

2023 年全国职业院校技能大赛高职组

“GZ046 市场营销”赛项

赛卷一

一、方案策划

无策划，不营销。好的营销策划有助于企业走出困境，加速企业营销目标的实现，随着信息技术迅猛发展，新业态不断涌现，新媒体营销成为营销的重要内容。本模块紧扣市场营销专业核心技能与职业素养培养要求，对接产业发展新动向、新技术、新规范，梳理品牌管理、营销策划、新媒体营销等典型工作任务及其能力要求设计竞赛内容，包含品牌战略规划方案、营销活动策划方案、新媒体营销宣传文案的撰写以及方案汇报与展示四项竞赛任务，考查选手的市场调查与分析、目标市场选择与定位、目标受众分析与定位、竞争策略分析、品牌管理、营销活动策划、新媒体营销、产品促销、客户服务、数据分析、团队合作等能力以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素养。

（一）任务目标

根据市场环境现状，围绕某一企业，制定品牌战略规划方案，结合特定营销节点制定营销活动策划方案，完成两个方案的 Word 文档撰写；制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划的汇报 PPT；围绕“营销活动策划方案”中具体活动方案的内容，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的宣传文案，达到品牌推广和产品促销活动宣传的目的；按要求进行品牌战略规划和营销活动策划方案的现场汇报与展示。主要达成以下几方面任务目标：

1. 能够根据企业品牌定位、市场环境及用户画像分析，制定并撰写品牌战略规划方案；

2. 能够根据背景资料，结合营销目标，精准定位受众群体，制定并撰写营销活动策划方案；

3. 能够根据新媒体营销策划方法，依据品牌营销活动方案，制作图文并茂的宣传文案，包含标题、正文、封面等内容，实现品牌宣传、产品推广的目的；

4. 能够依托品牌战略规划方案和营销活动策划方案内容制作汇报 PPT，做好团队分工，合作完成汇报与展示。

（二）任务背景

宁化府老陈醋，是隶属太原市宁化府益源庆醋业有限公司旗下产品。宁化府益源庆是国内一家久负盛名、享誉海外的老字号，其所酿山西老陈醋味道甜绵香酸、久存不变质。

宁化府益源庆醋场，开业于清朝。开始以磨面为主，酿造醋、酒为辅。民国十年，太原增办了第二个面粉厂，益源庆经理李富恒就把经营重点转向以酿醋为主。他一方面聘请技术超群的师傅狠抓技术质量提升，一方面研究精选原料，大力发展酿醋事业。数十年来，不断总结经验，始终不渝地精研提升独特的操作技术并加强经营管理。所以，益源庆醋场生意兴隆，誉满全国。

一九五六年，公私合营时，益源庆醋场合并为新星食品醋造厂醋曲车间。一九六二年恢复了益源庆名特醋的称号，抽调回原醋场的制作人员，推行传统操作方法，提高了产品质量，被评为山西十大名特产品之一。“三中全会”以后，又恢复了“益源庆”老字号。

自新中国成立后，宁化府益源庆更是先后荣获“山西历史文化名店”、“太原市文物保护单位”、首批“中华老字号”、“省级非物质文化遗产保护单位”、“中国地理保护标志”等荣誉称号，同时入选第四批《中国档案文献遗产名录》，粉丝遍布全国各地，全网销量排名位居前列。



同时宁化府益源庆采用优质的原材料，酿造过程中坚持使用独特古法酿造，即“纯粮全固曲法”，在酒精发酵过程中只使用纯粮制作的大曲（多菌种），在生产过程中无需添加防腐剂和添加剂，经生物发酵酿制而成，富含多种人体所需的有机酸、氨基酸和维生素，营养价值较高，色香味俱佳。

经营理念：老老实实做人，实实在在酿醋。

作为一家百年老字号企业，宁化府打破了传统的界限，尝鲜新文化。新老文化的碰撞不仅仅是宁化府的尝试，更是一次传统老字号在 web3.0 时代，数字经济时代和元宇宙领域的创新探索和突破。

“宁化府”和现代数字技术联手，在 2022 年 5 月 20 日面向全国发行中国食醋行业的第一款数字藏品，这也是宁化府的首个数字藏品，共计 5200 份。

本次宁化府发行的数字藏品“爱吃醋的小王爷”，无论是以二次元形象打造全新 IP，还是小王爷的创作背景故事以及各种玩法、权益都体现了品牌年轻化的属性。这次宁化府与数字藏品的结合，进行数字化运营和创新发展的，从而开创出中华醋文化艺术云端新领地。



品牌 LOGO:



品牌故事:

宁化古城，位于山西省宁武县城西南 50 公里处的汾河之滨。因其独特的地理位置，曾被喻为山西“卧牛城(忻州)犄角”之一，乃历代兵家必争之地。明太祖朱元璋一统全国之后封建诸王，其中第三子朱棣被封为晋王，封国在山西太原。而晋王的儿子们，则以山西的地名作为封号。其中朱棣第五子朱济焕封宁化王，而宁化府则成了太原城内的地名。

“益源庆”始创于明朝初年，相传益源庆醋场的祖师爷，就出自宁化王府中的醋坊，故而用宁化府作为品牌名字。



公司的具体产品介绍如下：

宁化府益源庆有 80 余种产品，包括名醋、陈醋、老陈醋三种等级，以及休闲零食醋糕。其中，桌上瓶精酿老醋因物美价廉受到老百姓喜爱，老陈醋酿造一年以上，综合了醋的酸、香、醇和甜的特点，品质尤为优质。

产品规格一：6 度家用老陈醋 1250ml

正宗老陈醋，传统工艺，优质谷物酿造，绿色食品，拒绝勾兑，超值选择，产地直发，味道香醇，一年以上粮食酿造。不管是做蘸酱，还是凉拌菜都味爽鲜香。

建议售价 49.9 元。



产品规格二：桌上瓶精酿老醋 160ml

选用饮用水、高粱、麸皮、稻壳等配料，经固态发酵工艺制成。其醋香醇厚且具红棕色泽，口感温润回甜。可用于凉拌、点蘸、菜肴烹饪佐料等。家用玻璃小瓶醋包装，便于倾倒。

建议售价 12.8 元。



（三）任务设计

任务 1 品牌战略规划方案撰写

品牌是驱动消费者认同的核心力量，是企业区别于竞争对手的核心标志。宁化府益源庆醋场，开业于清朝。自品牌创立以来始终秉承“老老实实做人，实实在在酿醋”的经营理念。如今，随着食品市场的竞争激烈程度的不断加剧，凸显品牌优势尤为重要。针对这一发展背景，宁化府益源庆醋业有限公司将针对全新市场环境下消费者的新型需求，优化品牌建设，进行品牌发展战略规划，明确发展路径，建设具有文化底蕴的优质品牌。请以品牌优化和发展为目的，制定“宁化府”品牌战略规划方案（Word 版）。

任务要求：

1. 品牌战略规划方案需包含品牌成长总体规划、产品及服务创新规划、市场拓展及销售提升规划、品牌传播发展规划等，方案必须具有原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法；

2. 品牌成长总体规划需明确品牌调性与产品定位，确定品牌发展阶段，划分各阶段品牌战略目标；

3. 产品及服务创新规划需根据企业品牌定位，制定产品研发战略，进行产品与服务价格框架构思；

4. 市场拓展及销售提升规划需根据市场定位与用户画像分析，制定市场拓展及销售整体目标、阶段发展规划；

5. 品牌传播发展规划需依据企业目标用户，确定传播发展目标、传播受众、传播手段及组合、阶段性核心传播活动等。

任务操作：

1. 根据企业品牌信息，分析企业品牌发展现状；

2. 结合品牌营销环境分析，制定品牌战略规划方案；

3. 完成品牌战略规划方案（Word 版）文档撰写。

任务 2 营销活动策划方案撰写与汇报 PPT 制作

当前市场上，众多食品品牌竞争激烈，消费者也越来越注重食品的品质。针对这一趋势，宁化府益源庆醋业有限公司推出了新产品“6 度家用老陈醋 1250ml”和“桌上瓶

精酿老醋 160ml”，收获了一批消费者的认可和喜好，但由于品牌知名度不足且产品推广不充分，产品的销售额还有提升空间。以品牌推广和产品促销为目的，为宁化府陈醋产品制定符合企业特点的本年度“十一黄金周”整合营销活动策划方案（Word 版）。制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划内容的汇报 PPT。

任务要求：

1. 营销活动策划方案需包含活动目标、活动受众、活动创意与主题、活动形式、活动时间规划、活动宣传、活动预算、管控要求等。策划方案必须具有原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法；

2. 活动目标制定需明确活动总体目标及阶段目标，确定活动目标的量化指标；

3. 活动受众定向需明确活动受众群体基本属性、行为属性、心理属性等特征；

4. 活动创意与主题设计需依据企业品牌产品信息，结合营销热点，设计符合消费者需求的营销活动内容，使用适当的促销手段，并设计具有吸引力的活动主题；

5. 活动时间规划需明确活动阶段、活动项目、各活动项目开始时间及结束时间等；

6. 活动宣传计划应包含宣传媒体、媒体排期等；

7. 活动预算控制需明确费用项目及各项目预算等；

8. 活动管控要求需明确活动管控人员、管控要点、管控节点，并确定数据跟踪方式方法等。

任务操作：

1. 根据企业品牌及产品信息，制定营销活动目标；

2. 精准定位营销活动的受众群体；

3. 结合营销热点，设计符合消费者需求的营销活动内容，并设计具有吸引力的活动主题；

4. 结合营销活动内容，选择活动实现方式与组织形式，并进行时间规划；

5. 结合客群画像，确定合理的宣传媒体排期并指定包含新媒体在内的多种宣传形式；

6. 综合考虑预算因素，最大限度地杠杆化有限的预算；

7. 明确活动管控人员、管控要点、管控节点，并确定数据跟踪方式方法等内容；

8. 完成营销活动策划方案（Word 版）撰写；

9. 制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划内容的汇报 PPT。

任务3 新媒体营销

新媒体营销逐渐成为现代营销模式中最重要的部分，基于数字信息技术和网络技术实现信息传播，可以多方位快速传播企业信息，并与消费者建立共鸣，提升品牌的关注度。为了快速、广泛地宣传企业营销活动，宁化府益源庆醋业有限公司需要围绕营销活动的具体内容制作一个图文并茂的新媒体宣传文案，提高品牌的认知度和忠诚度，促进产品的销售和市场占有率的提升。请围绕“营销活动策划方案”中的具体活动内容，面向目标受众，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的新媒体宣传文案。

任务要求：

1. 新媒体宣传文案需包含标题、正文、封面等内容，能够进行品牌推广和产品促销活动宣传；
2. 宣传文案标题撰写符合规范，且能够激发阅读兴趣，吸引用户点击；
3. 图文混排，排版美观大方，整齐有秩序，字体不杂乱，字号、颜色和谐；
4. 文案内容承接标题、开头，呼应活动策划方案，品牌推广目的清晰；
5. 尾文部分内容，能激发阅读者转发分享或点击购买的欲望；
6. 封面图片清晰、尺寸合理、不变形；
7. 在新媒体文案中不得出现学校名称、选手姓名等可能暴露参赛选手身份的相关信息。

任务操作：

1. 根据营销活动内容进行新媒体营销策划，选择合适的营销方式并合理规划新媒体宣传文案内容结构；
2. 根据营销目标，撰写一个具有吸引力的新媒体宣传文案标题；
3. 借助新媒体工具进行图文图片素材选择或上传，完成新媒体宣传图文正文的文字及图片内容的排版与编辑；
4. 根据营销活动内容，完成图文封面图片选择或上传、封面裁剪与宣传。

任务4 方案汇报与展示

方案汇报展示的目的在于清晰地向公司管理层、执行层传达具体策划内容，以获得公司领导层认可、提高基层执行人员对策划内容的理解度，提高执行效率与效果。

为获得更好的营销效果，进一步扩大宁化府“6度家用老陈醋 1250ml”和“桌上瓶精酿老醋 160ml”产品的知名度和市场占有率，参赛团队成员需要在竞赛当日按抽签顺序依次进入汇报场地进行公司品牌战略规划和整合营销活动策划方案的展示与汇报。

任务要求：

1. 以 PPT 形式汇报，内容应涵盖品牌战略规划和营销活动策划；
2. 普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；
3. 在规定时间内团队 3-4 人共同完成展示陈述任务；
4. 团队成员衣着整洁，表情自然，举止文明，语言规范；
5. 汇报过程中不得出现学校名称、选手姓名等可能暴露参赛选手身份的相关信息。

任务操作：

1. 根据团队成员特点，明确方案汇报团队成员分工；
2. 整理着装，规范仪容仪表，有序进出；
3. 在 10 分钟内完成全部内容的汇报。

2023 年全国职业院校技能大赛高职组

“GZ046 市场营销”赛项赛题

第二套

一、方案策划

无策划，不营销。好的营销策划有助于企业走出困境，加速企业营销目标的实现，随着信息技术迅猛发展，新业态不断涌现，新媒体营销成为营销的重要内容。本模块紧扣市场营销专业核心技能与职业素养培养要求，对接产业发展新动向、新技术、新规范，梳理品牌管理、营销策划、新媒体营销等典型工作任务及其能力要求设计竞赛内容，包含品牌战略规划方案、营销活动策划方案、新媒体营销宣传文案的撰写以及方案汇报与展示四项竞赛任务，考查选手的市场调查与分析、目标市场选择与定位、目标受众分析与定位、竞争策略分析、品牌管理、营销活动策划、新媒体营销、产品促销、客户服务、数据分析、团队合作等能力以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素养。

（一）任务目标

根据市场环境现状，围绕某一企业，制定品牌战略规划方案，结合特定营销节点制定营销活动策划方案，完成两个方案的 Word 文档撰写；制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划的汇报 PPT；围绕“营销活动策划方案”中具体活动方案的内容，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的宣传文案，达到品牌推广和产品促销活动宣传的目的；按要求进行品牌战略规划和营销活动策划方案的现场汇报与展示。主要达成以下几方面任务目标：

1. 能够根据企业品牌定位、市场环境及用户画像分析，制定并撰写品牌战略规划方案；

2. 能够根据背景资料，结合营销目标，精准定位受众群体，制定并撰写营销活动策划方案；

3. 能够根据新媒体营销策划方法，依据品牌营销活动方案，制作图文并茂的宣传文案，包含标题、正文、封面等内容，实现品牌宣传、产品推广的目的；

4. 能够依托品牌战略规划方案和营销活动策划方案内容制作汇报 PPT，做好团队分工，合作完成汇报与展示。

（二）任务背景

沈大成创建于光绪元年(1875 年)，至今已有 140 余年历史，沈大成总店位于南京东路 636 号。经过几代人的努力，沈大成已发展为综合性的餐饮及食品服务企业，所生产的糕团畅销海内外，已成为具有上海特色的伴手礼代表。同时，其提供的海派本帮菜及上海点心受到大众欢迎，近几年的团餐服务也受到了合作客户的认可。企业的销售渠道以传统的线下门店为主，但为了顺应如今的消费形势，企业不断进行品牌、产品与渠道升级，希望服务更多的线上消费者，发挥更大的品牌价值。

沈大成积极参加市场间的品牌竞争，1992 年至 1995 年沈大成的太白拉糕、双色糖年糕、细沙条头糕、蟹粉小笼、虾仁馄饨被中商部命名为部优产品，获得金鼎奖，被市里命名为优质产品的有二面黄系列，粽子、青团等。

除此之外，沈大成还拥有中商部颁发的“中华老字号”和市区政府命名的“上海名特优商店”“精神文明单位”、“放心店”“物价计量信得过单位”“中国烹饪协会团体会员”等称号。

1995 年沈大成创建了沈大成食品有限公司，生产各类速冻食品、即食糕团和时令品种，已建立了近千家销售分店。为了开拓发展品牌，2003 年沈大成在松江九亭高科技园区投资新建了 8000 平方米的现代化新厂，用更先进的生产工艺生产出确保符合国家食品卫生标准的食品，让传统产品融入日常家庭生活，同时通过创新来发展品牌。

沈大成上海总店，位于南京东路 6356 号。一位 30 年的老顾客评价到：“最喜欢他家的糕团，或雪白，或金黄，或碧绿，小心翼翼地咬上一口，甜蜜在口中蔓延，真是独一无二的美味。”店里也有小吃和炒菜供应，门口总是挤满了争先恐后的人。价格嘛，在寸土寸金的上海可算是最实惠的了。”

某位知名美食家曾这样评价：沈大成点心店是上海的老字号，糕团和点心最有名，条头糕、双酿团、青团味道都不错；蟹粉小笼真材实料，只只饱满；小馄饨个头蛮大，味道不错；金团的糯米皮外裹着金粉，馅是黄豆和芝麻粉；桂花糖年糕，糯而韧，桂花香溢；价格保持着亲民的水平，店里生意一直挺好，嘴馋的朋友可以来过把瘾。

为了使老字号品牌在传承中创新，将品牌与商业环境融合，打造更年轻化、更国际化的创新产品，“沈大成”开启了转型之路。

首先在历史感表达上，沈大成在原有的纯品牌文字的 logo 上，加入了英文名“Master Shen”以及沈大师的形象，在国际化的英文名更能代表沈大成的含义，沈大师的视觉形象也更加具有代入感，让人能感受到“糕团大师”的风采。

在产品和糕团文化的结合上，企业通过对糕团文化的研究，将产品与文化对应，开创了“节庆系列”、“24 节气系列”、“旧俗新风系列”等产品，每一种产品与其背后的民俗文化都是密切相关的，例如寿礼礼盒，其中的寿糕、寿碗、寿面 3 个产品就与祝寿的文化紧密相连。

在产品创新上，企业用场景化的思维打造产品，例如下午茶礼盒，利用糕团和咖啡、茶等，搭配出适合办公室下午茶场景的产品组合。





品牌 LOGO:



品牌故事:

沈大成点心店创建于光绪元年(1875 年)，至今已有 140 余年历史，沈大成起家时创始人沈阿金为集点心与风味小吃之大成，故取店名为“沈大成”，是商务部认定的“中华老字号”企业。

由于沈大成注重选料，制作精细，讲传统、讲创新，因而一举成名，经过几代人的精心经营，在广大消费者心目中影响颇深。沈大成糕团和小吃的制作技艺于 2005 年被认定为黄浦区区级非遗项目。

其寿桃、桂花条头糕、双酿团、青团等品种享有盛名，口碑甚佳，早在上世纪三十年代就享誉海内外。

公司的具体产品介绍如下:

在上海南京路上的“糕团大王”沈大成店里，青团是销售的主力军。青团因其软糯 Q 弹的口感，极具地方特色的情怀，成为百年老店里的“网红”产品。每逢清明前，沈大成的店铺外便大排长龙，即使高温、暴雨以及需要排队几个小时，也挡不住人们对青团的热情。



除传统口味之外，今年沈大成还创新推出了其他口味，让不少年轻人直呼“创意十足”。

沈大成青团系列：豆沙青团、抹茶团、黑芝麻艾草团、西红柿团、芝士玫瑰团、蛋黄肉松团、奶黄芋泥团、草莓芋泥团。

新旧两种包装，配方未改，美味依旧。



产品规格：

豆沙青团 240g*1 盒（4 枚）保质期 30 天 建议售价 17.9 元

蛋黄肉松团 240g*1 盒（4 枚）保质期 30 天 建议售价 32.9 元

抹茶团 200g*1 盒（4 枚）保质期 30 天 建议售价 28.9 元

芝士玫瑰团 240g*1 盒（4 枚）保质期 30 天 建议售价 28.9 元



★本品为开袋即食，请勿用微波炉加热或上锅蒸煮！

★食用前请将青团外的保鲜膜撕去

（三）任务设计

任务 1 品牌战略规划方案撰写

品牌是驱动消费者认同的核心力量，是企业区别于竞争对手的核心标志。沈大成创建于光绪元年(1875年)，至今已有140余年历史，经过几代人的努力，沈大成已发展为综合性的餐饮及食品服务企业，所生产的糕团畅销海内外。如今，随着食品市场竞争激烈程度的不断加剧，凸显品牌优势尤为重要。针对这一发展背景，沈大成食品有限公司将针对全新市场环境下消费者的新型需求，优化品牌建设，进行品牌发展战略规划，明确发展路径，建设具备文化底蕴的优质品牌。请以品牌优化和发展为目的，制定“沈大成”品牌战略规划方案（Word版）。

任务要求：

1. 品牌战略规划方案需包含品牌成长总体规划、产品及服务创新规划、市场拓展及销售提升规划、品牌传播发展规划等。方案必须具有原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法；

2. 品牌成长总体规划需明确品牌调性与产品定位，确定品牌发展阶段，划分各阶段品牌战略目标；

3. 产品及服务创新规划需根据企业品牌定位，制定产品研发战略、进行产品与服务价格框架构思；

4. 市场拓展及销售提升规划需根据市场定位与用户画像分析，制定市场拓展及销售整体目标、阶段发展规划；

5. 品牌传播发展规划需依据企业目标用户，确定传播发展目标、传播受众分析与界定、传播手段明晰与组合规范、阶段性核心传播活动等。

任务操作：

1. 根据企业品牌信息，分析企业品牌发展现状；

2. 结合品牌营销环境分析，制定品牌战略规划方案；

3. 完成品牌战略规划方案 Word 文档撰写。

任务 2 营销活动策划方案撰写与汇报 PPT 制作

当前市场上，众多食品品牌竞争激烈，消费者也越来越注重食品的品质。针对这一趋势，沈大成食品有限公司推出了“青团系列”新产品，以其注重选料、制作精细吸引了一批忠实用户。但由于品牌知名度不足且产品推广不充分，产品的销售额还有提升空间。以品牌推广和产品促销为目的，为沈大成青团产品制定符合企业特点的“清明节”整合营销活动策划方案（Word版）。制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划内容的汇报 PPT。

任务要求：

1. 营销活动策划方案需包含活动目标、活动受众、活动创意与主题、活动形式、活动时间规划、活动宣传、活动预算、管控要求等。策划方案必须具有原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法；

2. 活动目标制定需明确活动总体目标及阶段目标，确定活动目标的量化指标；

3. 活动受众定向需明确活动受众群体基本属性、行为属性、心理属性等特征；

4. 活动创意与主题设计需依据企业品牌产品信息，结合营销热点，设计符合消费者需求的营销活动内容，使用适当的促销手段，并设计具有吸引力的活动主题；

5. 活动时间规划需明确活动阶段、活动项目、各活动项目开始时间及结束时间等；

6. 活动宣传计划应包含宣传媒体、媒体排期等；

7. 活动预算控制需明确费用项目及各项目预算等；

8. 活动管控要求需明确活动管控人员、管控要点、管控节点，并确定数据跟踪方式方法等。

任务操作：

1. 根据企业品牌及产品信息，制定营销活动目标；

2. 精准定位营销活动的受众群体；

3. 结合营销热点，设计符合消费者需求的营销活动内容，并设计具有吸引力的活动主题；

4. 结合营销活动内容，选择活动实现方式与组织形式，并进行时间规划；

5. 结合客群画像，确定合理的宣传媒体排期并指定包含新媒体在内的多种宣传形式；

6. 综合考虑预算因素，最大限度地杠杆化有限的预算；

7. 明确活动管控人员、管控要点、管控节点，并确定数据跟踪方式方法等内容；

8. 完成营销活动策划方案（Word 版）撰写；

9. 制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划内容的汇报 PPT。

任务 3 新媒体营销

新媒体营销逐渐成为现代营销模式中最重要的部分，基于数字信息技术和网络技术实现信息传播，可以多方位快速传播企业信息，并与消费者建立共鸣，提升品

牌的关注度。为了快速、广泛地宣传企业营销活动，沈大成食品有限公司需要围绕营销活动的具体内容制作一个图文并茂的新媒体宣传文案，提高品牌的认知度和忠诚度，促进产品的销售和市场占有率的提升。请围绕“营销活动策划方案”中的具体活动内容，面向目标受众，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的新媒体宣传文案。

任务要求：

1. 新媒体宣传文案需包含标题、正文、封面等内容，能够进行品牌推广和产品促销活动宣传；
2. 宣传文案标题撰写符合规范，且能够激发阅读兴趣，吸引用户点击；
3. 图文混排，排版美观大方，整齐有秩序，字体不杂乱，字号、颜色和谐；
4. 文案内容承接标题、开头，呼应活动策划方案，品牌推广目的清晰；
5. 尾文部分内容，能激发阅读者转发分享或点击购买的欲望；
6. 封面图片清晰、尺寸合理、不变形；
7. 在新媒体文案中不得出现学校名称、选手姓名等可能暴露参赛选手身份的相关信息。

任务操作：

1. 根据营销活动内容进行新媒体营销策划，选择合适的营销方式并合理规划新媒体宣传文案内容结构；
2. 根据营销目标，撰写一个具有吸引力的新媒体宣传文案标题；
3. 借助新媒体工具进行图文图片素材选择或上传，完成新媒体宣传图文正文的文字及图片内容的排版与编辑；
4. 根据营销活动内容，完成图文封面图片选择或上传、封面裁剪与宣传。

任务 4 方案汇报与展示

方案汇报展示的目的在于清晰地向公司管理层、执行层传达具体策划内容，以获得公司领导层认可、提高基层执行人员对策划内容的理解度，提高执行效率与效果。

为获得更好的营销效果，进一步扩大“青团系列”产品的知名度和市场占有率，参赛团队成员需要在竞赛当日按抽签顺序依次进入汇报场地进行公司品牌战略规划和整合营销活动策划方案的展示与汇报。

任务要求：

1. 以 PPT 形式汇报，内容应涵盖品牌战略规划和营销活动策划；
2. 普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；
3. 在规定时间内团队 3-4 人共同完成展示陈述任务；
4. 团队成员衣着整洁，表情自然，举止文明，语言规范；
5. 汇报过程中不得出现学校名称、选手姓名等可能暴露参赛选手身份的相关信息。

任务操作：

1. 根据团队成员特点，明确方案汇报团队成员分工；
2. 整理着装，规范仪容仪表，有序进出；
3. 在 10 分钟内完成全部内容的汇报。

2023 年全国职业院校技能大赛高职组

“GZ046 市场营销”赛项赛题

第七套

一、方案策划

无策划，不营销。好的营销策划有助于企业走出困境，加速企业营销目标的实现，随着信息技术迅猛发展，新业态不断涌现，新媒体营销成为营销的重要内容。本模块紧扣市场营销专业核心技能与职业素养培养要求，对接产业发展新动向、新技术、新规范，梳理品牌管理、营销策划、新媒体营销等典型工作任务及其能力要求设计竞赛内容，包含品牌战略规划方案、营销活动策划方案、新媒体营销宣传文案的撰写以及方案汇报与展示四项竞赛任务，考查选手的市场调查与分析、目标市场选择与定位、目标受众分析与定位、竞争策略分析、品牌管理、营销活动策划、新媒体营销、产品促销、客户服务、数据分析、团队合作等能力以及沟通表达、礼仪规范等基本职业素养。

（一）任务目标

根据市场环境现状，围绕某一企业，制定品牌战略规划方案，结合特定营销节点制定营销活动策划方案，完成两个方案的 Word 文档撰写；制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划的汇报 PPT；围绕“营销活动策划方案”中具体活动方案的内容，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的宣传文案，达到品牌推广和产品促销活动宣传的目的；按要求进行品牌战略规划和营销活动策划方案的现场汇报与展示。主要达成以下几方面任务目标：

1. 能够根据企业品牌定位、市场环境及用户画像分析，制定并撰写品牌战略规划方案；

2. 能够根据背景资料，结合营销目标，精准定位受众群体，制定并撰写营销活动策划方案；

3. 能够根据新媒体营销策划方法，依据品牌营销活动方案，制作图文并茂的宣传文案，包含标题、正文、封面等内容，实现品牌宣传、产品推广的目的；

4. 能够依托品牌战略规划方案和营销活动策划方案内容制作汇报 PPT，做好团队分工，合作完成汇报与展示。

（二）任务背景

“瑞蚨祥”高级定制的中国领导品牌，1862年（清同治元年）创建于济南，获得“中华老字号”、“中国丝绸第一品牌”、“非物质文化遗产”、“中国消费者信赖的著名品牌”等多项殊荣。瑞蚨祥将百年积淀的中国传统文化与勇于突破的创新精神结合，用高瞻远瞩的高度，远见卓识的视野，再次揭开崭新的历史篇章。

经营宗旨： 至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺

经营范围： 绸缎、呢绒、棉布、皮货、化纤、民族服装服饰等。

经营特点： 商品齐全、货真价实、服务热情

经营种类： 水獭、貉绒、黄狼皮、灰鼠皮等皮货，进口的各种“洋布”，河北、山东、江浙等地自制的花布、青布、绫罗绸缎等。

瑞蚨祥当年的货场分为前柜、二柜和楼上三大部分，前柜卖青、蓝、白布，二柜卖中高档布匹。楼上卖丝绸、皮货等高档商品。顾客到来时，先由四个年纪较大的职工拉开大门，含笑迎接，然后由售货员上来请坐、看茶，根据顾客需要，送上商品，顾客要不要均可。

品牌故事：

瑞蚨祥创始人是孟传珊（字鸿升），是孟子的后裔，济南府章丘县旧军镇（今济南市章丘区刁镇）人。他以经营土布开始，字号为瑞蚨祥。就到上海、青岛、天津等地设立连锁店，经营规模逐渐扩大，经营品种也日益增多，增加了绫罗绸缎、皮货等高档商品。

1876年当时年仅25岁的瑞蚨祥掌门人孟雒川把目光投向了京城最繁华的商业区一大栅栏，在清光绪初年，由孟觐侯在前门外鲜鱼口内抄手胡同租房设庄，批发大捻布。



清光绪十九年(1893)以后,洋布大量涌入中国,孟觐侯向孟洛川建议,开设布店,孟洛川出资八万两银在大栅栏买到铺面房,成立北京瑞蚨祥绸布店。

到清末民国初年,瑞蚨祥已成为北京最大的绸布店。拥有五个字号,即东鸿记茶庄,瑞蚨祥总店(也称东号),鸿记皮货店,西鸿记茶庄,西鸿记绸布店(也称西号),均位于大栅栏街内。

1900年,瑞蚨祥毁于义和团的洗劫,不久重建开业。恢复以后的瑞蚨祥仍然以货品纯正、花色新颖著称。现瑞蚨祥仍自行设计花样,派专人选厂家“定产品”,并绣明“瑞蚨祥鸿记”字样。其优良的布匹、绸缎仍为海内外游客所称道。其开办的“传统服装服饰展”也是文商结合的典范。

解放后,天安门广场升起的第一面五星红旗的面料就是周恩来总理指定瑞蚨祥提供的。1954年,瑞蚨祥率先实行了公私合营,五个字号合并为一,改成以经营绸缎、呢绒、皮货为主的布店。北京瑞蚨祥绸布店基本保持了原来的建筑风貌,天井式的房屋结构,门面上的石雕、罩棚等仍保存完好。营业面积有一千多平方米。

瑞蚨祥在经营上坚持“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”,从不迎合降价风,随波逐流;店员热情待客,全面介绍,服务周到;注重店容卫生和职业着装,讲究语言文明,绝无不干不净的秽言出口,为顾客创造一个舒适温馨的购物环境。

1949年,历经沧桑的瑞蚨祥和大栅栏的许多老字号一样迎来民主的曙光、北平的解放。开国大典徐徐升起的第一面五星红旗就是用瑞蚨祥提供的红绸布制作的。1954年底,瑞蚨祥率先实现公私合营,近几十年来一直成为首都劳动人民和中外游人喜爱的国营绸布商店。

改革开放以来,瑞蚨祥发扬了销售面料和帮助顾客加工服装相结合的好传统,在研制中国传统服饰方面付出了很多的心血,尤其在加工展示东方女性和中国丝绸特有风韵美的旗

袍上成绩斐然，一针一线精益求精，一款一式妙不可言，深受海内外华人女士的喜爱。近几年来，瑞蚨祥已有了自己的“品牌”，以神话中形似蝉的一对母子“蚨”为图案，申报注册了自己的标识。多品种的民族传统服饰已批量生产投放市场后反映良好。瑞蚨祥全店职工正在“名店、名货、名牌、名服”新的经营大道上迈进，决心把这百年老字号建成跨世纪的中国丝绸之路上的北京驿站。

品牌渊源：

据说，店名中的“蚨”是古代传说中一种形似蝉的昆虫。晋代《搜神记》卷十三记载，青蚨“生子必依草叶……取其子，母必飞回，不以远近……以母血涂钱八十一文，以子血涂钱八十一文，每市物或先用母钱或先用子钱，皆复飞归，轮转无已”。这里说的是钱用完了又能飞回的故事。因此当年老板取店名瑞蚨祥就是借“祥瑞”的吉祥之寓意。瑞蚨祥就是以一对母子蚨图案申报注册为自己的商标，可见瑞蚨祥人对传统商业文化的高度肯定。



店名瑞蚨祥中的“瑞”字，是瑞气的象征；“蚨”取其青蚨还钱的寓意（青蚨原是一种水虫，因相传青蚨还钱的典故，又成为钱币的别名）；“祥”字，一方面是吉祥之意，另外店东乃山东省旧军孟家，所开商店均是祥字号。总之，是瑞气吉祥，财源茂盛的意思。

品牌 logo:



公司的具体产品介绍如下:

瑞蚨祥展示产品系列有: 璀璨和金风玉钗格格等; 定制产品系列有: 传统喜服、格格装、敬酒服、西式喜服、唐装、晚礼服等。

产品规格一: 瑞蚨祥女童汉服秋冬装九分袖棉旗袍(中国唐装纯手工盘扣绣花拜年服)

建议售价: 780 元

适用年龄: 6 岁 7 岁 9 岁 10 岁 12 岁 13 岁 14 岁

产地: 中国大陆

省份: 北京市 地市: 北京市

颜色分类: 大红 梅红

货号: YRT100009

参考身高: 110 120 130 140 150

适用季节: 冬季

材质成分: 聚酯纤维 62.9%; 聚酰胺纤维(锦纶)37.1%



产品规格二：瑞蚨祥儿童女春秋七分袖纯手工刺绣立领旗袍(连衣裙喜庆新年装)

建议售价： 680 元

适用年龄： 6 岁 7 岁 8 岁 9 岁

产地： 中国大陆

省份： 北京市

颜色分类： 橘粉色

货号： YRT100010

参考身高： 110 120 130 140 150

适用季节： 冬季上市

材质成分： 聚酯纤维 62.9%，聚酰胺纤维(锦纶)37.1%



（三）任务设计

任务 1 品牌战略规划方案撰写

品牌是驱动消费者认同的核心力量，是企业区别于竞争对手的核心标志。瑞蚨祥，清同治元年创建于济南。自品牌创立以来始终秉承“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营宗旨。如今，随着市场竞争的激烈程度不断加剧，凸显品牌优势尤为重要。针对这一发展背景，北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司将针对全新市场环境下消费者的新型

需求，优化品牌建设，进行品牌发展战略规划，明确发展路径，建设具备文化底蕴的优质品牌。请以品牌优化和发展为目的，制定“瑞蚨祥”品牌战略规划方案（Word 版）。

任务要求：

1. 品牌战略规划方案需包含品牌成长总体规划、产品及服务创新规划、市场拓展及销售提升规划、品牌传播发展规划等。方案必须具有原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法；

2. 品牌成长总体规划需明确品牌调性与产品定位，确定品牌发展阶段，划分各阶段品牌战略目标；

3. 产品及服务创新规划需根据企业品牌定位，制定产品研发战略、进行产品与服务价格框架构思；

4. 市场拓展及销售提升规划需根据市场定位与用户画像分析，制定市场拓展及销售整体目标、阶段发展规划；

5. 品牌传播发展规划需依据企业目标用户，确定传播发展目标、传播受众分析与界定、传播手段明晰与组合规范、阶段性核心传播活动等。

任务操作：

1. 根据企业品牌信息，分析企业品牌发展现状；

2. 结合品牌营销环境分析，制定并撰写品牌战略规划方案；

3. 完成品牌战略规划方案 Word 文档撰写。

任务 2 营销活动策划方案撰写与汇报 PPT 制作

当前市场上，众多服饰品牌竞争激烈，消费者也越来越注重产品的品质。针对这一趋势，北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司推出了新产品“瑞蚨祥女童汉服秋冬装九分袖棉旗袍”和“瑞蚨祥儿童女春秋七分袖纯手工刺绣立领旗袍”，收获了一批消费者的认可和喜爱，但由于品牌知名度不足且产品推广不充分，产品的销售额还有提升空间。以品牌推广和产品促销为目的，为瑞蚨祥旗袍产品制定符合企业特点的本年度“春节年货节”整合营销活动策划方案（Word 版）。制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划内容的汇报 PPT。

任务要求：

1. 营销活动策划方案需包含活动目标、活动受众、活动创意与主题、活动形式、活动时间规划、活动宣传、活动预算、管控要求等。策划方案必须具有原创性，不可过多陈述企业现有的成就和做法；

2. 活动目标制定需明确活动总体目标及阶段目标，确定活动目标的量化指标；
3. 活动受众定向需明确活动受众群体基本属性、行为属性、心理属性等特征；
4. 活动创意与主题设计需依据企业品牌产品信息，结合营销热点，设计符合消费者需求的营销活动内容，使用适当的促销手段，并设计具有吸引力的活动主题；
5. 活动时间规划需明确活动阶段、活动项目、各活动项目开始时间及结束时间等；
6. 活动宣传计划应包含宣传媒体、媒体排期等；
7. 活动预算控制需明确费用项目及各项目预算等；
8. 活动管控要求需明确活动管控人员、管控要点、管控节点，并确定数据跟踪方式方法等。

任务操作：

1. 根据企业品牌及产品信息，制定营销活动目标；
2. 精准定位营销活动的受众群体；
3. 结合营销热点，设计符合消费者需求的营销活动内容，并设计具有吸引力的活动主题；
4. 结合营销活动内容，选择活动实现方式与组织形式，并进行时间规划；
5. 结合客群画像，确定合理的宣传媒体排期并指定包含新媒体在内的多种宣传形式；
6. 综合考虑预算因素，最大限度地杠杆化有限的预算；
7. 明确活动管控人员、管控要点、管控节点，并确定数据跟踪方式方法等内容；
8. 完成营销活动策划方案（Word 版）撰写；
9. 制作涵盖品牌战略规划和营销活动策划内容的汇报 PPT。

任务 3 新媒体营销

新媒体营销逐渐成为现代营销模式中最重要的一部分，基于数字信息技术和网络技术实现信息传播，可以多方位快速传播企业信息，并与消费者建立共鸣，提升品牌的关注度。为了快速、广泛地宣传企业营销活动，北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司需要围绕营销活动的具体内容制作一个图文并茂的新媒体宣传文案，提高品牌的认知度和忠诚度，促进产品的销售和市场占有率的提升。请围绕“营销活动策划方案”中的具体活动内容，面向目标受众，借助新媒体文案编辑工具，制作一篇图文并茂的新媒体宣传文案。

任务要求：

1. 新媒体宣传文案需包含标题、正文、封面等内容，能够进行品牌推广和产品促销活动宣传；
2. 宣传文案标题撰写符合规范，且能够激发阅读兴趣，吸引用户点击；
3. 图文混排，排版美观大方，整齐有秩序，字体不杂乱，字号、颜色和谐；
4. 文案内容承接标题、开头，呼应活动策划方案，品牌推广目的清晰；
5. 尾文部分内容，能激发阅读者转发分享或点击购买的欲望；
6. 封面图片清晰、尺寸合理、不变形；
7. 在新媒体文案中不得出现学校名称、选手姓名等可能暴露参赛选手身份的相关信息。

任务操作：

1. 根据营销活动内容进行新媒体营销策划，选择合适的营销方式并合理规划新媒体宣传文案内容结构；
2. 根据营销目标，撰写一个具有吸引力的新媒体宣传文案标题；
3. 借助新媒体工具进行图文图片素材选择或上传，完成新媒体宣传图文正文的文字及图片内容的排版与编辑；
4. 根据营销活动内容，完成图文封面图片选择或上传、封面裁剪与宣传。

任务 4 方案汇报与展示

方案汇报展示的目的在于清晰地向公司管理层、执行层传达具体策划内容，以获得公司领导层认可、提高基层执行人员对策划内容的理解度，提高执行效率与效果。

为获得更好的营销效果，进一步扩大瑞蚨祥“瑞蚨祥女童汉服秋冬装九分袖棉旗袍”和“瑞蚨祥儿童女春秋七分袖纯手工刺绣立领旗袍”产品的知名度和市场占有率，参赛团队成员需要在竞赛当日按抽签顺序依次进入汇报场地进行公司品牌战略规划和整合营销活动策划方案的展示与汇报。

任务要求：

1. 以 PPT 形式汇报，内容应涵盖品牌战略规划和营销活动策划；
2. 普通话标准，口齿清晰，表达流利，声音洪亮，节奏适中；
3. 在规定时间内团队 3-4 人共同完成展示陈述任务；

4. 团队成员衣着整洁，表情自然，举止文明，语言规范；
5. 汇报过程中不得出现学校名称、选手姓名等可能暴露参赛选手身份的相关信息。

任务操作：

1. 根据团队成员特点，明确方案汇报团队成员分工；
2. 整理着装，规范仪容仪表，有序进出；
3. 在 10 分钟内完成全部内容的汇报。