

纳通/焕迹产品营销策划项目	
命题项目	纳通/焕迹产品营销策划项目
参赛产品	<p>1、护肤系列：医用重组Ⅲ型人源化胶原蛋白敷料、海藻糖医用敷贴、净澈洁面慕斯、焕迹玻尿酸水润保湿水、玻尿酸水润保湿套、焕迹玻尿酸水润保湿乳、焕迹玻尿酸水润保湿精华液、焕迹玻尿酸水润保湿眼霜、焕迹玻尿酸水润保湿霜、焕迹焕颜紧致抗皱精华水、焕迹焕颜紧致抗皱眼霜、焕迹焕颜紧致抗皱面霜、焕迹祛焕肤精华液、焕迹净澈清洁泥膜、焕迹靓肤美颜面膜、焕迹凝水舒缓修护面膜、马齿苋舒缓保湿喷雾、焕迹乳木果臻萃护手霜、焕迹白茶植萃莹润护手霜</p> <p>2、口罩产品：常规系列-医用外科口罩，高端民用系列-夏季清凉口罩；高防护系列-船型医用防护口罩</p> <p>3、消字号产品：卫生湿巾（湿厕纸）65G、洁面巾柔巾70G、婴儿手口湿巾50G、婴儿手口湿巾50G、卫生湿巾（湿厕纸）65G</p>
产品销售渠道	<p>1、产品采取天猫电商代发模式，专属链接买赠形式实现，赠品需由客服备注赠送，无需单独进行购买，所有参赛队伍均需扫码备案淘宝账号，根据淘宝账后，后台汇出各队伍销售情况。</p> <p>2、产品采取批量采购模式，单次进货价格不低于600元/次(可多产品组合进货,组合金额不少于600元/次)，一次性购买批量货物用于线下销售。</p>
传播/营销目的	<p>品牌塑造：</p> <p>1、打造“纳通”及“焕迹”品牌；</p> <p>2、让民众了解、使用成分安心，效果明显的护肤产品，强健肌层、提升肌肤自愈力；使用高性能高防护的口罩产品，保护大众健康。</p> <p>3、提升品牌知名度，让更多纳通及焕迹产品被消费者认知、认同；</p> <p>4、通过第十五届社科奖大赛，让纳通、焕迹品牌深入校园，在让更多的学生了解喜欢纳通、焕迹产品。</p> <p>产品推广：</p> <p>1、通过此次大赛科普民众了解不同的皮肤问题是由于不同的皮肤层受损导致的，关注促愈肌肤、强健肌层、提升肌肤自愈力；</p> <p>2、宣传“焕迹祛焕肤精华液”，焕迹祛焕肤精华液是一款祛痘+控油+养肤的精华产品，复配四种酸解决无效刷酸痛点，双重植萃控油，五大养肤成分，无色素、香精等多种刺激成分，权威人体功效验证。</p>

<p>企业简介</p>	<p>纳通集团防护产业园区，是专业的医用防护器材生产加工基地，位于天津空港经济区，占地面积约76,500m²，产业基地配备各类型口罩生产线150条，总人数达到850余人，日产能达1600万只。</p> <p>先进、高端的设备为生产口罩产品提供品质和产能保证，高速自动化口罩加工设备，采用自动换料装置、物料纠偏器，使用全球顶尖的超声波焊接工艺，质量稳定，产能相当于普通口罩机的8倍。自动视觉检测CCD导入，可有效的自动检测口罩的外型尺寸，鼻梁缺失，脏污异物，耳带焊接状况等。</p> <p>纳通集团拥有10万级净化厂房约21,000平米和万级微生物、无菌、阳性对照洁净实验室，40余台高端口罩试验设备，包含过滤效率气流阻力测试机7台、密合度测试仪4台、血液穿透测试机2台、压差测试仪7台及多套检测设备。按照国际主流口罩标准要求，配置了全项目的测试仪器设备用于口罩新品研发。</p> <p>焕迹是纳通科技旗下医用护肤产品品牌，创造性提出“愈肤主义”概念，以“促愈+自愈”为理念，打造满足医疗美容术前、术中、术后全流程的针对性解决方案，致力于构建完整的医用护肤产业链。</p> <p>护肤产品精选医药级原料，精研成分配比，产品的安全性、功效性方面都较高保证。现已与天津海关工业品中心、天津海水淡化研究所开展检测相关的合作。</p>
<p>企业使命</p>	<p>推动医学技术进步，引领医疗产业发展，帮助患者以最小代价战胜疾病恢复健康。</p>
<p>项目意义</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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，提高科研成果转化率； 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。
<p>命题要求</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、要求参赛团队撰写《企业营销策划案》； 2、策划案内容可任选护肤产品、口罩产品、消字号产品可任选其中一种； 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； 5、结合产品特点拍摄产品佩戴/使用照片、制作产品海报、制作产品宣传短视频、进行产品推广直播宣传。

命题规范	<p>【企业营销策划案】</p> <p>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；</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拍摄产品佩戴/使用照片；制作产品短视频；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；在直播平台进行直播科普讲解产品相关内容（小红书可售）。</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 8000-15000 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、照片、视频、直播三选二；</p>
作品上交	<p>1、参赛作品应在官网发布的规定时间内，通过大赛官网（www.cmat.org.cn）直接上交。</p>