克里姆特平板夹布拖把等；</p> <p>GX 小棕瓶香水洗发露、GX 小棕瓶香水护发乳、GX 小棕瓶香水沐浴露、GX 小棕瓶香水沐浴露、GX 深蓝 609 香水沐浴露、GX 精油养护面膜、GX 海藻胶原眼膜。</p>
<b>产品销售渠道</b>	天猫、京东等电商平台；抖音小店、小红书的互联网平台；全国美容院线指定销售。
<b>传播/营销目的</b>	<p style="text-align: center;"><b>慕夕产品</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、打造“慕夕”品牌；</li> <li>2、让民众了解、使用新一代健康、环保的洗涤产品，让洗衣更轻松、便捷、健康；</li> <li>3、提升品牌知名度，让更多慕夕产品被的消费者认知、认同，提高国产品牌在日化产品领域的比重。</li> <li>4、慕夕系列产品已连续三年赞助社科奖全国高校市场营销大赛，被越来越多的大学生了解并日常使用，通过第十三届社科奖大赛，让慕夕品牌深入校园，在让更多的学生了解喜欢慕夕产品。</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>慕夕爱家</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、慕夕爱家是北京邦和旗下慕夕系列子品牌，慕夕爱家产品以健康品质生活为中心，产品涵盖家具清洁工具，家居收纳工具、卫士厨房清洁工具；</li> <li>2、慕夕爱家大师系列拖把，匠心品质清洁典范，以更好的品质、创新的设计，让经典走进每一个热爱生活的普通家庭，高品质亲民价，率先使用撕拉口包装，拒绝塑料胶袋造成的环境危害；</li> <li>3、提升品牌知名度，在家居清洁领域细分市场，满足消费升级，让更多的家庭、单位(机构)使用慕夕爱家系列产品，树立慕夕爱家品牌。</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>GX 产品</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、宣传、诠释 GX “GARDEN XANADU 花园里的秘密”品牌故事；</li> <li>2、让大众了解、使用健康环保的个护产品；</li> <li>3、提升品牌知名度，让更多 GX 产品被的消费者认知、认同，提升国产品牌影响力。</li> </ol>

	<p>4、GX 系列产品深入校园，以高品质赢得客户体验感，让更多的学生用上、喜欢她。</p>
<p><b>企业简介</b></p>	<p>北京邦和生物科技有限公司成立于 2015 年，下设邦和研究院，旗下有慕夕、慕夕爱家、慕夕益家、GX、红润芳、迪贝娜、高希、陶瓷谷等多个运营品牌，产品涵盖日用家居、家居护理（清洁）、衣物清洁、个人洗护、化妆品、彩妆、化妆器械、陶瓷产品及工艺艺术品等不同领域，是一家集自主研发、生产、销售于一体的集团性公司。</p> <p>2019 年，北京邦和响应“强校、强企、强国”的号召，与社科奖全国高校市场营销大赛组委会签订战略合作协议，加强与高校之间的校企合作，已连续三年为社科奖参赛团队提供营销实践产品，为学生提供多个实习、就业岗位。</p> <p>三年来，慕夕产品凭借科技、环保、健康的理念及高效的性能，得到了全国高校及大赛组委会的认可，参赛学生从中获得营销经验。品质优良的慕夕不仅提供优质的日化生活用品，还将陆续推出多样化的健康生活护理品及贴身用品。</p> <p>第十二全国高市场营销大赛 GX 系列产品提供给参赛团队实践销售，GX——花园里的秘密，回归自然、天然植物萃取精华，精心研发、科学调配，层层把关保证品质，同样得到一致好评。</p> <p>第十三届全国高校市场营销大赛，北京邦和结合三年的参赛经验，深入校企合作，通过与众多参赛院校指导老师们的沟通，依托社科奖大赛这个平台，让参赛学生能够更好的学有所用，更全面提高营销实践能力，本届大赛慕夕爱家大师系列塞尚免手洗胶棉拖把、克里姆特平板夹布拖把、波洛克旋转拖把、创新节水型行马蒂斯旋转平板拖把、维米尔免手洗平板拖把等系列产品也提供给参赛团队营销实践。</p>
<p><b>企业理念</b></p>	<p>北京邦和以“创造幸福，快乐生活”为理念，倡导科技、环保、健康新生活。</p>
<p><b>项目意义</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、以营销创意为基础，以营销实践为工具，从基础工作做起，强调社会经验的积累，促使参赛学生整体综合素质的提高；</li> <li>2、锻炼在校学生为学为用的综合能力，强调学有所得，学以致用，开辟“第二课堂”，为企业发掘人才，为社会培养人才，为大学生就业提供一种新途径；</li> <li>3、促进优秀企业家与在校大学生之间的交流、沟通，使高校学生进一步了解企业对于人才的需求，更好的规划职业规划发展；</li> <li>4、促进企业与高校间的课题研究合作，企业支持高校科学研究，高校科研以企业需求为导向，提高</li> </ol>

	<p>科成果转化率；</p> <p>5、提高企业形象和企业品牌认知度、传播度及美誉度，提升产品销量和市场占有率。</p>
<b>命题要求</b>	<p>1、要求参赛团队撰写《企业营销策划案》；</p> <p>2、<b>策划案内容可任选慕夕、慕夕爱家、GX 产品可任选其中一个；</b></p> <p>3、要求参赛团队借助市场营销、工商管理和财务管理的相关知识，通过对企业所面对营销环境的分析，明确目标市场和定位，并在对目标市场进行全面分析的基础上制定营销策略；</p> <p>4、应着重突出营销方案的实用性和创新性，执行策划案内容并将执行效果写入策划案；</p> <p>5、结合产品特点制作产品宣传短视频。</p>
<b>命题规范</b>	<p><b>【企业营销策划案】</b></p> <p>1、企业营销策划案内容包括但不限于：环境分析、市场分析、营销战略、营销策略、行动计划、执行实施效果说明等；</p> <p>2、“行动计划”应以具体落地实施方案为中心进行撰写，包括但不限于：（1）与具有高端资源的企业合作；（2）社区推广、校园推广；（3）关系营销，通过自己或他人的人脉关系进行品牌宣传和产品促销；（4）与产品关联渠道合作如；（5）发展代理商；（6）大型企业、工会及街道社区员工福利发放；（7）电商平台、网红、平台直播、快手、抖音及自媒体等其他任何可销售公司产品的高端渠道或消费者；</p> <p>3、“执行实施效果说明”部分较重要，需对活动等的执行过程及结果进行说明：（1）图片：网络推广截图、活动图片、活动成果截图、宣传图片等、（2）视频：以视频形式记录销售实践；（3）合作关系建立的证明文件、数据及视频等；（4）执行结果包括整合到的具体资源、建立了怎样的合作关系及具体的销售额（如没有，可暂时不写销售额；如有，销售额可计入参赛团队的“销售业绩”中；</p> <p>4、销售过程中结合产品特点制作短视频；以产品曝光、传播为目的制作视频；抖音、快手等平台的小视频以及各种增加品牌影响力的创意小视频、MG 动画等；</p> <p>4、内容积极向上，爱党爱国，不得侵权、抄袭或请他人代写。</p> <p>5、字数为 5000-10000 字；作品含封面、目录、封底等；</p> <p>6、作品封面中放入大赛 logo 和策划案产品 logo；</p> <p>7、作品所需数据、参考书等资料一律自行准备，报告中引用部分内容须注明出处；</p> <p>8、作品电子版文件采用 A4 幅面，文件格式为 Word。</p> <p>9、视频：作品提交格式为：mp4、flv 等格式，分辨率不低于 720*576（超大文件可单独申请提交）。</p>
<b>作品上交</b>	<p>1、参赛作品应在 <b>2023 年 3 月 20 日</b>前通过大赛官网（<a href="http://www.cmat.org.cn">www.cmat.org.cn</a>）直接上交。</p>

## 奖项评定

### 1、“本项竞赛奖”评比说明（初赛）

（1）大赛项目评价总分为 100 分，根据本项目的参赛团队得分进行排名，最终确定各项目的一、二和三等获奖团队。

“营销策划项目”分数=策划案总分 40 分+销售实践 30 分+答辩 30 分=100 分。

**附加分：新颖的销售方案、独特的宣传手法、优质的营销模式进行销售实践可作为销售附加分，分值 5 分。**

（2）本届社科奖大赛增设销售奖，该奖项只考核团队的销售业绩。销售队伍的销量统计一直持续到比赛最终结束，无论团队是否进入下一阶段比赛，均可以参加销售竞赛，持续销售到总决赛。颁奖时间统一在总决赛颁奖典礼。

营销精英奖若干名 奖状+500 元奖金（团队实践销售额超过 1.5 万元）。

最佳开拓奖 奖状+5000 元奖金+地区销售经理聘书（团队实践销售额超过 10 万元且排名第一，含慕夕商品）

销售状元 奖状+50000 元奖金+大区销售经理聘书（团队实践销售额超过 20 万元且排名第一，含慕夕商品）

备注：

获开拓奖、销售状元奖项的团队，将被公司聘为区域销售经理，可以终身享受大赛给予的产品采购价格（均低于经销商价格），并进行持续销售获利。如想在所在区域进行产品代理，公司在同等条件下优先支持。

以上奖项不兼得，如最佳开拓奖与销售状元为同一队伍，最佳开拓奖颁给团队成交额超过 10 万且排名第二的队伍。

（3）本竞赛项目评分细则在大赛官网公示。

### 2、“本项竞赛奖”与“全程竞赛奖”评比关系说明

2 个独立竞赛项目，参赛团队每参加一个项目，即获得一个项目分数。每个独立竞赛项目评价总分均为 100 分。每个参赛队参加的项目（无论参加 1 个或多个项目）分数按照一定权重加权求和后，即得出该参赛团队的“全程赛”的综合得分，依据综合分数确定进入全国总决赛的团队。进入全国总决赛的团队才有资格参与“全程竞赛奖”的评比。