**《贝因美股份有限公司**

**爆摇乳/睛彩叶黄素酯营养片/睛彩蒸汽眼罩产品营销策划项目》**

**（备注：此命题单供参赛师生了解和使用）**

|  |  |
| --- | --- |
| 命题项目 | 【贝因美股份有限公司 爆摇乳豆豆奶昔/睛彩叶黄素酯营养片/睛彩蒸汽眼罩产品营销策划项目】 （任选一或组合均可） |
| 参赛产品 | 爆摇乳豆豆奶昔、贝因美睛彩叶黄素酯营养片、贝因美睛彩蒸汽眼罩 |
| 产品销售渠道 | 天猫、京东等电商平台；抖音小店、快手等兴趣电商平台。 |
| 传播/营销目的 | **贝因美爆摇乳（豆豆奶昔）**   * 倡导健康生活，颠覆饮品市场，成就一款好玩、好喝、万能CP体质的健康饮品； * 运用全媒体手段，提升品类曝光度，打开健康饮品中贝因美的品牌知名度，让年轻一代消费者对贝因美产品有全新认知； * 探索营销创新模式，带动爆摇乳销售，提升品类营销影响力。   **贝因美睛彩叶黄素酯营养片（打造爆款为目的）**   * 睛彩是贝因美子品牌，以专注亲子家庭成员的眼部健康为核心，专业打造护眼产品线，让大众知晓并喜爱【睛彩：世界因你而“睛”彩，健康芯世界】； * 蓝光伤害不可逆，抵御蓝光刻不容缓。贝因美睛彩叶黄素酯营养片每时每刻由内而外给眼部提供足够营养，既好吃又方便，叶黄素酯：玉米黄质1:5科学配比; * 运用全媒体手段，提升品类曝光度和品牌知名度，让贝因美睛彩产品及品牌被用眼人群所认知和喜爱并认同，从而激发品类销售的爆发，成就新一代国产护眼品牌。   **贝因美睛彩蒸汽眼罩**   * 睛彩是贝因美子品牌，以专注亲子家庭成员的眼部健康为核心，专业打造护眼产品线； * 长期用眼导致疲劳，伤害眼睛，贝因美睛彩蒸汽眼罩由外及里舒缓眼部干涩，即可缓解视疲劳； * 以高品质赢得客户体验感，让更多的学生用上、喜欢她，提升品类曝光度和品牌知名度。   （以上产品简要版介绍附表） |
| 企业简介 | 贝因美股份有限公司（以下简称“贝因美”）初创于1992年，总部坐落于杭州钱塘江畔。贝因美业务涵盖婴幼儿食品、亲子用品的研发、生产和销售，涉及亲子服务、亲子健康、亲子教育等领域。2011年贝因美（002570）在深交所挂牌上市，是国内A股婴童食品第一股。  公司成立以来，始终坚持产品研发、注重产品品质，将提升产品品质作为保持企业可持续发展的核心优势。贝因美建立、实施和不断完善生产质量管理体系，应用全球领先的生产工艺与专业设备，精选全球黄金奶源带（奶源基地包括爱尔兰、澳洲和黑龙江安达等），并与爱尔兰KERRY集团、瑞士Hochdorf等知名跨国企业合作，制造出具有国际先进水平并更适合于中国宝宝的产品，始终做到对宝宝负责，让妈妈放心。  贝因美始终坚持“国际品质，科学配方”的产品理念，注重科研创新。贝因美专注中国人母乳研究20多年，与上海儿童医学中心等机构开展合作，构建了目前国内最为完善的母乳研究理论体系之一，并初步建立了中国人母乳成分数据库，多项研究均为国际或国内首创。在产品标准上，贝因美执行高于国标的国际化标准，产品连续多次成功通过香港标准及检定中心（STC）权威认证；在质量标准上引入药品GMP管理的理念，打造更加安全、绿色的婴童食品。贝因美自成立以来，一贯注重自主科研创新力量的培养，公司拥有贝因美食品科学与营养研究院、贝因美生育养育教育研究院等专业科研部门，下设各类研究中心，拥有各类专业技术人才及一批一流相关专业的国际专家、顾问，与国际国内先进技术研究机构长期合作，为产品和服务的创新升级持续提供支持。  养育教育，同样关系到一个民族的整体素质的提升。贝因美在为消费者提供营养、安全的婴幼儿产品外，更在成立之初就确立了“育儿专家，亲子顾问”的品牌定位。公司全面打造“爱婴”、“育婴”、“亲母”三大社会工程，并创立了“成功生养教”体系，实现了从产品到理念的跨度，赋予了婴童业特殊的行业责任感和使命感。贝因美通过举办育婴讲座和沙龙、建立育婴咨询中心等活动形式，将贝因美“成功生养教”育儿理念传播到广大家长心中。此外，贝因美携手中国友好和平发展基金会设立伴你成长基金，助力中国少年足球；携手中国出生缺陷干预救助基金会设立“成功妈咪专项基金”，改善和提高孕妇群体的营养知识和健康水平，预防出生缺陷；携手中国少年儿童基金会联手设立“贝因美母婴关爱基金”，关爱农村留守女童；携手中国红十字基金会设立“幸福天使基金”，为0至6岁贫困婴幼儿家庭和需要帮助的孤残婴幼儿提供资助……  贝因美以“爱”为基础，以“弘扬亲子文化”为纽带，以“成功生养教”体系为发展根本，以行业领先的婴幼儿食品专业制造商为战略基石，通过持续研发、制造科学安全的亲子产品，以专业、温馨的亲子服务，以爱的人文精神，帮助亲子家庭健康幸福，从而为人类可持续发展做出应有的贡献。  第十四届全国高校市场营销大赛开赛在即,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，本届大赛提供爆摇乳豆豆奶昔、贝因美睛彩叶黄素酯营养片、贝因美睛彩蒸汽眼罩给参赛团队营销实践。 |
| 企业理念 | 生命因爱而生，世界因爱而美 |
| 项目意义 | 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； 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； 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； 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，提高科成果转化率； 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。 |
| 命题要求 | 1. 要求参赛团队撰写《产品整合营销策划案》； 2. **策划案围绕爆摇乳豆豆奶昔、贝因美睛彩叶黄素酯营养片、贝因美睛彩蒸汽眼罩任选一或组合**； 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； 4. 应着重突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； 5. 结合产品特点制作产品宣传短视频。 |
| 命题规范 | **【企业营销策划案】**  1、企业营销策划案内容包含但不限于：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；  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；  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；  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；  4、内容积极向上，爱党爱国，不得侵权、抄袭或请他人代写。  5、字数为5000-10000字；作品含封面、目录、封底等；  6、作品封面中放入大赛logo和策划案产品logo；  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；  8、作品电子版文件采用A4幅面的Word或16:9尺寸的PPT。  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）。 |
| 作品上交 | 1、参赛作品应在2023年3月20日前通过大赛官网（www.cmat.org.cn）直接上交。 |
| 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。 |

**附件：社科奖第十四届全国高校市场营销大赛指定产品**

**贝因美股份有限公司指定产品目录**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **产品名称** | **主计量单位** | **辅计量单位** | **箱规** | **标准零售价** | **最低市场零售价** | **箱重量（kg）** | **最小发货量** | **发货价/箱（含快递费20/箱）** |
| 睛彩叶黄素酯营养片18克（12瓶/盒、3盒/箱） | 瓶 | 箱 | 36 | 28.80 | 12.80 | 1 | 1箱起 | 480.00 |
| 睛彩叶黄素酯营养片90克 | 瓶 | 箱 | 12 | 128.00 | 99.00 | 1 | 1箱起 | 1208.00 |
| 睛彩蒸汽热敷眼罩10片装 | 盒 | 箱 | 20 | 156.00 | 49.00 | 10 | 1箱起 | 1060.00 |
| 爆摇乳系列豆豆奶昔（6瓶装） | 盒 | 箱 | 24 | 129.00 | 59.00 | 6 | 1箱起 | 1436.00 |
| 组合装 | 进货金额≥500元，每单加20元（拆装、纸盒和快递费） | | | | | 进货金额≥1000元，包邮 | | 备注：不负责产品破损赔偿（可拒签） |

1. 最低市场零售价：是指此次参赛产品单瓶或单盒的市场最低价格，对应产品不能低于此价格对市场终端用户进行产品销售。
2. 标准零售价：是指赛事活动销售实践环节中，产品的标准零售价格。

1、社科奖营销实践产品学生供货价均为不含税价，如需开票，需另外支付税点，企业开具电子发票、增值税普通发票或增值税专用发票；

2、 公司只针对团队或指导老师统一订货；单次进货价格不低于500元/次（可多产品组合进货，组合金额不少于500元/次） ；

3、 受物流所限新疆、西藏、内蒙古、青海等偏远地区不包邮（每次根据实际发货重量，快递费用另行计算），疫情严重地区及港、澳、台地区不发货，疫情地区待物流恢复后发货；

4、 未销售完的产品在不影响二次销售的情况下可退还公司，退货按阶段进行，初赛、复赛、国赛阶段均可申请退货，退货不计入销量成绩（拟定：初赛退货截止2023年3月20日、复赛退货截止2023年4月20日、国赛退货截止2023年5月20日，具体退货时间随赛程另行公布），退货数量不得超过最后一次订单产品记录的20%，且最后一次订单不低于500元，退货运费自行承担；

5、 为配合本次大赛，更深入的了解销售实践，各院校指导老师可根据地域情况统一制定销售价（销售价不可低于供货价）。

参赛团队完成大赛官网报名组队，可根据需要联系：

* 产品咨询请拨打品牌方咨询服务热线95105377、4001777177（免拨区号，市话资费）
* 了解品牌更多信息请咨询企业官方项目对接人李洁（扫二维码加VX）
* 
* 产品订购相关请拨打13777436818、4006338088（扫二维码加VX）

