**《中国企业报》集团**

**“传播营销一体化工程”方案**

对于大多数实体企业来说，经营企业在本质上只有两件事情，一件是把产品生产合格，一件是把传播做好，只要将这两件事情做好，其他事情几乎都可以迎刃而解。产品合格是基础，传播是做好品牌和市场的关键，在产品合格之后，传播是唯一重要的事情，但是传播不是传统意义上的宣传，而是要以新媒体传播为主的方式进行。为帮助广大中小企业尽快走出疫情和国际大环境的影响，迅速迎来复兴，中国企业网、中国企业报、《中国企业报》集团全媒体中心、《中国企业报》集团中国企业服务中心等单位牵头发起并联合相关主流媒体共同参与“传播营销一体化工程”，旨在提升企业知名度、塑造产品品牌、扩大市场，为企业赋能，助企业发展。帮助广大企业快速走出三年的疫情影响，在最短时间内走上正常发展之路。

**一、总体思路**

针对企业产品，实施全媒体、特别是新媒体的传播方案，以艺术化的音频和视频形式讲好企业故事、特别是企业产品故事，提升企业和企业产品知名度，以企业的业绩提升量来衡量传播的效果，并以对赌的方式进行运作。

**二、执行主体**

**（一）发布主体**

中国企业网及其新媒体矩阵、中国企业报和相关主流媒体。

**（二）运营主体**

《中国企业报》集团全媒科技有限公司。

**三、操作方式**

**（一）传播素材的编制和制作**

1. 为企业或企业产品编写一组（3——5个）精品故事。

2. 为企业或企业产品编写一组（12——15篇）文字加图片的报道。

3. 为企业或企业产品编写制作一首歌曲（企业之歌或产品之歌）。

4. 为企业或企业产品编写制作一部微电影（3——5分钟）。

5. 为企业或企业产品开办一组（5——6）现场直播。

6. 为企业或企业产品提炼一句口号或一个段子。

7. 派一名实战经验丰富的营销导师入驻企业实地指导企业营销团队100天时间。

以上六个方面简称为“七一工程”， “七一工程”所形成的传播资料，企业以后可以长期使用。

**（二）媒体发布**

利用上述“七一工程”形成的宣传产品，为企业提供两年时间的持续宣传传播，传播价值在人民币100万元以上。

1. 通过以中国企业网和中国企业报为核心新媒体矩阵全网发布。

2. 联合主流媒体阶段性发布。

**四、收费模式**

**（一）先收费模式**

1. 上述“七一工程”向企业一次性收费人民币30万元。

2. 确保企业在一年内市场业绩提升量在人民币200万元以上，如果缴费企业在一年内市场业绩提升量只有人民币100-200万元（不含200万元），则退款40%给企业；如果缴费企业在一年内市场业绩提升量在人民币100万元（不含200万元）以下，则退款80%给企业。

**（二）后收费模式**

1. 先垫资为企业做上述“七一工程”，事先不向企业收费。

2. 以后每个季度按照企业营业额的提升额（与企业上个年度的相应季度的营业额对比）提取30%的费用，并且连续提取两年时间。

**五、重点行业和企业**

根据我们的优势和经验，我们选择以下重点行业和重点企业开展“传播营销一体化工程”。

**（一）重点行业**

1. 酒类并以白酒行业为重点。

2. 矿泉水行业。

3. 茶叶行业。

4. 化妆品行业。

5. 保健品行业。

6. 食品行业。

7. 礼品行业。

8. 家庭日用品行业。

**（二）重点企业**

1. 企业连续经营3年以上。

2. 企业过去两年的平均营业额在人民币1000万元至3亿元之间，尤以年营业额在人民币2000-5000万元之间的小企业为重中之重。

3. 企业具有专职营销团队，成员在8人以上。

4. 企业实际控制人的诚信度较高。

5. 企业产品具备持续3年以上的销售增长趋势。

中国企业网

中国企业报

《中国企业报》集团全媒体中心

《中国企业报》集团全媒科技有限公司

2023年1月1日