# ＊＊电子商务有限公司品牌建设实施方案

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2025-07-17

*豆炽德遣刮蛊沥蒂僵高趟棠铃解坟承疯捡\*\*电子商务有限公司品牌建设实施方案（讨论稿）\*\*电子商务有限公司是一家致力于馒头食品生态链发展和整合的领导型企业。公司自2024年成立以来，始终秉承“真实、自然、健康”的企业理念，坚持以创新为第一驱动力...*

豆炽德遣刮蛊沥蒂僵高趟棠铃解坟承疯捡

\*\*电子商务有限公司品牌建设实施方案（讨论稿）

\*\*电子商务有限公司是一家致力于馒头食品生态链发展和整合的领导型企业。公司自2025年成立以来，始终秉承“真实、自然、健康”的企业理念，坚持以创新为第一驱动力，以用户为中心的发展宗旨，通过从小麦到餐桌的产业链化发展，致力于为消费者提供优质健康的馒头产品。至今已发展成为集馒头生产、AI智能零售平台、移动互联网系统集成、社区新零售为核心的创新型食品产业公司。其中，公司自主研发的AI智能“馒头自动售卖机”是中国馒头产业领域的第一款自动售卖机，也是中国第一款以社区商业和居民为服务中心、以移动互联网技术为平台的馒头智能销售产品，并已获得国家发明专利。

一、指导思想

“海鸣馒头”为响应和贯彻落实中共中央、\*\*\*关于全面实施粮食行业“十二五”发展规划纲要、进一步推进主食产业化发展，全面提升城乡居民口粮供应保障能力、加快转变粮食产业发展方式。“海鸣馒头”力求做到以保障国家粮食安全、保障和改善民生为宗旨，以科技进步和装备创新为先导，打造原料产品规模化、产供销一体化、销售工具科技化、品牌特色化的发展新格局。有计划、有步骤、循序渐进的进行品牌建设，努力打造高知名度的“海鸣馒头”主食产业化品牌。

二、现状与挑战

（一）全国主食产业馒头品牌比较分析

目前我国馒头企业也创立了几个品牌如“巴比馒头”、“青露馒头”等，但是品牌之间其知名度也不一样，“巴比馒头”略胜一筹。

总体来说，我国馒头品牌不多，而且在品牌建设还存在着几个问题，一是缺乏品牌经营意识，不少馒头企业还停留在产品观念上，认为品牌建设费力费钱，对品牌建设没有引起重视；二是品牌经营缺乏整体规划，有些馒头企业在品牌建设过程中做过很多努力，但往往是想到什

么做什么，没有全面系统的品牌规划。

（二）海鸣馒头品牌的认知分析

(1)C端客户对海鸣馒头品牌的认知

目前，部分客户认知“海鸣馒头”就是一个卖馒头的企业，对于我们“海鸣馒头”馒头究竟比其他小作坊馒头好在哪没有一个明确的认知，更没有在C端客户心目中留下“海鸣馒头”就是专门做让老百姓买着方便、吃着放心的健康馒头的品牌印象。

(2)

B端客户对海鸣馒头品牌的认知

对于有投资眼光和能力的各B端客户还没有对“海鸣馒头”所打造的线上线下结合产销闭合的新零售模式没有一个全面清晰的认识，无法认知到“海鸣馒头”的品牌潜力，无法产生投资的品牌信任力。

(3)社会公众对海鸣馒头品牌的认知

社会公众对海鸣馒头品牌还知之甚少。

三、目标与定位

（一）海鸣馒头品牌目标

1、内部目标

建设一支诚信、专业、团结、创新的学习型团队，构建科学、高效的管理制度，建立先进的企业文化，实现企业持续、健康发展。

2、外部目标

颠覆现有馒头业态模式建立馒头的国家标准

打造“三度”即高社会知名度、高市场美誉度和高投资者忠诚度。

3、“十一五”发展目标

①建立品牌规划体系和组织保障。

②对公司商标、网络实名进行注册。

③学习型组织的构建成体系，阶段性成果明显。

④具有公司特色的品牌理念深入人心，公司员工达到熟知、熟记等程度，并在具体行动中自觉实践。

⑤公司的知名度、信誉度和美誉度进一步提升，企业标识和品牌形象在公司内部和同行认知程度达到100%；公司顾客的认知程度达到

100%。

⑥进公司三个月以上员工能够熟知公司的企业形象标准、管理者形象标准、员工形象标准等，而且自觉遵守行为规范的程度达到100%。

⑦制定公司《海鸣馒头品牌视觉识别标准手册》（VI手册），完成视觉形象系统的导入，统一企业标志、旗帜、徽章、色彩等多种企业标识；规范公司及各部门简称，规范办公设备、办公器具，规范员工着装款式及色调，统一企业宣传标牌、广告牌的装置规格和设置区位，企业视觉识别系统、理念识别系统、行为识别系统达到规范化、程序化和个性化。

⑧建立一套保证客户满意的全过程服务管理体系，在投资者当中值得信赖的投资的形象。

⑨整合和完善品牌支撑体系，形成品牌目标管理体系。

⑩品牌输出管理。

（二）海鸣馒头品牌理念

真实：

自然：

健康：

（三）海鸣馒头品牌定位

1、企业定位：为人们的健康而努力的食品企业

2、品牌定位：中国著名馒头品牌

3、品牌定位语：真实自然

健康生活

做好馒头

四、内容与措施

（一）建立海鸣馒头品牌识别系统

1、品牌基础——海鸣馒头业务构成首要事业：海鸣馒头

产业构成：馒头哥售卖机

2、品牌支持——海鸣馒头组织形式

如图所示：

海鸣馒头

佰金合伙人

（单级代理）

人力资源部

财务部

市场部

企划部

钻石合伙人

黄金合伙人

个人

公司

学校、医院

个人

学校、医院

其他终端客户

个人

其他终端客户馆

分销商

馒头工厂

馒头工厂

公司

佰金合伙人

（二级代理）

分销商

公司

学校、医院

其他终端客户

（行政部门）

（行业子公司）

（及代理商）

3、海鸣馒头品牌识别系统（CIS）

海鸣馒头品牌识别系统

MI

BI

CI

AI

VI

海鸣馒头品牌的理念

海鸣馒头品牌的行为

海鸣馒头品牌的宣传

海鸣馒头品牌的听觉

海鸣馒头品牌的视觉

（1）海鸣馒头品牌的理念识别（MI）：

品牌宗旨：做人们买着方便，吃着放心的健康馒头

品牌理念：真实·自然·健康

品牌目标：颠覆现有馒头业态模式建立馒头的国家标准

品牌愿景：把馒头做到极致

（2）海鸣馒头品牌的行为识别（BI）：

企业行为识别系统就是一整套科学合理的企业制度体系，包括企业制度、企业风俗、员工行为规范。

①

\*\*电子商务有限公司的企业制度。可以分为工作制度、责任制度和特殊制度。

工作制度——ISO9000服务质量论证体系、HACCP食品安全管理论证体系以及工作计划制度、人事管理制度、物资采配和管理制度、财务管理制度、员工生活福利制度、质量监控管理制度（包括奖励惩罚制度）。

责任制度——领导干部责任制、各单位责任制和员工的岗位责任制等。

特殊制度——各级职工代表大会和工会组织、员工评议干部制度，员工考核制度、各级的总结表彰会制度、各级干部员工平等对话的制度（经理接待日、总经理信箱、定期召开员工座谈会）；“五必访”。

②\*\*电子商务有限公司的企业风俗

年终企业年会、元旦文艺汇演、职工头脑风暴竞赛、十佳歌手大赛

③\*\*电子商务有限公司的员工行为规范

A.遵守约定

B.真实简单

C.忠诚于自己的品质和善良

D.尊重自己及他人

E.为自己的梦想奋斗

F.公司荣誉高于一切

（3）海鸣馒头品牌的宣传识别（CI）

海鸣馒头官方网站（在筹备）

海鸣馒头官方宣传片（在筹备）

（4）海鸣馒头品牌的听觉识别（AI）

企业主题歌（还未有）企业口号（还未有）

（5）海鸣馒头品牌的视觉识别（VI）：

视觉识别是指一个企业由于独特的名称、标志、标准字、标准色等视觉要素而区别于其他企业。

企业名称：\*\*电子商务有限公司

企业标志：

此标志是以馒头和“海鸣馒头”四字为设计元素，把馒头拟人化，构成一个活力四射的馒头哥，给人舒适开心的感觉。

采用鲜橙色为主题色，体现食品诱人的色香味道，也代表企业前途无量。整体造型热情向上，简洁大方，体现企业朝气蓬勃、蒸蒸日上，走在世界前端。

标准色：

更多VI详情请参考《\*\*电子商务有限公司VI视觉识别系统手册》

3、海鸣馒头商业模式

海鸣馒头是以产品和技术作为驱动，以馒头生产为首要事业，辅以馒头哥售卖机的销售形式，形成馒头工业规模化生产-物流配送-电子支付交易-无人自动售卖的OMO线上线下融合新零售模式，配合海鸣馒头专有的大数据线上应用馒头哥APP，链接五亿中国人，重塑馒头产业生态链！

5、海鸣馒头品牌构成元素：

（1）海鸣馒头品牌属性

——真实自然

——健康美味

——价格实惠

——投资可靠

——售后保障

（2）海鸣馒头品牌利益

——产品识别作用：海鸣馒头是馒头品牌

——缩短选择过程：在主食产品中顾客不假思索就选择海鸣馒头

——满足心理需要：海鸣馒头使顾客得到口感筋道，味道香甜的味蕾享受，给顾客安全健康，好吃不贵的品牌印象。

——产品增值作用：馒头哥售卖机的新零售模式方便，快捷，投资价值高，回报率高，是一款值得投资的科技产物，海鸣馒头品牌为无形资产，海鸣馒头建立馒头的国家标准

——维护用户权益：海鸣馒头品牌经过注册后就受法律保护，若产品出现质量问题，顾客可以根据品牌追究品牌经营者责任

（3）海鸣馒头品牌价值

海鸣馒头产品真实、自然、健康

吃海鸣馒头是

投资馒头哥售卖机能够

（4）海鸣馒头品牌个性

建议设计海鸣馒头服务品牌代表物如：立体吉祥物或卡通人物，使人印象深刻

（二）加强海鸣馒头品牌创建、传播及维护

品牌文化

品牌创建

品牌传播

品牌维护

品牌文化包含品牌目标、品牌理念、品牌定位、品牌识别等

品牌文化为核心，品牌创建为前提，品牌传播为导向，品牌维护为保障

1、品牌基础创建

(1)全民树立品牌意识

①加强品牌领导意识

②重视员工素质，加强培训，提高员工品牌意识

(2)顾客粘性提高相关活动

①顾客至上的工作理念

②开展社区试吃活动

③加强与意向客户之间的沟通

（3）品质提升活动

①举办交流互动节目，如美食节、社区文化节，花样馒头大赛。

②加大售卖机科研力度，优化馒头哥售卖机的外部材质，内部性能，系统流程等。

③制定各分子公司及馒头厂的馒头质量标准化。

2、品牌传播

（1）线上传播

①海鸣馒头官方网站，微信公众号，微博认证，小程序，APP，小视频，H5，宣传片

②B2B网站，招商加盟网站

③微信社群，朋友圈

④新媒体合作

⑤电视台广告，FM音频广告等

⑥知名网站的新闻稿及软文发布

（2）线下传播

①参加食品类，科技类，零售类等的招商展会

②策划会议营销

③社区地推活动，冠名活动等

④业务人员圈子，拜访，培训，招聘等渠道传播

3、品牌维护

（1）建立质量监控体系

（2）注入品牌新内容

（3）品牌危机处理（突发性、危机事件的处理）

（4）品牌输出审核

备注：\*\*电子商务有限公司，成立于2025年6月，是一家致力于推进中国馒头生态产业链改良和发展，建立中国馒头健康标准的创新型企业，肩负着颠覆、革新馒头业态，打造高标准馒头的光荣使命。在原有馒头品质，设备革新和销售模式上进行改革改造，做馒头生态产业链的革新领导者。公司拥有自主研发中心、专业的技术指导、高标准的馒头生产车间等完备的馒头生产产业链结构，更拥有科学化的制作理念、标准化的制作工艺、创新化的销售模式，自动化的销售设备，让百姓方便的吃上健康美味馒头。

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！