



永雄面包策划方案





目录

概要	2
引言	2
企业品牌形象和现状分析	2
1.产品:	3
2.STP 分析:.....	4
3.SWOT 分析	4
4.PEST 分析:	6
品牌定位	6
品牌核心文化价值	16
品牌元素设计 (cis)	16
品牌资产保护	18
风险管理.....	22
财务预算.....	23
附件	25



概要

为了想了解面包的需求市场，首先对清远大学城内几所学校的学生们展开了有关面包的问卷调查，通过调查了解到大部分消费者还是会比较看重面包的安全跟新鲜。其中 35%的消费者看重面包的安全性，28%的消费者看重面包的新鲜。在新鲜的探究下，考虑在包装上入手，简单直接的把生产日期打印在面包包装纸上，既方便消费者直观面包的新鲜程度，又能够快速吸引消费者的注意。为了使产品能被消费者所接受和使用，在面包市场上拥有自己的一席之地。因此，我们作为永雄企业授权产品策划团队机构通过一系列的前期预测，对永雄面包打开清远市场乃至更大市场的可行性进行了详细的市场调查与分析，通过进行市场细分与目标定位，制定正确合适的营销策略，最终得出本策划方案。

引言

清远市清城区永雄佳乐福食品有限公司始创于 2005 年，公司以最大程度满足消费者的需求为经营目标，奉行以“薄利多销、货真价实、追求品质、以客为尊”为宗旨，“好原料才能做出好产品”是公司一直以来对原料的最高要求，我们坚信只有好的原料才能做出好的产品，才能得到广大消费者的认同。公司在通过所有员工的努力与付出，让永雄佳乐福食品有限公司在短短几年间就拥有了十几家连锁分店，并屡获各项奖项殊荣。永雄面包是清远市清城区永雄佳乐福食品有限公司旗下面包品牌之一，永雄面包最大的特点是新鲜。然而随着社会的不断发展，面包产业竞争压力也在逐年上涨。永雄面包作为清远市面包品牌之一，日销量其实一直保持得不错，但是要是跟其他相似面包品牌相比之下，永雄并不占优势。难道是面包新鲜度还达不到顾客的要求？还是我们的面包包装外观上不够吸引顾客的注意呢？为了能更好的找出问题的所在，永雄企业授权让我们营销团队机构进行产品调研策划。

企业品牌形象和现状分析

清远市清城区永雄佳乐福食品有限公司（下面简称永雄）在成立之日，就以最大程度满足消费者的需求为经营目标，奉行以“薄利多销、货真价实、追求品质、以客为尊”为宗旨，让公司产品得到了广大消费者的认同，并树立了消费者心目中最信赖的放心品牌。

永雄面包产品分为蛋糕，包装类面包和现烤类面包，由厂家制订价格，价格平稳。永雄面包一直以新鲜、健康绿色为经营目标，致力于为消费者提供“100%用心制作”的新鲜面包。公司在通过所有员工的努力与付出，让永雄佳乐福食品有限公司在短短几年就拥有了十几家连锁分店，并屡获各项奖项殊荣。但是由于市场上其他竞争者在细分市场和品牌定位方面准确，使得永雄这种定位不被消费者接受难以发展。为了使永雄更好的被消费者所接受和发展，永雄公司委托珊妮儿



团队进行品牌策划，希望从中取到新的品牌定位，从而解决现在存在的问题，使永雄能被消费者接受、认同。

1.产品：

①宏观环境：

(1)人口环境：随着广清一体化，清远大学城的扩招，大学生人数的增加，需求的增加，市场潜力大。在清远大学城内，众多消费者的需求，为永雄面包提供良好的机遇。

(2)经济环境分析：清远被称为广州的后花园，旅游发展好，人们在衣食住行有了新的需求。在经济得到的条件下，我们永雄面包已降低至贫苦消费者也可以接受的价格，为全部消费者都能吃到我们永雄面包而努力。

(3)社会文化分析：人们对面包接受度高。社会文化是与基层广大群众生产和生活实际紧密相连，由基层群众创造，具有地域、民族或群体特征，并对社会群体施加广泛影响的各种文化现象和文化活动的总称。

广义上的文化指人类社会历史实践过程中人类所创造的物质财富和精神财富的总和。狭义上的文化是指社会的意识形态以及与其相适应的文化制度和组织机构。文化属于历史的范畴，每一社会都有和自己社会形态相适应的社会文化，并随着社会物质生产的发展变化而不断演变。作为观念形态的社会文化，如哲学、宗教、艺术、政治思想和法律思想、伦理道德等，都是一定社会经济和政治的反映，并又给社会的经济、政治等各方面以巨大的影响作用。在阶级社会里，观念形态的文化有着阶级性。随着民族的产生和发展，文化又具有民族性，形成传统的民族文化。社会物质生产发展的历史延续性决定着社会文化的历史连续性。社会文化就是随着社会的发展通过社会文化自身的不断扬弃来获得发展的。

②微观环境：

(1)企业本身：通过短短几年的发展有十几家连锁分店。在清远当地略有威名，消费者听到永雄面包都会道道称赞，是消费者早餐宵夜的必备面包。

(2)竞争者：市场上存在着很多竞争者，如：嘉品，源美，玛芝莲等。嘉品；西餐厅

适宜情侣约会、家庭聚会、商务宴请、朋友聚餐、随便吃吃。嘉里中心的自助餐厅。早餐“面包种类很多”，也“挺好吃”。中午和晚上菜品“还算多”，海鲜、刺身“比较新鲜”；热菜“没什么好说的”，“能吃饱”就是了；最喜欢甜品，样式“多”，味道“好”，不少食客都在那一区“流连忘返”。

特色服务：订座服务，可以刷卡，有停车位，有服务费，提供在线菜单，提供早餐，有wifi。

源美：品种丰富，美味可口，令人流连忘返、

玛芝莲：玛芝莲是清城蛋糕市场崛起的名牌企业，清远市玛芝莲蛋糕屋成立于2001年，从最初的一间前店后厂式的作坊至2007年上半年已发展有十二间销售门店，一间大型制作工厂的食品加工企业。多年来其一直坚持“品质为先，健康为本”的经营理念，坚持为顾客提供一流的品质，一流的服务。提供健康、卫生、营养的糕点产品，得到了广大消费者的认同。

(3)市场：随着清远大学城的扩招，人口的增多，市场的扩大。成就了永雄面包的清城区庞大市场，拥有很大的竞争力，市场越来越大，我们永雄面包也会发

展越来越强大。

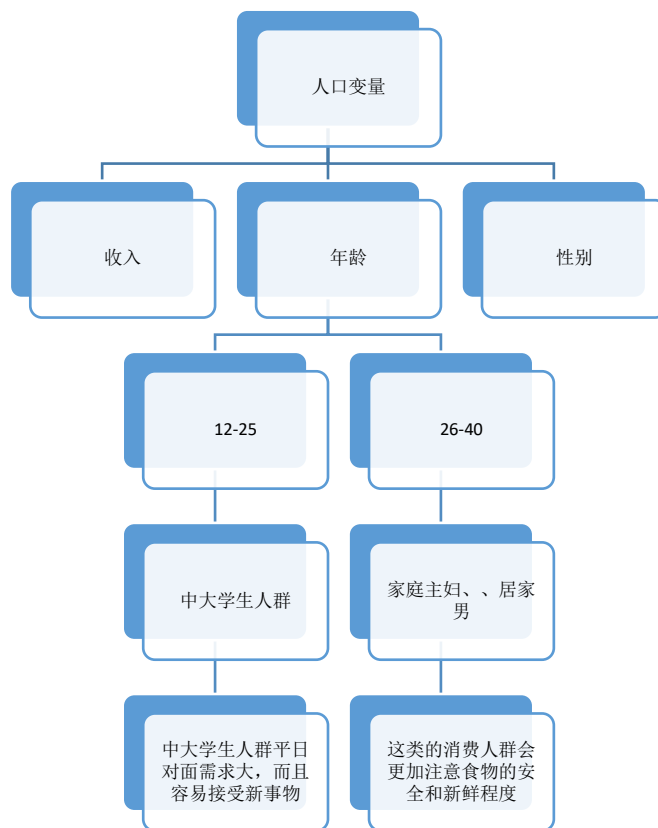
(4) 消费者分析：对于我们消费者，永雄面包是我们早餐和宵夜的不二选择，永雄面包不仅质量保证，提供新鲜美味的面包，而且令消费者吃的开心，吃的放心。在心里对永雄面包有一定的信任度。

2.STP 分析:

STP 理论有助于企业发掘市场机会，开拓市场并且企业能够充分利用现有资源，获得竞争优势，还有利于企业了解各细分市场的特点，制定并调整营销组合策略。具体地说有以下几点：

- (1) 有利于选择目标市场和制定市场营销策略。
- (2) 有利于发掘市场机会，开拓新市场。
- (3) 有利于集中人力、物力投入目标市场。
- (4) 有利于企业提高经济效益。

市场细分



目标市场选择：中大学生人群、家庭主妇和居家男。

市场定位：100%用心制作新鲜面包。

3.SWOT 分析

优势：地处学校内部，客源集中而固定；商品种类较为齐全，价格相对适中 供货渠道好，进货价格相对低 可以使用校园一卡通消费 方便快捷 超市布



局合理。

劣势：超市商品标价高于外面商店，洗化用品在超市营业额占比例很小，占用空间却很大，商品结构不合理 食品类用品定价过高 客流量大,有时感觉拥挤存在季节性缺陷如寒暑假。

机会：目标顾客固定，在学校有关部门的管理和指导下，营业额会因此上浮 进货渠道叫周边地区竞争者有明显优势 学校可能扩大招生,客流量将增大 。在学校中还是最大的超市,暂时基本上没有竞争压力。

威胁：宣城市区各大超市商品齐全，竞争激烈。校园内两家商店的竞争；随着学校日益扩大，周边商店将形成一定规模，客流量减少

外部因素 内部因素	机会(o)：清远大学城的建成和扩招，人口的增加和市场需求的增加	威胁(t)：面包行业的成熟化，普通面包店的泛滥，市场上竞争者多，难以突出自身。
优势(s)：价格亲民，货真价实，拥有一定的连锁店；学生市场广阔。	进攻(so)：利用我们产品的新鲜，和大学城广阔是市场环境。	调整(st)：利用我们价格和产品的优势，来解决同类产品竞争。
劣势(w)：同产品竞争大，产品知名度不足宣传力度低。	防御(wo)：利用我们大学生的市场机会，解决同产品竞争大，宣传度低问题。	生存(wt)：多做广告宣传，提高知名度；提高本产品优势，多搞些便民优惠活动。

3. 4PS:

①产品：分为三大类：蛋糕类，我们有丰富多彩的美味蛋糕供消费者选择，每一种口味都十分独特。包装类面包，永雄面包的包装精美，让消费者赏心悦目，不仅非常漂亮实用，还非常环保。现烤类面包，永雄面包基本现烤现卖，做到新鲜健康的保证，为消费者吃的放心。

②渠道：由产家直接供货到店面，直接省去中间的费用产生。通过直接供货减少时间让永雄面包更加新鲜健康，方便了消费者购买面包。

③价格：由产家统一制定面包的价格，价格稳定。永雄面包的价格合理，适合于中层消费者和贫苦消费者，还会有很多活动来减少价格，为消费者用更少的钱吃得更多的面包。

④促销：定时促销，定量促销，定向促销，对抗促销。我们永雄面包经常举办促销活动来提高我们的影响力，在店里提高免费试吃和在特定时间半价出售，让我们永雄面包的知名度更高。

4.PEST 分析：

经济：永雄面包是由厂家制订价格，价格平稳。

文化：永雄面包一直以新鲜、健康绿色为经营目标，致力于为消费者提供“100%用心制作”的新鲜面包。始终坚信只有好的原料才能做出好的产品。

政治：公司在通过所有员工的努力与付出，让永雄佳乐福有限公司在短短几年就拥有了十几家连锁分店，并屡获各项奖项殊荣。

环境：但是由于市场上其他竞争者在细分市场和品牌定位方面准确，使得永雄这种定位不被消费者接受难以发展。为了使永雄更好的被消费者所接受和发展，永雄公司委托珊妮儿团队进行品牌策划，希望从中取到新的品牌定位，从而解决现在存在的问题，使永雄能被消费者接受、认同。

品牌定位



我们的产品定位是绿色健康、新鲜的面包，给予顾客最新鲜的面包。永雄面包以新鲜、健康为宗旨，为每位顾客提供难以忘怀的服务而努力。我们会用心制作每一个面包，会以最短的时间和最好的方式送到消费者面前。



我们的企业愿景是 100%用心之作，给予顾客最新鲜的面包！

为了是我们的品牌定位更加准确和符合消费者需求，我们进行了市场调研：得到了问卷进行分析：

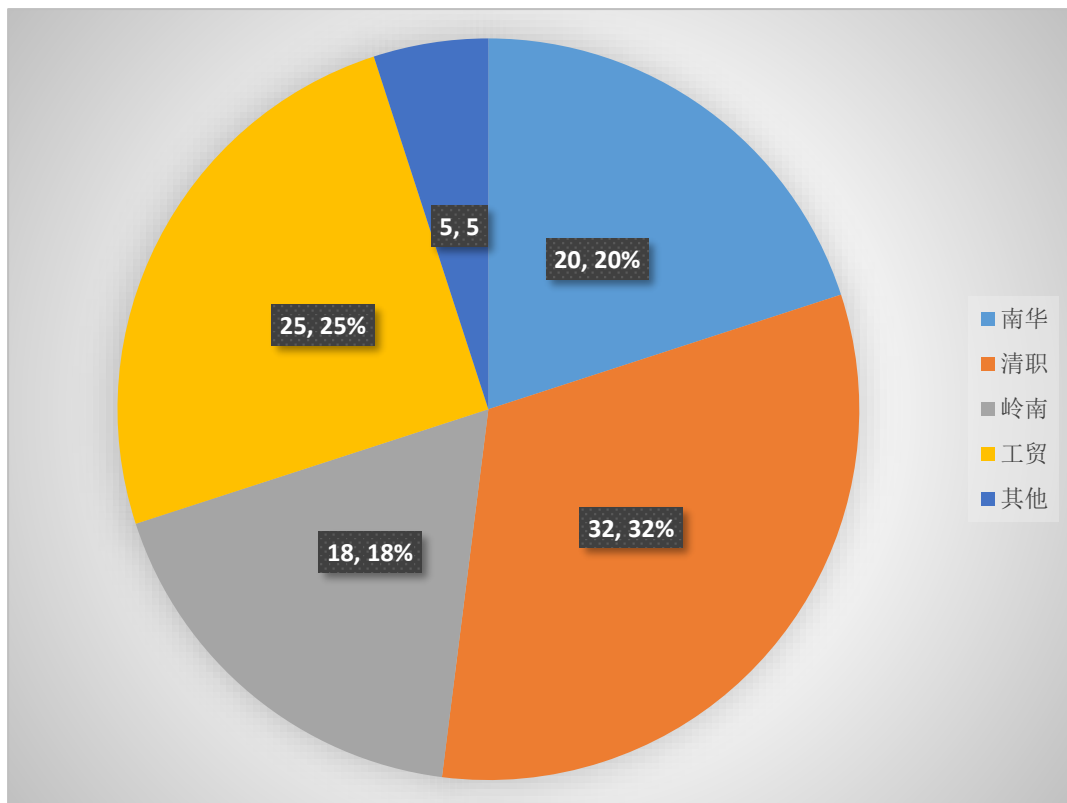
1. 您的性别？[单选题] [必答题]

☐ A. 男 ☐ B. 女

分析：有 66%的男性填写调查问卷，有 33%的女性填写调查问卷。可见此次的问卷调查的男性较多，但也可以看出本次调研的随机性。

2. 请问您是否是哪所学校学生？[单选题] [必答题]

☐ A. 南华 ☐ B. 清职 ☐ C. 岭南 ☐ D. 工贸 ☐ E. 其他



分析：本次调研主要调查了清远大学城内的南华、清职、岭南、工贸等几所学校，可见本次调研人群较为平均，保证了调研的科学性。

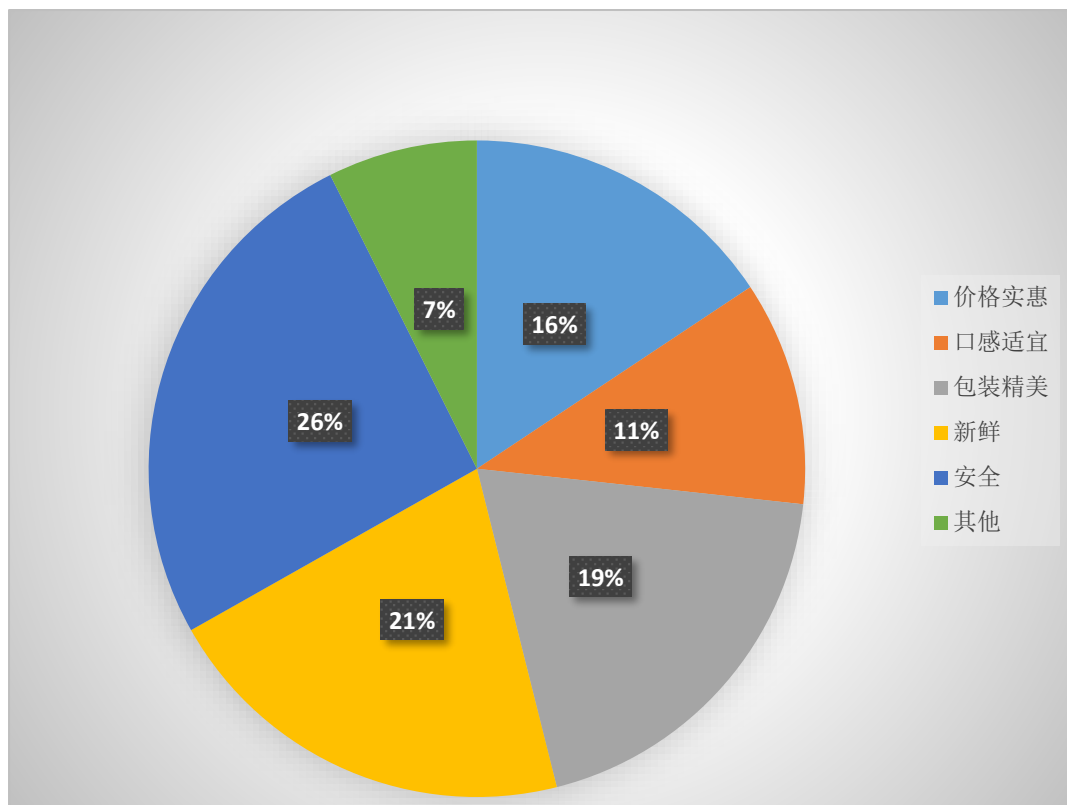
3. 请问您在本学期有购买过永雄面包？（没有直接跳到） [单选题] [必答题]

- ☐ A. 有 ☐ B. 没有

分析：本学期有购买永雄面包的有 76%，没有购买面包的有 24%。大部分人购买过永雄面包，可能因为我们的宣传力度不够，不能使消费者知道我们永雄面包，我们一定会加大努力做好宣传做到最好。这也在一定程度上说明了我们永雄面包还是有一定的市场发展空间。

4. 请问吸引到您购买面包的原因？ [多选题] [必答题]

- ☐ A. 价格实惠 ☐ B. 口感适宜 ☐ C. 包装精美
☐ D. 新鲜 ☐ E. 安全 ☐ F. 其他



分析：结果我们可以看出其实消费者最看重的是面包的安全跟新鲜，而新鲜确实我们永雄面包一直坚守秉承的，我们坚信好原料才能做出好产品，所以为顾客生产出安全新鲜的面包是我们永雄企业的使命。

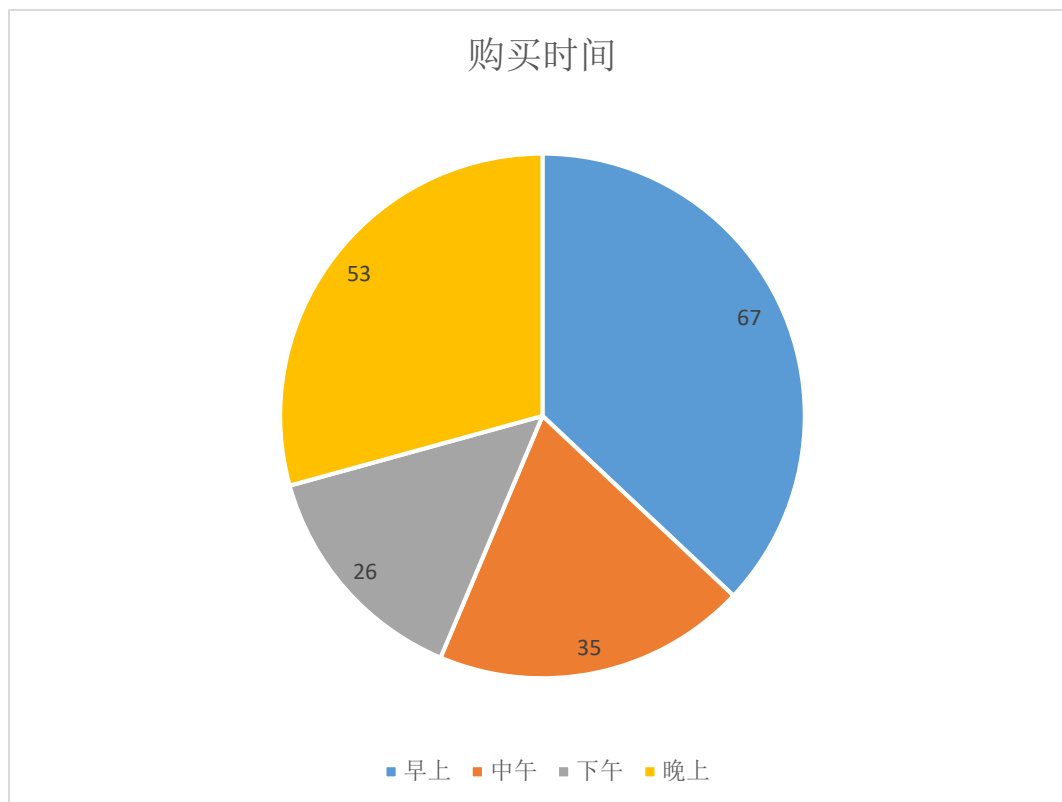
5. 请问您会在哪里购买面包？ [多选题] [必答题]

☐ A. 食堂 ☐ B. 超市，便利店 ☐ C. 面包店 ☐ D. 其他

分析：有 30% 去食堂购买面包，有 25% 去超市和便利店，有 35% 去面包店，剩下 10% 其他。由此可知大部分人去食堂和面包店购买面包。食堂和面包店方便消费者购买，我们以后会加大力度做好这方面的工作

6. 请问您购买面包的时间是？ [多选题] [必答题]

☐ A. 早上 ☐ B. 中午 ☐ C. 下午 ☐ D. 晚上



分析：消费者购买永雄面包的时间为早上和晚上高峰期，这段时间刚好是上午上课前跟下午下课后，而我们的之前的供应点是早上 6 点半和下午 3 点半，所以我们要利用好面包购买高峰期卖出更多的面包！

7. 请问你购买面包用来当什么餐？ [多选题] [必答题]

- ☐ A. 早餐 ☐ B. 午餐 ☐ C. 下午茶
☐ D. 晚餐 ☐ E. 宵夜

分析：购买面包是做什么餐，早餐 53% 午餐 20% 下午茶 17% 晚餐 22% 夜宵 48%。从数据可以看消费者购买面包当早餐和宵夜。早餐是我们必备的，消费者因为方便填饱肚子而去购买面包，在夜晚肚子饿得时候也方便购买面包去吃，我们会抓住重点在这两方面做到最好。

8. 请问您够买面包的频率是？ [单选题] [必答题]

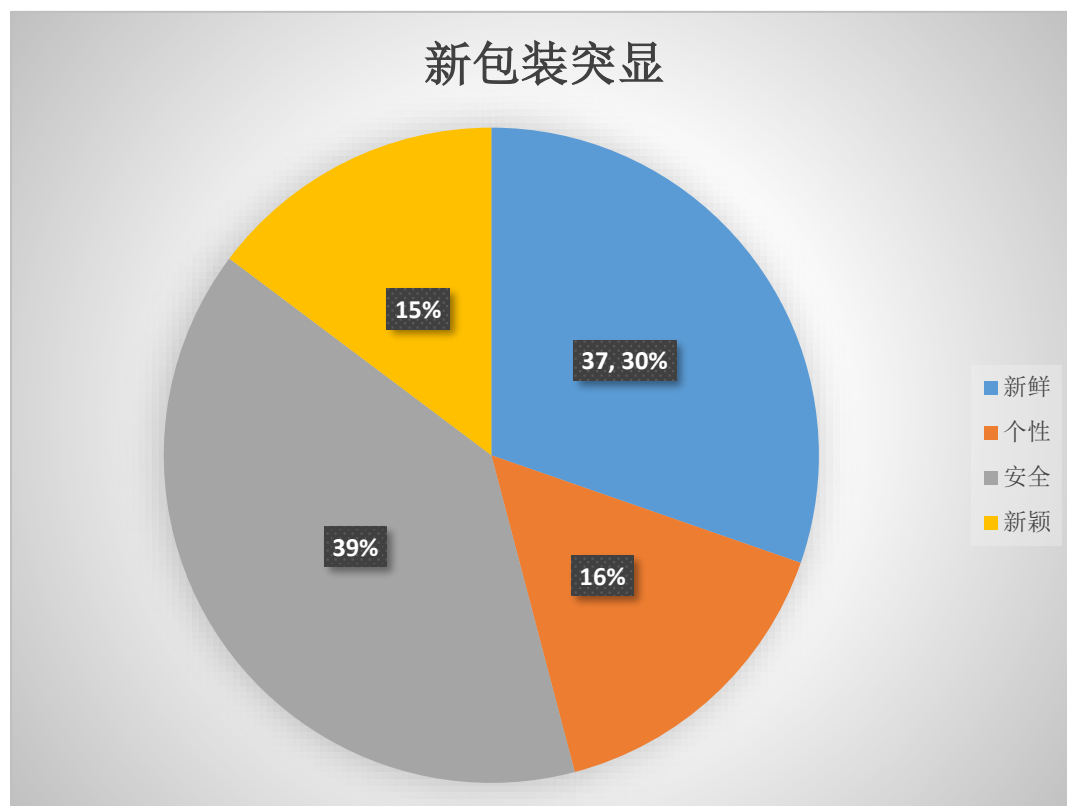
- ☐ A. 一周 1-2 次 ☐ B. 一周 2-4 次 ☐ C. 一周 4-6 次 ☐ D. 一周 6 次以上

一周 1-2 次		70%	
一周 2-4 次		46%	
一周 4-6 次		18%	
一周 6 次以		9%	

分析：得出消费者在一周内购买面包的次数集中在 1-4 次，这也说明了面包主要还是作为充饥的辅食产品，为了满足消费者更方便的享用到新鲜的永雄面包，我们永雄面包会做好预算分配好每一天的面包！

9. 请问永雄对面包进行更换, 您希望新包装突显? [多选题] [必答题]

☐ A. 新鲜 ☐ B. 个性 ☐ C. 安全 ☐ D. 新颖



分析: 得出的结论是, 新包装突显新鲜和安全占大部分, 我们永雄面包以后一定会主力着手这方面, 让消费者吃的新鲜, 吃的放心。

10. 请问您在购买面包时会特别留意面包的出产时间吗? [单选题] [必答题]

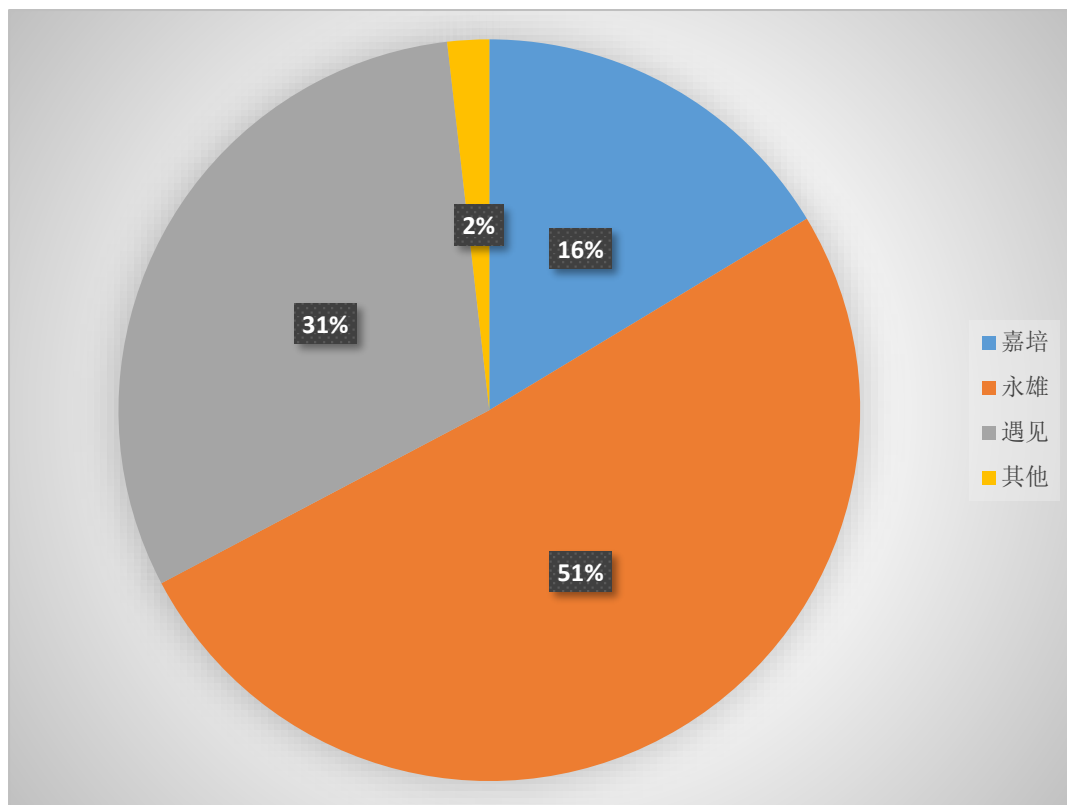
☐ A. 会 ☐ B. 不会

留意出厂时间	80
不留意出厂时间	20

分析: 留意出厂时间的占 80%, 不留意的占 20%。分析得出消费者在购买永雄面包的时候, 会留意出厂时间, 以后我们永雄面包会在面包标签明确写出真实的出厂时间, 也请广大消费者监督。

11. 购买面包的时候有认准什么牌子? [单选题] [必答题]

☐ A. 嘉培 ☐ B. 永雄 ☐ C. 遇见 ☐ D. 其他



分析：消费者在购买面包时多数注重品牌，虽然永雄面包占一半，但我们仍需努力，表现美好的一面给消费者，让他们乐意来购买永雄面包。

12. 您更喜欢下列哪种面包促销方式？ [多选题] [必答题]

- ☐ A. 打折价促销 ☐ B. 免费试吃 ☐ C. 赠送礼品
☐ D. 发放优惠券 ☐ E. 其他

打折价促销		大部分		
免费试吃		大部分		
赠送礼品		一半		
发放优惠券		不喜欢		
其他		无		

分析：在调查过程中，消费者乐意打折价促销和免费试吃，以后我们永雄面包一定会在这两方面做的更好，令消费者吃的开心。

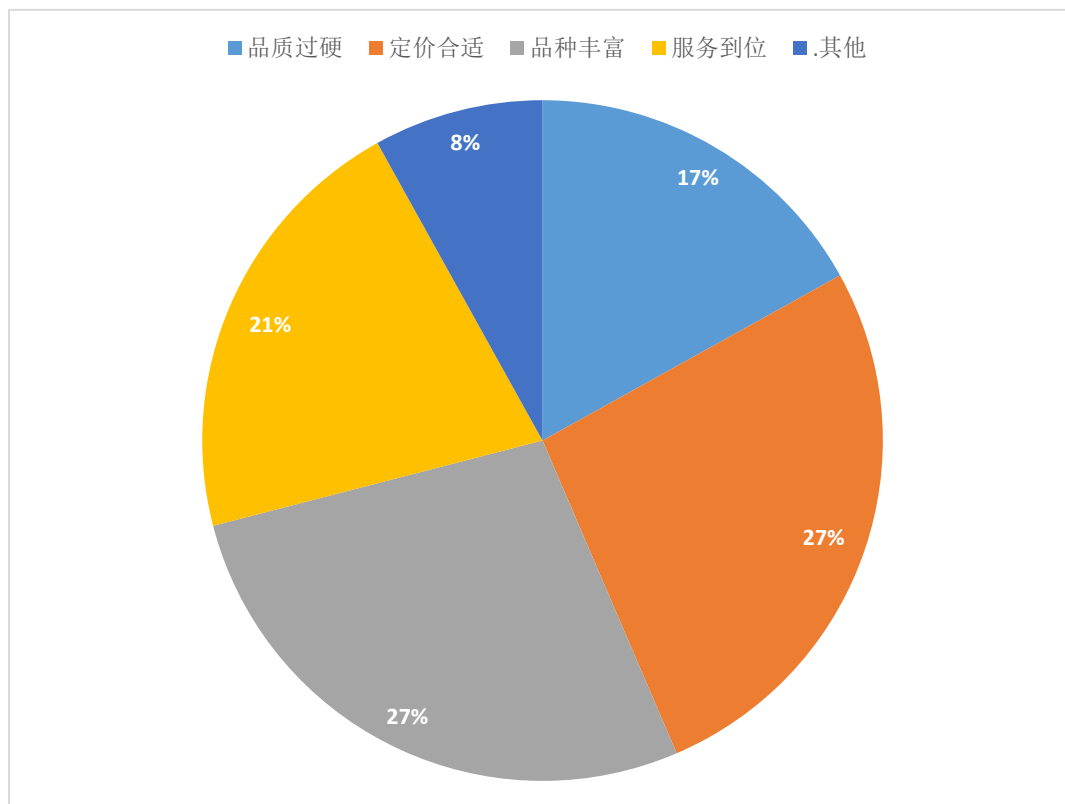
13. 您听说过永雄面包这个牌子么？ [单选题] [必答题]

- ☐ A. 听说过 ☐ B. 没有

分析：得出结论消费者还是有小部分没有听说过永雄面包，可见之前的永雄定位模糊，给不了消费者一个清晰的印象，我们在新的定位确定后，我们会加大力度宣传，让更多人知道永雄面包。

14. 您对永雄面包有什么印象？ [多选题] [必答题]

- ☐ A. 品质过硬 ☐ B. 定价合适 ☐ C. 品种丰富
☐ D. 服务到位 ☐ E. 其他



分析：消费者对永雄面包的印象为定价合适和品种丰富占大部分，服务到位和品质过硬也有 38%，我们会认真听取消费者意见，在未来做得更好。

15. 请问您是职位是？ [单选题] [必答题]

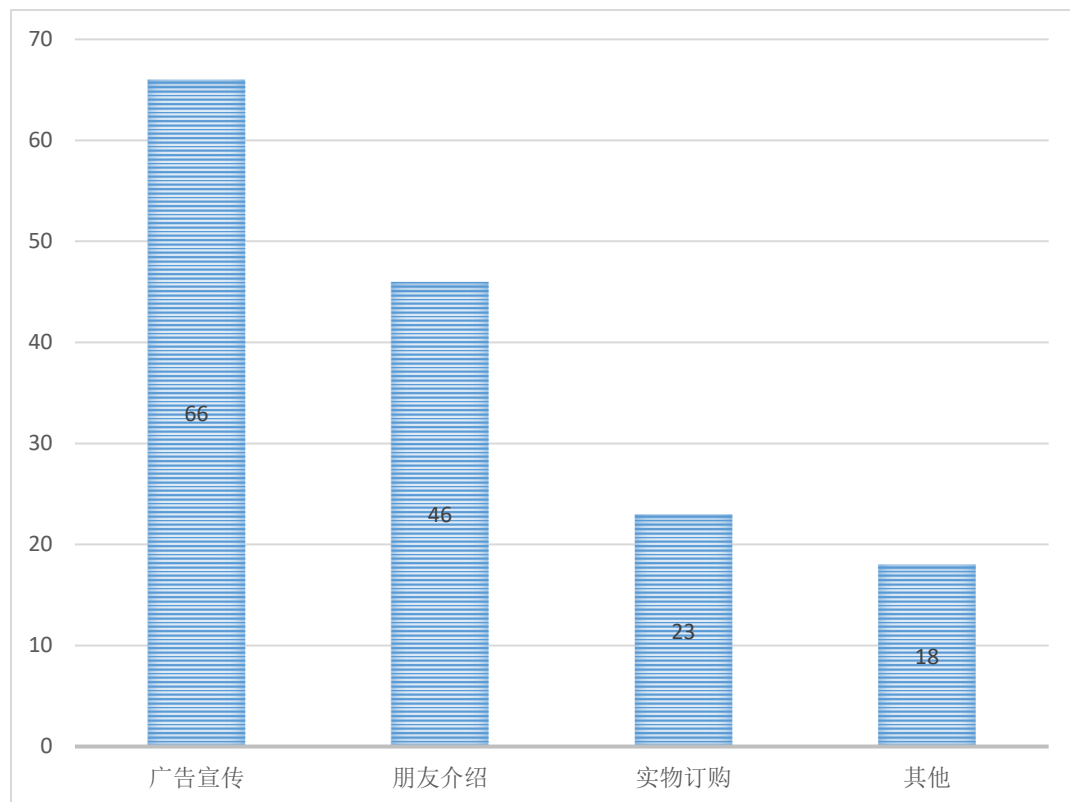
- ☐ A. 学生 ☐ B. 老师 ☐ C. 店铺老板 ☐ D. 店铺员工

学生	78
老师	10
店铺老板	4
店铺员工	6

分析：在我们调查中职业大部分为在校学生，我们永雄面包将为在学生这方面主力入手，听取更多学生的意见，为永雄面包的未来打好基础。

16. 请问您是通过什么渠道知道永雄面包的？ [多选题] [必答题]

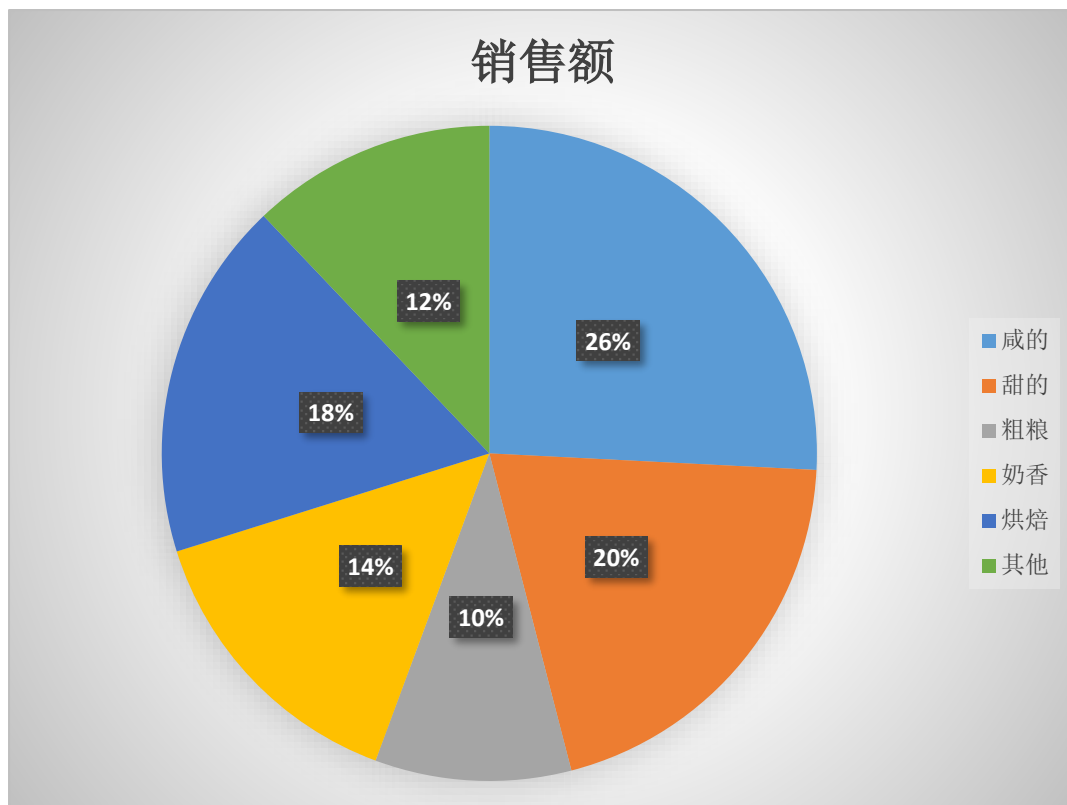
- ☐ A. 广告宣传 ☐ B. 朋友介绍 ☐ C. 实物订购 ☐ D. 其他



分析：根据调查所以，消费者大部分通过广告宣传和朋友介绍来知道永雄面包的，我们永雄面包的广告宣传一定会加大力度，在这方面做得更好。让更多的消费者知道我们永雄面包这个品牌。

17. 您喜欢什么类型面包？ [多选题] [必答题]

- ☐ A. 咸的 ☐ B. 甜的 ☐ C. 粗粮
☐ D. 奶香 ☐ E. 烘焙 ☐ F. 其他



分析：在图中我们得知，消费者在喜欢的类型面包各种分布均匀，在咸的甜的占一半部分，我们永雄面包会在以后推出更多咸的甜的品种，当然其他品种也会，让消费者有更多的选择吃喜欢的面包。

18. 请问永雄面包最吸引您购买的一点是？ [填空题] [必答题]

19. 对于永雄面包。您觉得还有什么意见吗？ [填空题] [必答题]

18, 19. 分析结论，在消费者留下的宝贵意见中，最多提到的为永雄面包的包装令消费者吸引购买，让我们在包装入手。我们永雄面包会制作更精美的包装来吸引消费者，不仅绿色健康，包装也更精美。对我们的意见为，在价格方面应适当减价，为消费者着想。还有多在学校周围建立分店，方便学生去购买。多谢调查者的宝贵意见，我们一定会认真聆听，说到做到，做的更好。感谢您花费宝贵的时间来填写这份问卷，我们会做的更好！

得出结论： 我们准备了 100 份调查问卷，回收了 100 份。大多数回答都是有吃过、听过永雄面包，对永雄面包的了解比较低。我们永雄面包应该加大宣传力度，打造良好品牌，突出我们的品牌定位绿色健康、新鲜的面包。

品牌核心文化价值

功能价值：我们突出的价值是新鲜。永雄面包一直以新鲜、健康绿色为经营目标，致力于为消费者提供新鲜的面包。我们的面包突出的是新鲜，在生产上，我们会用最新鲜健康的原料，生产低糖低脂的新鲜健康面包；运输上，我们会有2次送货时间，分别为早上和下午，已达到以最新鲜的面包供应给消费者；在产品包装方面，我们会着重于突出我们的面包出炉时间上，会把我们的出炉时间以更加清晰更加明显的呈现给消费者。



图一



图二

理性价值：我们的面包严格控制生产质量，“好原料才能做出好的产品”，永雄佳乐福有限公司就是对原料质量一直有着很高的要求，我们严格控制出炉时间，并在我们的产品包装上标注了明确的出炉时间，如图一、二所示。我们坚信只有好的原料才能做出好的产品。

公司每天给顾客定制的生日蛋糕，都以 100%用心用材制作，务求让每位顾客购物愉快，食得放心。

面包的营养价值：面包是发酵食品，多吃发酵食品对健康是非常有好处的。面包含有很丰富的膳食纤维矿物质，有助于提高人体的新陈代谢。全麦面包也有很丰富的膳食纤维，能让人比较容易产生饱腹感。面包是用小麦等粮食作物磨粉制作，以烘、烤、蒸或煎等方式加热制成的食品。以小麦粉为主要原料，与酵母、鸡蛋、油和果仁，加水调制成面团，经过发酵、整型、成型、焙烤、冷却等程序制作而成的焙烤食品。面包是人类食品中营养素含量最完全的，含有蛋白质、脂肪、碳水化合物、少量维生素及钙、钾、镁、锌等矿物质，口味多样，易于消化、吸收，食用方便，不会对胃肠造成损害，在日常生活中颇受人们喜爱。

品牌元素设计（cis）

公司简介：清远市清城区永雄佳乐福食品有限公司（下面简称永雄）在成立之日，就以最大程度满足消费者的需求为经营目标，奉行以“薄利多销、货真价实、追求品质、以客为尊”为宗旨，让公司产品得到了广大消费者的认同，并



树立了消费者心目中最信赖的放心品牌。

永雄面包，是清远市清城区永雄佳乐福有限公司的产品，该公司以“好原料才能做出好产品”为经营理念，为消费者生产新鲜、绿色健康的面包。

公司本着诚信合作、共谋发展、造福社会的经营宗旨，务实进取、开拓创新的经营理念。始终把顾客需求摆在首位，以市场为导向，以质量谋发展，以食品安全作为基本出发点，实现可持续发展。

产品品牌：永雄面包的全部产品采用统一品牌名称策略可以充分利用其名牌效应，使企业所有产品畅销。同时企业宣传介绍新产品的费用开支也相对较低，有利于新产品进入市场。

在打造品牌的同时，将“永雄”的商标进行注册。注册商标可以阻止假冒者等不正当竞争者用相同或相似的标记，来推销低劣或不同的产品或服务。注册商标还能使有技能、有进取心的企业在尽可能公平的条件下，进行商品和服务的生产与销售，从而促进贸易的发展。

理念识别（MI）：公司广告语：给予顾客 100%用心制作的新鲜面包。

企业宗旨：永雄面包以新鲜、健康为宗旨，为每位顾客提供难以忘怀的服务而努力。

经营策略：我们会用心制作每一个面包，会议最短的时间和最好的方式送到消费者面前。

经营信条：打造更加新鲜、健康的面包。

企业意识：精心制作，服务大众。

经营理念：100%用心制作。

服务宗旨：新鲜的，健康的。

经营方针：以市场为导向，以用心为依托。

企业精神：以最好的精神面貌面向大众。

视觉识别（VI）：

永雄面包 LOGO



简要说明：永雄面包的 LOGO 我们采用了绿色的叶子来打底，然后金色的永雄字体在中间，寓意这永雄面包有着绿色健康的金色品质。

行为识别（BI）：公司内部：

1、对员工进行岗前培训，要求掌握企业文化和产品的相关知识，然后进行一系列的考核，考核成功后才正式成为本公司的员工。

2、对员工采取业绩考核，在基础工资上根据销售业绩来分发工资；定期进行员工培训，提供员工提升自我价值的机会

公司外部：1.进行问卷调查，一方面了解消费者的真实需要，提供迎合消费者需求的产品，让利于消费者，使他们买得开心，吃得舒心；另一方面，根据他们回馈回来的意见与建议，进行总结分析，把消费者的利益放在首位，以他们的需要为出发点。

2.定期开展市场调研，第一时间把握市场的变化，了解市场的第一手资料，然后进行产品战略调整，以最低的成本获取最大的效益，实现产品的效益最大化。洞悉市场变化，进行目标市场定位，将风险降到最低。

品牌推广与传播：

新产品包装供应市场前应采用全方位、立体、硬、软的市场宣传推广。

1、目的：通过品牌推广跟广告来加大产品宣传力度，产品的新包装刺激消费者的购买需求。塑造一个良好的产品品牌形象。制造购买热点。

2、活动主题：面包好吃看得见

3、活动时间：新产品导入期

4、活动方式：



- 一、粘贴海报，设置广告牌，制作面包广告小视频。
- 二、采取促销策略，实行买二送一，提高产品销量。

品牌资产保护

1. 商标权保护

商标权保护是品牌保护中的重要内容之一，指的是对品牌所包含的知识产权即商标、专利、商业秘密等进行保护。品牌保护最重要的武器是法律，品牌保护的核心是商标权保护，即对商标专用权（已经过注册）的法律保护。品牌保护的**范围要大于商标权保护范围。企业对其品牌的自我保护，既有商标权保护的内容，也有非商标权保护的内容。

a. 申请在先原则

申请在先原则是由注册原则派生出来的重要程序性原则之一。既然商标专用权基于注册而产生，而在同一种商品或者类似商品上以相同或近似的商标申请注册的人又并不总是一个，那么，以申请书提交的时间先后来决定商标专用权归谁所有，就不失为一种有效的方法。因此《商标法》第十八条规定：“两个或者两个以上的申请人，在同一种商品或者类似的商品上，以相同或者近似的商标申请注册的，初步审定并公告申请在先的商标”。这就是申请在先原则。根据该原则，一个商标即使已经使用多年，如果不及时申请注册，也会因别人申请在先而失去注册机会，得不到对该商标的专用权。当然，申请在先原则也有不灵的时候，遇到两个以上的商标在同一天申请注册的情况时，就必须通过其它方法来决定专用权的归属了。因此，第十八条同时又规定，“同一天申请的，初步审定并公告使用在先的商标，驳回其他人的申请，不予公告。”这说明我们在采用申请在先原则的前提下，也以使用在先作为一种适当的补充。

b. 诚实信用原则

诚实信用原则是民法领域里的一项基本原则，其法律表现形式在《民法通则》第四条中有规定：“民事活动应当遵循……诚实信用的原则。”诚实信用原则要求的是民事主体在民事活动中要维持当事人之间的利益平衡，以及当事人利益与社会利益之间的平衡。在当事人之间的利益关系中，诚实信用原则要求尊重他人利益，对待他人事务就像对待自己的事务一样，以保证法律关系的当事人都能得到自己应得的利益，不得损人利己。当发生特殊情况使当事人间的利益关系失去平衡时，应进行调整，使利益平衡得以恢复，由此维持一定的社会经济秩序。在当事人与社会的利益关系中，诚实信用原则要求当事人不得通过自己的民事活动损害第三人和社会的利益，必须在权利的法律范围内以符合其社会经济目的的方式行使自己的权利。

c. 自愿注册原则

所谓“自愿注册原则”，是指企业使用的商标注册与否，完全由企业自主决定。《商标法》第四条规定，企业、事业单位和个体工商户，对其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品，或者对其提供的服务项目，需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商品商标或服务商标注册。如果企业不需要或者暂时不打算取得商标专用权，则可以不注册。本注册的商标允许使用，但使用人没有专用权，不能禁止他人使用。



与自愿注册原则相对应的是强制注册原则或全面注册原则。1957 年到 1983 年 2 月,我国实行的是全面注册原则,要求企业的商品应当使用商标的,都必须使用商标,而且所有使用的商标都必须注册。此项原则主要从“管”字着眼,不利于搞活经济。目前,除极个别国家仍实行强制注册外,世界上绝大多数国家都实行自愿注册原则。

d.集中注册、分级管理的原则

集中注册、分级管理是我国商标法律制度的突出特点之一。根据市场经济和商标自身的特点,商标注册应打破部门分割、地区分割的状态,由商标局统一集中负责商标的审查、核准注册工作。为此,《商标法》第二条规定:“国家工商行政管理局商标局主管全国商标注册和管理的工作。”这就决定了全国的商标注册工作统一由国家工商行政管理局商标局负责办理,其他任何机构都无权办理商标注册,明确了集中注册的原则。分级管理则是指各级工商行政管理机关依据法律规定,在本地区开展商标管理工作。实行分级管理,有利于把商标管理工作与当地的实际情况紧密地结合起来,使商标行政管理工作经常化、制度化。

e.行政保护与司法保护相并行的原则

这是我国商标法律制度的又一个突出特点。《商标法》规定,对商标侵权行为,被侵权人可以选择由工商行政管理机关处理,也可以向人民法院起诉。如果被侵权人向工商行政管理机关投诉,工商行政管理机关可以依据被侵权人提供的有效证据或者自己调查时取得的证据,责令侵权人立即停止其侵权行为,并赔偿被侵权人的损失,还可以同时对其处以罚款。当事人对工商行政管理机关所作出的处罚决定不服,可以向人民法院起诉。并行保护的原则为当事人解决商标纠纷提供了便利,有利于商标专用权的保护。

2.品牌的经营保护

如今,一谈到企业商标权或品牌资产的保护,我们常常只联想到法律层面的保护,而往往忽视了非法律层面的保护。品牌资产的法律保护的重要性无须多言,但企业从自身经营层面对品牌的保护绝不可小视,比如从技术层面、生产层面、营销策略层面对品牌资产进行自我保护,往往直接关系着一个品牌的生存和发展。

在技术层面上,要保持技术领先,严守技术秘密,统一技术标准;在生产层面上,要按有效需求组织产销,坚持持之以恒的严格质量管理;在营销策略上,则要审慎开展品牌延伸经营、始终树立以消费者满意为中心的经营理念、保护与消费者沟通的连续性、维持标准定价、保持价格控制权、避免恶性竞争。

3.证件办理手续

- 1) 商店名称核准。
- 2) 刻章,验资。
- 3) 向当地的卫生监督所申请,请他们现场审查,办理卫生许可证。
- 4) 凭卫生许可证向当地工商局办理营业执照。
- 5) 办理组织机构代码证。
- 6) 办理税务登记证。

4.审慎开展品牌延伸

我国绝大多数企业往往从专业化经营起步,经过若干年艰苦努力在行业中有了相当地位,塑造出了较有影响力的品牌。为了谋求进一步发展,不少企业走上多元化扩张的道路。我国企业的多元化扩张大多是跨行业而为之,如制药厂涉足



日化业，卷烟厂涉足制药业，食品厂涉足建材业，医院涉足餐饮业等等，出于节约新产品市场开发费用的考虑，不少企业实施所谓品牌延伸战略，将老产品的成功品牌嫁接到新进入行业的产品上。殊不知，“隔行如隔山”，各个行业有各个行业的特点，企业在某个行业获得成功，不等于在其他行业也必然能成功，其间风险甚大，稍有不慎便可能掉入“多元化陷阱”。盲目地开展品牌延伸，一旦新行业开发不成功，不但新行业受挫，还会因“一损俱损”而殃及老产品，产生“株连效应”，伤害企业来之不易的品牌形象。而且，品牌延伸不当，还会使消费者产生心理冲突，进而稀释品牌个性，致使品牌的美誉度、品质认知度、品牌美誉度下降，国内外这方面的教训实在不胜枚举。

5. 始终以消费者满意为理念

要想始终维持品牌的知名度、保持顾客的忠诚，就必须不断迎合消费者的兴趣和偏好，赋予品牌新特征，这就要求企业的品牌经营需始终围绕着让消费者满意来进行。有许多品牌在创立之初，遵守了消费者满意的经营理念，迅速使品牌成长起来，一旦品牌拥有了一定知名度，便以为可以高枕无忧了，殊不知这就是品牌被消费者抛弃的开始。品牌是需要始终如一地呵护的，是要根据市场竞争及消费者的变化而不断创新的。那么让消费者满意从哪里开始呢？企业要从识别顾客的需求和期望开始。消费者的需求和期望是随时间变化的，所以当时满意不等于以后都满意，如果等顾客提出要求后你才去满足他，企业就已经处于被动地位了，而且必然会有被忽略的方面。

3. 参照同类产品的标准定价

要消费者不计价格、无条件地忠诚于某个品牌是不可能的。一旦品牌的价格超过同类产品的平均范围，消费者就会敏感。即使是名牌产品也需根据市场状况对品牌的价格进行调整。

6. 牢牢把握住价格的控制权

维护市场价格的稳定实质上是守住了品牌的生命线，价格的稳定与否直接关系到品牌的形象。任何一个品牌总是与一定的价格水平相联系的。价格不稳的恶果是会招致“串货”，而“串货”状况恶化后，经销商、代理商甚至本企业营销人员便会丧失对企业品牌的信心。价格随意变动，朝令夕改，不仅让众商家难以适从，而且易给消费者以该品牌的价格不严谨甚至投机取巧的不良印象。品牌价格的维护要有战略眼光，应根据产品长期成本和盈利要求确定，而不是随短期因素变化做频繁调整。一般而言，企业促销也不宜直接采用变价手段，而以相继采取奖售返还、适量馈赠、增加服务或其他变通办法为好。维持价格统一性，除了厂家有雄厚实力和良好的产品销路外，还在于厂家定价科学合理。

7. 避免恶性竞争

品牌之间的恶性竞争只会导致两败俱伤，在品牌保护中要力争避免以下两种营销行为：

一是切忌恶性价格战。降价是一种促销手段，可以增加企业的销售额。但恶性价格战会破坏消费者已建立起的品牌忠诚，不利于维护良好的品牌形象，品牌之间的竞争性降价，不仅使品牌经营者在经济上受到损失，而且还会使顾客产生一种“被欺骗”的感觉。



二是切忌行业内的相互攻击诋毁。品牌经营者在市场竞争中，不应该攻击竞争品牌，更不能对其进行诋毁，否则将会招来凶猛的反击，有时还会引起法律纠纷，最终的结果可能是两败俱伤，失去消费者的信任和好感。

风险管理

1.技术风险

面包制作机器更新换代较稳定，本面包厂机器较为稳定和先进。

策略：不断对产品的相关技术进行改进，保持技术和成本的领先性

2.竞争风险

随着清远本地其他面包厂对市场的占有和开发，生产和销售成本的上升。特别是市场上出现了类似定位的竞争者。由于其他竞争者的技术更加成熟，成本更低，质量更好，从而使面包市场竞争更加激烈。

策略：在市场上不断收集有关竞争者的资料信息，以做出相应的竞争策略；同时不断提升本公司产品质量，提高自身的竞争能力。

3.营销管理风险

由于目标顾客是年轻的学生、上班族和家庭主妇。随着生活水平的提高，年轻的消费群体对食物是否新鲜，能否突出自己所生活的层次越来越讲究。我们在满足目标群体需求的过程中，改善了包装，从而来突显产品的新鲜。但却不知道目标群体是否能接受。

策略：在改善包装之后，价格尽量控制在与现今面包相当的水平，提高产品的价格竞争力，对顾客的需求进行追踪，让顾客满意。

4.财务风险

在现代运营管理中，赊账作为重要的销售手段在产品销售中普遍使用，但由于顾客的信用和其他不确定因素，使得我们的资金的回收存在一定风险。

策略：使机械充分负荷，达到规模经济，降低生产成本；给予客户不同方式的优惠，鼓励客户提前付款；对客户进行信用额度管理，灵活掌握客户资料。

5.人才风险

目前公司拥有较为优秀的管理团队和研发队伍，但随着公司业务的不增多，公司对技术，管理，资本运营的高级人才将会有持续的需求，若不能挖掘合适的人才，将对公司的发展带来严重的影响。

策略：公司招聘具备环保和销售专业知识销售人员，加大对营销人员的培训力度，努力为员工事业的发展提供良好的平台和机会，不断提高企业的凝聚力和创造力，培养企业团队精神，为企业的高速发展奠定坚实的基石。公司对高级管理人员和技术人员采用与公司净利润挂钩的奖励方式进行激励，使员工的利益和公司的发展紧密结合。

6.其他风险

不可抗拒和不可预测事件（金融危机，自然灾害）的出现，可能导致公司的投资损失。

策略：力求最大力度挽回损失，把损失降到最小。



财务预算

永雄面包此次为品牌的重新塑造的成功，委托了珊妮儿团队为其做品牌策划，为此珊妮儿团队制定了财务预算。资金主要用于产品生产、调研费用及广告宣传等。具体安排如下：

资金支出费用表

	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 3 年	第 4 年
库存占用资金	40000	42000	45000	50000	62000
营运资金	20000	23000	32000	32000	34000
制造费用	30000	32000	34000	40000	41000
研发费用	9000	12000	14000	13000	11000
管理费用	20000	24000	28000	30000	33000
营销费用	23000	28000	30000	32000	33000
其他	3000	2800	3000	3300	3400
总计	100900	163800	186000	200300	217400

(1) 库存占用资金：4 万元

在第一年的 1 月，库存量将达到顶峰，价值 4 万起。从那时起，库存量因为销售量的上升而逐渐回落。因此，我们设定在库存方面的资金为 4 万元。

(2) 营运资金：2 万元

原材料：10 万元

劳动力：10 万元

(3) 固定资产投资：52 万元

办公楼、宿舍等投资：20 万元

购买计算机、电话、传真机、复印机和其他办公设备：2 万元

(3) 研发费用：9000 元（1 季度的总研发费用为 9000 元）

(4) 管理费用：2 万元（1 季度的总管理费用为 2 万元）

(5) 营销费用：2.3 万元（1 季度的营销费用，如广告费、销售返利等为 2.3 万元。）

营销策划费用支出表

项目	费用（元）	内容
市场调研	2300	问卷打印、交通费用、人员费用等
商家促销活动	1014	广告宣传、奖品及产品费用等
微公益活动	1050	宣传费用、捐赠公益组织、奖品及产品费用等
产品现场展示	2553	宣传费、设备购买及奖品费用等
赞助社团相关比赛	5300	赞助费、广告宣传、奖金等
广告设计大赛	9440	广告宣传、奖金及产品费用
合计	21657	

成本费用预测：成本费用构成

本公司成本费用主要包括以下几个方面：

(1) 营业成本：包括产品生产等

(2) 管理费用：包括固定资产摊销、水电费、电话费以及文具等相关低值易耗品支出



(3) 销售费用：包括场地租用费用、广告宣传费用（宣传海报以及传单）

未来五年成本费用预测

本表的数据来源于表，以及对未来成本的预计。随着经营规模的进一步扩大，水电费、职工薪酬以及宣传费用等成本要素会呈现逐年递增的趋势。

未来五年成本费用预测

单位：元

项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
职工薪酬	100000	140000	160000	190000	210000
水电费	30000	34000	40000	40000	44000
广告宣传费	20000	23000	24000	30000	30000
固定资产维修费	14000	13000	14000	13000	14000
网站维护费	24000	19000	20000	16000	20000
合计	200000	240000	280000	300000	330000

未来五年利润预测

本表格的相关数据来源于营业收入预测表，以及未来五年的成本费用预测表。预测公司未来五年的利润会逐年增长，而且在第五年末净利润可达到 313933 元左右。

本公司正常营业后，预测每年都盈利，预计第二年就可收回全部投资成本。

备注：（相关计算公式）

营业收入=主营业务收入

营业成本=商品采购成本+销售成本

营业利润=利润总额

所得税费用=利润总额*24%

净利润=利润总额-所得税费用



附件

附件一 企业同意书

『 2017 年全球品牌策划大赛 』

企 业 同 意 书

永雄家乐福公司 同意 广东岭南职业技术学院
之「珊妮儿」为本企业品牌 永雄面包 进行提升
或改进策划，并用于参加「2017 年全球品牌策
划大赛」，特此证明。

授权厂商： 永雄家乐福

（公司与代理人「印章」）

地址： 清远市清城区新城 B47 号区

2017 年 5 月 15 日

附件二：



关于永雄面包的调查问卷

为了给消费者设计口味更佳，营养更好，包装更精美的，安全性更好的主食面包，我们团队设计了一份调查问卷。

您的建议将会是永雄面包以后法杖的宝贵信息，非常感谢您抽出时间填写这份调查问卷！

1. 您的性别？ [单选题] [必答题]

☐ A. 男 ☐ B. 女

2. 请问您是否是哪所学校学生？ [单选题] [必答题]

☐ A. 南华 ☐ B. 清职 ☐ C. 岭南 ☐ D. 工贸 ☐ E. 其他

3. 请问您在本学期有购买过永雄面包？（没有直接跳到） [单选题] [必答题]

☐ A. 有 ☐ B. 没有

4. 请问吸引到您购买面包的原因？ [多选题] [必答题]

☐ A. 价格实惠 ☐ B. 口感适宜 ☐ C. 包装精美

☐ D. 新鲜 ☐ E. 安全 ☐ F. 其他

5. 请问您会在哪里购买面包？ [多选题] [必答题]

☐ A. 食堂 ☐ B. 超市，便利店 ☐ C. 面包店 ☐ D. 其他

6. 请问您购买面包的时间是？ [多选题] [必答题]

☐ A. 早上 ☐ B. 中午 ☐ C. 下午 ☐ D. 晚上



7. 请问你购买面包用来当什么餐? [多选题] [必答题]

☐ A. 早餐 ☐ B. 午餐 ☐ C. 下午茶

☐ D. 晚餐 ☐ E. 宵夜

8. 请问您够买面包的频率是? [单选题] [必答题]

☐ A. 一周 1-2 次 ☐ B. 一周 2-4 次 ☐ C. 一周 4-6 次 ☐ D. 一周 6 次以上

9. 请问永雄对面包进行更换, 您希望新包装突显? [多选题] [必答题]

☐ A. 新鲜 ☐ B. 个性 ☐ C. 安全 ☐ D. 新颖

10. 请问您在购买面包时会特别留意面包的出产时间吗? [单选题] [必答题]

☐ A. 会 ☐ B. 不会

11. 购买面包的时候有认准什么牌子? [单选题] [必答题]

☐ A. 嘉培 ☐ B. 永雄 ☐ C. 遇见 ☐ D. 其他

12. 您更喜欢下列哪种面包促销方式? [多选题] [必答题]

☐ A. 打折价促销 ☐ B. 免费试吃 ☐ C. 赠送礼品

☐ D. 发放优惠券 ☐ E. 其他

13. 您听说过永雄面包这个牌子么? [单选题] [必答题]

☐ A. 听说过 ☐ B. 没有

14. 您对永雄面包有什么印象? [多选题] [必答题]

☐ A. 品质过硬 ☐ B. 定价合适 ☐ C. 品种丰富

☐ D. 服务到位 ☐ E. 其他



15. 请问您是职位是? [单选题] [必答题]

- ☐ A. 学生 ☐ B. 老师 ☐ C. 店铺老板 ☐ D. 店铺员工

16. 请问您是通过什么渠道知道永雄面包的? [多选题] [必答题]

- ☐ A. 广告宣传 ☐ B. 朋友介绍 ☐ C. 实物订购 ☐ D. 其他

17. 您喜欢什么类型面包? [多选题] [必答题]

- ☐ A. 咸的 ☐ B. 甜的 ☐ C. 粗粮

- ☐ D. 奶香 ☐ E. 烘焙 ☐ F. 其他

18. 请问永雄面包最吸引您购买的一点是? [填空题] [必答题]

19. 对于永雄面包。您觉得还有什么意见吗? [填空题] [必答题]
