

《科迪乳业股份有限公司产品营销策划项目》

(备注：此命题单供参赛师生了解和使用)

命题项目	【科迪乳业营销策划案】
参赛产品	无菌枕包系列：科迪精品枕牛奶、科迪红枣牛奶、科迪麦香牛奶 盒装系列：科迪盒装纯牛奶（20盒纯） 透明枕包系列：科柚人牛奶（柚子口味）、科莓好牛奶（草莓口味） 牛角包系列：椰子牛奶、草莓牛奶 杯装系列：燕麦冰酸奶（0蔗糖） 百利包系列：百利包纯牛奶
产品销售渠道	天猫、京东、拼多多等电商平台；抖音小店、小红书、视频号等互联网平台；全国院线指定销售。
传播/营销目的	科迪乳业产品 打造“科迪乳业”品牌； 让消费者了解、饮用更健康、更美味的牛奶 3、提升品牌知名度，让更多科迪乳业产品被的消费者认知、认同，提高国产品牌在乳业领域的比重。
企业简介	科迪食品集团股份有限公司创建于1985年，多年来立足“三农”坚持做精食品行业，是农业产业化国家重点龙头企业、河南省百户重点工业企业、河南省奶品安全工程技术研究中心。 2022年改制为国有企业以来，在市委、市政府的坚强领导下，集团党委以党建统领企业高质量发展为抓手，不断完善公司治理模式，团结带领全体员工踔厉奋发、攻坚克难，优化产品结构、拓宽销售渠道，逐步构建起科学高效的生产质量管理体系和经营体系，生产经营状况稳中有进、持续向好。 主营各种乳制品的生产和销售。公司现代化乳品加工厂严格按照国际乳业标准设计，引进英国、瑞典、法国、美国等国家的先进生产设备和生产工艺。公司已通过ISO9001国际质量体系认证和HACCP食品安全控制体系认证。生产的各类乳制品做到了新鲜、营养、安全、放心；乳业公司正新建黄河滩区奶牛绿色养殖带工程，为新建20万吨液奶生产线提供优质充足的奶源供应。 企业愿景 ● 致力发展文明乳业、打造中国中部乳业第一品牌 ● 企业精神 ● 精益、责任、服务、创新 ● 科迪乳业永远推崇的三个传统 ● 崇尚诚信，注重品质、渴望创新
企业理念	科迪乳业以“质量第一，顾客至上”为理念，倡导品质、服务、健康成长。
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。

命题要求	1、要求参赛团队撰写《企业营销策划案》； 2、策划案内容可任选无菌枕包，透明枕，百利包，盒装牛奶，杯装牛奶，牛角包系列产品 3、要求参赛团队借助市场营销、工商管理 and 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（包括成本、利润等财务分析数据）； 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，文件格式为.doc或.docx以及对应的PDF文档。全程赛需要提交PPT及对应PDF文档。 9、视频：作品提交格式为:mp4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	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）或指定渠道直接上交。

附件：社科奖第十五届全国高校市场营销大赛指定产品

社科奖第十六届全国高校市场营销大赛实践销售产品

名称	产品图	供货价	建议零售价	备注
12纯百利包		25元/件	29-32元	引流商品 180g×12袋
20盒纯		42元/件	46-50元	200ml×20盒
冰燕麦		40元/件	45-50元	
精品枕16袋		36元/件	39-45元	180ml×16包
麦香12袋		36元/件	39-43元	200g/袋
红枣12袋		36元/件	39-43元	200g/袋
椰子牛角包		36元/件	39-43元	220g×12袋
草莓牛角包		36元/件	39-43元	220g×12袋
科柚人		32元/件	35-38元	150g/袋
科莓好		32元/件	35-38元	150g/袋

- 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600元/次（可多产品组合进货，组合金额不少于600元/次）；

3、受物流所限新疆、西藏、内蒙古、青海、港、澳、台地区不包邮（每次根据实际发货重量，快递费用另行计算）；

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2025年3月17日、复赛退货截止2025年4月10日、国赛退货截止2025年5月19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600元，退货运费自行承担；

6、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后拨打郑贺 13781862581（或加微信：Zhh13781682581）进行产品咨询及订购详情。



企业联系人二维码