# 关于食品网站建设策划书(七篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-12-27

*关于食品网站建设策划书一随着我国经济的发展，我国城乡居民的消费支出中，玩具类支出尽管难以与食品、服装等消费品的数额相提并论，然而却始终保持着一个不断增长的良好势头。据有关专家预测，到20世纪末国内玩具的销售额将达100亿元，而我国玩具市场也...*

**关于食品网站建设策划书一**

随着我国经济的发展，我国城乡居民的消费支出中，玩具类支出尽管难以与食品、服装等消费品的数额相提并论，然而却始终保持着一个不断增长的良好势头。据有关专家预测，到20世纪末国内玩具的销售额将达100亿元，而我国玩具市场也将会因为玩具要领的延伸、功能的拓展及消费群体的日益壮大，逐渐从温而不热的季节性、节日性的特定销售态势中走出。如今，孩子对于玩具的需求再不是好看、好玩，他们迫切需要的是既能开发智力、又能动手动脚的新视觉、新感受，所以玩具行业是很有发展潜力的。据卫生部的统计数据，20xx年，我国16岁以下儿童和青少年有3.8亿左右，他们的消费已占到家庭总支出的30%左右，即使按照一个孩子平均一年的玩具花费200元计算，即是一个多1000-1200亿的市场。目前，我国玩具的消费量正以每年30%-40%的速度增长，未来市场将更加广阔——最流行、最in的时尚新奇街头玩具攻占千亿市场，财富之门盛大开启。

一、网站功能

本网站是一个销售网站，主要经营系列玩具。

网站主要功能有：

1、会员管理系统(会员注册信息管理、会员查看产品价格、内外销报价方式等等)

2、强大的产品搜索功能

3、完善的在线定购功能，让客人访问我们的网站就像逛超市一样，可随心选购自己的产品放入自己的购物车

4、强大而有完善的网站后台管理系统，更方便管理注册会员、留言的回复、会员定单的管理等等，实现业务一体化、系统化

5、提供自主定制与代销产品是本网站的两大亮点

二、版面设计

版面主体颜色：

色彩是一切视觉艺术的基础是人类辩别物质的基础依据在internet中给客户带来最大的视觉冲击力的元素就是网站的色彩设计，我们以flash动画和3d技术制作一个发动机为动感展示内容稳重大方而又具吸引力的扉页

首页设计以粉红色为基本色调运用黄色和蓝色进行融合搭配突出网站稳重清爽的格调，既稳重大方又清爽明朗

基本栏目有：

1企业介绍(企业简介、企业荣誉、领导风采、组织机构、公益事业)

2产品展示

3销售网络(flash展示公司和代理商的具体交通路线和详细资料)

4售后服务

5在线论坛

6会员注册(会员主要分两种一种是网站管理员一种是普通会员)

产品展示模块设计

1产品展示模块以××公司最新上市的flash全方位互动展示技术进行制作，用户进入产品展示页面可以看到产品匀速的将各个角度进行展示，当用户需要详细察看某角度时可将鼠标放在产品图片上图片即停止转动，如需进一步察看可以将产品展示图片进行放大当用户需要查看某个部件时还可以点击产品部件进行放大

2订购系统模块设计

我们可通过一次示范性的网上订购来简要描述其实现功能及操作流程：在产品展示框下设有我要订购按钮如果没有进行会员登陆点击按钮，将会弹出登陆对话框如果已经进行会员登陆点击按钮将弹出电子定单用，户需填写订单然后提交既可完成订购定单中设有必填栏目例如会员用，户名和密码订购人收货地点配货方式等，取消订购则点击电子订单上的取消订购按钮，用户提交定单后所有数据全部载入数据库管理人员根据用户所填信，息进行分析确认然后上报有关部门安排相关事宜。

3在线教习在线里面教授一些简单的玩具制作那样那个可以要喜欢自己动手的的人那样那个就可以吸引人气

三、可行性分析

1.代销和自销玩具的劣势：

第一、网站发布初期，人气不够，代销产品这一块不会有多少盈利。而自己产品的销售也遇到很大困难，在加上网上玩具店也很多，要在众多玩具商中脱颖而出对本网站来说也是一大挑战

第二、资金不足、设备有限也会限制对网站的宣传。

第三、对于销售玩具来说，货源方面是处于劣势。玩具店只有能够进到最低廉优质的货源，才能有更大的盈利空间。

2、代销和自销的优势：

第一、规模巨大的黄金产业

据有关统计，我国16岁以下的少年儿童达3.8亿，中国城市儿童人均年玩具消费45元，农村儿童人均年玩具消费不足15元，14岁以下的儿童和青少年的人均年玩具消费仅20-30元人民币(2.4-3.6美元)

第二、正在高速增长的黄金产业

我国玩具市场正在伴随玩具要领的延伸、功能的拓展及消费群体的日益扩大，逐渐从愠而不热的季节性、节日性的特定销售态势中走出。进入20xx年以后将玩具作为教必须品的早教机构发展，这些都预示着玩具高速发展期的到来。近年来，中国玩年消费额正以每年40%的速度增长

第三、永不枯竭的黄金产业

专家预测，中国已进入一个新的人口生育高峰期，20xx年前，人口增长将保持每年1600-20xx万人的水平，这将出现一个更为庞大的儿童用品消费群体。

第四、具有巨大延伸空间的黄金产业

玩具的消费人群已经突破了年龄限制而延伸到年轻人、中年人与老年人等成年人--成人玩具的市场规模甚至已经超过了儿童少年;玩具零售终端往往将玩具与相关产业产品相伴销售。这些都为玩具的终端经营提供了巨大的延伸余地。

3.网站设计目标：

在各个阶段，我们都制定了明确的目标。初期主要以代销和销售自己的产品为主，在赚取利润后加大投资;在中期网站趋于完善，更多的厂商加入代销产品的项目，我们将一年盈利目标定在35万人民币。

4、本网站的特色：

据调查，现在网上玩具网站多以销售产品为主，一些做的比较好的网站还提供了批发商品项目、招商代理等，为了要突破这些局限，使网站能持久经营下去，还能有很好的盈利，我们特别推出自己的特色：第一，我们特别增加了代销产品的栏目，既可以增加网站人气，也能赚得利润;第二，为了满足消费者个性化需求，还增加了自主定制栏目。

5、盈利模式

初期：我们网站主要为提高访问量完善网站的功能(利用网站特色提高访问量)，销售自己的产品获得利润

中期：通过网站销售产品;

a.通过网站销售别人的产品;

b.通过网站销售自己的产品;

后期网站的盈利方式二：在线广告，彩铃彩信下载、短信发送、电子杂志订阅等电信增值形式;特殊会员收费，收取加盟商费用

6、现行系统

现在比较大些的玩具网站有酷炫风、世纪兴、中国玩具网等，这些网站从他们自身以及产品、市场分析、营销策略经行了比较分析，除了这些方面本网站还提供其它功能彰显我们的特色以满足消费者需求。将人体工程学与设计美术学结合起来，不仅能让孩子强身健体，而且促进智力发育，迎合当今市场需求，当然倍受尊崇。

四、网站规划

人员规划主要包括以下几个方面：

1)项目内容;

2)执行时间;

3)负责人;

4)检查人;

5)检查日期;

6)预算;

规划制定者;(划制定者可以是一个人，也可以是一个部门)

规划制定时间;

制定人员规划的原则如下：

1、充分考虑内部、外部环境的变化

2、确保企业的人力资源保障

3、使企业和员工都得到长期的利益

五、网站后期实施与维护

1、服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间;

2、数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视;

3、内容的更新、调整等;

4、制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化;

5、做好网站安全管理，防范黑客入侵网站，检查网站各个功能，链接是否有错。

**关于食品网站建设策划书二**

甲方（以下简称甲方）：

乙方（以下简称乙方）：

甲乙双方经平等、友好协商，根据《\_\_\_\_\_》的规定，就甲方在乙方的电子商务平台上进行产品销售的合作达成如下协议，并愿意在此基础上双方共同遵守，精诚合作，互相支持，共同发展。

一、总则

（一）合作内容：甲方是拥有包括\_\_\_\_\_\_品牌、设计、生产、经销及零售实体。乙方是一家从事面向本地商家及网民的电子商务运营的公司，乙方以自身在电子商务方面的运营经验和能力，合作双方共同运营以销售甲方拥有的品牌商品为目的的电子商务平台。

（二）合作条件：甲方品牌在互联网上的\_\_\_\_\_使用权，\_\_\_\_\_使用权再授权，以及产品的分销权、零售权。乙方拥有建设并运营面向最终消费者的本地区网上商城的能力。

（三）合作方式：甲方通过互联网等的形式向最终消费者销售可授权的品牌商品，乙方为甲方该项业务提供外包运营服务，该外包运营服务包括网店建设、网店运营、客户服务、收款结算等服务。双方建立电子商务战略合作关系。

（四）合作期限：自本协议签订之日起至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日。

二、权利及义务

（一）甲方权利及义务

1、甲方保证在互联网上所销售商品的合法性，并对所提供的所有产品承担所有责任，包括并不限于知识产权、产品质量等。

2、甲方制定网上合作平台的产品零售指导价格。甲乙双方共同制定面向会员的促销原则，乙方可在该原则下制定促销计划，经甲方同意后方可执行具体促销计划。

3、甲方负责提供网上合作平台所售商品并保证稳定的库存。甲方应主动向乙方提供为建设网上合作平台所需要的有关产品\_\_\_\_\_、信息、介绍、市场及宣传等文档内容；甲方负责办理网上经营许可的各种资质（食品生产许可证、食品流通许可证等）。

4、甲方有义务依照双方共同制定的客户服务规范对网站销售的产品进行三包政策和退换货处理，所退换的产品不影响二次销售。

5、甲方保证上架的商品价格不高于给其他销售渠道的价格。

（二）乙方的权利及义务

1、乙方拥有网上平台的后台信息系统、操作规范等的知识产权。

2、乙方应确保乙方运营的网上平台的信息系统性能满足合作需要的技术规范。

3、乙方负责网上平台的网站设计、网站运营、网站推广、电话客服等其他服务。

三、网站建设费及收益分配

（一）甲方须向消费者开具商品销售发票。

（二）乙方作为甲方产品的展示、销售平台，乙方收取甲方一定的网络运营费。

（三）甲方给每个品类提供一定产品给乙方做库存，每次接到定单后，平台商品在本地区销售后由甲方送货人员进行配送，平台商品销售往本地区以外的由甲方送货员、快递员发住外地客户手中，或由乙方安排快递员直接到甲方所在城区的销售点取货发货。快递费由乙方统一和快递公司结算。

（四）配送与结算

2、双方以自然月为对账结算周期，甲方次月\_\_\_\_\_\_日前将上月对账单发给乙方财务进行上一对账周期对账，乙方在收到甲方对账通知单\_\_\_\_\_\_个工作日内，将上个月甲方产品在乙方平台销售清单以及库存清单回执给甲方。双方以当月乙方平台销售清单做为结算对账单。如乙方对甲方提供的对账单有异议，双方可通过对账方式进行核对。双方对结算对账单确认无误后\_\_\_\_\_\_个工作日内，乙方应在每月\_\_\_\_\_\_日前向甲方账户汇入双方确认的上月结算金额。

四、平台使用费

（一）平台使用费：甲方可以使用乙方平\_\_\_\_\_善的系统（管理系统、支付系统、快餐外卖系统、员工管理系统、打折卡，电子优惠券系统、一卡通系统）。电商平台管理系统，在前台可帮助企业整理店面，建立企业或商家官网、企业黄页，在后台按商家要求设立商店管理员权限，为商家在网上管理商店提供条件和工具：包括商品库存管理、定单查询跟踪、销售跟踪，帮助企业积累客户数据，缩短企业与客户之间的中间环节，建立直接联系。商家同时享受商城完善的网上支付服务系统，支付方式包括：货到付款、银行汇款、支付宝、微信支付）,解决客户支付问题。我们为本地消费者提供个性化的、便捷的网上购物体验。

（二）平台使用费包括（为期一个季度的横幅广告宣传、商家官网、企业黄页、提供二级域名一个、商品管理系统）为\_\_\_\_\_\_元（大写\_\_\_\_\_\_元/年），按合同生效之日起\_\_\_\_\_\_个自然年计算。

（三）乙方首次平台使用费应于合同生效后\_\_\_\_\_\_日内交付，此后每年应在合同到期前\_\_\_\_\_\_日内足额交付。

五、技术服务费

（一）技术服务费：乙方帮助指导甲方完成以下服务：为乙方产品提炼核心优势、整理出文字性文案，指导乙方产品进行前期拍照以及后期处理，指导乙方产品上架，售后服务，客户服务，物流配送以及产品宣传策划。

（二）技术使用费为人民币大写\_\_\_\_\_\_元/年（按合同生效之日起一个自然年计算）。

（三）乙方首次技术服务费应于合同生效后\_\_\_\_\_\_日内交付，此后每年应在合同到期前\_\_\_\_\_\_日内足额交付。

六、履约保证金

（一）甲乙双方基于诚信互惠的原则，乙方为甲方提供平台管理员账号、店内微信广告wifi路由、店内联盟合作企业商家标识牌，甲方向乙方交付保证金\_\_\_\_\_\_元。

（二）保证方式为履约保证金，为了保护乙方免遭因甲方的违约行为而蒙受的损失，买方在因甲方的违约而受到损害时，可无条件并不可撤销地等额抵销乙方因甲方个人违约行为而蒙受的损失。有严重违约情形时，可根据合同规定没收甲方的全部保证金。

（三）保证期自本合同生效之日起至甲乙双方合同期满，保证期满甲方如约履行合同所有规定，由乙方直接将履约保证金（无息）划回甲方账户。

七、业务运行与客户服务

（一）市场推广包含以下方面：

1、互联网推广：乙方可以通过各种合法的网上推广方法进行业务推广。

2、呼叫中心：乙方可以通过语音交互平台、电话中心客服人员进行电话外呼销。

3、媒体推广：包括门户网站、报刊广告、邮购目录、宣传手册、海报张贴、小礼品等。

4、其他推广：包括与移动运营商、互补品牌合作推广、与有关商家合作推广、登门访问、参加展示会、客户服务见面会等。乙方提交相应的推广提案给甲方，在获得甲方的书面批准及相应的支持下进行以上各种推广方式。甲方可视乙方的销售业绩，给予乙方相应的市场推广费用及促销支持，具体由甲方制定。

（二）甲乙双方应当建立项目执行小组，该小组包括：

1、项目经理：项目经理负责合作期间的项目协调与沟通。

2、编辑：乙方负责制定官方网站推广计划、广告页面、以及投放，甲方负责相关产品文案及推广时所用礼品等。

3、技术：乙方技术人员负责向甲方提供甲方进行业务运营分析所必要的运营数据。甲乙双方技术人员对此数据进行定期维护。乙方按照双方商定的官方网上商城技术规范负责运营。

4、仓存：甲方负责向乙方定期提供所有可销售商品的详单，并根据补货清单安排配货。

5、财务：乙方财务人员负责定期对乙方网站所售商品对账，确认乙方结算金额。

6、客服：甲乙双方共同制订官方网站的客户服务规范。乙方负责执行，甲方负责监督。

八、商业保密条款

（一）商业秘密：任何一方公开或未公开的任何技术信息和经营信息，包括但不限于：产品计划、销售计划、奖励政策、客户资料、财务信息等，以及非专利技术、设计、程序、技术数据、制作方法、资讯来源等，均构成该方的商业秘密。

（二）保密：双方对在本协议下知悉的另一方的任何商业秘密均负有保密义务，任何一方在任何时候均不得向第三方披露另一方的商业秘密，非经另一方书面许可不得向任何第三方泄露。任何一方违反本条规定的，应全额赔偿另一方因此遭受的全部直接和间接损失。

（三）本协议终止后至少\_\_\_\_\_年内，双方仍然负有本条款项下规定的保密义务。

九、违约责任

（一）甲乙双方任何一方严重违反本协议，造成本合同约定的合作业务无法经营或由于一方不履行本协议规定的义务、经通知纠正后\_\_\_\_\_\_日内仍未纠正的，视作根本违约，守约方有权解除本协议。如双方同意继续合作，违约方仍应赔偿守约方的经济损失。

（二）乙方保证所提供的技术设备的正常运作，如完全因乙方技术设备原因给消费者造成相关损失，由乙方承担所有责任。

（三）乙方因本合作协议在互联网销售甲方产品并不意味因此获得销售产品所涉及的甲方知识产权。

（四）乙方未经甲方书面许可，不得就销售产品涉及的知识产权擅自使用、制作或允许第三人使用。

（五）如违反本条规定，甲方有权解除本合同，由此给甲方造成损失的，甲方有权向乙方追偿。如因为不可抗力导致技术故障，进而影响服务的不能履行或履行延误，从而导致消费者理解错误而造成的任何损失，双方均不负责任。

（七）按照事故对协议的履行的影响程度，由双方协商决定是否解除协议、或者部分免除履行协议的责任、或者延期履行协议。

十、争议解决方式

（一）一切由执行合同引起或者与合同有关的争议，均应友好协商解决，协商不成时任何一方均可向\_\_\_\_\_\_市人民法院提起诉讼。

（二）本合同未涉及的部分，均按《\_\_\_\_\_》及其它相关法律法规的有关规定执行。

十一、协议的生效、终止及其他

（一）本协议自双方或其授权代表签字、盖章之日起正式生效。协议期满前\_\_\_\_\_\_个月若双方均未以书面形式提出异议，则本协议自动延期\_\_\_\_\_\_年，延期期数没有限制，直到双方提出异议为止。

（二）若本合同终止或解除后双方不再续签新的合同的，则乙方应在本合同终止或解除后的\_\_\_\_\_\_日内清除完毕网站上的所有企业商家品牌标志和广告宣传，并将甲方产品和其它属于甲方的财产完好地归还甲方。并且，乙方不得向甲方收取任何费用。

（三）对本协议内容做出的任何修改和补充应为书面形式，由双方授权代表签字后成为协议不可分割的部分。

（四）该合同一式\_\_\_\_\_\_份，双方各持\_\_\_\_\_\_份，且每份法律效力相同。

甲方（盖章）：

法定代表人（签字）：

联系方式：

开户银行账号：

地址：

签署时间：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

乙方（盖章）：

法定代表人（签字）：

联系方式：

开户银行账号：

地址：

签署时间：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

**关于食品网站建设策划书三**

xxxxx。命名规则说明：低调，简单，易记，有特色（这里的特色不是说直接反映风味）但不古怪，不超过四个字，不带湘字。目前预定的形式是“xxxx酒家”或“xxxx荘”

以湘东地区的农家风味为主

280 ~ 350 m2

广州

1.在周边1里内起码要有一个中型居民小区，周围最好一定量的流动人口，应该是白领来往或是租房目标区；

2.如果条件不能满足第1点，则位置需要交通比较方便，来往有一定量私家车和有消费能力的人员能醒目的看到餐馆的位置；

3.租金不能超过60元/m2，40元/m2为最佳，最好是1楼有一个10m2左右进出铺面，主要营业面积在二楼；

4.餐馆本身需要能停车7 ~ 10辆家用轿车的能力，或是附近不超过200m有停车场。

选址总体评价，由于新手投入资金不宜过大，因此餐馆位置不能为现今已经很繁华处，但希望往来比较多的人员，并且具有消费能力，希望通过餐馆的风味特色能吸引到老客户，要求能在三个月后能做到盈利1万元/月。

大厅内部要求能摆放4人小台或小圆桌12 ~ 15张，10人大台4张，16m2包厢（4\*4m规格）4 ~ 5个。（但具体要看店铺的布局）

1.租金：两按一租，以300 m2计算，每m2预计50元，此应一次支付4.5万元；如果面积有出入，无论如何不能超过5万

2.装修设计费用：800元

3.装修费用：

a.门面外部装潢能突出特色、显眼、但不夸张费用为x元；

b.内部大厅装修风格以突出农家风味为主，装修一般，但要求装修完不能有异味，费用为x元；

c.厨房面积为40 m2，装修强调排污、通风，费用为x元；

d.厕所两个，男厕为1.5m2，女厕为1m2，要求通风，其他无特别需求，装修x元。 自己买材料，总共预计8万元

4.办证费用：要求有消防、环保、卫生许可和营业执照等，费用预计6万元

5.购买用具费用：

a.3台5p的空调，包厢4台小1p空调，共元（也可能使用中中央空调）；

b.十把吊扇或壁扇，共3000元，

c.两个冰箱，两个冰柜，一个消毒柜，其计1万元；

d.厨房用具，共4.5万元；

e. 桌凳，共5000元；

f.其他（请见清单），共计20xx元，

g.自动洗衣机1台，1000元

6.其他不可预计费用，20xx元

1.门面装修要求显眼，突出特色，不夸张，简练，能体现其消费水平

2.大厅说明：

a.桌凳使用原木色的大小八仙桌和长条板凳，或是使用外观上比较结实的大小圆桌，大小圆桌上覆上比较好的米黄色桌布；

b.墙面和厅中原有柱子的1m2左右以下以深色瓷砖，厅中为了装修目的自立柱子均以深色为主，天华板不进行完全装修，使用射灯，射灯以上的天华板喷为黑色，大厅灯光要求柔和，但桌面上的灯光要求明亮。（这里只我的想法，实际以最终的设计为准）

3.包厢装修与大厅一样

4.其他无特别要求

1.厨房：共6人，1个主厨，2个副厨，1个配菜切菜，1个洗涤人员，1个洗/捡菜人员

2.包厢：以5个包厢计算，5个服务员，

3.大厅：5个人，每四张台1个

4.其他：其他临时人员1人（主要用于服务休息时的轮换），店主1人。

1.物业管理费用：每平方不能超过2元/月，以300 m2共计600元/月

2.排污费用：600元/月

3.水电费用燃油费用：水电4000元/月，燃油20xx元/月（暂时以此计算，如果燃油越多，说明生意越好）

4.人员费用： a.工资：主厨为1800元/月，副厨为1400元/月，其他均为1000元/月，共计1800\*1 + 1400\*2 + 14\*1000 ＝ ；b.住宿火食费用：住宿为20xx元/月，火食费用以200元/人/月，共计18\*200 ＝ 3600元/月

5. 折旧费用：

6. 原材料：a.原料， 共元/周

7. 其他不可预知费用：1000元/月

1.坚持两个特色：a.绿色健康食品；b.湘东地区的地道农家风味，大概30%左右的菜品在一般湘菜馆吃不到。

2.坚持推重出新：a.不断推出新菜品，每月2个新菜品；b.跟季节变更，及更换菜品

3.消费水平定位：跟门面地址周边环境相关，但初步定为平均 35~60元/人。

总体来讲，以农家特色和绿色健康为卖点来，不一样的菜品才能买得到比较高的价格，并取得比较高的利润

直接成本主要包括，油，盐，各种佐料，以及构成菜品的原料。

1.特色菜（挙头产品）成本控制在50%

2.中档但一般湘菜馆少见的，成本控制国40%以内

3.中档常见成本控制在60%以内

4.低档常见菜控制在30%以内，此类主要以蔬菜为主。

以不改变菜品的质量为前提来降低直接成品

1.开业费用（单位为元）：

费用类别 金额

租金

设计 800

装修

办证费用

大电器采购

厨房用具

桌凳具 5000

购买用具费用其他 20xx

其他 20xx

合计

2.每月底核算发生费用费用（单位为元）：

人员费用

物业费用 600

排污费用 600

水电燃油 6000

原料

其他 20xx

房租

合计

3.需要准备资金：

开业费用 + 两个月的发生费用

4.生存营业额：

生存营业为元/月，相当于平均一天20xx元

5.最低保本营业额：

保存要加上店长费用(我的费用)，折旧费用（5年计算），固定投资额与每月发生费用的银行利率（以3%计算）： + + 4830 + \* 0.03 = 元/月

计划安排，租房要求房东提供三个月的免租期，第一个月办理与营业相关的各种证件，第二个月准备装修，第三个月准备好与开张相关的事宜。

**关于食品网站建设策划书四**

21世纪是信息化时代，而信息化又集中体现在网络通讯上，网站的建设对企业的发展起着至关重要的作用。互联网已经成为许多人了解信息，收集信息的主要手段，所以说，一个公司要想要更多的与顾客沟通与合作，一个属于自己的网站是必不可少的。

1、树立良好的企业形象

企业形象到关重要。在互联网高速发展的今天，企业网站可以说是衡量一个企业现状发展的标准，可以使顾客更好的了解到公司实力和产品的信息，让顾客对企业有信心。因此，一个高水准的企业网站能够帮助企业树立良好的形象。

2、扩大销售区域和销售额

食品网可以把我们的现实营销和虚拟营销(即网络营销)相结合，优势互补，整合各种资源，可以统筹规划。企业网站能够使所有的顾客了解到企业产品的信息，相当于一个免费的企业广告门面，在网络中寻找潜在客户，从而增加销售营业额。

3、可以全面详细地介绍企业及企业产品

网站是一个公司的免费广告平台，可以向顾客全面的展示公司的产品和服务，使顾客更加的了解公司，再加上网站的“联系我们”等网站页面服务，可以达到与顾客面对面交谈的程度。总而言之，建立了自己的网站就等于找到了自己的一个永久的广告发布平台。

4、可以降低通信费用

随着全球化进程的推进，内部实体越来越多地要和外界发生行业内外的信息沟通，在时机成熟时，这种信息沟通就会成为潜在的交易，因此行业内经常举办一些交易会、展览会。而在互联网上，信息的沟通非常方便，非常廉价，比起传统方式(如电话，传真)更加丰富。我们完全可以将企业的硬件和软件设施陈列在互联网上供人们浏览选择。

5、可以利用网站及时得到客户的反馈信息

网站有有专门的顾客留言，可以让顾客在使用本企业的产品后，对本企业产品的质量和公司服务提出反馈意见，从而对本企业产品进行创新修改，从而以更好的产品质量和服务赢得顾客

1、网站定位与风格

本公司网站定位为综合型网站，涵盖企业型网站、应用型网站、商业型网站(行业型网站)、电子商务型网站等综合优势，具有企业形象、产品宣传、网上营销、客户服务、人才招聘、电子商务、信息反馈等功能。

网站格调以橙色和绿色为主，突出热情服务和绿色健康的理念，体现乡情乡思，家乡产品的特色。依据其主题可衍生关注家乡——为家乡献爱心，推荐家乡特优产品，求购家乡产品，会员家乡企业风采展示，乡土游团购等栏目。

2、网站的目的及整合功能

如新闻发布系统、flash引导页、会员系统、网上购物系统、在线支付、问卷调查系统、信息搜索查询系统、流量统计系统等

3、网站内容及实现方式(与专业公司商议)

(1)、根据网站的目的确定网站的结构导航

网站应包括:公司简介、企业动态、产品介绍、客户服务、联系方式、在线留言等基本内容。更多内容如:常见问题、营销网络、招贤纳士、在线论坛、英文版等等。其首页主要内容有:基地美景，大地种植，淡水鱼蟹，海中物产，快乐论坛，联系我们等。

(2)、公司概况，这一栏目包括了公司简介、公司经营理念、资质证书、发展历程等，以图文相结合来概述公司，以增加浏览者对公司的了解。

(3)、新闻中心。这一栏目主要包括公司的新闻、行业内的新闻、食品市场、食品知识等方面的资讯。向顾客提供最新的行业市场信息服务。

(4)、产品展示。产品展示页面采用信息分层，逐层细化的方法展示公司产品或服务。整个栏目分类别展示公司每种典型产品的性质和特点，且都有链接网页，中间包括产品的规格和产品知识。同时在左边导入模块也提供“产品知识”的链接。

(5)、家乡电子地图，电子地图为google上的电子地图，精确的显示了公司所在地，并且还可以拖动查看周边环境，并包含换乘公交的全部路线，为顾客方便找到公司，以增加顾客信赖度。

(6)、联系方式。这个栏目是让顾客了解公司的联系方法，主要包括联系方式、联系地址、联系人、在线留言，信息反馈等。

(7)、论坛。以营养知识拉高人气，以人气推动产品销售，其论坛内容有:儿童青少年健康饮食，美容吃出来，养生保健，吃出快乐等。

1、性能测试

网站的性能测试对于网站的运行而言异常重要，但是目前对于网站的性能测试做的不够，我们在进行系统设计时也没有一个很好的基准可以参考，因而建立网站的性能测试的一整套的测试方案将是至关重要的。

网站的性能测试主要从三个方面进行:连接速度测试、负荷测试(load)和压力测试(stress)，

2、接口测试

在很多情况下，web站点不是孤立。web站点可能会与外部服务器通讯，请求数据、验证数据或提交订单。

3、可用性测试

可用性/易用性方面目前我们只能采用手工测试的方法进行评判，而且缺乏一个很好的评判基准进行，此一方面需要大家共同讨论。

网站更新及维护不仅仅只局限于简单的更换文字稿，应该是将企业的商业动态和发展方向充分考虑进去，再结合现有的网站规划结构，迅速作出相应的改进，所以网站维护工作是个要求知识全面、技术含量比较高的一个工作。

**关于食品网站建设策划书五**

引言：

随着人们生活水平的提高，越来越多的人喜欢给自己或家里的老人小孩养一只可爱的宠物。满足宠物的需要也就成了许多爱宠人士每天苦恼的事情。去哪可以选购到健康合格的宠物食品?去哪能给生病的宠物看病?去哪能给脏了的宠物美容修型?这些问题看似很容易但是在全国范围内并没有任何一个网站能够提供这样全方位的服务。而我们设计“宠爱一生”就正好能满足这些甚至更多的需要。

宠爱一身宠物网系统是基于b/s模式的小型电子商务系统，能够满足中小型宠物商店的网上销售宠物用品的需要。搭建宠物网极为简单只需要一台pc机，一根网线，即可进行网上交易。

宠物网基本上满足了中小型宠物商店的网上销售需求，其主要功能包括宠物展示、宠物用品展示、购物车、收银台、会员管理、订单查询、新闻浏览、宠物护养常识浏览、宠物管理、用户管理、订单管理。宠物展示主要实现宠物的重点推荐、明星宠物、宠物分类查询、宠物用品销售排行榜等功能;购物车功能给每个用户建立了一个相对应的存放选中宠物籍存放的空间;收银台提供了客户付账的功能，当顾客决定购买购物车里的宠物籍时，向收银台提交订单;会员管理为每一位注册用户提供了注册、登陆;后台的宠物管理是为管理员提供修改、添加删除宠物信息的功能;用户管理实现的功能有查看用户信息、消费总额;订单管理主要负责查看客户的发货执行情况;新闻管理方便管理员向首页新闻页面里添加公司新闻;护养常识是为了方便会员及大众更好的饲养宠物、相应的减少宠物不必要的伤害等。宠爱一生宠物网的设计充分考虑了用户的视觉感受，努力做到界面简单明了，功能相对完善。

后台开发充分考虑了使用软件的用户可能对计算机软件并不是很了解，所以在设计的过程中添加了许多必要的提示和说明。技术为基础，实现宠物信息的发布、购物、用户管理、宠物后台管理等一系列的功能，力争成为广大客户带来更多的便利，为宠爱一生公司带来更高的销售额。

公司介绍、宠物一体化服务：

宠物一体化服务是一种可以满足宠物从出生到死亡所有需要的全方位服务。宠爱一生的简介只要在我们网站注册的宠物会员就可以在我们网站体验多种多样、囊括宠物一生需要的服务。我们的业务主要包括四方面：宠物医疗、宠物生活用品店、宠物礼仪公司和宠物家庭服务机构。

商城方面：

我们将分为类似于淘宝的普通购物网站和类似于美团的宠物团购网，全心的建立一个宠物网络购物天堂。我们的网站还为广大的宠物爱好者搭建了特色平台(即宠物网络社区)，这里包括宠物论坛，宠物爱心募捐平台，赛事展会，宠物家园等等，让宠物的世界丰富多彩。

可行性分析：

目前国内宠物业需求现状和前景分析宠物正在成为不少家庭里的新成员。随着养宠物的家庭不断增多，宠物经济也越来越受人关注。目前从养宠物的数量和消费能力上看，和已经成为我国五大“宠物城市”，在这些城市。而、等城市，宠物普及程度也相当高。不少业内人士表示，随着日前颁布的《宠物条例》中免去每年宠物年检费用的政策出台后，可能会有更多人加入养宠物的行列，中国宠物市场的潜力仍待挖掘。

国内宠物数量攀升：从上世纪末开始，宠物概念在中国悄然兴起，经历了十年的快速发展，逐渐引起了社会各界的普遍关注和重视。到20xx年11月，经批准登记的新狗数量已达139631只，而未经登记的狗的数量还要远远超过这个数字;在经济发达的，人们饲养各色各样的宠物，目前家庭已拥有100万只以上宠物;每年从宠物市场购买的犬有54750只，如果再把家庭宠物犬自身繁殖的数字计算在内，养犬数不会少于l0万只。这一数字目前仍在以每年30%的速度增长。宠物业销售额持续增长：据统计，20xx年，全国宠物(犬猫)商品市场销售总额约为60亿元人民币;而家庭养犬比例为55%、为29.4%，其中，20xx年宠物(犬猫)商品市场销售总额约为195亿美金、约为35亿美金。

这些数据一方面说明了国内与国际市场的巨大差距，也说明了国内市场在未来将面临更大的商业机遇和发展空间。特别是随着未来消费意识的进步，农村逐步向城市化转移，犬猫宠物拥有量的逐步增长，都会进一步带动整个宠物行业的迅速发展。预计中国宠物行业将以每年35%的速度保持持续增长。

如此大的市场自然吸引了众商家的眼球，围绕“宠物赚钱”(指宠物交易本身)和“赚宠物的钱”这两个主题，市场可提供的项目越来越多，为宠物衣食住行、生老病死支出的费用也在逐年增加，个别已经面临服务升级的项目收费更是高得惊人。由于饲养宠物是一个循环消费的过程，消费者需要不停地支出，因此宠物产业成为投资者非常看中的热点行业。有关专家表示，我国目前至少有宠物1亿只(条)，围绕宠物发生的消费至少在150亿元以上。

同时，“宠物热”还带动了宠物经济，围绕宠物服务和宠物用品大做文章的人成倍增加，从宠物食品、宠物医疗，到宠物美容，甚至还出现了宠物婚介、殡葬、寄养、宠物spa、宠物旅游团等新兴服务。然而，由于行业缺乏监管和规范，“暴利”、欺诈现象严重，给行业发展蒙据了解，在宠物消费中，食品占据份额，其次是医疗和宠物用品，许多投资者甚至认定生产和经营宠物用品只赚不赔，纷纷抢食。宠物行业除了收费充满暴利外，由于越来越多的投资者加入到快速增长的宠物市场，又缺乏有效的监管和规范，使整个市场陷入无序混乱的状态。

一、目前爱宠人士对宠物产品和服务的需求分析

有需求就会有供给，为适应各种现实需求，这一产业逐渐发展出以宠物养殖、宠物食品供应、宠物医疗、宠物美容及其他相关附属产品为主的产业结构，而且这一结构仍在不断的丰富完善当中。先说宠物养殖，这是宠物交易的后盾。专门的养殖基地不仅需要大量的资金和土地投入，还需要专业知识和技术及相关的经营管理来支撑。养殖业成本高，资金周转周期长，所以起步比较艰难。

不过，潜在的市场前景也十分诱人。以在宠物中占了主要比例的犬、猫为例，我国家庭目前饲养的犬、猫大部分是一般的家犬、家猫和杂交的犬、猫。而养殖基地所培育的犬、猫就比较纯正地道，无论是外型还是脾性都比一般犬、猫要好。

现在，很多养殖场主都不惜重金从国外引进名贵犬、猫种，因为这类犬、猫聪明伶俐，深受顾客欢迎。只是，优良正规犬、猫的市场价格令一般家庭望而却步，像20世纪初培育出的高贵经典的喜马拉雅猫，天性善良、恋人，叫声如歌一样悦耳，但它的身价高达每只\*\*000～25000元人民币，出身正规养殖场的一般猫价格每只也达4000～8000元人民币。

目前有相当一部分宠物交易被“马路市场”所占领。其实宠物交易是不少宠物店的经营重心，所以宠物交易的市场前景仍然十分广阔，随着宠物养殖业本身发展所带来的生产成本的降低，以及消费者对宠物质量档次追求的提高，相信利润的化实现也不是遥遥无期。

比起宠物养殖，宠物食品、用品的生产销售似乎要灵活许多，在整个宠物业中也显得比较突出。目前我国已拥有一定数量的宠物食品、用品、玩具等厂家，大部分起步于20世纪90年代。不仅是国内市场，巨大的国际市场是一个更大的诱惑，特别是中国已加入wto。

对于宠物业来说，国外的优势是不容置疑的，比如像、等一些知名的宠物食品出口国，与我国同类宠物食品相比，其产品真可谓物美价廉。但国内的某些嗅觉灵敏的企业界人士也正积极兴办生产宠物用品的企业，开设宠物用品专卖店和商铺，很多店铺采用人性化的设计来迎合人们的消费心理，比如用以下一些名称命名：草编宠物睡床(有大小号);新款雨衣;防水运动鞋;白毛犬专用沐浴香波等等。

如果以为例，每个宠物的食品与用品每月按50元计算，市民每年用于宠物的开支也有6亿元之巨。而实际上就犬、猫而言，每月50元是十分经济型的消费，如果带宠物定期上美容院或进趟诊所医院，外加专门的宠物食品、宠物玩具等，奢侈型的消费就要逾千元。随着经济的发展，人民生活水平的提高，宠物消费无疑会呈增长趋势。据统计，仅宠物食品、用品销售一项，全国20xx年比上年上升近两成。据报道，浙江某县宠物一年的收入就达2亿元人民币。再拿国外的数字做一下参照，比如，每家在宠物身上花费460美元，全国每年达300亿美元。宠物食品、用品如此，宠物美容更甚，宠物美容乍听起来就是贵族消费。诚然，宠物的美容也可以放在家里自己完成，比如洗澡、梳毛、修剪指爪等等。但是也正如现在很多家庭宁可选择花钱在外用餐享受轻松愉快，而不愿把自己束缚在厨房里一样，显然，专业性美容院的服务有其不可替代性。

在国外，宠物美容师还分不同的级别。宠物的专业美容在国外及我国香港、中国台湾地区发展得较好，我国的珠海市也已开办起宠物美容医护科技培训学校。宠物医院诊所之类是十分实际且必要的。宠物的护理和医疗等行业的专业性都是比较强的，尤其是医疗系统，它不仅需要专业知识和技术，而且还要配备必要的医疗器械等硬件设施。对于刚起步的国内宠物业来说，这些方面：无疑还是落后的。

目前，一些外商凭着自身的技术优势和管理优势已进驻中国市场，如果狗进这样的高档宠物医院里做一次全面体检，要花费上千元。宠物医疗费并不比人的医疗费便宜，像，兽医每年对宠物大概做6次医疗检查，一次费用约为32美元，而普通病人看一次病仅需美元。花在狗身上的医疗保健费用每年60亿美元。在中国饲养宠物的人乐意掏钱为狗伴侣或猫伴侣治病的很多。由于主人对宠物的疼爱，因而对宠物医疗的投入也随之增加。

在国外，甚至对宠物做器官移植也在所不惜。如果从长远角度考虑，医学界所提供的技术支持也很重要，若是一些宠物传染病由于医学进步而能从根本上予以消灭或预防，则人们可以放心地饲养宠物而不必惮于健康受到危害，这将对整个宠物业的发展助益颇大。而随着宠物医疗业的发展，与之相关的宠物药业也会得到相应的发展。为提高宠物的智商和通悟人性，宠物学校的开办就很有必要，这样可以培养为各类人群所需要的宠物。

另外考虑到其他一些因素，比如主人远出家门而无法照顾宠物则需要有宠物寄养服务。在宠物业比较发达的西方国家，还有专为宠物开设的宾馆。20xx年10月19日，造价700万美元的豪华的流浪猫、狗中心正式启用。该中心为猫、狗提供现代欧洲风格的家具和古典音乐，并由专业人士管理，流浪猫、狗在中心里过上舒适的新生活。在德国，主人外出度假，往往把宠物寄养在宠物宾馆里。德国最豪华的狗宾馆为狗配备了桌子、皮躺椅、软垫、组合柜和壁炉。并根据狗的愿望做餐，还备有特别食谱。如果狗的主人想念狗，可以在网上看到自己的狗，宾馆根据主人的需要为狗拍摄纪录片，通过电子邮件发送给顾客。

但在我国，目前专门的宠物寄养所比较少见，寄养服务一般附带于其他的宠物经营项目，如寄养于动物家园，也有一些家政公司正在尝试开辟这一业务。

二、目前存在的宠物网现状及本网站的独特创新分析

综上所述：国内目前虽宠物网站不下百家，但这些宠物网或多或少的都存在方方面面的不足，不能全方位的满足消费者的需求，达不到宠物一体化服务的概念。而我们就是要以新理念来打造国内第一家满足21世纪爱宠人士需要的精品宠物网。

三、网站建立所需要的技术和预算

宠爱一生宠物网系统采用了当前的主流计算结构—b/s模式进行开发，前台开发工具选用microsoftvisualstudio20xx。它是一种可视化的、面向对象的windows开发语言，具有易用、通用和开发效率高的特点。后台的数据库开发工具选用了microsoftsqlserver20xx，它能够处理大量数据，同时保持数据完整性并提供许多高级管理和数据分配功能，它又在数据库平台的安全模块方面做了重要的增强，在加强数据安全性方面提供了更多精确、灵活的控制方法，并定义了帮助建立支持安全计算的必要步骤，同时帮助部署和维护一个安全环境。

这两种开发工具功能强大，有较好的接口，作为本系统开发工具是可行的。

预算：

1)需求开发:4920元

2)用户界面设计：1\*\*0元

3)用户需求评审：2\*\*0元

4)修改需求：1\*\*0元

5)编写需求规格说明书：560元2)

6)设计：4\*\*0元概要设计：1\*\*0元

7)数据库er图设计编制：560元

8)设计评审：2240元3)

9)网站前台界面：3840元

10)后台管理系统：3840元

11)系统集成：2300元

12)系统集成测试：1\*\*0元

13)环境测试：1180元5)

14)提交：3920元

15)网络测试:1480元

16)网络验收：2440元

17)预算总计：22940元

小结：

通过对宠爱一生宠物网的构思设计和开发，我们更深的发掘到现在存在的宠物网的不足，并且将在宠爱一生中进行改善，以此更好的为更多的新时代喜爱宠物的提供服务和产品。

**关于食品网站建设策划书六**

甲方（以下简称甲方）：

乙方（以下简称乙方）：

甲乙双方经平等、友好协商，根据《民法典》的规定，就甲方在乙方的电子商务平台上进行产品销售的合作达成如下协议，并愿意在此基础上双方共同遵守，精诚合作，互相支持，共同发展。

一、总则

（一）合作内容：甲方是拥有包括\_\_\_\_\_\_品牌、设计、生产、经销及零售实体。乙方是一家从事面向本地商家及网民的电子商务运营的公司，乙方以自身在电子商务方面的运营经验和能力，合作双方共同运营以销售甲方拥有的品牌商品为目的的电子商务平台。

（二）合作条件：甲方品牌在互联网上的商标使用权，商标使用权再授权，以及产品的分销权、零售权。乙方拥有建设并运营面向最终消费者的本地区网上商城的能力。

（三）合作方式：甲方通过互联网等的形式向最终消费者销售可授权的品牌商品，乙方为甲方该项业务提供外包运营服务，该外包运营服务包括网店建设、网店运营、客户服务、收款结算等服务。双方建立电子商务战略合作关系。

（四）合作期限：自本协议签订之日起至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。

二、权利及义务

（一）甲方权利及义务

1、甲方保证在互联网上所销售商品的合法性，并对所提供的所有产品承担所有责任，包括并不限于知识产权、产品质量等。

2、甲方制定网上合作平台的产品零售指导价格。甲乙双方共同制定面向会员的促销原则，乙方可在该原则下制定促销计划，经甲方同意后方可执行具体促销计划。

3、甲方负责提供网上合作平台所售商品并保证稳定的库存。甲方应主动向乙方提供为建设网上合作平台所需要的有关产品图片、信息、介绍、市场及宣传等文档内容；甲方负责办理网上经营许可的各种资质（食品生产许可证、食品流通许可证等）。

4、甲方有义务依照双方共同制定的客户服务规范对网站销售的产品进行三包政策和退换货处理，所退换的产品不影响二次销售。

5、甲方保证上架的商品价格不高于给其他销售渠道的价格。

（二）乙方的权利及义务

1、乙方拥有网上平台的后台信息系统、操作规范等的知识产权。

2、乙方应确保乙方运营的网上平台的信息系统性能满足合作需要的技术规范。

3、乙方负责网上平台的网站设计、网站运营、网站推广、电话客服等其他服务。

三、网站建设费及收益分配

（一）甲方须向消费者开具商品销售发票。

（二）乙方作为甲方产品的展示、销售平台，乙方收取甲方一定的网络运营费。

（三）甲方给每个品类提供一定产品给乙方做库存，每次接到定单后，平台商品在本地区销售后由甲方送货人员进行配送，平台商品销售往本地区以外的由甲方送货员、快递员发住外地客户手中，或由乙方安排快递员直接到甲方所在城区的销售点取货发货。快递费由乙方统一和快递公司结算。

（四）配送与结算

1、甲方将按照《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》及其它法规、部门规章和国家强制性标准的规定，对售出商品提供\_\_\_\_日内无条件可退换货服务、\_\_\_\_日内可换货服务。甲方通过乙方售出的商品，由乙方代表甲方为购买用户完成上述售后服务。

2、双方以自然月为对账结算周期，甲方次月\_\_\_\_日前将上月对账单发给乙方财务进行上一对账周期对账，乙方在收到甲方对账通知单\_\_\_\_\_\_个工作日内，将上个月甲方产品在乙方平台销售清单以及库存清单回执给甲方。双方以当月乙方平台销售清单做为结算对账单。如乙方对甲方提供的对账单有异议，双方可通过对账方式进行核对。双方对结算对账单确认无误后\_\_\_\_\_\_个工作日内，乙方应在每月\_\_\_\_日前向甲方账户汇入双方确认的上月结算金额。

四、平台使用费

（一）平台使用费：甲方可以使用乙方平台完善的系统（管理系统、支付系统、快餐外卖系统、员工管理系统、打折卡，电子优惠券系统、一卡通系统）。电商平台管理系统，在前台可帮助企业整理店面，建立企业或商家官网、企业黄页，在后台按商家要求设立商店管理员权限，为商家在网上管理商店提供条件和工具：包括商品库存管理、定单查询跟踪、销售跟踪，帮助企业积累客户数据，缩短企业与客户之间的中间环节，建立直接联系。商家同时享受商城完善的网上支付服务系统，支付方式包括：货到付款、银行汇款、支付宝、微信支付）,解决客户支付问题。我们为本地消费者提供个性化的、便捷的网上购物体验。

（二）平台使用费包括（为期一个季度的横幅广告宣传、商家官网、企业黄页、提供二级域名一个、商品管理系统）为\_\_\_\_\_\_元（大写\_\_\_\_\_\_元/年），按合同生效之日起\_\_\_\_\_\_个自然年计算。

（三）乙方首次平台使用费应于合同生效后\_\_\_\_日内交付，此后每年应在合同到期前\_\_\_\_日内足额交付。

五、技术服务费

（一）技术服务费：乙方帮助指导甲方完成以下服务：为乙方产品提炼核心优势、整理出文字性文案，指导乙方产品进行前期拍照以及后期处理，指导乙方产品上架，售后服务，客户服务，物流配送以及产品宣传策划。

（二）技术使用费为人民币大写\_\_\_\_\_\_元/年（按合同生效之日起一个自然年计算）。

（三）乙方首次技术服务费应于合同生效后\_\_\_\_日内交付，此后每年应在合同到期前\_\_\_\_日内足额交付。

六、履约保证金

（一）甲乙双方基于诚信互惠的原则，乙方为甲方提供平台管理员账号、店内微信广告wifi路由、店内联盟合作企业商家标识牌，甲方向乙方交付保证金\_\_\_\_\_\_元。

（二）保证方式为履约保证金，为了保护乙方免遭因甲方的违约行为而蒙受的损失，买方在因甲方的违约而受到损害时，可无条件并不可撤销地等额抵销乙方因甲方个人违约行为而蒙受的损失。有严重违约情形时，可根据合同规定没收甲方的全部保证金。

（三）保证期自本合同生效之日起至甲乙双方合同期满，保证期满甲方如约履行合同所有规定，由乙方直接将履约保证金（无息）划回甲方账户。

七、业务运行与客户服务

（一）市场推广包含以下方面：

1、互联网推广：乙方可以通过各种合法的网上推广方法进行业务推广。

2、呼叫中心：乙方可以通过语音交互平台、电话中心客服人员进行电话外呼销。

3、媒体推广：包括门户网站、报刊广告、邮购目录、宣传手册、海报张贴、小礼品等。

4、其他推广：包括与移动运营商、互补品牌合作推广、与有关商家合作推广、登门访问、参加展示会、客户服务见面会等。乙方提交相应的推广提案给甲方，在获得甲方的书面批准及相应的支持下进行以上各种推广方式。甲方可视乙方的销售业绩，给予乙方相应的市场推广费用及促销支持，具体由甲方制定。

（二）甲乙双方应当建立项目执行小组，该小组包括：

1、项目经理：项目经理负责合作期间的项目协调与沟通。

2、编辑：乙方负责制定官方网站推广计划、广告页面、以及投放，甲方负责相关产品文案及推广时所用礼品等。

3、技术：乙方技术人员负责向甲方提供甲方进行业务运营分析所必要的运营数据。甲乙双方技术人员对此数据进行定期维护。乙方按照双方商定的官方网上商城技术规范负责运营。

4、仓存：甲方负责向乙方定期提供所有可销售商品的详单，并根据补货清单安排配货。

5、财务：乙方财务人员负责定期对乙方网站所售商品对账，确认乙方结算金额。

6、客服：甲乙双方共同制订官方网站的客户服务规范。乙方负责执行，甲方负责监督。

八、商业保密条款

（一）商业秘密：任何一方公开或未公开的任何技术信息和经营信息，包括但不限于：产品计划、销售计划、奖励政策、客户资料、财务信息等，以及非专利技术、设计、程序、技术数据、制作方法、资讯来源等，均构成该方的商业秘密。

（二）保密：双方对在本协议下知悉的另一方的任何商业秘密均负有保密义务，任何一方在任何时候均不得向第三方披露另一方的商业秘密，非经另一方书面许可不得向任何第三方泄露。任何一方违反本条规定的，应全额赔偿另一方因此遭受的全部直接和间接损失。

（三）本协议终止后至少\_\_\_\_\_\_\_\_年内，双方仍然负有本条款项下规定的保密义务。

九、违约责任

（一）甲乙双方任何一方严重违反本协议，造成本合同约定的合作业务无法经营或由于一方不履行本协议规定的义务、经通知纠正后\_\_\_\_日内仍未纠正的，视作根本违约，守约方有权解除本协议。如双方同意继续合作，违约方仍应赔偿守约方的经济损失。

（二）乙方保证所提供的技术设备的正常运作，如完全因乙方技术设备原因给消费者造成相关损失，由乙方承担所有责任。

（三）乙方因本合作协议在互联网销售甲方产品并不意味因此获得销售产品所涉及的甲方知识产权。

（四）乙方未经甲方书面许可，不得就销售产品涉及的知识产权擅自使用、制作或允许第三人使用。

（五）如违反本条规定，甲方有权解除本合同，由此给甲方造成损失的，甲方有权向乙方追偿。如因为不可抗力导致技术故障，进而影响服务的不能履行或履行延误，从而导致消费者理解错误而造成的任何损失，双方均不负责任。

（六）不可抗力：在合作期间，由于地震、台风、水灾、火灾、战争或其他不能预见并且对其发生和后果不能防止和避免的不可抗力事故，致使协议的履行直接被影响或者不能按约定的条件履行时，遇有上述不可抗力事故的一方，应立即将事故情况电报通知对方，并应在\_\_\_\_\_\_天内提供事故的详细情况及协议不能履行、或者部分不能履行、或者需要延期履行的理由的有效证明文件。

（七）按照事故对协议的履行的影响程度，由双方协商决定是否解除协议、或者部分免除履行协议的责任、或者延期履行协议。

十、争议解决方式

（一）一切由执行合同引起或者与合同有关的争议，均应友好协商解决，协商不成时任何一方均可向\_\_\_\_\_\_市人民法院提起诉讼。

（二）本合同未涉及的部分，均按《民法典》及其它相关法律法规的有关规定执行。

十一、协议的生效、终止及其他

（一）本协议自双方或其授权代表签字、盖章之日起正式生效。协议期满前\_\_\_\_\_\_个月若双方均未以书面形式提出异议，则本协议自动延期\_\_\_\_\_\_\_\_年，延期期数没有限制，直到双方提出异议为止。

（二）若本合同终止或解除后双方不再续签新的合同的，则乙方应在本合同终止或解除后的\_\_\_\_日内清除完毕网站上的所有企业商家品牌标志和广告宣传，并将甲方产品和其它属于甲方的财产完好地归还甲方。并且，乙方不得向甲方收取任何费用。

（三）对本协议内容做出的任何修改和补充应为书面形式，由双方授权代表签字后成为协议不可分割的部分。

（四）该合同一式\_\_\_\_\_\_份，双方各持\_\_\_\_\_\_份，且每份法律效力相同。

甲方（盖章）：

法定代表人（签字）：

联系方式：

开户银行账号：

地址：

签署时间：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方（盖章）：

法定代表人（签字）：

联系方式：

开户银行账号：

地址：

签署时间：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**关于食品网站建设策划书七**

一. 网站建设目标

1.1 网站目标：

随着中国加入wto ，internet 也在以迅猛的势头在国内爆发式地增长，网络凭借其卓越的互动性与便捷的交流手段正成为最有发展潜力与前途的新兴媒体，成为众商家倍为关注的宣传热点。尤其是传统大型企业更应该充分利用互联网技术，为客户、合作伙伴在网上提供信息服务，并且借助互联网，敏锐的捕捉商机。

作为服务行业的先锋专业企业，蒙牛集团更需要建设好网站，将其作为对外宣传、服务和交流的载体，来配合集团的迅速发展，使网站具有鲜明的行业特色，使更多的企业通过网络来了解集团，使更多的客户通过网络来了解集团的产品。

1.2 设计原则

整个网站以清凉的感觉为主线进行设计，使人看到网站就有一种很清爽的感觉从而想到我们的产品— “随便”雪糕。

二、策划主体：蒙牛“ 随变” 雪糕

三、主体分析：

1. 本体信息分析：雪糕是夏季生活中人们非常喜爱的食品，最基本的特征是解渴，

在炎热的夏天带给人一丝清凉。同时蒙牛“ 随变” 雪糕是牛奶和巧克力混合制成的，口感好，味道香浓。是蒙牛集团的产品，质量有保证。

2. 附加信息分析：除了本身的口感好，好吃外，还有就是借助雪糕名称“ 随变” ，可以传达出时尚，个性，青春有活力的讯息。

四、客体分析：追求时尚、个性和新奇的年轻人

首先雪糕作为一种零食，他的消费群体一般都是以小孩和年轻人为主，这是产品本身的特点决定的。但小孩的消费一般都是由大人决定的，所以我们选择年轻人作为客体，一是因为年轻人比较追求时尚，喜欢个性的东西，再就是年轻人一般都会追求品牌，追求新奇的事物。

“ 随变” 雪糕作为蒙牛的一个品牌，其质量品质是不用怀疑的，他的美味是吸引人的主要原因；

借助“ 随变” 这个特殊的名字，在广告中增加其的使用率，一味的强调可以让更多的人记住他。同时，“ 随变” 还具有一定的时尚气息，具有其独特的个性，抓住受众求新的特点。

五、目标定位：

作为第一个推销产品的广告，提高这个产品牌子的知名度，让更多人了解熟悉这个牌子。

六. 网站整体结构

先以一个 flash 页面出现，以此引出我们的产品，然后网站内导航栏上依次要写出该产品的制作，介绍，所含的主要配料，销售产地，联系方式等等相关内容，下方有会员的登陆和注册的页面，还有一些链接的页面 ……

七. 主要栏目及网站管理功能说明

6.1 网站首页的勾画

首页是企业网站的第一窗口，决定客户对企业文化第一印象认知度的关键页面，首页的布局和页面风格的设定，对网站整体定位起着决定性的作用。拥有专业而朝气的美工设计队伍，精彩的flash 矢量动画技术和资深的网站策划工程师。为客户的网站度身定制独有的风格和整体形象结构。

设计师为蒙牛“随便”雪糕网站精心设计的flash 形象

6.2 首页内容

网站提供访问者注册会员端口，集团可以根据现有的优惠政策或其他吸引方式吸引访问者注册会员，访问者只需输入简单注册信息，即可成为\*\*\* 会员。所有会员的信息资料均存储于系统数据库中，以直观的表格形式呈现于后台，管理员可以很方便的对会员信息进行管理，可以查询、修改、删除会员的信息。

会员系统同电子邮件群发系统的结合，能够将公司的最新的动态、活动情报和优惠信息传达给客户，体现会员的优势。

会员系统的采用，为集团产品的市场运作提供真实有效的信息支持。

会员注册页面（具体注册项目以\*\*\* 要求为准）：

会员登录页面：

会员面板（用户端）：

会员管理面板：

邮件群发（推荐）

邮件群发系统是网站管理员与会员沟通以及企业推广产品的工具。网站管理员可选择不同类型的会员群发邮件，邮件内容可以是文本格式，也可以是html 页面格式，发送邮件还可选择个性化发送，即在邮件中带上该会员的名字，例如：“尊敬的某某”，这样让接收者感觉信是专门为他而发，觉得很亲切，从而对信件内容的排斥就会减少很多。

电子邮件地址自主添加、查看、删除

6.3 首页flash 内容

有一对情侣坐在一起约会，天气很热，男孩问女孩要什么冷饮，女孩说“ 随变” ，男孩去买，他在柜台随便买了个就回来，递给女孩，女孩一看郁闷了，说我不要这个. 男孩又去买… 又回来… 女孩还是不要；男孩又去换了种，女孩还是不要，还很不耐烦的说你怎么这么苯啊，男孩就郁闷了—— 一向很温柔的女朋友怎么象变了个人。女孩说我要的是＂随变＂男孩再次去柜台，这次正好买了根随便，女孩这次很开心～～

可是这次男孩不管跟女孩说什么甜言蜜语，女孩都只顾吃＂随变＂除了摇头就是点头，最后的男孩生气了，甩头走了，女孩还在吃自己的＂随变＂;

男孩火冒三丈，跑去柜台买冷饮，老板问他要什么样的，他无所谓的说随便，老板给了他一根\" 随变”, 刚放嘴里就觉得美味无比，他突然理解了女孩. 跑回去找女孩，最后两个坐在一起啃” 随变” 。

八、可行性、可操作性分析：

随着天气的逐渐炎热，雪糕必定会大面积的上市，要想在同类产品中脱颖而出，必定需要网站的宣传。作为推出的第一个网站，主要的吸引受众的注意，让他们记住他，因此，在网站中我们利用简单的情景故事突出其名称的特色，比较容易对网站进行设计，同时网站具有一定的特色，更能吸引受众观看。

九、市场分析：

雪糕是人们夏日里喜爱的冷冻品, 无论是女孩子们还是男孩们都逃不出其诱惑性，但是买哪个品牌，就是商家竞争的焦点，对于雪糕这类的冷冻品，有些人害怕吃了伤胃或者长胖，但是年轻人有朝气，很多消费都是帅性而为，很多都是感性的消费，所以相比较而言消费动机更强，更有购买潜力。

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！