# 光明乳业改善方案范文精选5篇

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-03-12

*光明乳业改善方案范文 第一篇为更好贯彻落实《\_关于促进奶业持续健康发展的意见》（国发〔20xx〕31号）、《乳品质量安全监督管理条例》和《奶业整顿和振兴规划纲要》精神，向广大市民宣传、普及科学饮奶知识，提升广东本土奶源品牌价值，推动广东奶业...*

**光明乳业改善方案范文 第一篇**

为更好贯彻落实《\_关于促进奶业持续健康发展的意见》（国发〔20xx〕31号）、《乳品质量安全监督管理条例》和《奶业整顿和振兴规划纲要》精神，向广大市民宣传、普及科学饮奶知识，提升广东本土奶源品牌价值，推动广东奶业健康稳步发展，现就20xx年“世界牛奶日”期间举办“世界牛奶日”公益宣传活动制定方案如下：

>一、活动目的

联合国粮农组织将每年的6月1日定为“世界牛奶日”，其宗旨是为消费者提供一个了解奶业发展状况和收集其反馈意见的平台。自1999年以来，我们已连续举办了14届“世界牛奶日”公益宣传活动，对培育市民的饮奶习惯和促进奶业发展发挥了很好的积极作用。今年，我们将继续利用“世界牛奶日”这一契机，由广州市奶业管理办公室、广东省奶业协会等单位牵头，组织乳品企业、媒体等单位并邀请相关专家，通过开展广东优质牛奶让人放心这一主题来宣传广东牛奶的优势，加强与消费者的沟通，帮助消费者释疑解惑，同时传递广东高品质的奶源和品牌信息，引导市民健康、科学消费我省本土乳制品。

>二、组织形式

主办单位：广州市奶业管理办公室 广东省奶业协会

支持单位：广东省农业厅 广东省畜牧兽医局

广州市农业局 广东省消费者委员会

>三、实施方案

方式一：户外宣传活动。

本年度“世界牛奶日”户外现场宣传主题为“强身健体广东牛奶放心饮”，内容主要包括：牛奶质量安全、牛奶与营养、牛奶与健康、学生饮用奶、牛奶与青少年成长。

1、活动地址：中山四路广东都城隍庙前广场。

2、时间：20xx年6月1日（星期六）9：00～17：00。

3、活动形式：

（1）邀请养殖、产品加工、医学营养、奶业科研、行业协会、消费维权等专家，现场接受市民的咨询；

（2）组织乳品加工企业进行新产品展示、试饮及产品宣传和消费引导；

（3）编印20xx年版《奶品消费指南》，活动现场及其它渠道、方式免费向市民发放；

（4）现场接受媒体对市民奶业关注与热议问题的采访，借助媒体舆论解答市民对国产奶品质不信任的疑惑；

（5）正面放一条充气拱门，拱门彩虹标语为：20xx年“世界牛奶日”公益宣传活动。

**光明乳业改善方案范文 第二篇**

>一、背景及现状

光明集团牛奶公司拥有8个奶牛分场和6000多亩饲料基地，饲养优良荷斯奶牛1万多头，是华南地区最大的奶牛饲养的基地和全国奶业最大的牛奶出口基地，年产鲜奶2万多吨，奶品质量与国际标准接轨，长期达到国际先进水平。

晨光饮料公司拥有瓶装、屋型纸包装、利乐纸包装、塑料杯装、罐装等16条生产线，年加工生产能力达12万吨，生产晨光牌鲜奶、花色奶、酸奶、果汁饮料、果味茶、凉粉等系列产品共40多个，晨光鲜奶、纸包纯牛奶、酸奶、甜牛奶等产品取得国家“绿色食品”证书 。

近年来，我国人民生活水平逐年提高，人们对于健康、营养的需求也呈日益上升的趋势，含有丰富营养的牛奶饮品越来越受到人们的欢迎，牛奶的需求逐年上升。据了解，人均消费牛奶一直位居全国首位的上海，年人均消费达到26公斤，为全国人均消费量的4倍。今年的消费水平又有了新的提高。上海市场之大，吸引了国内外乳品品牌的垂青，各路品牌纷至沓来。目前上海牛奶市场中，除了原有的一些品牌外，还有不少来自草原的绿色产品加入，更有许多国外知名品牌抢滩上海。这些品牌为了一争高下，纷纷使出全身解数，有的抢占黄金广告时间段，有的推出买三送一、免费品尝的促销手段。群雄割据的上海牛奶市场哪种品牌更畅销，调查结果光明牛奶处于优势。

总之，光明牛奶在杭州作为一种食用饮料，能够吸引大部份人们的注意的。

>二、市场状况分析

1、机会与威胁。光明牛奶除了大力推广“无抗奶”行业标准，还在产品创新方面取得了成就。

光明牛奶本年度推广的麦风，给人们留下了深刻印象。这种介于豆奶和牛奶之间的产品，并不是光明的首创。上海一家豆奶厂今年率先创新推广了一种全新的豆奶——大麦奶。在豆奶中加入大麦的香味。但因为种种原因，这个产品并没有取得成功。

不久以后光明就推出了自己的麦风。上海本年度上市的保健食品美多膳食纤维素，也帮助麦风完成了部分市场教育工作。也许光明牛奶“偷窃”了别人的成果，但这些产品中间，只有光明麦风靠大麦和膳食纤维赚到了钱。

光明牛奶入选，是为了表彰它开发创新性产品的能力，以及它不断翻新的营销传播方式——光明牛奶的高钙奶，还一反常态在上海报媒投入了软文广告，宣传光明高钙奶的补钙作用，试图和补钙保健品共同分享补钙市场。

2、优势与弱点：光明牛奶市场分布广，消费者认知度高，品牌总体提及率指标显示了消费者对各品牌的总体认知程度，是品牌知名度的重要标志。光明品牌依靠其公司的实力和背景，在品牌宣传上的成功运营，帮助其确立了在牛奶行业中的龙头地位。

3分析：1)企业的经营历史与业绩。在光明乳业40余年的经营历史中，瓶装消毒牛奶一直占据销售收入中的较大比重。过去20\_年左右时间，保鲜盒装牛奶的销售呈直线增长态势，目前它在销售收入中比重已跃居第一位。在40多年中，光明乳业一直将保鲜牛奶作为当家产品，目前它的液态奶产销量占全国乳品行业第一位，在上海液态奶市场中它的\'份额高达84%，在华东地区市场份额也超过了50%。

(2)市场吸引力。近5年来液态奶尤其是巴氏消毒液态奶的需求量呈快速增长态势，在许多城市中这一需求增长率达到了年均50%的递增速度。市场规模的持续性膨胀为企业提供了良好的盈利机会。

(3)企业的区位优势。中国的乳品市场存在一种资源与市场隔离的特殊情况，即占全国80%奶源的北方地区，消费市场的容量只占全国牛奶消费量的 10%。与此相反，只占奶源总量20%的南方地区，牛奶消费量占全国消费总量的90%。光明乳业位于全国人均牛奶消费量最高的上海，又毗邻江、浙这两个牛奶消费市场较发达的省份，而这些省市的牛奶消费以巴氏消毒牛奶为主，为光明提供了得天独厚的市场资源。

>三、战略目标

为了在杭州地区推广光明牛奶进行更好的营业推广，根据调查，分析确定以下战略目标：

1，近期目标：提高光明牛奶在杭州下沙高教院区的知名度，达到短期盈利目标。

2，远期目标：在消费者熟知和忠诚的基础上，有足够的消费人群后，再进一步把目标投向市区，使光明牛奶成为消费者每天饮用的必需品。

>四、目标消费群细分

根据不同的消费群的口味提供其不同口味的产品，

>五、市场推广方案

(一)广告策略

1、电视节目是人们每天都会观看的，至于选择哪一个电视台，由于光明牛奶适合没个年龄的顾客，没有针对的消费群，所以在选择哪家电视台方面不用考虑的太多，主要看哪个台的收视率高。

2、娱乐节目和专题节目在青少年及出租车司机当中有很大的影响力，收听率比较高，因此跟电视台洽谈，在电台娱乐节目当中做一些关于光明牛奶的问答，电台的幸运听众、获奖听众可凭有效证件到俱乐部领取有关奖品。

3、车体广告。由于杭州市公交车路线比较多，线路较长，乘坐的人也很普遍，针对此特点，我们认为在公交车上做一定的车体广告将可以得到更好的效果。公交车这种流动式广告，给人的视觉感效果冲击很大，可以在市民心中形成深刻的印象。

(二)营业推广

我们用面包做促销品，牛奶的价格比竞争品牌贵2毛钱，我想效果会非常好。原因很简单：市面上卖1元钱的面包，如果很大批量地从厂家直接进，也就2毛钱的样子。消费者明确的是市面上的价格，出厂价和零售价相差这么大，消费者不明白，还觉得很超值。而且，很多人都有早上牛奶加面包作为早餐习惯，有面包送，牛奶贵一点也没有关系。我们就可以不用花一文钱，取得很好的效益。

**光明乳业改善方案范文 第三篇**

根据中国乳制品工业协会关于开展“世界牛奶日”，“全国乳品营养周”宣传活动的通知精神，结合我公司的实际情况，拟制定如下宣传方案：

>一、宣传主题

1、家乡好牛奶，新鲜每一天。

2、“xx世界牛奶日”，金健牛奶大赠送。

>二、宣传目的

1、重树消费者信心，提升全民饮奶氛围。

2、着重让常德市民认识、了解金健牛奶在全省推起新一轮宣传销售热潮。

>三、活动内容

1、报媒宣传：（丁淮负责组织文章和设计，张强联系媒体）。

常德民生报：连续3期1/4版活动广告。

常德晚报或常德日报：连续3篇（每篇600至800字）“世界牛奶日知识”、“饮奶知识普及”、“金健牛奶状况”的记者访读形式的软性文章、报纸角标。

2、阵地宣传：常德步行街宣传促销推广活动：

（1）时间：5月30日—6月1日（三天）。

（2）地点：步行街xx百货门口或丁字路口。

（3）活动形式：

①宣传形式：横幅4条（6×米）内容活动主题；广告伞8把；帐蓬4顶；X展架2套（12个）；促销台10个；宣传单页5000份；知识手册500本。

②促销形式：

a、免费品尝试味：袋纯每天10袋，袋甜每天10袋，阳光醇露每天10盒，红枣双歧奶每天10盒，珍纯每天10盒，原味酸奶每天10杯

b、买赠销售：“买二送一”：即5元买2盒屋顶盒产品赠送一盒屋顶产品，每人限买5套

c、订奶赠奶：“订一送二”即凡在活动现场订购（送奶到户）任一品种均可获赠2盒屋顶盒产品。

③人员安排：

现场负责：伍建权宣传物资负责：xx。

促销人员：xx 、xx、xx、奶站3人

收款员：奶站2人

要求：所有人员统一着白色T恤、黑色长裤、黄色帽子、宣传口径一致

每天活动时间：早8：00—晚7：30

④产品销售安排：

珍纯：600盒，阳光醇露300盒，红枣双歧奶300盒，全部用泡沫箱加冰块装好，保持产品冷藏。

**光明乳业改善方案范文 第四篇**

>一、活动主题

“健康爱心，节日行”

>二、活动背景

>三、活动目的

通过在端阳期间对xxx的促销活动，让消费者知道今后无论是平时还是过年过节的，看人、送礼都无须担心到底改送什么好，让消费者明白xxx就是您的首选。这样既可以提高xxx产品的美溢度，又解决了消费者的难题。而对于公司来说又是一项长远回报。

>四、活动地点

各大卖场和牛奶专卖店

>五、活动时间

20xx年五月初一到初五

>六、卖点建议

送高端、送健康、送心意

>七、宣传方式

1.针对卖场

A.小展台、小展板、3D漫画海报(描绘的是购买过程中的一个简单而又不缺乏内涵的场景，例如一个温馨的服务过程。)、单页、挂旗、折页、POP;

B.条幅、现场效果图(拱形门、升空气球等的组合)

2.针对媒体(以传统的媒体形式为主，现代媒体为辅)

A、电视广告：根据各卖场及专卖店的实际情况，在当地有影响力的电视剧发布字幕，

电视字幕内容要包括海尔剃须刀现在举行的活动以及经销地点;

C、通过微博与前来购买xxx的顾客互动 ;

D、通过数据信息存档记录消费者的消费记录;

>八、活动方式

>九、活动进程安排

>十、活动预算

**光明乳业改善方案范文 第五篇**

>一、背景

随着人们生活水平的不断提高，每天喝一杯牛奶已不是一种奢侈，生活好了，但“牛奶是最好的营养品”这一观点并没有得到充分认同。据农业部披露，年人平均与世界人均年90多公斤相比，差得很远。牛奶带给人体的好处非常多，牛奶可以增强抵抗力，其中一些物质属于“广谱”抗菌物质，能够抵抗多种病菌；牛奶脂肪中含有一些天然的抗癌物质，包括神经鞘磷脂、丁酸、醚酯等。补钙首选喝牛奶，人体对牛奶中钙的吸收率达到40%以上。

在目前消费者缺乏基本的牛奶消费知识、过分强调感官体验的时候，这种做法显然是误导，企业有责任教育消费者、引导消费者科学消费。

>二、主办

xx报业集团今日安报社。

>三、协办：

>四、宗旨

引导科学消费、增加人们的牛奶消费量、保障人民健康。

>五、目的

1、提高xx牛奶的知名度的美誉度；

2、在消费者熟知和忠诚的基础上，有足够的消费人群后，使xx牌牛奶成为消费者每天饮用的必需品。

>六、活动主题

为健康加杯奶。

>七、活动时间

20xx年x月x日（国际牛奶日）。

>八、地点

xx广场。

>九、活动内容

1、有奖竞猜：共设10条谜语，第一个猜出谜底的参与者可获奖品一份；

（中间穿插公司产品介绍）

2、联词游戏：一次5人参与，每轮淘汰一人，最后获胜者可获奖品一份；

3、凡当天到场人员，均可获赠牛奶知识宣传资料一份；

4、现场推出超低价牛奶销售活动。

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！