# 湖南定制网站建设概况范文(优选25篇)

来源：网络 作者：明月清风 更新时间：2025-06-02

*湖南定制网站建设概况范文1第一部分 招标邀请2.投标须知：详见第二部分3.项目时间：两个月4.招标文件售价：\_\_\_￥5.招标文件发售时间：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_月\_\_\_\_日每天上午\_\_\_\_：\_\_\_\_～\_\_\_：\_\_\_\_，...*

**湖南定制网站建设概况范文1**

第一部分 招标邀请

2.投标须知：详见第二部分

3.项目时间：两个月

4.招标文件售价：\_\_\_￥

5.招标文件发售时间：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_月\_\_\_\_日每天上午\_\_\_\_：\_\_\_\_～\_\_\_：\_\_\_\_，下午\_\_\_\_：\_\_\_\_～\_\_\_\_：\_\_\_\_在北山口镇政府工业公司发放。

6.投标截止时间：\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日下午\_\_\_：\_\_\_时。投标单位必须在此时间前，将投标文件直接送或邮寄到达北山口镇工业公司，逾期的投标文件将被拒绝。

7.投标地点：北山口镇政府工业公司 地址：北山口镇政府工业公司 邮编：451200

8.投标时间：\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日\_\_\_：\_\_\_时

9.开标地点：北山口镇政府工业公司

第二部分 投标须知

1.投标费用：投标方需承担与本投标有关的自身所发生的所有费用，包括标书准备、提交、以及其他相关费用。无论投标结果如何，招标方不承担、分担任何相关类似费用。

2.投标书要求：投标方在投标之前必须认真阅读本招标书所有内容，投标方因未能遵循此要求而造成的对本招标书要求投标方所提供的任何资料、信息、数据的遗漏或任何非针对招标书要求项目的报价均须自但风险并承担可能导致其标书被招标废弃的后果。

**湖南定制网站建设概况范文2**

网站方案书

尊敬的客户：

>1.公司VI系统资料，请提供公司徽标及标准色；

网站域名:英文全称:

----------

网站页面设计和制作

>（一）

□ 提升企业形象

概况介绍企业荣誉组织结构联系信息

□ 品牌传播

品牌阐述品牌文化品牌故事品牌传播活动

□ 产品宣传

产品展示产品介绍技术参数列表产品手册下载

□ 产品在线销售

产品报价信息知会经销商授权在线反馈统计报表

□ 经销商管理

在线定单在线支付在线询盘

□ 客户服务

在线报修在线投诉客服FAQ用户体验在线咨询

□ 媒体新闻发布

公司新闻发布新产品发布公关宣传媒体报道 □ 市场调查

□ 其它 (请在下面填写设计风格的其它要求)

□ 冷色调 (蓝、紫、青、灰、有浪漫、清新、简洁等特点) □ 暖色调 (红、黄、绿、有活泼、大方、视觉冲击力强等特点) □ 简洁、雅致

□ 综合型 (按不同类型由设计师设计) □ 其它 (请在下面填写其它参考色调)

>5、Flash欢迎页面:□有□没有

要求说明：

□ 完整 (指各栏目图文资料齐全) □ 较完整 (1-2个栏目资料暂无) □ 部分 (3-5个栏目资料暂无) □ 较少 (5个以上栏目资料暂无) □ 很少 (只有少部分资料) □ 暂无,需整理

□□□

网站功能系统开发

>（二）

>9、数据库类型：

□ Acce数据库

□ MS SQL Server数据库 □ Oracal数据库 □ 无数据库

>10、程序语言要求：

□ ASP □ PHP □ XHTML □ 其他要求

网站维护服务

>（三）

□ 是□否

□ FTP软件的使用□数据的更新□静态页面的修改

□ 甲方自行维护□委托专业服务来做，自己定期指导 □ 设定要求、目标，完全由乙方代劳

>14、您希望的维护内容

□ 一月一次□一季度一次□半年一次□一年一次□一年以上

客户(签章):联系人:

**湖南定制网站建设概况范文3**

>一、指导思想

以创办爱心校园、快乐校园、数学校园、学习校园为办学目标。以满足教育信息化需要为前提，以提高教学运用效益为目的，以先进实用，规范安全以及良好的接入性，开放性和扩展性为标准，传承创新德育改革传统，培育全面提高学校教育信息化水平,为加快教育现代化进程提供技术、资源和队伍保障。

>二、设计目标

>三、方法措施

（一）机构组织

1、教育信息化领导小组及成员

组长:xxx

副组长:xxx

成员:xxxxxxxxxxxx

2、专职教师:xxx

3、兼职教师:xxx

（二）硬件设备

1、学校设立两间机房，共计50平方米，内有操作台。

2、购置WEB服务器，cpu：双核，内存：2G，硬盘：500G。

**湖南定制网站建设概况范文4**

xx装饰有限公司在装饰日用品当中具有重要地位，知名度较高，产品以外销为主，出口到世界各国与地区。在国外，特别是欧美日等地，企业信息化程度较高，电子商务普遍采用。企业利用企业电子商务后，可以方便地在线查询产品信息和库存情况、实时地提交订单，以及随时向客户提供支持；并可以清晰地监控企业的业务信息，缩短供应链，提高效率，拓宽营销渠道，从而加强供应链各环节的控制，使企业的业务水平、管理和效率得到显著提高，从而更有效地提升业务，降低库存，加快资金周转，使企业更多受益。

网站建设合作宗旨：诚信为本、长期服务。

①新闻发布系统、

②商务反馈系统、

③商务论坛系统、

④产品展示系统、

⑤产品综合搜索引擎、

⑥企业电子邮箱、

**湖南定制网站建设概况范文5**

>一、 市场可行性分析：

自03年后，07年开始的新一轮购车热经过09年的火热后，正在回归正常。

目前销售主体4S店已经出现13年，运营成本增加，单车利润下降，4S销售模式受到越来越多的挑战，必然会向低竞争的垄断和低成本的展示功能或者高利润的维修转变。

>二、公司目标：

近期，我们20xx年主要发展佛山市场，到20xx年底形成十五个主要团购品牌，月提车100台的目标；兼顾对广州和江门进行切入。XX年全面提升三个城市的品牌，至12年底，形成三地月提车300台的目标；并且进行成熟区域发展加盟商的尝试。

(1)公司组织架构：

(2)部门职能：（总则：分工不分家，艰苦创业）

1、 总经理：全面调控公司各部门运营及发展。主抓4S方案和汽车鉓品开发，对各部门经理负管理责任。(简单讲,就是什么都要做)

4、 财务部：负责公司的财务管理，建账、报销、报税、社保等，对董事会负责。接听来访电话，负责所有品牌客户档案的管理，对车主售后服务负主要责任。（简单讲，就是接电话，做帐，长期跟进售后服务）

>三、 公司营业额来源分析：

>四、 公司经营成本分析：

（按目前配置计算，以创业低成本原则）

2、 按目前配置，月预计工资15000元至20\_0元（能保证在此水平，各岗位人员的工作激情和动力都能稳定。）

3、 办公费用：5000元房租、水电、电话费、差旅费、办公费用及不可预见费用等。

4、 其它固定资产投资不算在内，每月固定开销预计约20\_0元至25000元。

>五、目前月营业收入分析：

1、收支平衡：按月固定总开支20\_0元至25000元再倒推计算，目前收入只有整车拥金，每台在500至800元左右，以此计算，每月需提车30至55台，才能达到收支平衡。

2、按目前的情况来看，只有在投入的情况下，努力发展业务，才能确保产出。

>六、固定资产投资：

1、办公设备：电话、电脑、传真机、打印机、办公桌椅、相机、文件柜等

>七、公司运营方案：

1、全面开发和启动各营利项目，从客户参加团购开始，形成链条式服务，一方面拴住客户，让客户一站式消费，只要客户需要的我们都可以提供，从而增加公司的利润，另一方面可以提高客户的满意度，形成良性循环的产业链条，带动更多客户选择我们的服务；

2、激活先前参加团购的保有客户，开展各项活动，带动转介绍。

**湖南定制网站建设概况范文6**

第二、建立新闻动态发布系统，及时发布悠派交友俱乐部相关动态。

>◆功能规划

通过对会员专区的分级，方便对各等级的会员进行管理。

对页面进行优化，加强页面的导向性，保证客户浏览时简单性。

页面采用开放式结构设计，具有较大的可扩展性。

>◆美工规划

网站的整体设计风格应简洁、大气，能够充分展示悠派交友俱乐部优秀的品质；

页面的设计风格应与所展示的案例相协调、一致。

色彩饱和、线条流畅和充分的空间留白。

>◆维护规划

**湖南定制网站建设概况范文7**

同时，公众号可定期向粉丝推送消息，这无疑为企业主动将产品、业务信息推送给客户提供了很大的便利，只要粉丝关注了您的公众号，以后您就可以定期的向粉丝们推送消息了，让您的客户足不出户便可了解您公司最新消息，方便客户的同时，也为自身产品的营销发挥重要作用。

微信公众号主要分为服务号、订阅号，客户需要根据自身业务发展需要进行选择，公众号类型一经选择，后期无法进行变更，所以，公众号类型选择时一定要认真仔细，本着适合业务发展需要的原则进行选择;服务号、订阅号主要有以下区别：

消息群发：服务号一个月只能发4条，订阅号一天可以发1条，所以，如果您需要使用公众号频繁的向粉丝推送消息，那么可以考虑使用订阅号。

自定义菜单：服务号默认具备自定义菜单的功能，而订阅号不具备该功能，如果订阅号需要该功能，可以申请认证，通过认证的订阅号可以自定义菜单，认证费用为300元

**湖南定制网站建设概况范文8**

(一)市场状况分析

人口出生率是衡量母婴市场规模的基础。国家^v^相关数据显示，中国年均出生人口是1500万到1700万。一个妈妈从怀孕到孩子6岁上学，这7年正是母婴市场的黄金时间，取人均年出生平均数1600万乘以7，得出大约有亿个孩子或者说有亿个家庭是母婴市场的买方。如果平均一个家庭一年在孩子身上的开销是1000元，那么这个市场的容量就有1100亿元，而有关调查表明，中等城市的新生儿每年消费在6000到万元之间。

从怀孕开始，刚性消费支出就开始了：母亲的保健品、防护服、孕妇装、护理用品等;婴儿的奶瓶、童车、童装、专用洗涤用品、玩具等;甚至胎教、家政服务、幼教服务，以及随之而来家庭买房、换房要求、小孩入学等等。

由于缺乏育儿知识，同时又对育儿的要求较高，准妈妈们从准备怀孕时起就迫切渴望帮助，往往需要征询长辈、同事、朋友的经验，包括如何调整生活和饮食结构，如何胎教，如何预防小儿疾病，以及复杂的育儿技巧等。另外，该群体具有较强交流分享需求。新妈妈一般都有足够的时间，且乐于与人分享孕期、育儿经验。因此，她们也迫切需要与同类人交流的平台。所以应包括以下板块：

1、育婴知识版块，内容主要为营养搭配，注意事项，宝宝成长，宝宝教育等，可以下分新生儿，0~1岁，1~3岁，3~6岁兰密，这样可以方便查询。

2、博客，必不可少的板块，新妈妈们一定渴望将自己的经历记录下来，博客版面可采用暖色调，符合妈妈们的心理。

4、视频录像板块，现在家庭有DV的不在少数，录像也比照片更生动，秀秀自己宝宝的录像也是爸爸妈妈们的愿望。

5、论坛，初为人父人母，肯定有许多话题来探讨，论坛可以提供一个交流的平台，注意要管理好，切勿成为一个广告平台。

**湖南定制网站建设概况范文9**

一、嘟嘟毛绒玩具有限公司现状

随着我国经济的发展和生活水平的提高，毛绒文化已成为中国一种新兴的文化形式。不仅孩子们喜欢毛绒玩具，很多成人也将玩具作为一种积极的、新颖的消遣方式。庞大的消费群体给毛绒玩具带来了巨大的商机和潜力。

本公司专业生产毛绒玩具，有专门的生产加工线，操作经验有近十年之久。有电机200台，熟练工人300多人，有一流的设计开发人员20人。公司技术力量雄厚，管理基础扎实，生产设备先进，产品质量优良，服务水平一流。已通过ISO质量体系、环境体系及职业健康安全管理体系认证。

嘟嘟始终坚持贯彻“客户至上、信誉经营”的原则。我们公司的全体员工每天都在努力，时刻都在服务，我们坚信品牌铸就辉煌!

二、嘟嘟毛绒玩具有限公司对电子商务的需求

我们的玩具公司实现电子商务化是势在必行的。需求分析如下:

2)产品来源。可以由本公司独立自主地生产自己的品牌产品，也可联系玩具产商，让他们加盟我们，也可代销其他著名品牌的玩具。

**湖南定制网站建设概况范文10**

开题报告填写要求

1．开题报告作为毕业设计（论文）答辩委员会对学生答辩资格审查的依据材料之一。此报告应在指导教师指导下，由学生在毕业设计（论文）工作前期内完成，经指导教师签署意见及教研室审查后生效；

3．学生查阅资料的参考文献应不少于6篇（不包括辞典、手册）；

4．有关年月日等日期的填写，应当按照国标GB/T7408—94《数据元和交换格式、信息交换、日期和时间表示法》规定的要求，一律用阿拉伯数字书写。如“2024年4月26日”或“2024-04-26”。

毕业论文开题报告

1．本课题的研究意义

ASP简介

1什么是ASPMicrosoftActiveServerPages(ASP)实际上是将标准的HTML文件拓展了一些附加特征，ASP像标准的HTML文件一样包含HTML语句并且在一个浏览器上解释并显示。但它为HTML编写人员提供了在服务器端运行脚本的环境，使HTML编写人员可以利用VBScript和JScript或其他

**湖南定制网站建设概况范文11**

一、背景分析：

在刚刚过去的20xx年，美的集团有效应对经济危机，销售收入达到950亿元，经营效益取得了突破性增长。在20xx年年终总结计划大会上，美的集团董事局主席何享健宣布：在十二五期间，要再造一个美的，力争成为全球白色家电前三强。

一个五年规划期间，就要完成过去40年才达到的目标，在国际化竞争日趋激烈的今天，这不仅是规模的扩张，更需要企业竞争力的提升。

“十二五”期间再造一个美的，作为佛山最大的企业美的集团，现代化的厂房、先进的技术研发中心以及不断加快的国际化步伐，更加引人关注的是，支撑美的集团持续增长的背后，是其在人才、制度、文化等方面的核心竞争力，由此而形成的强劲软实力，正推动美的攀上新的高峰

每年的五・一期间都有大批量的新婚家庭建立，小家电成为家庭中必不可少的硬件设施、耐用消费品和生活必需品，每年都有非常惊人的销量和可观的利润，同时消费者在小家电商品更新换代的速度也在逐步提升，而这些就又构成了一个消费潜力非常大的市场空间，所有商家在此期间都要抢夺这块蛋糕，小家电商品的价格战和促销战同时也将会到来，小家电产品将进入新一轮的洗牌时期。

二、产品分析：

美的集团主要产品有家用空调、商用空调、大型中央空调、冰箱、洗衣机、饮水机、电饭煲、电磁炉、电压力锅、微波炉、烤箱、风扇、取暖器、空气清新机、洗碗机、消毒柜、抽油烟机、热水器、吸尘器、豆浆机、电水壶等家电产品和空调压缩机、冰箱压缩机、电机、磁控管、变压器等家电配件产品，拥有中国最大最完整的空调产业链、微波炉产业链、洗衣机产业链、冰箱产业链和洗碗机产业链，拥有中国最大最完整的小家电产品群和厨房家电产品群。

具有“中国的小家电航母”之称的美的电器集团，在小家电方面具有一定的产品优势，产品范围具有一定广度和深度，具有一定的产品力、高铺货率和通路掌控能力，但小家电产品整体上缺少产品关联性，小家电产品的整体卖点需要整合，诉求点需要集中和统一。

三、消费者分析：

（1）小家电产品更新换代比较快，消费者接受信息比较混乱和不及时，对品牌的理解和认知没有建立在一定的基础之上，消费者指名购买小家电商品情况不明显。

（2）主要消费人群定位为：20-55岁，典型消费者定位为：将要结婚的人群以及小家电需要更换的人群。

（3）购买小家电产品家庭决策者主要为女性，对降低价格和捆绑销售等看的到的促销比较乐于接受。

四、市场销售分析：

刚刚结束的”五.一“三天假期，美的微波炉全国销售了15万多台，比去年”五.一“前三天销量增长35%，同时，也超额实现了”五.一^v^销售目标，完成率超过120%。“五?一”销售三大特点,今年“五?一”期间，微波炉行业的销售呈现出不同于往年的三个特点：

1、销售时间更集中，且三天的销售量比较均衡。由于今年“五?一”假期只有三天，销售时间比往年缩短了一半多，但是，5月1日至5月3日，这三天的销售比往年前三天的销量增长较多，且三天的销量更为平均。以美的微波炉为例，其总量为152800台，三天的销量分别为54733台，50578台，47489台，与往年日销量落差超过10000台相比，今年的销量分布更为平均，这一点显示出：虽然“五?一”假期时间缩短了，但日销售效率明显提高了，“五一黄金周”的“黄金”价值依然坚挺。

2、销售结构更优，售价超过1000元的高端微波炉销量比去年增长超过50%。不仅“五?一”三天的销量增长明显，而且，销售结构也比去年改善了很多。售价过千元的高端微波炉销量同比增长50%，超过了中低端产品的增幅。

对此，美的微波炉国内营销公司总经理张武力表示，今年以来，我们一直在推广我们的高端产品“蒸立方”系列，从“五?一”的销售情况看，高端人群的购买力确实是现实存在的，我们发现，“蒸立方”的购买者，绝大多数是“三高人群（高学历、高收入、高职位）。在吉林长春，一位顾客到了我们销售点之后，就指名要购买”我们的“蒸立方”产品。

3、制造商与零售商都加大了促销力度，并提前将促销信息广泛发布。据了解，“五?一”期间，卖场的人流量比平时增长超过三成，而且，进入卖场的人们，购买意愿更为明确：不是买不买的问题，而是买哪个品牌，哪个型号的问题。 对此，苏宁小家电部负责人表示，这得益于制造商与零售商在“五?一”之前，就

将促销信息广泛发布，让消费者知道“五?一”买东西更合算，比如，这次美的微波炉在全国就开展了“买蒸立方，送烤箱与果蔬净化机”的活动，这个优惠活动在平时是没有的，这就等于消费者买一个产品，得到了三件产品。他们得到了实惠，就愿意在“五?一”期间购买。

五、国际市场调查分析美的电器开拓非洲市场继北方空调基地落户邯郸，完成国内空调产业布局后，美的电器开始开辟国际空调市场。美的电器通过其海外全资控股子公司美的电器荷兰公司进行该项收购。交易完成后，美的电器将成为Miraco公司第二大 股东。

美的电器表示进行此项并购有两个原因。其一是埃及地理位置优越，埃及制造可以辐射非洲、中东和南欧，具有可利用的天然物流辐射优势。其二是Miraco占据埃及市场主导地位，掌握埃及优质渠道，将成为美的品牌在非洲推广可整合的优质平台。

**湖南定制网站建设概况范文12**

肉干果脯是小食品中具有一定特殊性的成员之一，不仅是因为其在市场流传的时间较长，更因为其营销推广具有一定先知先觉性，正如多年前很多进京的人都知道北京有烤鸭、果脯一样，口碑效应很高。肉干更是如此，四川的灯影牛肉、棒棒娃，几乎就是所有去四川必带的一样礼物。

然而，在这背后，近年来的两大市场却如果冻市场一样不断遭遇内幕曝光轰炸，化学成分、致癌物质、色素、刺激皮肤各种问题随之而来，行业市场全体倒戈。

实际上，肉干果脯既能够满足口腹之欲，同时，无论是促进消化，还是补铁，其相对具有一定的营养物质和功效，然而，企业往往只是单一销售，而忘记了营销，只是看到产品，而没有看到其背后的价值，即便是这其中做得较好的天津盐津铺子系列也不过是徒有外表，而没有更具内涵的营销，徒作了无用功。

**湖南定制网站建设概况范文13**

2、会员服务收费。（包括短信平台运营收入）

3、商家合作销售提成。

4、活动策划组织收入。

6、新的合作机会产生。

8、营造自我宣传平台。

1、资讯收集。

2、知识学习。

3、比较机会实现。

4、寻求实惠。

5、自我价值展示机会发挥。

6、信息发布。

7、投资机会。

8、人脉机会。

9、享受潮流。

10、解决疑惑。

11、现时物品的适时适值处理。

>三、商家

1、产品服务销售收入。

2、建立客户数据库。

3、新机会物色。

4、借鉴提高自我。

6、降低运营成本。

7、竞争情报收集。

8、品牌宣传平台。

9、获得反馈意见。

10、寻找任务外力支持。

xx促销指南。

2、专业市场资讯。

3、采购指南。

4、市场调查报告。

6、潮流资讯。

7、 方案征集：满足商家在营销、设计、人才等方面的需求。

10、交流天地。

11、会员特区：为会员提供相应附加值服务。

1、信息发布费。

3、短信平台收费。

4、频道外包收费。（类似电视节目外包操作）

5、主办、协办活动收费。

6、定向信息发布费。（发挥会员数据库作用）

7、产品代理收费。（电子商务频道）。

8、调查报告费用。

9、顾问费用。

10、地区业务经营权费用。（将地区业务经营权外卖）

11、会员服务收费。

>九、后续产品开发

1、自我知识产权刊物出版。

2、系列会展开发。

3、成立协会，进行协会经济。

4、自我品牌。（连锁加盟）

5、经营顾问服务。

6、海外合作。

**湖南定制网站建设概况范文14**

一、梦想无止境，追求不懈

每个人都在苦苦思索自己存在的意义，每个人都在追求自己的人生价值;每个人都不会满足自己的拥有，每个人都有更高的梦想。

追求更多的物质与精神财富，追求更高的生活品质和审美品位，是人类的天性。特别是那些已经取得一定成绩的人们，他们已经满足了自己最基本的生存需求，大多也形成了自己的社会关系，特别是已经形成了家庭，或即将形成家庭。

对于他们而言，让自己获得更多的财富和更高的社会地位，让自己被周围的人承认和尊 重，让生活变得更加丰富和有品位、寻找和确定自己的人生方向和价值，将成为最主要的追求。

不满足，不懈地向前奔跑、向高飞越，用积极的态度面对人生世事，这是每个人都应该拥有的生命态度。

二、我要飞得更高

1、xx家居品牌建设的意义

xx广告认为：对于企业而言，其资产可分成实体资产和无形资产两种。前者如土地、厂房、人才产品等，后者则是品牌、文化、理念、战略方针、管理、制度等。其中品牌是企业的重要资产，它提供了附加在企业之上的情感、消费者认知等无形的东西，并且能向消费者提供超值享受。品牌能给客户提供更多的价值或利益，使企业永远立于市场竞争的不败之地。

2、xx家居广场品牌建设的基础

(1) xx家居广场的经营理念

xx家居广场向消费者提供更高品质的产品和更优质的服务，追求完美的产品和完善的服务。实际上xx代表了不满足，积极主动地去向上追求的精神。

(2) xx家居广场的经营模式

xx处于市场渠道的中游，是联接品牌生产商和消费者的中间环节。这就使xx必须不断追求服务的升级，并能促进品牌生产商不断追求高品质，带给消费者更高的产品享受。

(3) xx家居的战略目标

xx家居的目标是能够形成影响毕节的家居商场品牌，更长远的目标则是向毕节家居行业领导者靠拢，这体现了xx家居高瞻远瞩、向更高的目标努力追求的态度。

(4) xx家居面对的人群

从企业来看，xx需要面对品牌生产商、代理商，各种社会力量，以及所有大众消费者;从xx家居商场来看，商场的目标消费群定位在已经拥有一定收入和住房，追求生活品位的时尚人士。

目标消费者的具体特征是年龄在25-45岁，一般已经拥有自己的家庭，至少拥有自己的住房，工作和收入比较稳定;喜欢追求音乐、电影、文学等精神层次的享受，追求时尚，强调生活的品位和丰富;爱好交际，经常活跃在各种应酬和娱乐场所。

3、xx家居品牌核心

我要飞得更高!

xx家居以一种积极向上却不浮躁的生活态度，除了能充分体现xx家居自身的基本特征之外，其更加深远的意义在于在向其目标受众倡导一种永不停止追求的生活态度。“我要飞得更高”，象征已经取得了一定的社会成就和地位，但我们还需要有更高的追求，目标无限，追求不止;“我要飞得更高”不仅指追求更高的生活质量，还包括要追求更高的生命质量，拥有更高的品位、更高的理想、更高的生活情趣等等; “我要飞得更高”，象征着积极主动、激情飞越，蕴含着强大的人文力量，必将直指人心，产生极大的心理共鸣。

4、xx家居品牌外延

(1)品质升级

“我要飞得更高”，代表了xx家居将携品牌生产商和代理商提供品质更好、品位更高、创意更多的产品，代表了xx家居将为消费者提供更加舒心与愉快的购物环境、更加优惠的价值、更加完善的服务体系。

(2)规模扩张

“我要飞得更高”，体现了xx家居的雄心壮志。xx家居不会满足现有的发展规模，将以自己的品牌优势进行规模扩张，形成影响全区的家居行业的品牌商场，成为毕节家居经营行业的第一。

(3)精神倡导

“我要飞得更高”，象征了xx家居在倡导一种更加积极主动的精神：不坐等命运安排，勇敢地向命运挑战，挣脱各种对自己的束缚，向更高的目标不懈追求。

(4)价值升华

“我要飞得更高”，证明了xx家居与xx家居的所有目标受众的自身价值。生命价值的体现不在于结果，而在于追求的过程。

三、品牌传播

品牌核心的内容已经确定了，那么如何将我们品牌的信息传递给消费者以达到“xx”品牌的认知、认同?在品牌传播方面提出这样的思路：

1、传播口号

我要飞得更高!

直接体现品牌和品牌主张，一方面体现xx家居的品牌利益承诺，以及企业的精神，另一方面也提出了xx家居在精神层面人生态度的倡导。这句传播口号可与企业logo组合应用，语句简短，铿锵有力，具有极强的感染力。

2、传播形式

在品牌核心确定之后，企业的一切语言符号和行动符号就应该纳入到品牌传播的体系中来，其中语言符号包括平面形象和视听形象，行动符号则是企业所进行的各种公关和促销活动。

(1)平面广告

这是最广泛应用的品牌传播形式。可以是直接的品牌概念平面形象，也可以是产品、公关促销活动等的平面宣传作品，通过这种平面视觉作品的创作，进行品牌信息的传递、品牌形象的建立。

(2)视听广告

视听广告的制作成本较高，特别是电视广告，但因为其具有动态的影音效果，因此传播效果较好。

(3)公关促销活动

公关促销活动的内容必须能够体现品牌的，有利于品牌概念的深化，有利于品牌形象的树立，有利于品牌信息的传播。

3、传播渠道

(1)报纸媒体

如《xx日报》、《xx商情》、等受众面较广的报纸媒体。报纸媒体受众面广泛，建议重点投放。

(2)擎天柱、路牌、灯箱、候车站牌

在xx市一些繁华地段，特别是目标消费群集中的地段投放户外媒体广告，形成视觉冲击力和品牌知名度。

(3)单张折页夹页

属于平面媒体范畴，一般根据品牌形象稿进行延展即可，投放形式灵活。可在商场、街道、杂志中应用，大多配合公关促销活动进行。

(4)企业应用物料

企业logo、形象、基本色以及名片、车辆等应用物料，都可有效地传播品牌形象。

(5)公关促销活动

公关促销活动能够与目标消费群面对面的交流和沟通，真实体现企业的品牌理念，让目标消费群切身感受企业的魅力，是进行品牌传播的有效渠道。

4、关于xx家居品牌传播一些建议

广告建议：品牌的建设不是一蹴而就的，需要一个长期的建设过程。对于品牌建设来讲，首先要具备的就是品牌知名度。对于品牌知名度的提升，一种是媒体轰炸式，如xx集团，但这需要有充分的媒体预算;另一种则是在服务上持之以恒，在宣传上逐渐渗透。我们建议贵公司采用后一种方式，这将有利于我们节省传播成本，却能达到最好的效果。

更为重要的是，企业的一切语言和行为都必须考虑到品牌的形象，纳入到品牌建设中。基于此，建议xx家居的开业活动以一种能够体现品牌、能够吸引目标消费群的创新形式出现。

四、xx家居“我要飞得更高”时尚格调k歌会开业party

a、活动关键词

品牌、品位、品味 积极 向上 挑战

b、活动主题

“我要飞得更高”xx家居大型时尚格调k歌会开业party

根据xx家居品牌，本次活动采用“我要飞得更高”为主题的大型party，主要是以开展《我要飞得更高》歌唱k歌比赛，并以此为中心内容开展一系列时尚、有品位文艺的party活动。

c、活动意义：

每一次公关活动都应该纳入到品牌建设体系中来，特别是像开业庆典这类的活动，更是迅速提高品牌知名度、进行品牌价值等信息传达的有利时机，也是向品牌生产商、代理商展示企业实力和决心、赢得其信任的机会。通过这个活动，以及结合媒体的宣传，形成目标受众范围内的广泛影响，树立品牌形象。

d、活动时间： 年 月 日(待定)

e、活动地点：xx家居商场门口或xx广场

建议尽量在xx家居商场门口举办本次活动，这样有利于人流在向商场的行动的过程中展示商场商品。

f、活动创新点

以party的形式，避免了与一般开业活动锣鼓喧天的俗气雷同，使开业活动与同行业相比具有差异性，并且适合目标消费群的行为特征，而活动的主题歌曲又暗合了企业的品牌，可以有效地提升品牌的形象;以party的形式进行开业庆典，这种创新的形式必须吸引新闻媒体的目光，从而达到新闻宣传的效果。

f、活动内容：

1、领导致词部分

简短的领导致词必不可少，他直接体现企业文化，体现xx家居对参加活动的美好祝愿。

2、歌手献歌部分

可选择由前期初赛胜出者之间进行，控制在6名之内，期间穿插相应的歌舞，在歌曲的选择上，大多是能够体现“飞得更高”的理念和能够引爆现场气氛的。

3、模特表演

邀请模特进行“xx家居唯美时尚show”，美女与唯美精雅的家居商品相得益彰，起到很好的口碑传播效果。

4、观众互动节目

(1)现场k歌，挑战冠军(奖品若干)

选手由报名选拔和私下安排选手 可事先安排几对活跃气氛)

(2)抽奖活动

隔一定的时间段就进行一次抽奖，观众根据事先发放的卡片号码直接获取不同等级的奖品。

以上活动为计划内的活动主体部分，穿插进行，具体活动方案和时间流程待方案及演员敲定下来之后再进行规划。

5、活动小创意建议：

(1)入场时每个人都发送一张卡片，卡面上有卡号，尾数是奇数者给男士，尾数是偶数者给女士，现场可进行速配游戏。和现场抽奖活动。

g、观众组织和参与

1、dm直投杂志夹页

在前期的乌蒙商情dm报纸中夹一页市调问卷，读者将问卷填好回寄的赠送一张当天的入场券(如回寄人数太多，可改成随机抽取的形式);也可直接在dm直投报纸中夹入场券。入场券可领取礼品若干

2、赠送

选择一些目标受众比较集中的行业和公司(如广告公司、律师事务所、学校、政府机关等)，直接赠送团体入场券。

3、嘉宾邀请

邀请品牌生产商、代理商的公司光临本次活动。

4、集报花换入场券：

可与报纸媒体联合，进行集报花活动。又相当于对xx家居免费的宣传。

h、工作职能划分

1、xx家居广场

负责开业当天协作伙伴的联络(视企业需要与否)、促销政策的制订等工作。

2、广告企划

负责品牌策略的实施、宣传内容的制作、前期广告宣传的具体实施.具体物料的制作、活动流程的控制和调整，以及辅助xx家居的上述工作。

五、促销活动建议

为配合party活动，使品牌传播更加有效，云龙广告建议xx家居在开业前后开展一系列的促销活动。

1、购xx家居商城产品，免费提供装修设计方案

因为要面对很大一部分刚入住新房的群体，而且这也是大宗购买家居用品的群体。对于这部分群体，可以免费向其提供新房整体的装修设计方案。

2、超低价打折

与品牌生产商、代理商协商，制定打折优惠政策。广告建议为每天前10名购物者可享受五折优惠，11到20名可享受六折，21到30名享受七折，31到40名享受八折，41名以后享受九折。

3、短信竞猜活动

与xx通信运营商合作，每天推出一件商品，展示零售价，由用户发送短信给出代表价格的数字，每条短信收费，期限为三天或五天。其中出价最低且是唯一出价的用户可以此价格购买此商品。

4、买商品赠代金券

在xx家居购买商品xx元以上的，可获得相当于所购商品总价的10%代金券，凭此代金券可在商城再次购物，从而吸引消费者重复购物。

六、媒体投放组合策略

1、开业前

(1)平面媒体：

《xx商情》

投放日期：每周《xx商情>>各一个整版

投放形式：投放内容：活动平面形象

投放周期：1个月

投放理由：《xx商情》是xx市影响相当广泛的一家dm报纸，《xx商情》是毕节发行量最大的一家dm报纸也是唯一的一家，其特点之一就分众化明显，影响范围广且容易锁定目标群体。主要针对全区单位

投放预算：24000

《xx日报》

投放日期： 《xx商情》整版 通栏 整版

投放形式：《xx日报>>普通版整版黑白 《xx商情》头版正版2期31x25通栏1期50x66

(3)电视媒体

《xx电视台公共频道》

投放日期：每天;

投放形式：d1(7：00 22：30)

投放内容：活动电视广告15”

投放周期：1个月

投放理由：xx卫视公共频道受众较广，而d1、b5是大部分目标受众在上班之余看电视的时间段，在此时间段投放效果较好。

投放预算：待定

(4)dm直投媒体

投放周期：1期;

投放形式：8开105克2万份 一次10000份

投放内容：活动平面广告及商场开业促销信息

投放预算：60000

(5)公交车身广告

投放周期：1年;

投放形式：2辆公交车车身

投放内容：活动平面形象(开业当月)后期企业形象广告

投放理由：公交广告流动性强，接触到广大的人群，受众面广泛;通过地点的选择锁定企业的目标受众，引起广泛关注和强大兴趣。

投放预算：43200

2、开业后《xx商情》整版 xx日报半版

投放内容：软新闻《xx家居party开业，时尚格调装点盛夏》

投放理由：在活动后一天发表软文硬作的文章，介绍活动盛况以及现场图片，引发受众的讨论，制造新闻舆论点。

投放预算：7800

七、后期延续宣传

1.联办xx商情家装版 期出4/1版家装常识及产品选择信息及商场产品促销信息

费用：50期x700=35000元

路6路公交车车身广告1年费用;2x1800x12=43200

3.新开发小区楼层贴(随时补充)40000个

八、费用预算

(1)vi设计费用

(2)开业活动演出费用20\_0元(不含歌手奖品及观众礼品)

(3)报纸广告费用64400

(4)电视广告费用20\_(月)

(5)公交车广告费用43200

(6)印刷宣传单费用6000

费用总计：137600元

**湖南定制网站建设概况范文15**

>一、方案概述

>二、方案基础架构

方案完全采用流行的编程语言php和mysql数据库搭建。它拥有先进的系统架构和强大灵活的功能拓展体系。

>三、方案主要构成

行业频道系统

1、任意频道分类，无限扩展子分类及其相关属性设置，可隐藏、访问限制、批量管理等;

2、频道风格自定义，随意修改页面风格，实现不同行业应用需要;

3、每个频道都可完整的功能体现，根据需要可灵活选择行业动态、产品展示、供求信息、价格查询、市场信息等内容体现;

4、频道管理实现灵活的权限分配，既可专人统一管理，可分工时管理。

行业信息管理系统

信息管理系统功能完善，考虑周全并注重细节上的体现。

1、完全支持海量信息的发布和管理，多分类同步添加信息和批量增删、移动，简化繁琐的信息管理工作;

2、根据不同行业应用需要，可自定义修改、扩展信息相关属性，体现信息内容的专业性;

3、可应用于政策法规、市场动态、行业分析等各种分类信息发布的相关频道;

**湖南定制网站建设概况范文16**

>一、 行业分析：

网站定位分析：

1.建材行业区域新闻导读性。

2.线上，业主与建材装修公司之间的互动性。

3.线下，借助传统媒介以及活动开展的传播性。

>三、受众群体分析：

>四、 运营费用

团队等)投入30%的资金;

其他：

域名注册：因为涉及到品牌及域名保护，因此与此相关的域名我们都必须要注册。

>五、产品运营周期

以空间为基础划分：

>前期：提升销量和打造品牌知名度

二、借助联盟推广、活动推广、新闻推广、借势推广等多种模式进一步辅助在线推广与达拓展市场的作用。

>后期：稳定和扩展品牌权威性

>总结：

第二阶段主要以品牌宣传和推广为重点，行业市场挖掘为辅。同时持

>以时间为基础划分：

周期：3个月

周期：3-6个月

**湖南定制网站建设概况范文17**

>市场模式

>盈利模式

>1）、会员收费

说明：

a）、普通会员收费

b）、VIP会员收费

>2）、广告收入

说明：

a）、直接广告位收入

b）、企业活动信息发布广告收入（前期置顶、加黑、套红收费，后期可采用全部收费，而排位、加黑、套红可才用竞价形式收费）

c）、企业报价信息发布广告收入（置顶、加黑、套红收费，后期采用竞价形式）

d）、商家专栏（商家快捷通道，进入后是企业专栏，排位采用竞价形式）

e）、品牌排位（三级栏目导航，排位采用竞价形式）

f）、特别推荐（竞价广告位）

g）、其他广告（具体栏目排行竞价、邮件列表广告等）

>3）、短信收入

说明：

a）、用户订阅的产品信息

b）、用户推荐产品与其他用户

c）、前期企业的产品定购信息（后期进行佣金提成）

>4）、佣金提成

说明：

>6）、其他收入

说明：

**湖南定制网站建设概况范文18**

一.中国玩具市场前景

二.鸭丫特色玩具市场环境分析

一个成熟的玩具市场里，玩具的市场目标定位主要分为儿童玩具和面向成年人的特色玩具2大类。在我国，玩具市场还不成熟，尤其是对玩具的理解不成熟;“玩具就是孩子玩的”这一根深蒂固的观念束缚了国内玩具行业;据日本玩具协会统计，在日本这个世界第2大玩具市场，9000亿日元的市场规模中，面向成人的特色玩具占据了约65%以上的份额，而且18岁以上的成年日本人中至少有84%拥有玩具。在世界最大的玩具市场美国，每年能产生大约100亿美元的效益，而面向成人的特色玩具占据了其中的40%以上。在我国这个全球最大的玩具生产基地，成人特色玩具市场却几乎是空白。国内厂家盲目地把眼光放在儿童玩具上，导致国内巨大而且成长迅速的特色玩具市场几乎被国外品牌完全占领。但是，由于现阶段面向成人的特色玩具行业利润较高，国内厂商加入特色玩具市场已是大势所趋。在品牌知名度和生产规模等方面都落后于国外厂家的情况下，我国的特色玩具尤其需要重视包装设计本身的重要作用。

三.鸭丫特色玩具市场定位分析

1、鸭丫特色玩具的销售渠道定位因为玩具本身的设计以及包装设计上的独特风格，特色玩具的销售也需要相应的环境和氛围，让消费者不至于与儿童玩具相混淆，成年人购买玩具不止看重玩具包装本身，也很看重购买环境的氛围和档次，因此其销售环境和展示设计也应具备档次感、成熟感和特色。目前国内不少商场已经设了专门的成人玩具柜台，国内很多城市也开设了面向成人的特色玩具专卖店，虽然在销售和展示设计上还稍显初级，但为特色玩具分离出独立的销售渠道已经是迈出了重要一步。因此，在特色玩具的包装设计上要考虑柜台展示效果。

2、鸭丫特色玩具的目标市场定位孩子爱玩，不少成年人其实也一样有爱玩的天性，电视电脑游戏和卡通影视作品在成年人群中的广受欢迎就是一个例子。特色玩具的出现满足了成年人对玩具的需要;不同层次的成年消费者对成人玩具具有不同的需求。比如，成年女士喜欢高档精美的装饰性玩具，如布娃娃、毛绒娃娃和小动物等等;中年人则会选择具有消遣性和收藏性的玩具，如汽车和军事模型;而成人玩具市场消费的主力———年轻人，则大多数喜欢具有特色与个性的收藏类人偶玩具。

3、鸭丫特色玩具本身的设计定位特色玩具的主要消费者是20～30岁的年轻人群，年轻人购买玩具是冲着它们的个性特色、品质以及收藏价值来的，而不是传统玩具产品的以玩耍为主，因此，耐用、益智、色彩鲜艳等儿童玩具的设计要求在特色玩具的设计中可以抛弃，转而以个性、时尚，材质和造型上的独特，品质的过硬为主。

4、鸭丫特色玩具的包装设计定位特色玩具的消费群体大部分都是有着稳定经济收入的人群，甚至还有不少属于高薪阶层，针对他们的玩具系列当然也应具备足够的档次感;档次感的来源不应是价格的高昂而是用包装设计来体现，面向成年人的玩具更多是作为一种收藏品被购买，在包装的直观上应拉开与纯粹玩乐商品的差距，保护商品的功能在特色玩具包装上被放在次要，而使商品增值和促销的功能应首先考虑。同时，特色玩具的消费主力年轻人是标新立异的人群，个性时尚的设计在他们中间可以得到广泛接受，特色玩具本身的特点在于不断的创新，在包装设计上也应与此呼应，不能过于系统化和使用太固定的模式，自由创新、不断变化是使包装设计增加魅力的重点。

四.盈利模式

五.管理方式：

**湖南定制网站建设概况范文19**

>一、参评对象及分值

北校区处（室）分值为分，年级组分值为分。

>二、评比程序

1、学期初由各部门制定本部门所负责栏目的设计方案，包括栏目名称设计和栏目具体内容设计，栏目内容要能够展示本部门所负责的工作（涉密内容除外），并形成文字材料。本项占分值十分之一。

2、学期末，各部门总结本学期内本部门所负责栏目的建设情况（即方案的实施情况），并形成文字材料。在调度会上下发给评比小组，并由指定人员介绍。本项占分值十分之一。

z、z、各参评部门主任一名。

>四、评比标准

1、内容全面（4分）；

2、设计有特色（3分）；

3、上传及时（3分）。

>五、评比结果

评比结果将计入宣传工作考核分数中。

**湖南定制网站建设概况范文20**

（1）采用基于XHTML的国际WEB标准（CSS+DIV）；

（6）采用主流域名：。cn、、com等；

（11）不要使用asp，太落后了，而且安全性不好。jsp价格虽然高点，但主要是虚拟主机价格偏高。

（2）具有信息发布、产品发布和管理功能；

（3）产品推荐/广告管理功能；

（4）详细的公司介绍；

（5）详细的联系方式；

（6）合理的产品分类/汇总/列表；

（7）详细的产品介绍内容；

（8）销售及售后服务相关的联系和服务信息；

（9）在线服务信息；

（10）持续更新的企业动态/产品信息；

（5）字体清晰，CSS风格协调一致；

（13）产品内容页面URL尽可能简短且体现出产品属性；

（1）重要信息尽可能出现在用户最关注的位置；

（3）保持整站CSS风格一致；

（4）超级链接有下划线或颜色的明显指示；

（2）对企业基本状况的介绍真实可信；

（3）公布顾客服务/售后服务承诺；

（4）有必要的个人信息保护声明；

（5）重要信息（如数据库等、访问日志等）的备份机制；

>9、关于XHTML

（2）使用XHTML严密可以与其它基于XML的标记语言、应用程序及协议进行良好的交互工作。

（3）XML是web发展的趋势可以使web平滑的过渡到XML

>10、其他要求：

网站规划：

整体规划合理，主辅菜单不清晰；

网站建设导向明确，重点突出；

栏目适应；

网站的促销功能得到明显体现。

菜单设置：

菜单采用不宜图片形式，图标标识明确，有文字说明，不要用户移动鼠标进行猜测；

过多采用鼠标响应式菜单，栏目设置不合理，使得用户难以发现需要的信息；

栏目设置有重叠；

栏目名称意义不明确，容易造成混淆；

全flash首页和菜单，无法优化处理，也没有相应的文字说明，不采用。

栏目清晰够用，但重要信息完整，充分体现有效信息。

网站首页：

首页下载速度要快；

首页有效信息量丰富；

首页有标题；

提供一种以上外语链接页面。

主页布局比整洁，重要信息得以重点体现；

页面信息：

重要信息完整，如联系方式和产品介绍等；

页面信息足够，减少多次翻页；

去除与企业形象、产品、促销等方面无关的信息；

产品详细介绍内容过少；

内容页面没有标题，或者全部使用公司名为标题；

客户能够方便的及时维护补充，保持其时效性；

不允许有无任何内容的栏目。

网页字体和美工：

注重美观，但有些连基本信息内容都不可用图片格式，影响基本信息获取；

文字适中、颜色明晰、不影响正常视觉；

页面不应过于花哨。

>11、必须克服的问题：

（4）栏目层次过深。重要的信息应该出现在最容易被用户发现的位置，应尽可能缩短信息传递的渠道，以使企业信息更加有效地传递给用户。

**湖南定制网站建设概况范文21**

一、活动目的

1. 通过本次活动可以近距离的贴近消费者，收集机器人的市场资料。

2让消费者更加深入地了解机器人，增强客户的印象，

3通过本次产品推介会赢得客户的口碑，促进产品的销售；

4展示和提升公司的品牌知名度和美誉度；

二、活动主题

待定 让机器人走进每个家庭！

三、活动时间

待定20xx 年 4月 28 日（周）上午：9：00――12：00

四、活动地点

天津幼思乐幼儿会所

五、活动规模

四个人

说明： 初次做机器人推介活动，可能会出现很多不足，规模较小。

六、与会人员

七、活动内容

1. 重点介绍产品的功能

2. 产品的演示

3.信息的收集

八、活动气氛的营造

1. 横幅：活动地点及课程现场拉横幅，引起关注。

2. 遮阳伞。

3. 气球：活动地点周边布置气球（或其他营造氛围方式）。

4. 宣传册、说明书。

5. 灯箱布。

十二、活动所需物品及经费预算

1. 布置物品：

十三、前期准备工作

1. 活动方案建议。

2. 所有平面表现的设计方案。

3. 活动布置的设计方案。

4. 活动拍照/摄像。

**湖南定制网站建设概况范文22**

>一、概念

>二、需求分析

项目立项

客户的需求说明书

1、正确性：每个功能必须清楚描写交付的功能;

2、可行性：确保在当前的开发能力和系统环境下可以实现每个需求;

3、必要性：功能是否必须交付，是否可以推迟实现，是否可以在削减开支情况发生时^v^砍^v^掉;

5、检测性：如果开发完毕，客户可以根据需求检测。

>三、系统分析

网站总体设计

3、需要多少人，多少时间;

4、需要遵循的规则和标准有哪些。

同时需要写一份总体规划说明书，包括：

4、如果有数据库，进行数据库的概念设计;

网站建设方案

1、客户情况分析;

6、使用软件，硬件和技术分析说明;

7、开发时间进度表;

8、维护方案;

网站详细设计

总体设计阶段以比较抽象概括的方式提出了解决问题的办法。详细设计阶段的任务就是把解法具体化。详细设计主要是针对程序开发部分来说的。但这个阶段的不是真正编写程序，而是设计出程序的详细规格说明。这种规格说明的作用很类似于其他工程领域中工程师经常使用的工程蓝图，它们应该包含必要的细节，例如：程序界面，表单，需要的数据等。程序员可以根据它们写出实际的程序代码。

>四、项目实施

整体形象设计

整体形象设计包括标准字，Logo，标准色彩，广告语等。首页设计包括版面，色彩，图像，动态效果，图标等风格设计，也包括banner，菜单，标题，版权等模块设计。首页一般设计1-3个不同风格，完成后，供客户选择。

记住：在客户确定首页风格之后，请客户签字认可。以后不得再对版面风格有大的变动，否则视为第二次设计。

开发制作

调试完善

宣传推广

宣传推广的基本方法有：

2、各搜索引擎登录;

3、准备新闻稿件在各新闻公告板发表;

4、合理使用Email邮件列表;

5、广告条交换;

6、付费广告。

网站成功推出后，长期的维护工作才刚刚开始，我们需要做到的是

1、及时响应客户反馈;例如可以采取Email自动回复功能，然后在1-3个工作日里解决问题，再次回复;

>五、遵循的规范

如主体栏目的分类等

如每栏目所对应的目录等，如“新闻”栏目，对应的目录名为“news”

如彩用800\_600还是1024的格式制作。

**湖南定制网站建设概况范文23**

在项目管理上，我从项目流程入手，从立项到设计，从施工到验收，从转资到送审，了解各个环节涉及的流程，及处理相关流程进度所要掌握的操作系统。项目进展中，协调项目所涉及的各部门，各单位的关系及责任，及时做好对监理、设计、施工等单位工作人员的管控。另外对项目建设中所涉及物资，包括物料领用控制，采购，材料平衡等做好跟进及管理。

技术方案学习上，以市场为导向，满足各类业务需求，如：家客圈地、扩容，集团客户专线、集线通、沃企，营业厅项目，光改项目，三化类项目等。不同业务需求各自对应详细方案设计，这也要求我学习不同方案所采用的接入方式，如：FTTH，FTTO，FTTB，pon+的接入。同时根据不同接入方式对设备的需求，学习相关设备的功能。 另外，本人负责科室部分工作进度统计以及省公司考核指标统计核算，如ERP回填考核，投资额度使用进度考核等，月底及时核算分公司数据，提前进行相关考核指标提升，省公司考核结果公布做到及时沟通，确保分公司考核数据无误。日常通报做到及时更新各项目进度并每天通报，规范进度表每周更新并敦促相关填表人员完善表格以方便大家使用。

**湖南定制网站建设概况范文24**

一、活动目的

市场背景介绍：xx家私有限公司创建于1986年，经过二十余年的励精图治，已发展成为中国研、产、销一体化大型民用家具龙头企业。

xx公司打造了一支由中、意、德、丹麦等国200多名顶尖设计师组成的跨国研发团队，在中国成都、深圳、意大利米兰设立了3个研发中心，主要研发、生产板式套房家具、沙发、餐桌椅、床垫、软床等系列产品，涵盖50多个系列、6000多个产品款式，其中，板式、沙发两种产品被授予“中国名牌产品”称号，是中国家具行业荣获两个名牌称号的家具企业，是中国家具制造业为顾客提供“一站式家居服务”的典范，以“成为世界级家居用品开发制造商与服务提供商”为企业愿景，以“提供优质家居产品和服务，创造美好家居生活”为企业使命，贯彻“客户是水，xx是鱼;员工是水，xx是鱼;社会是水，xx是鱼”的企业文化，通过持续的制度创新、技术创新、管理创新，以国际化视野，竭诚为广大客户提供高品质、多样化的家居产品和服务，引领舒适、环保、健康的家居生活方式。

活动目的：为了扩大xx家具的市场份额，提升销量，树立在消费者心目中的良好形象，提升品牌认知度及美誉度。

二、活动对象

主要促销目标：刚刚购房的消费者，

次要促销目标：80后等工作有成，开始考虑购房及家具的消费者;新婚夫妇及其父母。

三等促销目标：即将步入社会或工作时间不长的年轻消费者。

三、活动主题

活动标语：让我们的专业，给您带来更舒适的生活。

活动主题：免费提供您想了解的关于家具的任何问题的专业意见。(例如家具的保养，摆放，选购，收藏等)

赠送小礼品

知识竞答

四、活动方式

在活动开始之前，与当地政府做好协调工作，取得相关部门的支持，同时，在各种媒体上进行宣传预热，还可以联合当地的经销商，在活动开始之前发放入场券，发放的主要人群即确定的消费对象(入场券有编号，以便进行活动期间每天的幸运抽奖)。

具体内容为：

1.与当地经销商联合，由经销商提供场地，由xx集团提供人手及道具，在经销商提供的场地上，摆放各种不同品牌，不同类型，不同风格，不同样式，不同质量的家具产品，并配备专业人员进行讲解，提高消费者对家具的认识;

2.设立一个咨询台，免费回答消费者任何有关于家具的任何问题(例如家具的保养，摆放，选购，收藏等)：

3.凡是活动期间在经销商处购买家具的消费者，凭借入场券，可以获得一定的优惠：

4.提供一定的出勤人员，可以随消费者回家去讲解关于消费者家中关于家具的保养，摆放等专业知识。

5.由主持人不定时主持有奖知识竞答，获胜者可以获得精美礼品一份

6.在每天的活动结束之前进行幸运抽奖，中奖者可获得精美礼品一份

五、活动时间和地点

活动时间：5月3号至6号每天早上9：00——11：30，下午2：30——5：30

活动地点：xx时尚家具馆，地址：A座：xx公园南门对面B座：xx市商业银行西邻C座：xx广场西门对面。

xx家具城，地址：中xx交叉口路北。

六、广告配合方式

在活动开始前的一个月，即4月1日开始，在邢台市进行广告媒体投放，投放的主体为电视，关于家具装潢的杂志，路边的广告牌，车载电视，知名报纸(如牛城晚报等)等，进行覆盖式广告投放，广告力求简洁醒目，重点突出本次活动的所有服务均为免费提供。

七、前期准备

1、人员安排：家具讲解员：15人，专业知识讲解员：10人，出勤人员：20人，主持：2人，保安：30人，后勤人员：5人，司机：5人，活动讲解员：10人，现场管理：2人，现场调解员：5人与政府沟通人员：2人(此人员安排每个活动地点各一套)

2、物资准备：各种不同品牌，不同类型，不同风格，不同样式，不同质量的家具，桌椅20套，话筒15支，音响2套，礼物若干，各相关人员身份牌，矿泉水，纸杯，活动条幅4条，xx家私的展板6个，遮阳伞5个，出勤车辆5辆(按此规格，各活动地点各备一套)

3、政府公关：在活动开始前，安排公关人员与政府相关部门进行公关获得其支持，并请其安排人员进行现场秩序维护。

八、中期操作

1.在每天活动正式开始之前，由主持人对活动进行简短的介绍;

2.现场工作人员要统一穿着印有“xx家私”字样的工作服;

3.在活动期间，讲解员及出勤人员要保持热情的服务态度，在消费者心目中留下良好的印象;

4.活动期间，主持人要定期进行有奖知识问答，并为获胜者颁奖;

5.讲解人员在进行讲解时，要着重突出xx家私的优点，并在消费者心中留下深刻的印象，客人今天没有需要，不代表以后也没有需要

九、后期延续

在活动结束后一个月的时间里，在xx市个媒体上对本次活动进行报道，主要媒体为报纸和车载媒体，报道方式主要以给消费者带来的实惠以及消费者对这次活动的好的感想为主。

十、费用预算

人员费用：15000

布置会场：1500

道具(各种家具)：7000

音响设备：1500

外勤费用：1000

礼品：20\_

杂项：1000

突发状况预算：1000

合计：30000元

十一、意外防范

为防止天气突变等自然因素导致活动难以进行，需预备好足够数量的大型遮阳伞，注意加强安保，预防可能发生的争执等问题，并且在活动开始之前，要对相政府关部门进行公关，取得活动许可。

十二、效果预估

在消费者心目中树立xx家私的良好形象，扩大xx家私的知名度，提升品牌认知度及美誉度，增加五一期间的家具销量。

**湖南定制网站建设概况范文25**

前言：九天水食品有限公司是一家食品、饮料的企业，是经国家相关部门批准注册的企业。主营大米，公司位于中国黑龙江哈尔滨市道里区哈尔滨市爱建路8-20A。九天水食品有限公司本着“客户第一，诚信至上”的原则，与多家企业建立了长期的合作关系。

一、品牌整合

1）九天水品牌文化--四德五福

相传在远古，有一年，天大旱，数月无雨，河水干涸，庄稼枯竭，天下的子民饿殍遍野，很多部落因为争夺食物互相厮杀，大地上的子民越来越少。

在黄河岸边，世代居住着一个叫琰的部落，部落的首领叫琰帝，

晚上做梦，梦见天托梦给他，叫他在天下子民中寻找九个人，分别在天的九个方向施祭拜之法达九天九夜，以成九九八十一之阴阳合数，天才能降大雨于世人。这九个人必须是天下至上至性之人，至仁、 至义、至礼、至信、至福、至禄、至寿、至喜、至财。

琰帝醒后，便开始寻找梦中所指的九个人，几经周折，在叫煌的部落的首领煌帝的帮助下，终于找齐九个至上至性之人。

九个人分别按梦中所说的九个方向施祭拜之法，九天九夜后，天果然分别从东、西、南、北、东南、西南、东北、西北、中九个方向降大水于黄河两岸，九天之水奔腾着汇聚在黄河，大地苏醒，万物复苏，琰煌部落的子民才得以生存。于是后人用“黄河之水天上来”来延续九天水的传说。

从此，仁、 义、礼、信成为人的四德操守。福、禄、寿、喜、财成为百姓的五福。

2） 九天水品牌形象整合

1、企业理念识别（MI）

企业的理念即企业文化中的精神层面。

企业精神：奋发上进、自强不息

企业理念：仁--关爱顾客 关心员工 以仁为本

义--遵循道义 先义后利 以义为重

礼--尊重顾客 尊重员工 以礼为德

信--诚信经营 言而有信 以信为则

企业目标：传播中国福文化，与社会共上进，将九天水打造成高端的福品牌。

企业吉祥物： 九种水的姿态。

2、企业视觉识别（VI）

1、基本系统：

A：企业标识

B：企业标准色

C：企业标准字

2、应用系统：

3、企业行为识别（BI）

企业行为总则: 以公益为行为方式 以文化融合为行为载体

以双赢为行为目的 以学习创新为行为动力

1、以公益为行为方式

出于对九天水四德五福文化和养生文化及MI的理论指导思想的考虑，九天水经营的企业行为必须结合公益的形式执行，易于被消费群体接受，有利于九天水食品企业良好社会形象的建立和企业与社会、消费者之间的关系维护。

2、以文化为行为载体

以企业文化为载体，将九天水食品及其企业所倡导的理念和现代生活需求理念良好的融合，以形成消费者对九天水有机大米建立长期消费情感和消费倾向，并营造一种生活文化氛围。

3、以双赢为行为目的

九天水食品的企业行为最终目的为“双赢”，主要有四层寓意：

A、与顾客双赢：

通过提供高品质、高文化内涵的有机大米商品，让顾客获得健康、获得享受，企业赢得利润。

B、与客户双赢：

通过诚信、公平的合作，让九天水食品企业和客户（经销商）共同享受利润和市场价值。

C、与供应商双赢：

通过诚信、公平的合作，让九天水食品企业和供应商共同享受利润和市场价值。

D、与社会双赢：

通过九天水食品的运营在最大程度获得长期利润的前提下为社会的进步和精神文明建设做出贡献，达到良好的社会效益。

4、以学习创新为行为动力

九天水食品企业要建立上进的学习型企业文化，因此企业的行为必须以学习和创新为总体准则，不停锻炼自我，并以此为九天水企业和员工的核心竞争力进行培养和锻炼。

3）九天水大米品牌价值梳理

1、品牌核心价值：

营养福米/食之珍品/礼中黄金

--九天水有机大米。

2、品牌市场定位：礼品市场、团购市场及高端消费市场

3、品牌营销主题：食福米 全家福

4、品牌标语：

送礼，送福米

过节，发福米

养生，吃福米

食福米 全家福

巧妇乐为福米之炊。

与生俱来的营养 专注百姓那一福

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！