# 零食网站策划书(十五篇)

作者：轻吟低唱 更新时间：2025-06-16

*网站策划书案例 零食网站策划书一由此可能导致日本动漫在中国的市场空间逐步压缩，同时造成商业动漫在中国的成长举步为艰。所有这一切都在表明加强双边交流的重要性。虽然国内有众多动漫基地吸引了英国和日本的一些动漫企业的入驻，但由于政府主导的动漫政策...*

**网站策划书案例 零食网站策划书一**

由此可能导致日本动漫在中国的市场空间逐步压缩，同时造成商业动漫在中国的成长举步为艰。所有这一切都在表明加强双边交流的重要性。虽然国内有众多动漫基地吸引了英国和日本的一些动漫企业的入驻，但由于政府主导的动漫政策不变，促使真正的商业动漫交流难以实行。

1、专业的动漫市场分析，有针对性的高效率的动漫市场整合。

2、专业的动漫业内人士参与运营管理，促进双边交流。

3、一对一的动漫企业公关模式。在中国有影响力的动漫企业为数不多，因个人从业经历，与各企业都有密切接触，达成合作不难。

1、 能排名高搜采用虚拟主机;

3、 公司采用自我研制的系统方案方案解决问题;

2、 动漫公司制作团队与观众面对面交流平台。让动漫爱好者能够更加了解动漫艺术的魅力。

3、 还将建有所有动漫爱好者交流平台，以便于大众对于动漫的评价，给予我们公司更好的建议。

十、费用明细

1、 资金投入：先期投入不少于30万rmb，其中自备资金3万，银行贷款5万，风险资金20万流动资金若干;

5、 剩余部分将作为流动资金，用于开发和解决新的技术资金备用。

**网站策划书案例 零食网站策划书二**

《我爱我家》是刚创刊的一本面向中小学生的动漫系列杂志，起主要内容：旨在向青少年学生中弘扬苏州的优秀的传统文化，人问风物等，使学生们建立对家乡——苏州的热爱之情，从中继承民族的优良传统，激发他们的学习斗志，为苏州的未来而奋斗。

现在面对中小学生的杂志、刊物虽所谓名目繁多，但大多是针对于他们的文化课学习方面的辅导材料，且刊物的内容较为陈旧形式死板难以接受。所以本公司针对苏州的地域文化底蕴出发，以他们乐于接受的动漫形式来展现与诠释苏州的传统人文文化。

1、本杂志所介绍的内容，并不是新鲜的内容，现阶段有很多介绍苏州的人文地理的书籍。但大多是针对成年人的，而且介绍的方式多为历史记事和人物传记的方式记述。不适合中小学生的接受。而《我爱我家》所诉求的重点是：以简洁易懂的语言，加以风趣幽默的漫画形式来表述这一内容。以下是其它与本刊物类似书刊的市场情况：

（暂无调查数据故 略）

本杂志所追求的目标：

（1）主要诉求对象的年龄段——6—16岁的中小学。

（2）发行的数量——按市场定额（待定）

（3）平均消费额——依据杂志的成本而定

（4）市场总额——依据具体的计划

2、市场竞争状况：

（1）在我国的当前教育体制下，中小学生的书刊、杂志仍以课程辅导为主，市场份额占很大比重。

（2）其它各种类型的课外读物也很受他们的青睐，如：漫画故事等。

1、诉求对象

《我爱我家》所诉求的对象是中小学生。高中生由于初步走向成年，且对于本土文化了解较多，故不作为主要的诉求对象。

2、阅读情况

中小学生的课外阅读主要是在课外时间来完成，比如星期天节假日等。而且他们的阅读时间呈现如下的关系：

小学生>初中生>高中生

3、订阅状况

（1）小学生自己订阅杂志的能力极其有限，几乎都要家长或学校代为订阅。

（2）初中学生这种情况可能要稍微好些，但也要征的家长或学校的同意。

（3）高中生虽然单独订阅能力较强些，但学习压力较重及其具有的年龄结构特点，也很少订阅。

4、订阅方式

（1）家长代为订阅

（2）学校集体订阅

（3）期刊零售点

（4）学生自己订阅

从订阅方式来看前3种是主要的销售方式。

（1）外观：杂志的封面设计、标题字体的应用都应该考虑到诉求对象的特点。

（2）内容：内容的表现形式的多样性、栏目的多样性，页面的布局，语言的趣味性，贴近性（贴近诉求对象的生活）。漫画风格的适应性。

（3）纸张：杂志的纸张应用应从成本上和印刷效果上综合考虑。

（4）印刷：从成本与印刷质量上考虑。

1、销售的难点

（1）场竞争激烈，面向学生的书刊很多。

（2）学生家长多为本土人，对苏州文化了解教多，订阅的难度大。

2、机会点

（1）争取政府教育部门的认同，可使学校集体订阅。

（2）本杂志的对传统苏州文化以漫画展现形式较为新颖，比较能吸引学生兴趣。

1、目标：《我爱我家》是初创刊的新刊物，知名度低，因此我们的目标市场，第一是打开知名度，并让60%的订阅者确信本杂志，是中小学生了解自己家乡的最好的刊物。还要进住每个学校的阅览室。

2、主要的销售对象为6—16岁的中小学生，当然学生家长也是不可忽略的主要对象。

3、定位

介绍和发扬苏州人文文化的最好的权威杂志。

1、价格：

调研市场同类期刊的价格而定。

2、包装：

主要指封面要精美，色彩要绚丽，主要字体应用幼圆体，整个封面的设计要显得的活泼，贴近中小学生的审美。

3、销售的重点：（略）

1、广告的目的：

初期——打开杂志的知名度。

中期——强化刊物的文化内涵，增加对刊物的介绍。

以后——宣传加强本公司的形象。

（1）广告策略

打开知名度：

1、利用新闻方式：

可以向某所学校赠受我们的杂志，让新闻单位来现场采访报道，最好的媒体应该是电视媒体。

2、利用权威机构：

请教育部门的专家权威人士充当顾问，或推荐的方式，还可以开座谈会等。

3、杂志广告：

在别的中学生的杂志上刊登平面广告。

4、开展有奖知识问答活动：

5、海报：免费赠送各个零售摊点杂志的大幅海报。

（2）传播过程：

以苏州市区中小学为猪，然后向其他地区蔓延。

时间：待定

方式：电视媒体、专家座谈、杂志、报纸、海报广告。

1、电视广告

初期只为电视新闻方式发布广告，作为主要广告媒体。

2、平面广告

企划意图：采用可爱的动漫人物和最有苏州特色的景物为依托来突出我们的杂志。

1、时间：待定

2、广告费用：广告期间的一切广告开支列入预算（待定）

3、以期刊杂志为主要的广告媒体，报纸为次要。电视媒体由于费用高昂不与考虑。

4、媒体安排必须兼顾cpm（每千人成本）及grp（毛感点）。

广告期间的费用，其中包括成本费等。

（1）杂志刊登广告的费用

报纸广告费用

公关广告费用

（2）刊发广告的次数与费用

依据具体需要来定。

广告刊发后，不定期的问卷、座谈会等进行广告效果测定以随时修正广告企划方案。

1、杂志、报纸广告为半月测定一次。

2、以座谈的方式来进行广告调查。

3、以问卷的方式来进行广告效果测定。

**网站策划书案例 零食网站策划书三**

一、 背景分析

1、 概况：

浏阳河又名浏渭河，原名浏水。因县邑位其北，“山之南，水之北，谓之阳”，故称。浏水又因浏阳城而名浏阳河。全长公里，流域面积4665平方公里。

2、 旅游资源：

(1)自然资源

浏阳河：十曲九弯，两岸青山翠枝，紫霞丹花。

浏阳河漂流：浏阳河第一湾(浏阳市高坪乡境内)。

特产：浏阳花炮闻名中外，还有菊花石、夏布、湘绣、豆豉、茴饼、纸伞、竹编。

(2)人文资源

开福寺、马王堆汉墓、陶公庙、许光达故居、黄兴故居、徐特立故居、谭嗣同故居、浏阳文庙、浏阳算学馆、孙隐山等文物。

(3)红色旅游

走出了一大批党和国家的卓越领导人：xxx中央、国家副主席xxx、xxx副委员长xxx、中顾委主任王首道等。走出了中国第一个为戊戌变法而流血牺牲的志士谭嗣同，走出了民国先驱唐才常、焦达峰。还走出了数十位挽民族之危亡、救生灵于水火的将军和数万名革命烈士。可见，浏阳的“红色旅游”氛围浓厚，发展潜力不言而喩。

二、 区域优势/劣势

1、 优势：

(1)浏阳市社会经济基础雄厚，城市经济实力不断增强。

(2)浏阳市的道路状况良好，区位条件比较好，可进入性较强。

(3)浏阳河旅游资源丰富，发展潜力强劲。

(4)优美动听的《浏阳河》，掠云越波，传遍了五湖四海，浏阳河的知名度较高。

(5)旅游产业蓬勃发展，国家将“红色旅游”提上日程，可以使浏阳河的“红色旅游”资源得到充分利用。

2、 劣势：

(1)浏阳市整体形象缺乏明确定位，对外宣传不够。

(2)浏阳河景区的服务人员的服务意识比较薄弱，服务水平较低。

(3)浏阳河的旅游资源缺乏有效的保护，开发不足。

三、 策划目的

1、 市场分析：一句“浏阳河。。。。。。”，伴随着中国的一代伟人响遍了祖国的每一个角落，传遍了世界各地，在我们每一个人的心中，对“浏阳河”都有一份额外的亲切和敬仰。因此，“浏阳河”的目标消费者群非常庞大。无论男女老少，都是“浏阳河”的目标消费者。港澳台喜欢文化交流的年轻人以及老一辈革命老人，亚洲甚至全世界热爱中国文化，喜欢到中国旅游的外国游客都有可能成为目标消费者。

2、 最终目的：提高浏阳河的知名度，使浏阳河走出湖南省，唱响中国，走向世界。

四、 策划原则

1、 目的性原则：

(1)把浏阳河打造成国内著名的休闲旅游景点。

(2)将浏阳“红色旅游”资源和其它“红色旅游资源”整合为经典“红色旅游”线路。

2、 可行性原则：

(1)浏阳市的道路状况比较好，交通便利，旅游者可进入性比较好。

(2)浏阳河经过多年发展，有良好的口啤，现在正在不断完善之中，其发展潜力较大。

(3)浏阳市政府有足够的资金和信心把浏阳河“推出去”，走出省门。

3、 特色化原则：

《浏阳河》唱响了全中国，它特有的“”情怀是其它旅游资源缺乏的。因此，加强《浏阳河》的宣传和推广，让人们产生去浏阳河旅游的动机，

4、 政府主导和市场结合的原则：

(1)政府主导，依靠浏阳市政府，甚至省政府的强烈支持和推广。

(2)提高浏阳河的市场竞争力和综合实力。

**网站策划书案例 零食网站策划书四**

二.活动策划组 总策划：计算机学院科技部、商学院电子商务协会

负责人：xxx、郭郁

三.活动对象 全体教师生

四.活动时间 .

五.活动地点

11月26--27号晚在二教一楼大厅

六.准备工作及活动流程

1. 搜集素材(我们日常生活中的点点滴滴)并提前发布到申请公共邮箱中，参赛选手可进入公共邮箱选材，也可以自己提供素材;

3. 11月15号，张贴海报和挂横幅(科技部负责两张大海报、电子商务协会负责喷绘及横幅)进行宣传，活动即时开始报名;

4. 11月20号--11月21号开始提交参赛作品至指定邮箱，21号晚9时截止;

5. 11月22号在理工之窗论坛发起投票;

6. 11月24号对作品得分进行整合，评出最佳制作奖、最佳创意奖以及感恩奖;

7. 11月25号颁发奖品并张贴获奖者名单;

8. 利用11月26--27号两天晚上时间在二教一楼大厅进行获奖作品及优秀作品展示(需要投影仪等设备以及桌子一张);

9. 27号晚展示结束后，本次活动结束，归还设备并收拾场地，28号撤下本次活动宣传横幅和海报。

**网站策划书案例 零食网站策划书五**

按客户的区域市场分析，表现为东强西弱，需求变化将具体体现为：经济发达的华东、华北、华南地区产品需求旺盛，个人和家庭用户需求为主;经济欠发达西部地区需求较少。

按客户结构分析，因为数码产品主要是时尚产品，用户主要集中在中青年和学生群体上，这个群体的需求较旺盛。

2、 功能模块

4、主要栏目

(1)关于数码产品有限公司

本栏目采用静态页面，主要功能是宣传企业，通过对的基本情况、文化理念、服务、产品的了解，使数码产品有限公司为更多客户所熟悉、信赖。在页面设计上，我们采用灵活运用多种动画效果，力求将数码产品有限公司的企业形象予以最好的传达。

(2)企业荣誉

本栏目采用静态页面，主要内容为介绍公司所获得的荣誉证书、通过的技术认证等信息，可以采用图片加文字的表现手法。

(3)企业动态

本栏目为动态，其主要内容就是及时发布出数码产品有限公司公司内部新闻、活动。

(4)产品介绍

(5)信息反馈

信息反馈采用静态页面，实现方式为一个反馈表单，客户可以在线填写表单信息，内容以电子邮件形式发送到管理员信箱。客户可以选择不同的反馈信息类别，向不同的管理员发送反馈信息。

(6)留言板

本栏目提供了一个公共的信息发布平台，适用于作为企业内部个人办公助手以及企业与企业之间进行信息交流;在internet上储存留言资料，方便查阅。

**网站策划书案例 零食网站策划书六**

一、盈利模式

1、项目意义

二、目标客户

1、配套采购：对象身份：地产商：目前很多地产商都为客户提供精装修的房子，这就需要大量灯饰灯具，一般来说他们需要寻找价格合适、质量可靠、款式多样并适合装修风格的灯饰灯具生产厂家来大规模采购。家具生产品牌商：打造样板间和销售门面都需要大量灯饰灯具。酒店：酒店装修需要大量灯饰灯具。主要关注因素：产品和品牌。包括：款式风格、材料质地、做工、环保。生产配送的及时性价格，其实更重要的是性价比。

三、策略总规

四、项目进度

第三步：运营收益整体业务流程运转流畅，产生实际成交收益。说明：项目具体进度控制甘特图暂略。

七、投入预算

2、人员工资项目主管1人文案1人美工1人seo1人摄影外包费其它

3、竞价推广费

4、顾问费用

5、其他等。

八、收益分析

**网站策划书案例 零食网站策划书七**

一、概述

解决方案

注册以“广州天龙大酒店”命名的国际定级域名，建议使用或，前一个是“天龙”的拼音缩写加英文的“cabaret(酒店)”构成，后一个是“天龙”的拼音缩写加英文的“guesthouse宾馆”构成。

突出“天龙大酒店”个性化设计，并以fash动画形式对外展示酒店的良好形象，为浏览者创造良好的视觉效果;

酒店介绍

介绍酒店概况、特色、接待能力和服务宗旨，还可以包括酒店的历史及成功举办过的大型活动;

客房介绍(采用二级浏览)

第一级主要以文本列表形式介绍酒店不同档次的客房;

客房预订

以电子表格形式在线填写订房信息，浏览者在此填写姓名、身份证号码、订房规格、人数、预住天数、来店日期、联系方法、emai等信息，确认后这些信息将提交给酒店后台管理员;

餐饮娱乐:

以上传图片加文本介绍形式，介绍酒店的各种餐饮娱乐设施;

商务及旅游接待

介绍酒店接待商务会议及旅游团队的能力及优势;

促销优惠

以信息发布形式公布酒店的各种促销优惠方案;

留言簿:

用电子公告板形式提供住客及浏览者留言的途径，住客可以在此与酒店交流，也可以提出对酒店服务的满意程度和各种建议;

前台操作系统

住店客人入住的流程为:查询客房信息-→在线填写订房信息-→预定-→接洽入住;

定填写信息:姓名，抵达日期，离店日期，人数，预定预客房级别及数量;

当前客房查询:客房数量，房号，级别，价格，加床费;

客房图片:可实更新显示客房当前状况;

留言簿(留言板);

后台操作

酒店资料录入

预订资料管理

浏览者在线提交的客房订单，管理员审查后确认，系统就会通过emai通知浏览者预订成功;

客房入住情况录入

录入酒店当前客房使用情况，系统会自动统计，然后反映在客户端的客房介绍上面;

系统运行环境

操作系统:服务器windows20\_\_客户端windows98/95

浏览器:

数据库:

**网站策划书案例 零食网站策划书八**

二.活动策划组 总策划：计算机学院科技部、商学院电子商务协会

负责人：xxx、郭郁

三.活动对象 全体教师生

四.活动时间 .

五.活动地点

11月26--27号晚在二教一楼大厅

六.准备工作及活动流程

1. 搜集素材(我们日常生活中的点点滴滴)并提前发布到申请公共邮箱中，参赛选手可进入公共邮箱选材，也可以自己提供素材;

3. 11月15号，张贴海报和挂横幅(科技部负责两张大海报、电子商务协会负责喷绘及横幅)进行宣传，活动即时开始报名;

4. 11月20号--11月21号开始提交参赛作品至指定邮箱，21号晚9时截止;

5. 11月22号在理工之窗论坛发起投票;

6. 11月24号对作品得分进行整合，评出最佳制作奖、最佳创意奖以及感恩奖;

7. 11月25号颁发奖品并张贴获奖者名单;

8. 利用11月26--27号两天晚上时间在二教一楼大厅进行获奖作品及优秀作品展示(需要投影仪等设备以及桌子一张);

9. 27号晚展示结束后，本次活动结束，归还设备并收拾场地，28号撤下本次活动宣传横幅和海报。

七.参赛作品要求

活动主题：新生活、新空间

。 作品要能突出反映当代大学生的精神风貌、校园生活、自我展示、大学情感、未来憧憬、精彩世博等题材，要求内容健康，具有一定技术含量的同时也要有思想性和鲜明的时代特征以及一定的艺术欣赏价值。

八.作品提交

九.参赛作品评比细则

1. 11月23号评审组进行第一轮打分;

2. 大众评分，本次活动会在11月23号在理工之窗活动专版发起投票，同学们可以为自己支持的作品打分，也可对本次活动留下你们宝贵的意见;

3. 整合评审组和大众的意见得出作品最终得分，评选出本次活动的获奖作品，并在理工之窗上发布获奖者名单;

十.奖项设置

本次活动设最佳制作奖一名、最佳创意奖一名、感恩奖一名、优秀参与奖三名以及鼓励奖十名，

十一.资金预算

次活动共设置三个奖项，分别为最佳制作奖、最佳创意奖以及感恩奖，计划奖品为雷柏1800套装和4g优盘一个(最佳制作奖，价值90元)、\"你消费我来还\"(最佳创意奖，提供资金50)、感恩节电影票2张(感恩奖，价值50元)、1个月qq黄钻(优秀参与奖，价值27元)，小饰品(鼓励奖，总价值40元)，本次活动预计经费共计257元

**网站策划书案例 零食网站策划书九**

本公司在电子商务市场并不成熟的情况下进军电子商务市场，能在竞争并不激烈的情况下占领市场，扩大市场份额，以最快的速度实现盈利。

二、市场定位，功能定位

三、发展目标

吸纳投资，扩大经营范围，着手建立b2b商业交易平台。

3年以后：视情况再定。

以后逐渐增加企业产品发布板块，增加会员板块，对付费会员实行优惠政策。

风格定位为简洁明快，图片和文字相结合，以淡色做基调。

仓储超市产品价格统一定价为.99元，百元以上产品定价为元。

初期由于和传统零售商联合，可以在连锁零售商店内做广告，并在零售商店内采取诸如买一定限额商品送会员资格的推广优惠活动。。

七、技术方案

1、租用虚拟主机

2、操作系统：window20xx/nt

3、采用系统性的解决方案(如ibm、hp)等公司提供的电子商务解决方案

**网站策划书案例 零食网站策划书篇十**

一、 总括：

4.目标人群：本班全体成员，以及想了解软工六班的所有人。

3.班级新闻：班级新闻为从开学以来发生的一些重要的事情。

4.班级荣誉：这是我们班在开学以来获得的荣誉。

5.图片墙：图片墙以图片形式记录了我们一起走过的日子。

6.六班金花：展示我们班的很有特色的小女生。

五、首页的设计：

2.第二个页面为班级介绍，分为两个小部分，左边为我们班开学报到认识彼此和军训时我们的荣辱与共，右边为班级介绍展示班级的一系列活动和老师，导生和通过竞选而产生的各个优秀班委;

3.第三个页面为班级新闻，展示我们班参加的一系列活动的新闻通告，可以让更多的同学了解到更多的信息。

新闻热点有：

软工六班健康行之阳光登山 24字团日活动决赛

触动你我他的团日活动 六班的优秀辩手与精彩的辩论赛 六班的热血系篮球赛 宿舍开放日的男女交流

男生宿舍的友谊 系运动会之飞扬六班

军训回忆

4.第四个页面为班级荣誉，展示我们班参加活动所得到的奖项： 早读被评为“早读积极班级”;参加以“践行社会主义核心价值观—共筑美好华软”为主题的团日活动获得软件工程系二等奖。

5.第五个页面为图片墙，展示我们班从开学到现在留下的一张张美好回忆，展示我们的青春与活力;

6.第六个页面为六班金花，展示我们班仅有的四名女生，在我们班成功晋级为国宝，四朵金花各有各的性格特点，我们会付出行动去呵护她们，不会让她们受到伤害。

**网站策划书案例 零食网站策划书篇十一**

1、采用自建服务器，还是租用虚拟主机。

2、选择操作系统，用window20xx/nt还是unix,linux。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等。

3、采用模板自助建站、建站套餐还是个性化开发。

5、选择什么样的动态程序及相应数据库。如程序asp、jsp、php;数据库sql、access、oracle等。

如公司简介中可以包括：总裁致词、发展历程、企业文化、核心优势、生产基地、科技研发、合作伙伴、主要客户、客户评价等;客户服务可以包括：服务热线、服务宗旨、服务项目等。

六、费用预算

1、企业建站费用的初步预算

一般根据企业的规模、建站的目的、上级的批准而定。

2、专业建站公司提供详细的功能描述及报价，企业进行性价比研究。

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。

3、内容的更新、调整等。

5、说明：动态信息的维护通常由企业安排相应人员进行在线的更新管理;静态信息(即没用动态程序数据库支持)可由专业公司进行维护。

1、文字、图片是否有错误。

2、程序及数据库测试。

3、链接是否有错误。

**网站策划书案例 零食网站策划书篇十二**

1、帮助集团公司建立有效的企业形象宣传、企业风采展示、公司产品宣传，打造“xx制泵有限公司”新形象，突出xx制泵有限公司的大型企业形象。

商业性原则

作为企业商业运作的一个组成重要部分，服务于xx制泵有限公司企业文化的对外传播，服务于企业与客户、企业与员工沟通渠道的建立，完善企业服务体系，创造更多的商业机会，为企业经营者提供科学决策辅助。

品牌性原则

经济性原则

扩充性原则

解决方案

1、界面结构

2、功能模块

4、内容主题

5、人力资源

注：黄色背景的为采用动态数据库的栏目

栏目说明

引导页

在设计风格上体现企业的行业特点与个性突出的特色，做到卓尔不群。

内容上着重展示企业logo、公司名称、公司产品等信息，凸显企业形象与实力。

首页的设计着重体现企业的文化与形象，力求给浏览者一种亲和力和认知感，继而让客户产生了解更多信息的兴趣。

集团概况

“集团简介”主要介绍公司的一些基本情况，包括文字介绍和企业外景照片。

“组织机构”为集团公司的管理结构图，采用树型目录的形式展示。

“信息反馈”采用在线反馈表单，利用这个模块，浏览者可以在线提交反馈信息，可以选择提交问题的种类，反馈信息以电子邮件形式发送到管理员信箱。系统可以根据选择自动判定邮件发送地址。

**网站策划书案例 零食网站策划书篇十三**

这份策划书针对上一次稿件的很多不足进行了重新编写，使得策划的内容更具操作性，但市场分析部分代表着个人对眼镜行业发展的一些粗浅观点，观点未变，所以未有改动。 市场分析：当前，中国社会消费结构发生了重大变化，广大群众从过去对物质要求转变为对当前的精神文化产品提出了更多更高的要求，这就为文化产业的发展提供了前所未有的机遇和良好的发展空间。目前眼镜行业的消费也已呈多元化发展态势。这种多元化表现为： 消费结构多元化；消费群体多元化；消费观念多元化。

就消费结构而言：

近年来，社会的消费结构发生了重大变化。八十年代人们消费的重点是自行车、电冰箱、手表等物品；九十年代人们消费的重点是电视机，手提电话、电脑等；眼下，人们的消费重点是汽车和楼房。这种消费 “升级”使眼镜变成了必需品和时尚品。因此，眼镜的消费群体必然得到了放大。

就消费群体而言：

随着经济的发展，眼镜的消费群体不光局限于近视、老花等人群，它已经变得多层化。 就消费观念而言：

健康消费、体验消费、时尚消费、整合消费已经成为现代人崭新的消费观念。眼镜在现代消费中已经成为珠宝消费的组合物，成为时装消费的装饰物，成为健康消费的必备物，成为休闲消费的时尚物。因此，其消费空间必将大大的放大。

这种眼镜消费的多元化的发展趋势使眼镜在生产、销售、流通和市场开发过程中也呈现出多元化的发展趋势。这种多元化表现在：1、眼镜原材料多元化； 2、眼镜品种多元化；3、眼镜功能多元化；4、眼镜批销渠道多元化；5、眼镜经营理念的多元化。

由此可见，眼镜在现今已不单单是供求商品了，它已发展成为了一种文化，一种眼镜文化。

长期以来，我国对眼镜文化的重视程度远落后于市场的发展。既没能充分注意到时代潮流的特征，又没能高度审视眼镜文化的发展和崛起，就更不要说从眼镜文化发展的趋势中发现它的闪光点。以至，具有最大发展潜力的中国眼镜业，多数只能成为他人的模仿者。 因此我们要做的是运用现代的营销理念，经营方式，最大程度的开发眼镜这一产品身后的文化价值，开创眼镜行业的先河。

广告推广方案

目标市场：杭州各大学校的师生，其中最大的消费群体是学生。

主要经营项目：各式眼镜及关于配镜护眼的免费咨询。

广告策略及战术策划：

一、平面广告投放

2、在校内的宣传栏张贴宣传海报，其宣传面广，可以让大部分学生看到，但对于这种海报学生仔细阅读的可能性较小，因此宣传海报的内容要以大标题和醒目的图案图标为主，但详细介绍仍不可少，以方便那些对本广告感兴趣愿意详细阅读的人群。

二、传统媒体广告投放

1、有请杭州当地广播电台的热门主持人为广告主播，制作成日常生活版广告。作用：他们是当地当红dj，有请他们可以起到事半功倍的作用，很多在校大学生都爱听他们的节目，生活般的情趣、搞笑的语言、年轻的心，这样的广告自然会引起年轻人的关注。

2、电视广告投放

四、公关战略推广

广告主题与基调策划

电子商务这个购物模式虽然逐渐进入千家万户，但目前真正愿意尝试的主要还是年青人

和知识分子群体，其中最主要的是大学生，因为他们的好奇心强，对新鲜前卫的事物总跃跃欲试。所以我们要抓住这种心理，在广告词中尽量用一些引诱和激励的词句。如“领略前卫购物模式，成为e时代先锋”等。

广告反馈调查

在本广告投放一个月后，进行广告效果反馈调查。以印制市场调查表的形式进行。调查时间可以定在晚上九点以后，地点为大学宿舍，这个时间段学生们比较空闲，调查表的派发在这个时间段比较适宜，为避免同学们感到厌烦，要注意调查表的内容不要太繁杂，并且在派发调查表的过程中可发放小礼品。

以下是我为亿超眼镜设计的广告推广词：

1、“亿超眼镜”，相信您的眼睛!

2、镜里镜外，两片世界！

3、“亿超眼镜”，以最贴心的服务，最专业的角度．带给您全新的视野．

4、世界“镜”收眼里！

5、让眼睛说话的眼镜

6、心灵的窗户需要心灵般的呵护！

7、跟随年轻的脉动，展现青春的活力。

8、你想和我一起看世界吗？

通过观察周围的人物和故事，发现对于二三十岁的年轻人来说，事业与情感仍然是永恒不变的话题。这个阶段正处于人生的上升期，对未来充满美好的期待，渴望获得成功，实现个人价值，所以凭着年轻和热情，肯为事业付出一切。然而生活工作节奏的加快，阅历和经验的差异，使得年轻人在追求事业和爱情的道路上不可能总是一帆风顺，会面临意想不到的挫折和变数，往往需要独自做出选择。这时候，自信的态度就显得格外重要，这也成为现代人最看重的品质。

创意一：

镜头1．学生宿舍，几名学生正趴在写字台上埋头苦读，显疲惫状。

意境：节奏紧张并辛苦的学生生活。

镜头3．（镜头切换）上述几名学生，着装时尚，戴着他们订购的太阳镜，走在繁华的街头。然后屏幕打出“‘跟随年轻的脉动，展现青春的活力’，一切尽在亿超眼镜商城。” 创意二：镜头1.在屏幕中出现一幅山水画，非常美，非常清晰，打出字幕或声音“你看过这么美丽的画面吗？”

镜头2.再次打出字幕或声音“如果这样呢？”，画面模糊。

意境：暗示近视群体眼中的世界。

镜头3.切换镜头，屏幕中出现非常壮观的景象，（如一望无际的沙漠，大海等），同时打出字幕或声音“你见过如此壮丽的景象吗？”

镜头4. 再次打出字幕或声音“如果这样呢？”，画面亮度变强直到屏幕全白。 意境：暗示生活在强光下人群眼中的世界。

**网站策划书案例 零食网站策划书篇十四**

下面就是需要说一下策划书设计到的具体内容。每个栏目的策划书应该是格式统一的。

第一，是栏目概述，其中包括栏目定位，栏目目的，服务对像，子栏目设置，首页内空，分页内容!这一部分起到一个索引的作用，让领导看起来能对栏目有一个大概的整体把握和了解。

第二，为栏目详情。栏目详情就是把每一个子栏目的具体情况描述一下，其中包括到各个子栏目的名称，6栏目目的，(把子栏目的目的写清楚)服务对像，(用以明确栏目的发展方向，更好的为达到目的而做哪些具体内容)内容介绍，(详细说明本子栏目的具体内容)资料来源，(说明该栏目的内容来源是什么，以保证栏目开展下去不会出现没有内容的情况)实现方法，(讲述实现这个栏目的具体方法)有关问题，(栏目负责人在栏目的策划过程当中想到的，目前尚未解决的问题)

重点提示(重点提示美工人员或编程人员需要注意的地方，或需要结合的地方，也可是栏目策划人员对该子栏目在这些方面的良好见意)

第四，最后一项为附录，用以记录这个文档的历史修改过程，和改了哪些内容。

整合测试接下来，当两边的工作都完成以后，就是整合。把程序和页面时行整合。整合完以后，需要内部测试，测试完成，整个项目就顺利完工了。

**网站策划书案例 零食网站策划书篇十五**

前言

一、项目简介

二、市场目标概述

(1)前期：b-c模式时

(2)后期：过渡到b-b模式后

三、项目优势及特点简介

四、项目运作的可行性

竞争分析

自身优势

1. 广泛性

2.互惠性

3.多样性

胜利广场入住商家可以获得多渠道销售方式。

4.地域性

5.关联性

胜利广场现状:

1.经营场所的广阔性

消费者想要找到特定的商家非常困难。

2.产品价格的区域性

3.产品价格约束性

消费者到商家可以看到实物，更加放心购买产品。(大连地区消费者)

宗旨

商业模式

1. 发展规划

2. 建设进度

七、市场与销售

(一) 目标受众群体的定位

(二) 产品策略

1. 产品定位

产品多样化、时尚化，年轻化，多元化.

2. 品牌和商标

通过市场运作，熟悉行业特点，创出自己的品牌。

3. 质量和服务

追求正常经营下客户无退货要求，把好质量关，质量不好的货坚决不发货。加强售后服务的管理。

4.产品策略的调整

(三) 定价策略

1.定价目标

2.定价导向

根据客户反映作出适当调整，同时保证产品的正常利润。

3.定价及价格调整

根据产品市场调控情况而定。

(四) 销售策略

1. 销售渠道

2. 销售步骤

1.注册会员→2.在线下定单→3.邮件或电话确认信息→4.客户银行汇款→5.组织发货→6.电话或email通知→7.客户收到产品(根据实际情况4、7条可以颠倒)。

(五) 商城工程的技术解决方案

2、五分钟自助建店

3、商品自动陈列和分类功能

本模块采用数据库技术，帮助入驻商厦的商家将商品自动陈列在商家的商铺内，同时还提供按产品分类等的检索方式，并提供商场内商品搜索引擎。

4、特惠商品推介模块

5、独立的结算平台和多种结算方式

6、二级域名自动生成系统

系统自动为每一个开店的商家生成二级域名，即时实现，即时使用。

7、多种建店模板选择

8、wap(手机)购物功能

各入驻商家拥有独立的wap购物功能模块，可实现顾客通过手机直接向商家下购物订单。

2. 与视频语聊合作。

可以在每天有选择的与各类房间进行合作，推出现场展示。

4.互惠链接。

5.新闻发布。

6.创办一份电子杂志。

7.在邮件程序中安装\"自动落款\"功能。

10.发起联盟计划。

11.论坛上推广

12.注册搜索引擎

15.参加公益活动:

力所能及的支持国家希望工程，逐年增加资助名额，培养企业员工的社会责任感，树立企业良好的社会形象

16.建立会员俱乐部。

17.在胜利广场入口处建立标志性建筑物

19.校园推广：

传统媒体宣传

20.报纸宣传

21.外媒体宣传

cis手册的导入

cis手册的导入有两个方面的作用：

对内能使企业员工达到统一的意识;产生归属感和自豪感;进而激发员工的潜能、提高企业的经营效益，加强企业自身的竞争意识和竞争能力。

cis对外能有效地将企业的各种经营信息传达给社会公众，促使其认识、识别。能令社会公众产生认同感，转而承认和支持企业的存在，改善企业生存的外部环境。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找