

目录

序言.....	1
一、筹划目的.....	2
二、产品简介.....	2
三、营销环境分析.....	2
（一）宏观环境分析.....	2
（二）产业环境分析.....	3
（三）竞争对手分析.....	4
（四）消费者分析.....	5
四、营销目的.....	5
（一）财务目的.....	5
（二）市场营销目的.....	5
五、营销战略.....	6
（一）市场细分.....	6
（二）目的市场的选择.....	6
（三）市场定位.....	6
六、营销方略.....	7
（一）产品方略.....	7
（二）品牌与包装方略.....	8
（三）定价方略.....	9
（四）渠道方略.....	10

（五） 促销方略.....	10
（六） 广告方略.....	11
（七） 公关方略.....	13
七、行动方案.....	14
八、营销预算.....	16

序言

由于消费者的需求以及较大的利润空间，使得越来越多的企业进入玫瑰酱市场。近几年，玫瑰酱产业发展迅速，我们组选择威海市威鹰玫瑰产业发展有限企业作为本次营销筹划的对象。威海市威鹰玫瑰产业发展有限企业成立于 2023 年，企业主营产品是玫瑰酱产品，企业产品在山东各大中小型超市都能看到。企业的产品质量稳定，口感好。企业有现代化的加工基地，并拥有一支年轻化的市场营销队伍。我们组在对西安玫瑰酱市场进行调研之后，通过度析调查成果，对该企业开拓西安市场所要实行的营销战略、采用的营销方略以及企业要到达的战略目的进行合理筹划。同步对整个筹划怎样实行提出控制与管理的措施。

一、筹划目的

1、应威海市威鹰玫瑰产业发展有限企业委托，我企业为其开发西安的白领市场制定筹划方案。

通过我们筹划团体的商议，并且结合我们前期对西安玫瑰酱市场的调研，运用老式的促销手段，借助各大主流媒体的选出平台，成功的为威鹰玫瑰产业发展有限企业的玫瑰酱产品打开西安市白领市场。

在提高威鹰企业“瑰蜜玫瑰酱”产品著名度的同步增长产品的销售量，一年内在西安白领市场占有 40%以上的市场份额。

并且，在瑰蜜玫瑰酱成功打开市场后，运用建立成功的销售渠道，以及产品的著名度，再投入企业玫瑰花有关的产品。

二、产品简介

威海市威鹰玫瑰产业有限企业——瑰蜜玫瑰酱，该产品为威鹰企业在西北地区市场的主推产品。产品重要规格有 500g 装，300g 装。

玫瑰酱可以化解腹部淤血，疼痛，常常食用，口中出气，毛孔散发出来的都是玫瑰花香，是天然的食品。可以做稀饭吃，直接冲水，或与苹果丝一起挂面糊油炸做玫瑰丸子，治疗胃炎，芳香开窍，治疗妇科病，舒缓痛经等，逢年过节还可以用来自制玫瑰汤圆和玫瑰月饼。

玫瑰酱的使用措施：

1. 可将玫瑰酱涂抹在土司面包或用在蛋糕、夹心饼干的馅料中，厚郁的玫瑰花香、独特的酸甜，能让整体滋味更丰富优美。

2. 可用直接冲泡热水或添加于红茶中品饮，享有幸福甜蜜的滋味。
3. 便秘者，每天冲泡，持续饮用，两个月内看效果与否明显。
4. 用来多种食品做馅，果酱，直接冲饮，熬粥，做甜品。
5. 逢年过节还可以用来自制玫瑰汤圆和玫瑰月饼。
6. 可以做稀饭吃，直接冲水，或与苹果丝一起挂面糊油炸做玫瑰丸子。
7. 也可将适量的花酱加入煮热的牛奶，咖啡等，制成玫瑰牛奶等热饮，也可以加入酸奶，在制作沙冰时加入，做冷饮。
8. 喝酸奶的时候，合适的放一点玫瑰酱在里面搅拌均匀，味道会变得非常不一样。

三、营销环境分析

（一）宏观环境分析

人口：西安市不一样阶层年龄段的市民收入水平存在差异，购置力不一，消费意识不一样，购置意向和支付能力不一样的人群影响着市场；

经济：西安市属于国家二线都市，经济发展为中上水平，西安市国民经济的发展趋势呈增长趋势，居民收入稳定提高，经济影响着购置力的高下；

社会文化：西安市存在民族差异，社会风俗，民族文化的不同影响人们的消费取向；

政治：玫瑰酱产品在西安市的营销不违反西安和国家经济有关法律，属于正常产品营销。

（二）产业环境分析

1、产业历史与发展趋势分析

玫瑰酱（玫瑰鲜花酱）已经有九百数年的生产历史，玫瑰酱香气纯粹、浓厚、味道鲜美，是加工生产玫瑰原味食品的重要原料，集色、香、味、美于一体，玫瑰花具有挥发油、酯类、苯乙醇、橙花醇、有机酸、红色素、黄色素、胡萝卜素等几十种对人体有益的成分，富含锌、钾、钙、硒等多种微量元素。玫瑰花在《中药大全》中被称为君子药，其性温和、香气甜润，有舒肝醒脾、滋肤排毒、通气活血、开窍化痰之功能。长期浸润在玫瑰花散发的香味中，能使人体味芳香、身心愉悦、美容养颜。是现代都市高档餐饮行业的时尚饮品。

2、产业关键成功原因分析

高超的玫瑰酱制造技术, 悠远的历史原因, 强大的营销构造, 上乘的广告宣传。

(三) 竞争对手分析

对销售玫瑰酱的各大企业、销售单位进行对比分析如表 1 所示：

表 1

企业名称	企业地址	创始时间	注册资本	厂房面积	售价元/每瓶	年销售额	市场	销售渠道
陕西盛世生物科技有限公司	西安市青年路	2023 年	60 万	5000 平方米	25		国内、港澳台，北美	商超、网络
西安家得利种养殖专业合作社	西安市长安区	2023 年	150 万	200 平方米	20	10 万	国内	商超、网络
陕西众采美业企业	西安市解放路						国内	商超、网络
陕西西安市秦岭玫瑰产业园	西安市新城 区解放路		3 万	100 平方米	12	10 万	国内	商超、网络
于阁老官网	济南市平阴县	2023 年			34			网销
慈蜂堂	黑龙江省牡丹江市	2023 年			28.5			网销
阿细蜜源	云南省玉溪市	2023 年			28			网销

（四） 消费者分析

1. 消费者以年轻人居多

玫瑰酱属于休闲美颜养生食品，非常受年轻人的欢迎。由于现代的工作与生活效率规定越来越高，消费者的生活节奏加紧，因此对于目前的年轻消费者而言，为他们提供了很大的以便。对于玫瑰酱企业而言，深入研究年轻消费者的消费行为, 及时调整企业的方略具有很重要的意义。

2. 消费者的购置频率高

玫瑰酱企业的销售渠道重要选择超市、卖场等场所，因此大部分消费者选择卖场、超市、产品店等场所购置玫瑰酱。西安消费者在平常生活中饮食消费水平一般，逛超市、卖场的频率相对较高，因此大部分消费者在购置玫瑰酱的时间间隔很短，频率较高。并且这些卖场大部分采用的促销方式中，打折这一方式非常受消费者的欢迎。玫瑰酱企业可以加强与超市、大卖场的合作，通过研究这些终端卖场的产品销售状况更好地制定方略。

3. 消费者的购置动机其对产品的功能和味道的喜欢

玫瑰酱属于小额、便捷的消费品，消费者对产品的味道、价格、包装、品牌等原因有不一样程度的敏感性。其中消费者对产品的味道敏感程度和功能最高，因此对于玫瑰酱企业而言，加强对消费者产品偏好状况的研究有助于企业更好地实行生产计划和营销筹划。

四 、 营 销 目 的

（一） 财务目的

根据市场上玫瑰酱的销售价格，有十几到四十几元不等，大多集中在二十五六元左右，根据调查，我们预期的利润率大概在 30%左右，而预期的销售额也应在年 300 万左右。

（二） 市场营销目的

1、 营销对象

西安市中高收入的上班族（23 岁-38 岁左右）

2、市场目的

通过可靠的质量，独特的口味，个性化的包装赢得广大消费者的青睐，使威鹰企业可以在市场竞争中居同行之首，率先领导西安玫瑰花产业的时尚。

3、销售网络覆盖面

在本次针对西安市白领市场的营销活动中，我企业的销售网将全面覆盖西安市的六大区域。

4、价格水平

通过前期的促销等营销手段，我企业但愿最终我们的价格水平处在较高的位置，销量排名西安市第一。

五、营销战略

（一） 市场细分

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/026001130144010145>