# 企业宣传策划书

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-02-06

*企业宣传策划书充实的工作生活一不留神就过去了，我们又将续写新的诗篇，迎接我们的是新的工作内容和工作目标，我们要好好制定今后的工作方法，写一份策划书了。策划书要写哪些内容呢？下面是小编为大家收集的企业宣传策划书，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家...*

企业宣传策划书

充实的工作生活一不留神就过去了，我们又将续写新的诗篇，迎接我们的是新的工作内容和工作目标，我们要好好制定今后的工作方法，写一份策划书了。策划书要写哪些内容呢？下面是小编为大家收集的企业宣传策划书，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

**企业宣传策划书1**

为加强公司科学宣传力度，建立有效宣传机制，更好地发挥宣传的舆论导向作用，塑造公司的社会形象，履行社会责任，促进公司健康发展，特制定本方案。

一、指导思想、基本原则和总体目标

(一)指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，全面贯彻落实科学发展观，大力弘扬企业文化，坚持以人为本，把“人”作为企业发展的第一资源，坚持客观真实、多层面、多角度宣传的方针，突出和展现信产投人的精神风貌和健康向上的文化品味，形成企业文化助推中心工作，中心工作创新企业文化的良好机制。内强文化，外树形象，振奋精神，凝聚力量，为实现公司更好更快发展，推进和谐企业建设提供良好的文化环境和不竭的精神动力。

(二)基本原则

1、把握时代性。要以解放思想为先导，不断创新理念，围绕落实科学发展观，把宣传工作打造成提升公司核心竞争力的有效载体，努力形成开放性大宣传格局。

2、突出创业性。要与时俱进，强化发展观念、市场观念和创业观念，弘扬创业文化，传播创业经验，努力营造鼓励创业的舆论环境。

3、强化原创性。要正确把握舆论导向，客观、公正、准确地反映各部门、各单位的工作进展、工作成就、典型事例等，及时、准确报道发展的重点、热点和亮点，为公司发展提供优良宣传服务。

4、注重持久性。要实行前瞻性规划，纵深性宣传，由传统的说教式、灌输式为主，向渗透式、感召式的方向发展，让员工在潜移默化的企业文化氛围中感受共同理想，增强参与意识，形成持久合力。

5、坚持群众性。要牢固树立以人为本理念，尊重员工主体地位，发挥员工的首创精神，激发全体员工的参与性、主动性和创造性。

6、增强长效性。各单位在开展宣传策划、实现宣传总体目标方面要充分发挥各自优势，拓展宣传渠道，完善方法和机制，通过建立宣传工作长效机制，更好地为公司发展服务。

(三)总体目标

逐步建立公司良好的宣传机制，畅通公司宣传报道渠道，整合资源和宣传力量，最大限度地发挥宣传工作作用，为公司快速发展营造良好的舆论氛围。

二、主要宣传渠道和方式

(一)宣传渠道

省市主流媒体、商业网站、上级部门网站、公司网站、公司宣传册、宣传光盘、宣传栏(牌)、简报、大型团体活动、主题活动等。

(二)宣传方式

1、向媒体、网站、有关部门及时报送材料;

2、利用公司网站、宣传栏(牌)等，宣传工作动态、公司理念、发展战略等;

3、积极参加上级部门以及其他团体组织的各类宣传活动，宽领域展示公司风采形象;

4、邀请上级部门、合作对象到公司参观考察，参与或观摩公司大型团体活动，有针对性地开展宣传活动展;

5、以上级部门组织开展和公司组织开展的主题活动为载体，统一思想，凝聚人心;

6、邀请新闻单位采访公司及控参股公司发展成果，有针对性地开展系列宣传活动。

三、工作要点及责任单位

1、广泛开展中国特色社会主义理论体系以及中央、省委省政府重大决策部署的宣传教育活动，统一思想，凝聚人心，引导广大员工掌握中国特色社会主义的科学内涵、精神实质和根本要求，增强科学发展的自觉性和坚定性，不断提升广大员工的理论水平和助推企业发展的能力和水平。(责任单位：党群工作部;配合单位：各部门、控参股公司;督导部门：人力资源部)

2、坚持正确的网络舆论导向，利用公司网站、上级网站以及商业网站，加大对公司日常经营管理、推进体制创新、管理创新、资本运作等方面工作的宣传力度，树立良好国企形象和大型专业化投资公司品牌形象;加强网络采编人员队伍建设，完善重大突发事件快速反应机制，健全各类信息发布机制，营造文明、健康的网络文化环境;控参股公司要加强信息和新闻线索报送工作，充分利用公司网站、简报等，突出报道各单位工作进展情况、成功做法和经验。(责任单位：各部门、控参股公司;督导部门：办公室)

3、充分利用《河北国资信息》、《河北国资》等外部平台、公司宣传板报、简报等内部平台以及向上级部门报送交流材料、工作报告等，反映公司工作情况及成绩，展示公司面貌。(责任单位：办公室、党群工作部;配合单位：各部门、控参股公司;督导部门：人力资源部)

4、依托报刊、广播、电视等媒体，加大对公司的主题宣传、成就宣传、典型宣传等，不断提升公司知名度和影响面，进一步弘扬公司良好形象。(责任单位：办公室、党群工作部;配合单位：各部门、控参股公司;督导部门：人力资源部)

5、邀请上级部门、业内同仁、业务合作伙伴等参加公司运动会、联欢会等大型团体活动，有针对性地制定活动方案，展示公司团队形象和整体形象，弘扬企业文化。(责任单位：办公室、党群工作部;配合单位：各部门、控参股公司;督导部门：人力资源部)

6、开展座谈会、演讲比赛、成果展览等主题实践活动，加强社会公德、职业道德、个人品德教育，将社会主义核心价值体系有机融入企业文化建设和精神文明建设全过程，提升企业核心竞争力;同时，在公司网站、上级部门网站以及相关新闻媒体加大对主题活动的宣传报道力度。(责任单位：党群工作部;配合单位：各部门、控参股公司;督导部门：党群工作部)

7、精心制作宣传册、宣传光盘等对外宣传品，并及时进行内容更新，不断提高公司知名度、美誉度。(责任单位：办公室、党群工作部、控参股公司;配合单位：各部门;督导部门：人力资源部)

8、加强思想政治宣传工作，及时了解员工思想动态，把握宣传引导的时机、力度，做好引导、疏导工作，促进和谐企业建设。(责任单位：党群工作部、控参股公司;配合单位：各部门;督导部门：人力资源部)

9、围绕进一步提高宣传工作水平，加强各部门、各单位间的配合沟通，适时组织人员开展研讨会、调研活动等，不断创新工作内容、方法和手段，进一步增强宣传工作的针对性、时效性和吸引力。(责任单位：人力资源部、党群工作部;配合单位：各部门、控参股公司;督导部门：办公室)

四、组织机构和人员

为加强对公司宣传的领导，成立公司宣传工作领导小组，下设宣传工作领导小组办公室，具体负责公司各项宣传目标的实施、监督、检查工作。

组长：陈金毅

副组长：郝东伟李光

办公室成员：张建时立明宋广宇刘瑜

五、评比考核、评分标准及报道渠道

(一)评比考核

年底对宣传报道工作进行表彰奖励，公司宣传工作领导小组对各部门、各单位宣传报道成果进行审核，对总分前三名的部门(单位)和积分前3名的个人给予奖励。

(二)评分标准

1、参照《河北省信息产业投资有限公司信息工作考核评比办法(暂行)》;

2、根据工作实际，增加如下标准：

(1)国家级各媒体采用的新闻报道每篇记50分;省级各媒体采用的新闻报道每篇记30分;

(2)向上级部门报送的交流材料、工作报告等，有上级领导肯定性批示的记30分;

(3)省级刊物采用的调查报告、理论研究文章记20分;

(4)在国家级网站刊发新闻报道记40分;在省级网站刊发新闻报道记20分。

(三)报道渠道

办公室负责宣传工作的日常工作以及各媒体、上级部门网站、刊物、简报稿件的登记、督办、通报等工作。

对各部门、各单位上报新闻稿件及采用情况每季一通报，半年一考评，年终总评并表彰。

六、几点要求

1、强化宣传工作的领导和责任，各部门、各单位对外宣传报道材料，须经主管领导审核同意并签字，重要材料须经公司主要领导审核签批，方可对外宣传报道。

2、各部门、各单位要依据职能及分解的要点任务，深入进行调查研究，多角度、宽领域、新视点地发现新闻、信息素材。对材料组织综合要注重质量，并主动与办公室及有关部门沟通，力争在第一时间上报文章和信息，做到了解情况新、发现问题早、总结典型快、宣传效果好。

3、各部门、各单位要做好材料积累工作，将上报及采用稿件原稿或复印件留存以备作为考评依据。

**企业宣传策划书2**

一、市场营销状况

麦当劳公司面临如下市场状况：

快餐食品市场正在缓慢成长。传统的街区和郊区市场已经饱和，当前大多数的销售增长来自非传统销售网点，诸如机场、火车站、办公大楼所在地。

快餐食品自然集中于汉堡包、鸡和番茄酱的销售。某些新开业的专业化快餐食品销售网点，如帝·莱特斯向成年人提供了更多的食谱选择，帕史塔棒这些销售网点对麦当劳形成潜在的威胁，它们正在集中于单一的快餐食品和成年人市场而不是儿童市场，恰恰成年人这一细分市场又是麦当劳缺少顾客忠诚的薄弱环节。

比较积极的事件是：成功地向市场投入了各种色拉和麦克德尔特三明治；儿童们对各种幸福快餐的需求经久不衰并在不断发展，趋势明显；在游乐场上成功地扩大了销售。眼下，麦当劳面临着两个主要问题。其一，在不改变麦当劳十分重视儿童市场这一传统特征的前提条件下，怎样提高成年人对麦当劳的忠诚；其二，当开发新销售网点地盘变得越来越困难时，怎样继续保持它市场增长的势头。

另外，通过比竞争对手在广告宣传和促销方面多花钱，麦当劳才得以维持市场占有率，麦当劳每年大的花费7亿美元，而柏格王只花2亿美元。

但是，对麦当劳有利的一个因素是竞争对手在处理扩张发展与保持盈利方面遇到的小麻烦。当它们扩张发展时，便很难保持盈利。但是，每一个新竞争销售网点都给麦当劳销售的稳定增长带来重大的困境。

麦当劳成功地向海外进行了扩张发展，但当美国国内的竞争销售网点日益成长时，那些海外的销售网点却丝毫不能帮助麦当劳在美国国内保持增长势头。

麦当劳面临下列一些对手的强有力的竞争：

柏格。几年来，柏格跌跤不轻。它的广告宣传很不得力，而且没有开发什么特别的新产品，其唯一积极的因素是麦当劳幸福快餐的后尘，模仿这一产品并增加它的早餐快餐食品的花色品种。

文帝。它是一个奋斗中的快餐食品公司，当文帝中断了有效的“牛排在哪里”的活动之后，顿时失去了它的市场营销发展势头。

肯塔基炸鸡。它正前进在增加它的销售网点的大道上，它将三明治加进了它的食谱之中，其广告“只有我们对鸡的烹调才是正确的”这一口号十分有效。估计它会继续增加它的销售网球点，而且它会采取更大的广告宣传活动，绝不会满足于已取得的成果。

帝·莱特斯。尽管它还远远不是一个主要竞争对手，但却代表一种思想，而这种思想对麦当劳是有害的。它用帕史塔棒加色拉食谱的办法来吸引成年人，尤其午餐时备受欢迎。帝·莱特斯还投其所好，向成年人提供了他们认为更有营养价值的快餐食谱。尽管其在流动资金方面存在问题，但它的很多快餐店却经营得很好。

二、问题与机会分析

营销人员制定营销计划的第二步是分析企业面临的问题与存在的机会。

麦当劳公司发现它面临如下问题：

①现场试验发现，顾客对麦当劳潜在的新快餐食品评价不同。

②适于麦当劳开设新销售网点的潜在地盘十分有限。

③帝·莱特斯在经营成年人快餐食品销售力方面表现出极大的潜力。

④各竞争对手纷纷向市场投放各种各样的幸福快餐，文帝用土豆王玩具来配合，成功地进行了幸福快餐的促销。

⑤顾客反映麦当劳最近组织的意在以成年人市场为目标的两次游戏性促销活动中的游戏太复杂了”。

⑥由于很难雇到合格的工人及随着食谱花色品种的增加给保持寺质量带来困难，使麦当劳的快餐食品本身的质量和服务质量都在下降。

与此同时，麦当劳公司发现企业存在如下机会：

①市场调查表明，顾客将对麦当劳即将推出的自由挑选全营养小果子面包作出积极的反应。

②麦当劳在非传统开店的场所开设的销售网点相当成功麦当劳的地区合作团体和当地特许经营组织的市场营销能力在同行业中都是最强的。

③麦当劳投放市场的各种色拉取得了成功。

④所有快餐食销售链的产品都正在受到营养学专家的批评。

三、营销目标与行动方案

在进行完上述步骤之后，营销计划的制定者要做的下一步是确定市场营销；目标与行动的方案。

麦当劳所拟达到的营销目标是：

销售额120美元

毛利43亿美元

毛利率36%

净利13亿美元

市场占有率25、5%

麦当劳处在一个平淡无奇的年份里。1990年，“它既没有为占领成年人市场而推出一种新产品，也没有能够跟上竞争对手增设网点的步伐。麦当劳正在准备检验一些新的市场观念，这些新市场观念既满足刀；些喜欢传统的麦当劳快餐食品的顾客，又能使那些喜欢标新立异，期待快餐食品有所变革的顾客也心满意足。

麦当劳的1991年目标是在除了额外的全营养小果于面包在所挑战的市场上之外，其他产品都应保持原有市场占有率。为了实现这一目而设计的行动方案是：

①不断加强对儿童的市场营销活动，增强儿童对麦当劳的凝聚力。

②以成年人细分市场为目标市场进行促销活动，每六个月组：

织一次促销性游戏。在成年人中开发出较强的顾客忠诚性的几种新观念。

③继续增加在非传统设店的场所开设销售网点的数目。

另外与主要行动相配合，还拟采取下列次要活动：

扩大适合于地区合作团体用于它们的广告宣传活动的素材量；增加麦当劳主办的体育活动及有关活动次数；增加罗纳德·麦克唐纳露面次数；发表有关麦当劳快餐食品营养成分及含量的新闻报道。

四、营销策略

即开展营销的广告宣传、促销、公关活动等策略。

①广告宣传活动。麦当劳将继续以重金作广告，费用额将是对手的三至四倍，计划强调两方面：

儿童寻向型广告将在儿童表演节目中播出。

成年人寻向型广告将在晚上和周未电视节目中播出，这一广告宣传将按季进行。

第一季度：做成年人寻向型游戏促销广告。

第二季度：在目标城市市场开展向顾客介绍各种全营养小果子面包的宣传活动。

第三季度：做另一个成年人导向型游戏促销广告。

第四季度：利用人们的怀旧心理，配合三个月前重新推出双层干酪包而开展一场“麦当劳伴我成长”的活动。

②促销活动。尽管麦当劳上两次促销提高了销售，但很快又回到一般销售水平。

因为今年快餐食品厂没有什么花样翻新，叫能引起销售下降，所以促销必须尽可能使这种潜在的下降不成为现实。促销活动游戏必须比上次简单，以便更多人参与。另外注意两点：

其一是店内促销，麦当劳将继续向市场提供幸福快餐，并有计划地逐日稍做更新，麦当劳把其儿童游乐场票价下调35％，以鼓励更多的销售网点售出游乐场票。

其二是店堂陈设，主要陈设有旗帜和招贴，招贴应适合于贴放或放在调味品台于上和堆放废弃物品容器上。

③公关活动。主要有三大公关活动：

其一，麦当芳将继续对全闰范围的各种竞赛提供支持，如网球赛、足球赛等。

其二，对一个地区合作的团体，都使罗纳德·麦克唐纳露面次数加倍，并给予合作团体的额外支出以资金赞助。

其三，发表介绍全营养小果于面包营养成分的文章，使之与批评麦当劳快餐食品缺乏营养的文章辩论。

④包装。更富于营养的信息置于食品外包装之上。

⑤市场研究。包括对新快餐食品市场进行研究；对各种新分销选择进行市场试验。

⑥销售网点。麦当劳将继续在下列地区增设销售网点和特许经销店：受允许的外国；非传统设点场所；提高或恢复各街区的活力的场所。

五、营销计划的执行与控制

营销计划最后应包括掌握计划执行进度及执行计划的费用预算等控制项目。

**企业宣传策划书3**

一、工作宗旨

宣传、推广企业及产品的品牌形象，提高知名度，扩大影响力，促进销售工作的开展；搭建企业与社会、企业各部门之间相互交流的平台；逐步推进企业文化建设，为企业建立现代管理制度奠定基础；用尽量少的资金成本，帮助企业做大、做强、做长。

二、基本宣传工作

1、根据企业产品首先选择进军省会市场的实际，宣传范围初期主要集中在石家庄及周边地区。

2、作为河北省的省会，石家庄是全省政治、经济、文化、科技和信息中心，综合消费水平位居全省之首。中高端的产品定位，要求宣传工作在选择媒体时既要注意普及性，又要兼顾权威性，同时掌握适量原则，防止使产品品牌庸俗化。

3、根据产品目标消费群的收入情况及文化品位，结合各类媒介的特点及受众分布情况，宣传阵地初期以报纸为主，以互联网、电视等其他媒体为辅。

4、根据各家报纸的影响力及受众的具体特点，初期主要集中在《燕赵晚报》、《燕赵都市报》（是入户率最高的两家报纸）、《河北日报》、《河北经济日报》（是权威性最强的两家省报）上进行宣传，适当与《声屏之友》、《河北青年报》、《家庭百科报》、《河北工人报》、《河北法制报》等报刊进行联络。

4、工作初期的基本目标，是在上述主要报纸上每月刊登与企业及产品相关的稿件不少于4次（同一篇稿件可以在不同报纸上重复刊登，其中在《燕赵晚报》及《燕赵都市报》上的宣传力争不少于1次）。

鉴于《燕赵都市报》、《燕赵晚报》等报刊以刊登社会新闻为主，对企业及产品的宣传稿件控制较严，适当时候有必要利用“软广告”和“硬广告”的形式进行宣传。

5、邀请媒体记者对企业及产品进行宣传，并鼓励他们建言献策。尽快在主流媒体中组建为企业服务的“记者朋友圈”。

三、其他宣传工作

1、对企业网站进行维护，重新梳理、调整网站的栏目设置，及时更新网站内容，充分发挥网络优势，为企业发展服务。

2、筹办企业内部报纸，搭建企业内部上传下达、信息交流的平台，并通过相关渠道向社会散发，扩大企业及产品的社会影响力。初期为四开四版，每月一期，铜版纸印刷，每期印刷1000份左右。

3、时机成熟后，可利用夹报广告、DM传单等形式进行宣传。

4、根据所掌握的市场情况，及时提出产品营销策划建议。

5、随着形势发展，适当承担企业及产品的广告整体策划、公关工作。

6、完成企业领导交付的资料、材料起草及企业文化建设等其他工作。

四、人员组成

初期拟招聘2至3人，要求应聘人员具有一定写作基础，活动能力较强，能够熟练掌握网页制作、报纸排版、图片处理等专业技能。有驾驶经验者优先聘用。

五、考核制度

宣传策划人员实行单独考核（具体考核办法另定），基本原则是多劳多得，奖勤罚懒。

六、所需资金

1、人员工资

平均每人每月的工资水平为600——1000元，每月共计2500元左右。

2、宣传费用

招待费及适量的交通费；稿费（以每字0.5元计），每月共计20xx元左右。

3、办公费用

租用办公室；购买电脑等办公用品；车辆使用费。

4、其他费用

软文广告费；报纸制版费、印刷费；办公经费等。

七、几点建议

1、除公司领导个人隐私及企业机密外，公司及各部门、单位应将自己的动态及时向宣传人员进行通报，必要时，相关会议应通知宣传人员列席听会。如果宣传人员提出申请，相关人员有义务接受采访。

2、新闻宣传只是企业宣传的一部分，适当的广告及多种形式的营销活动（包括参与公益活动、事件营销、会议营销及终端建设、让利返利等）是必不可少的。

3、新闻宣传的作用是间接的、潜移默化的，需要经过长时间的积累才能显现出来，对此应有足够的心理准备。当然，相关人员应尽力在短时间内使宣传工作达到最好的效果。

**企业宣传策划书4**

策划目的

然而，如此大的产业规模和如此大的消费市场，却一直存在着海参市场销售混乱，假劣海参扰乱市场的问题。另外，一些不具备资格的企业纷纷投产海参深加工产品，科技含量低，广告水分大，产品甚至连最基本的安全和卫生标准都无法达到，严重侵害了消费者的利益和安全，因此，海参行业迫切呼唤一个行业协会来规范目前无序的市场和伪劣的加工环节，进一步加强对海参产品从业人员进行岗位培训和行业内部管理，促进业内人士守法经营。

大连市海参商会的成立，适时地为大连市海参市场的规范，海参品牌的树立和推广起到了积极的促进作用，大连市海参商会的成立，也标志着大连海参行业真正进入了成熟期。为了更好地宣传高速发展的大连海参行业，树立大连海参行业的“大连品牌”，让市民更加了解海参对身体保健的重要作用以及如何识别“精”海参等常识性知识，《大连日报》将于大连市海参商会联合推出“海之宝藏‘参’入生活”专栏或称“聚焦大连海参”专栏，通过《大连日报》强势媒体的作用，向大连市各级政府、机关、各企业及广大市民大连海参行业，传播海参识别、技术含量、保健作用等知识，推介大连海参企业产品和品牌。

本版将标注“海之宝藏‘参’入生活”专栏

协办单位：大连市海参商会

或“聚焦大连海参”专栏

协办单位：大连市海参商会

发布方式

推荐模式一：

优势：刊发期数密度大，能够迅速增强影响力，提升知名度

二、周四见报，共10期法定节假日除外。专栏仍采取软文宣传的方式，软文字数在2500字左右所占版面约为1/4版。

推荐模式二：

优势：具有一定的周期性，持续时间长，提升商会品牌价值

发布内容

专栏中拟设置以下7个板块每期可根据宣传内容需要任意选择搭配，内容由大连市海参商会提供，系统地展示我市海参行业的发展动态，介绍海参产品的相关知识，为大连市民提供相关服务性信息，宣传我市海参企业的产品和品牌，并在专栏中注明“本栏目由大连市海参商会协办”字样，专版中可免费配发图片，图片规格由编辑视版面安排。

一、“参”海传真

本栏目主要内容为报道我市最新的海参行业动态，解析我市海参行业发展趋势。

二、慧眼识“参”

本栏目主要内容为教市民如何识别海参等小知识，也可以与读者进行互动，进行征文活动，增强版面的可读性和趣味性。

三、食之有悟

本栏目主要内容为向市民诠释现代海参产品的科学性、保健性能以及它的技术含量、营养价值等等，让市民对海参这种“海中人参”更加了解，买得放心，吃得明白。

四、版主推荐名家名品

本栏目的主要内容为推介我市海参产品，介绍其特点特色，为市民选参起到引导作用，进一步提升我市著名海参企业的海参产品价值，增强美誉度，促进销量上升。

五、食尚前沿

本栏目将对海参行业最新热点事件、动态进行专题报道，由专家对其进行评析，深入观察事件发生的内在因素，使其对我市海参企业起到指导、借鉴作用。本栏目也将发布我市海参行业的数据信息，使政府和市民都能更深入地了解我市海参行业发展水平。

六、精英访谈

本栏目将发布对大连海参行业精英人物的访谈内容，发布其对大连海参行业发展的精彩观点。

七、名企联播

本栏目将连续地、系统性地展示大连市海参企业的风采，包括企业的规模、经营宗旨、业务范围、企业文化、用人之道等等，以提升海参企业的形象，展示海参企业的品牌，扩大海参企业的知名度及在大连地区的影响力。

**企业宣传策划书5**

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色产品为主（包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品），创建于20xx年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1、财务目标今年（200x年），力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番（达到3000万元）。

2、市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2、产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4R策略。

3、价格价格稍高于同类传统产品。

4、销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5、销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6、服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7、广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8、促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9、研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10、营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略

经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名，建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

网络营销战略的实施:

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

确定负责部门、人员、职能及营销预算:

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

**企业宣传策划书6**

第一部分：背景分析与表现策略。

一、背景分析

随着企业形象宣传片大战的日愈高涨及加入宣传行列的企业日愈普遍，企业形象宣传片一味的追求地新奇的表现形式和唯美的画面及同化了假、大、空的内容的情况日愈严重，令目标受众对企业独特的文化理念、整体风貌和实力成就等实质内容常常是丈二和尚摸不着头脑，极大削弱了企业形象的宣传效果。

为什么会出现这种情况？

大部分企业实力有限，他们只好避实击虚，迂回宣传自己；

广告人员一味追求标新立异的效果造成。

实力企业需要怎么样的宣传片？

根据目标受众，表现内容重点突出、结构清晰、情节合理又具有时尚的现代感、能够地表达出其独特的文化理念、经营战略和实力成就等实质性的内容和展现企业蒸蒸日上的面貌，反映企业无限发展前景的宣传片是实力企业所需要的。

二、我们的优势

万马房产集团是“全国民营500强企业”——浙江万马集团控股的`子公司，具有国家房地产开发二级资质。其规模与实力在国内同行业中可以说是首屈一指的。

因此大部分企业宣传片极力回避的务实的宣传方式，正是万马房产集团的宣传优势所在。

三、我们的出发点

基于上述分析，如何做到，表现内容重点突出、结构清晰、情节合理又具有现代感、如何准确地传达出万马集团历史长久、组织架构、经营战略、管理状况、文化理念、现在成就的实质内容，展现企业蒸蒸日上的面貌，反映企业发展的无限前景，应该是我们企业的出发点和终极目标。

四、我们的策略

（一）清晰的情节思路

在情节安排上，我们将围绕“引子—展现—展望”的主线展开，巧妙地借用集团公司的企业口号，企业精神和企业目标内涵，将集团企业的简介、架构、历史、经营战略、管理状况、企业成就、文化理念、人才队伍、未来展望等内容展现在片内。

（二）张驰有度的表现风格

众所周知，影视作品是由语言、字幕、画面和音乐构成的一门综合艺术，其表现风格是由具体情节内容所决定。

由于本专题片情节内容具有一种在激越中带有温婉，舒展中不失恢弘的意境，表达一种来自企业自身的大气、阔胸怀、自信力。因而，在制作过程中我们会根据四者的密切的配合，使制作完成的企业专题片整体风格表现的张驰有度，在美好之中凸显一种煽动性和感染力。

（三）时尚现代的表现手法

1、“引子”部分

整合万马房产集团的LOGO的构图表现和寓意，先推出LOGO和“万马房产”字体，而后运用3D技术，将LOGO进行拆分，标志中的“圆点”成了广阔大草原上冉冉升起朝日，一群英姿勃发，凌空欲飞的骏马迎着旭日互相追逐向前奔跑，给人以震撼力，以此来展现万马房产集团奋发进取，不懈追求的大气势。配上激越的音乐并完成与下篇的自然转合。

推出的字幕为“素质决定实力”，它既是企业的口号，又巧妙地于片头字幕身份相契合。暗示着万马房产注重素质、精益求精、永不停步的企业精神。

旁白力求精美大气。

2、“展现”部分

由上篇过渡到本篇，以舒缓的节奏来展开。考虑片长的约束，尽量淡化企业的发展过程，而是着重凸显企业的经营战略、管理状况、企业成就、文化理念、人才队伍。本篇是由企业面貌和骄人业绩配以说明力的文字、证书，再加上3D动画等技术来完成的。

展示的内容以推出的字幕加以分类解说：

“企业品牌，实力铸就”企业简介。

“根深叶茂、生生不息”：体现企业架构，项目公司的概况，突出其全国化。

“诚以立信、质以建业”：介绍开发项目获得奖项与荣誉。

“发展企业，回报社会”：主要体现重视人才和企业文化建设。

它即是万马的企业的精神，又巧妙与展现的内容相契合，一方面暗示万马集团虚怀若谷，非常注重汲取国内外先进开发理念和管理经验，积极在各个领略开拓创新；另一方面诚信立名，非常注重团结属下的企业实体，同心同德，在激烈的市场竞争中乘风破浪，奋勇前进。

旁白立求文字精美，有说服力。

3、“展望”部分

本部骏马继续向着太阳奔跑冲锋的画面来收尾，强化冲锋的气度与力量，与开篇的画面内涵相呼应，把调子扬起来，并把集团企业形象予以进一步提升。以展现企业发展的蓝图和美好明天。

推出字幕“龙马精神，创造辉煌”，它既是万马企业的目标，双巧妙地与片尾的“展望”内容相契合。

旁白立求文字精美，大气，自信。

第二部分：专题片文案。

（一）“引子”部分

镜头一：万马房产LOGO从背景中推出

背景音乐：雄壮的音乐响起/渐渐减速弱

字幕：（屏幕下方）

浙江万马集团房地产开发有限公司

镜头二：由LOGO中“圆点”切换到广阔大草原上冉冉升起朝日，一群英姿勃发，凌空欲飞的骏马迎着旭日互相追逐向前奔跑。

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：新世纪的太阳已经升起。在新的历史起点上，一个新的经济时代正以其雄健的步伐，走向更加开放和繁荣。

上山如马飞奔，不惧坎坷颠簸；下水如龙出海，无畏暗潮波涛；软硬兼并，明暗双吞。一派凌人阵势，一股万千气韵。活力澎湃翻腾，智力敏锐周延，开创运势如破竹。此为龙马精神也。字幕：素质决定精神

（二）“展现”部分

镜头三：

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：浙江万马集团房地产开发有限公司是“全国民营500强”——浙江万马集团控股的子公司，成立于1995年，具有国家房地产开发二级资质。公司下设万马集团临安分公司、万马集团（马鞍山）发展有限公司、马鞍山万马房地产开发有限公司、芜湖万马林房地产开发有限公司、仙居万马房地产开发有限公司、马鞍山万马机床制造有限公司、马鞍山万马佳达物业管理有限公司等七家分、子公司。公司现有员工150余人，具有大专以上学历者占70%，拥有一批理信纸扎实、经难丰富的中青年专业技术人员，其中：教授级高级工程师1人，高级工程师3人，高级经济师1人，工程师、经济师、会计师等20余人。

公司自成立以来，本着“素质决定实力”的企业精神和“营造高品质生活”的开发理念，引进人才，强化管理，塑造品牌。始终贯彻“以质量取胜”的原则，借鉴国内外先进的房地产开发经验，注重现代建筑科技与民族传统风格的统一，在规划设计上秉承“以人为本”的思想，以“创新、求变”的精神去适应市场的需求，致力于各类精品楼盘的开发建设。经过8年的努力，业务涉及杭州、临安、马鞍山、芜湖、仙居等地，公司共开发各类楼盘逾30万平方米，已相继开发了阳光苑、新世纪花苑、南苑小区、锦南新材等临安知名楼盘。目前正在开发碧苑安置小区、马鞍山碧云天城市花园、碧溪丽景、碧桂山庄、芜湖森海都市花园、仙居锦绣明珠等项目，同时，公司正在上海、江苏、安徽及省内其他城市储备开发用地，预计在20xx年以后，公司每年开发新项目20万平方米。

字幕：“企业品牌，实力铸就”

镜头四：

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：

字幕：“根深叶茂、生生不息”

镜头五：

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：

字幕：“企业品牌，实力铸就”

“诚以立信、质以建业”：介绍开发项目获得奖项与荣誉。

镜头六：

背景音乐：（弱）交响乐/持续配音：“壮志可以万丈无边，事业可以四海奔腾，桑梓之情却时刻牢记心中”。万马房产的足迹已遍布浙江杭州、临安、仙居、安徽马鞍山，芜湖等，每到一个地方进行房地产开发，万马人都与公众利益相符，尽我所能，帮人解困。在临安投资了万马小学，在马鞍山资助失学少年和敬老院等等。在临安，积极举行商业研讨会，以促进临安经济发展。

字幕“发展企业，回报社会”

（三）“展望”部分

镜头七：

背景音乐：

配音：如今万马的事业正如日中天。成功，只有更远大目标的崭新起跑线，万马人将继续坚持“以人为本，推行品牌战略”的发展目标，以“团结务实、发展创新、追求卓越”为企业精神，以高度凝聚力的企业团队，以“龙马精神，创造辉煌”的豪情壮志，以孜孜不倦的追求，营造天蓝地绿、水清居佳，功能完善、环境优雅、建筑精美、风貌独特、服务功能齐全、涌动经济活力的高智能、现代化生活社区，以充分展示万马人的魅力！诚信打造高质量建筑精品，为打造国内房产知名品牌而奋勇前进！

**企业宣传策划书7**

网络是企业进行形象宣传，产品展示推广，与客户沟通，信息互动的阵地，建立自己的网站有利于企业树立自己的网上品牌，对企业的长遥发展，企业文化，企业品牌建设都有非常重要的意义，并且根据权威机构统计预测：20xx年全球互联网用户已超过5亿到20xx年将达到15亿；中国20xx年互联网直接收渗透为8亿美元；到达20xx年全球商业的一半将在网上入行互联网正改变着经济，改变着人们获取信息的方式，企业如果不及早投身网络经济大潮，必将被淘汰

网站主要内容包括：企业介绍、项目介绍、企业员工、企业风采等内容，企业网站主要定位于企业形象宣传、企业介绍、项目介绍等内容随着公司经营的不断深入、规模不断的扩大，对企业风站的需求不仅仅满意于对企业形象的宣传，如何通过企业网站为企业的准客户、客户提供更多、更好的服务、如何实现与客户信息的交互、如何更多的让准客户通过企业网站了解到更快捷、全面的项目信息，将是本次网站建设的目的之所在。

第一章客户需求分析

1.1客户现状

我们面对面的交流只有充分了解了企业的需求，在行业中的地位，优势资源，优势产品，销售状况和一些不足等各方面的信息，我们才能为您“量身订做、量体裁衣”，建设好这个窗口

1.2客户理想中的企业网站

2.1企业网站定位

我们将把建设的网站定位于：展现企业形象、拓展网上营销、着力网站宣传,该定位的详细含义为：

1、通过网站来达到全方位展现企业形象、综合实力的目的，大力打造影响力，让网站成为宣传企业形象的全新\*\*\*；

2、通过特色栏目全方位、及时的开展网络营销，并通过客户留言版和客户反馈系统获取部分准客户资料

2.2网站内容规划

本次建设的网站主要内容规划如下：

2.2.1、网站首页

网站首页是企业网站的门户，简洁、大方、加载速度快是网站首页的关键要素网站主要规划的内容有：

公司快讯、店面信息、最新新闻、商品译站、企业邮箱渗透口、全文搜索工具、在线调查、企业形象Flash、友情连接、网站流量统计分析

2.2.2、公司简介

公司简介是集中展示企业形象的栏目，风格一致，体现出大企业的风范其主要包括以下小栏目：

公司简介、经营理念、发展战略、企业风采

2.2.3、新闻动态发布系统

最新动态栏目主要用来发布企业新闻，公司动态、消息等通过最新动态栏目可使客户对公司最新的发展动态，产品信息、人文文化、最新消息等信息有一个及时的了解此栏目，可让客户在线实时管理，发布新闻、删除新闻、更改等、公司快迅、图片新闻

2.2.4、产品实时发布系统与在线订购系统

产品类型、型号分类、详细内容、与会员系统相结合，强力推出在线订购系统、产品发布实时更新、在线招商，合作代理

2.2.5、企业留言系统

美观，大方，与网站风格连成一体无需注册，有回复通过相互直接的交流，能够为您找到潜在客户，和一些市场信息发布留言、查看留言

2.2.6、服务信息

通过后台发布，所有服务的其本信息，呈现在网站“服务信息”栏目里通过关键字搜索，通过产品搜索都可随时方便的查看服务信息

2.2.7、人才中心

目前很多企业都利用公司网站平台发布招聘信息，这样不但可以充分利用现有资源，同时比传统的职业服务中心更具有实时性、互动性等优点诚聘英才栏目主要设置以下内容：

员工风采、在线招聘、毛遂自荐

2.2.8公司地址、电话、传真、网址等等

通过精心编排，能展现出大公司的风采独领行业巨头的气势

2.2.9网站技术标准

首页FLASH动画严格控制在100K之内，保证5-6秒钟能完成下载，网站所提供的资料准确，错字率在0.5%以下，需建设数据库的资料及时输入数据库，保证数据能被正确调用；搜索引擎登录在网站建设竣工后三个工作日完成、网站服务器完全稳定，加入防攻击系统，确保网站\*\*\*病毒、的攻击，保证网页能被正常浏览除不可抗力因素(如电信局停电、CHINANET传输中断等等)；企业级电子邮件系统能正常收发，页面准时上传

第三章网站设计制作明细表

网页设计制作明细表

项目内容

网站首页设计创意：普通标准形象页是网站的欢迎页面,包含了网站名称、企业标志、形象图片、宣传文字、栏目导航条等要素,是制定网站整体风格和突出企业形象的重要页面,主要通过Flash动画展示精美创意门户型、静态页面制作支持IE4.0和Netscape4.0以上浏览器

LOGO设计：用于网站上的企业形象标志

BANNER广告条：标准Gif型468\*60像素、6帧以内gif动画，标准Flash型468\*60像素、6秒以内Flash动画、图片处理10元/张超过10张为5元/张、JAVA动态效果、常规效果选用GIF动画6帧以内,按客户提出的设计要求制作FLASH动画，具备交互功能的演示动画、卡通动画、FLASH动画附加费用(5秒起,多于5秒按30元/秒计算

反馈表：接受访问者的意见,意向等

计数器：可直接让您了解到网站的访问量

企业论坛BBS：委托制作,风格和整个网站统一，支持多用户多专题模式，可显示电子签名档，Web方式的管理员管理系统

网站中文全文检索功能：一般指大型网站的站内检索，用户可通过关键字搜索到任何包含关键字的文章或主页该检索匹配指的是完全匹配,不做模糊查询

新闻更新系统：可实现以web方式更新页面指定区域的模块,主要用于网站新闻的更新操作简便,降低对日常维护人员的技术要求

留言板系统：在线管理，删除留言内容，留言内容搜索，留言自动分页,并可以设定分页页数，有新留言增加时可以用来通知页主

会员注册系统：企业用户可以在网站上登记注册,选择会员的类别、查观的权限范围并成为预备会员,并提交到用户管理数据库.待网站审核通过后成为正式会员,享有网站提供的相应服务

网上调查：客户调查是企业实施市场策略的重要手段之一，该系统运行稳定、操作简单、调查的问题不受限制，可以在一个网站上同时入行两个以上的调查.基于Web界面的调查问卷生成系统,操作方便,并可以根据企业需求设计调查问卷的风格

产品实时发布系统：在线订购系统产品类型、型号分类、详细内容，与会员系统相结合，强力推出在线订购系统产品发布实时更新，在线招商，合作代理

第四章网站推广与宣传

建设网站的目的就是吸引潜在消费者，据CNNIC权威机构研究表明：80%的用户通过搜索引擎得知新网站

第五章项目投资预算

方案1：动态页面网站

价格：4500元

实施时间：15天

具体内容：采用网站管理后台，手工页面设计.含首页FLASH动画客户可\*\*\*管理网站空间大小(100M)，邮局大小(100M)

方案2：企业动态网站

价格：8000元

实施时间：30天

具体内容：采用网站管理后台，手工页面设计.含首页FLASH动画电子商务系统，商品驿站体现企业文化

客户可\*\*\*管理网站空间大小(500M)，邮局大小(100M)包括一个网络推广服务，3721网络实名

第六章服务与技术支持

一、技术支持

我们提供长期的技术支持工作，使客户得到完整的技术支持，以保障客户的网站系统及应用的改进负责对用户的技术性指导及支持工作不定期地发送相关的内部技术资料及文档，对用户提出的技术疑难问题给予解决在系统入行升级或改造时，提供适时的技术援助在用户提出相应请求时，针对用户的需求，提供相应的技术支持，以提高效率、降低成本

二、售后服务

1、对于我们的客户，服务是第一位的提供从技术到商业的全程服务，我们不仅擅长网站的建设，我们更注意售后服务，以此得到更多的客源2、为我们的客户提供专业的售后服务，我们关注网络技术以及电子商务的发展，我们定期邀请我们的客户共同探讨网络的应用，总以使我们的客户掌握最前沿的技术和思想

3、我们专业的售后服务技术员，将为您提供日常服务工作保证客户的网站的正常使用

4、我们将为客户提供四次免费的网站修改和调整(不包括大幅度的调动)

**企业宣传策划书8**

一、背景分析

随着形象宣传片大战的日愈高涨及加入宣传行列的日愈普遍，形象宣传片一味的追求地新奇的表现形式和唯美的画面及同化了假、大、空的内容的情况日愈严重，令目标受众对独特的文化理念、整体风貌和实力成就等实质内容常常是丈二和尚摸不着头脑，极大削弱了形象的宣传效果。

为什么会出现这种情况?

大部分实力有限，他们只好避实击虚，迂回宣传自己;

广告人员一味追求标新立异的效果造成。

实力需要怎么样的宣传片?

根据目标受众，表现内容重点突出、结构清晰、情节合理又具有时尚的现代感、能够地表达出其独特的文化理念、经营战略和实力成就等实质性的内容和展现蒸蒸日上的面貌，反映无限发展前景的宣传片是实力所需要的。

二、我们的优势

万马房产集团是“全国民营500强”——浙江万马集团控股的子公司，具有国家房地产开发二级资质。其规模与实力在国内同行业中可以说是首屈一指的。

因此大部分宣传片极力回避的务实的宣传方式，正是万马房产集团的宣传优势所在。

三、我们的出发点

基于上述分析，如何做到，表现内容重点突出、结构清晰、情节合理又具有现代感、如何准确地传达出万马集团历史长久、组织架构、经营战略、管理状况、文化理念、现在成就的实质内容，展现蒸蒸日上的面貌，反映发展的无限前景，应该是我们的出发点和终极目标。

四、我们的策略

(一)清晰的情节思路

在情节安排上，我们将围绕“引子—展现—展望”的主线展开，巧妙地借用集团公司的口号，精神和目标内涵，将集团的简介、架构、历史、经营战略、管理状况、成就、文化理念、人才队伍、未来展望等内容展现在片内。

(二)张驰有度的表现风格

众所周知，影视作品是由语言、字幕、画面和音乐构成的一门综合艺术，其表现风格是由具体情节内容所决定。

由于本专题片情节内容具有一种在激越中带有温婉，舒展中不失恢弘的意境，表达一种来自自身的大气、阔胸怀、自信力。因而，在制作过程中我们会根据四者的密切的配合，使制作完成的专题片整体风格表现的张驰有度，在美好之中凸显一种煽动性和感染力。

(三)时尚现代的表现手法

1、“引子”部分

整合万马房产集团的LOGO的构图表现和寓意，先推出LOGO和“万马房产”字体，而后运用3D技术，将LOGO进行拆分，标志中的“圆点”成了广阔大草原上冉冉升起朝日，一群英姿勃发，凌空欲飞的骏马迎着旭日互相追逐向前奔跑，给人以震撼力，以此来展现万马房产集团奋发进取，不懈追求的大气势。配上激越的音乐并完成与下篇的自然转合。

推出的字幕为“素质决定实力”，它既是的口号，又巧妙地于片头字幕身份相契合。暗示着万马房产注重素质、精益求精、永不停步的精神。

旁白力求精美大气。

2、“展现”部分

由上篇过渡到本篇，以舒缓的节奏来展开。考虑片长的约束，尽量淡化的发展过程，而是着重凸显的经营战略、管理状况、成就、文化理念、人才队伍。本篇是由面貌和骄人业绩配以说明力的文字、证书，再加上3D动画等技术来完成的。

展示的内容以推出的字幕加以分类解说：

“品牌，实力铸就”简介。

“根深叶茂、生生不息”：体现架构，项目公司的概况，突出其全国化。

“诚以立信、质以建业”：介绍开发项目获得奖项与荣誉。

“发展，回报社会”：主要体现重视人才和文化建设。

它即是万马的的精神，又巧妙与展现的内容相契合，一方面暗示万马集团虚怀若谷，非常注重汲取国内外先进开发理念和管理经验，积极在各个领略开拓创新;另一方面诚信立名，非常注重团结属下的实体，同心同德，在激烈的市场竞争中乘风破浪，奋勇前进。

旁白立求文字精美，有说服力。

3、“展望”部分

本部骏马继续向着太阳奔跑冲锋的画面来收尾，强化冲锋的气度与力量，与开篇的画面内涵相呼应，把调子扬起来，并把集团形象予以进一步提升。以展现发展的蓝图和美好明天。

推出字幕“龙马精神，创造辉煌”，它既是万马的目标，双巧妙地与片尾的“展望”内容相契合。

旁白立求文字精美，大气，自信。

第二部分：专题片文案。

(一)“引子”部分

镜头一：万马房产LOGO从背景中推出

背景音乐：雄壮的音乐响起/渐渐减速弱

字幕：(屏幕下方)

浙江万马集团房地产开发有限公司

镜头二：由LOGO中“圆点”切换到广阔大草原上冉冉升起朝日，一群英姿勃发，凌空欲飞的骏马迎着旭日互相追逐向前奔跑。

背景音乐：(弱)交响乐/持续

配音：新世纪的太阳已经升起。在新的历史起点上，一个新的经济时代正以其雄健的步伐，走向更加开放和繁荣。

上山如马飞奔，不惧坎坷颠簸;下水如龙出海，无畏暗潮波涛;软硬兼并，明暗双吞。一派凌人阵势，一股万千气韵。活力澎湃翻腾，智力敏锐周延，开创运势如破竹。此为龙马精神也。字幕：素质决定精神

(二)“展现”部分

镜头三：

背景音乐：(弱)交响乐/持续

配音：浙江万马集团房地产开发有限公司是“全国民营500强”——浙江万马集团控股的子公司，成立于1995年，具有国家房地产开发二级资质。公司下设万马集团临安分公司、万马集团(马鞍山)发展有限公司、马鞍山万马房地产开发有限公司、芜湖万马林房地产开发有限公司、仙居万马房地产开发有限公司、马鞍山万马机床制造有限公司、马鞍山万马佳达物业管理有限公司等七家分、子公司。公司现有员工150余人，具有大专以上学历者占70%，拥有一批理信纸扎实、经难丰富的中青年专业技术人员，其中：教授级高级工程师1人，高级工程师3人，高级经济师1人，工程师、经济师、会计师等20余人。

公司自成立以来，本着“素质决定实力”的精神和“营造高品质生活”的开发理念，引进人才，强化管理，塑造品牌。始终贯彻“以质量取胜”的原则，借鉴国内外先进的房地产开发经验，注重现代建筑科技与民族传统风格的统一，在规划设计上秉承“以人为本”的思想，以“创新、求变”的精神去适应市场的需求，致力于各类精品楼盘的开发建设。经过8年的努力，业务涉及杭州、临安、马鞍山、芜湖、仙居等地，公司共开发各类楼盘逾30万平方米，已相继开发了阳光苑、新世纪花苑、南苑小区、锦南新材等临安知名楼盘。目前正在开发碧苑安置小区、马鞍山碧云天城市花园、碧溪丽景、碧桂山庄、芜湖森海都市花园、仙居锦绣明珠等项目，同时，公司正在上海、江苏、安徽及省内其他城市储备开发用地，预计在20xx年以后，公司每年开发新项目20万平方米。

字幕：“品牌，实力铸就”

镜头四：

背景音乐：(弱)交响乐/持续

配音：

字幕：“根深叶茂、生生不息”

镜头五：

背景音乐：(弱)交响乐/持续

配音：

字幕：“品牌，实力铸就”

“诚以立信、质以建业”：介绍开发项目获得奖项与荣誉。

镜头六：

背景音乐：(弱)交响乐/持续配音：“壮志可以万丈无边，事业可以四海奔腾，桑梓之情却时刻牢记心中”。万马房产的足迹已遍布浙江杭州、临安、仙居、安徽马鞍山，芜湖等，每到一个地方进行房地产开发，万马人都与公众利益相符，尽我所能，帮人解困。在临安投资了万马小学，在马鞍山资助失学少年和敬老院等等。在临安，积极举行商业研讨会，以促进临安经济发展。

字幕“发展，回报社会”

(三)“展望”部分

镜头七：

背景音乐：

配音：如今万马的事业正如日中天。成功，只有更远大目标的崭新起跑线，万马人将继续坚持“以人为本，推行品牌战略”的发展目标，以“团结务实、发展创新、追求卓越”为精神，以高度凝聚力的团队，以“龙马精神，创造辉煌”的豪情壮志，以孜孜不倦的追求，营造天蓝地绿、水清居佳，功能完善、环境优雅、建筑精美、风貌独特、服务功能齐全、涌动经济活力的高智能、现代化生活社区，以充分展示万马人的魅力!诚信打造高质量建筑精品，为打造国内房产知名品牌而奋勇前进!

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！