



东方盛思营销顾问机构

中国企业营销力策划专家



企业服务手册

北京·武汉



01

企业概况

企业简介

企业愿景

企业定位

02

企业营销力策划体系

企业营销力策划模型

03

案例展示

案例展示

合作伙伴

04

组织架构

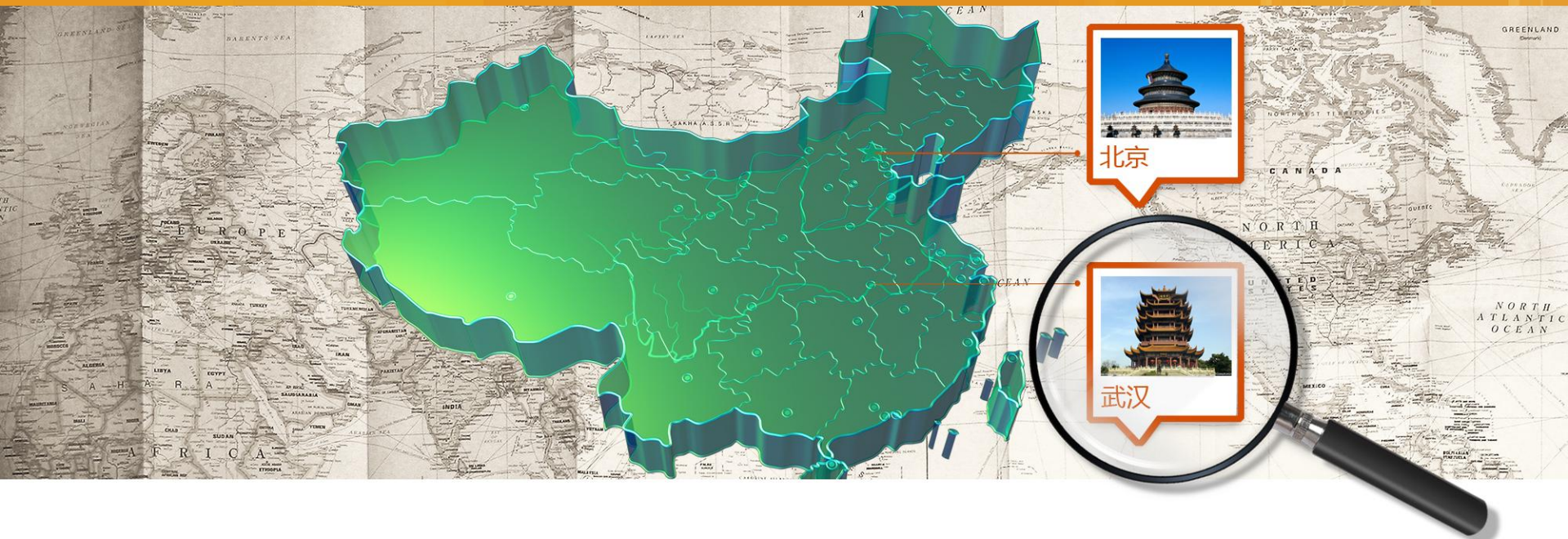
组织架构

专家团队



企业简介

Enterprise Profiles



东方盛思营销顾问机构创始于2007年，现设北京和武汉两家分支机构。东方盛思经过多年服务客户的经验，结合中国市场环境的实际，提出“产品是企业所有营销工作的基础，营销力是企业所有能力中最核心能力的观点”，并在多年理论与实践结合的基础上，创立了中国营销策划和管理咨询界独一无二的“企业营销力策划体系”，受到业内推崇。



企业愿景

Enterprise Perspective

做中国首家
最具责任心
的营销顾问

用心
服务





企业定位

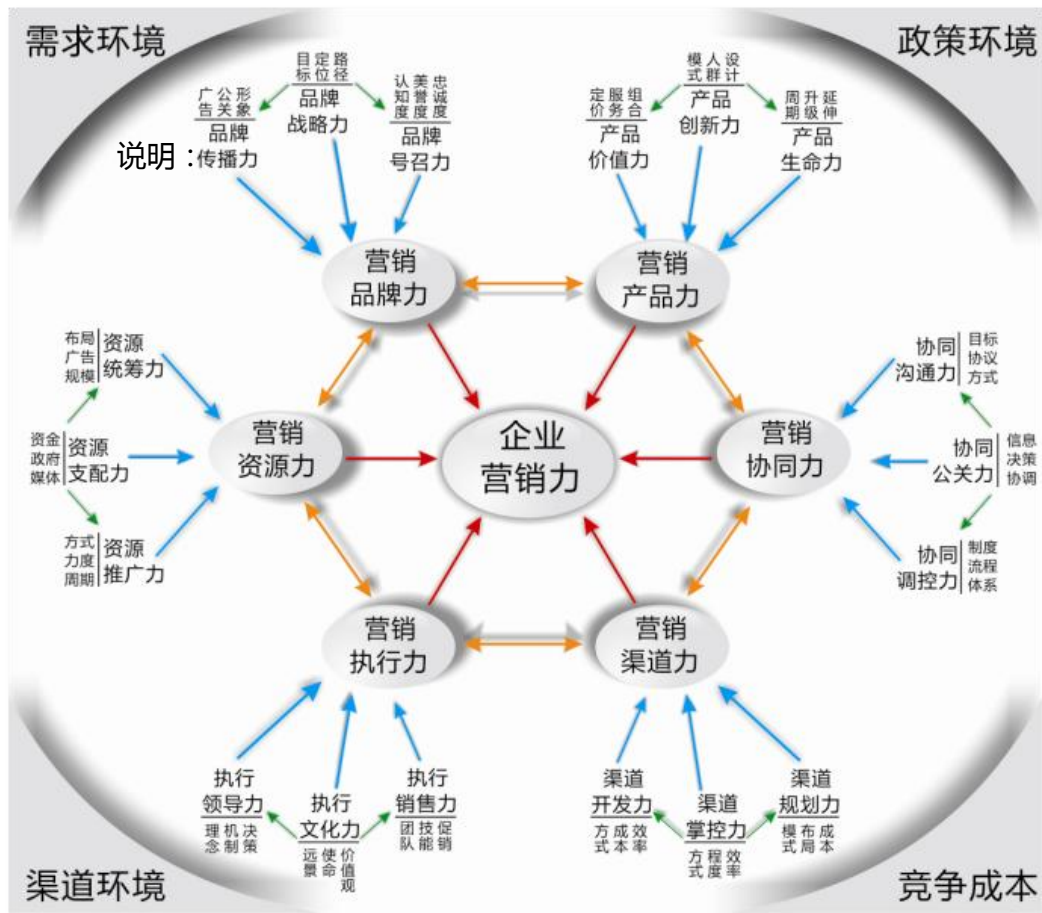
Enterprise Positioning





企业营销力策划模型（一）

Enterprise Marketing Plan System



企业营销力是**六大亚力**的函数，每一亚力又是**三大分力**的函数。

企业营销力 = f (资源力，品牌力，产品力，渠道力，执行力，协同力)

产品力 = f (产品创新力，产品价值力，产品生命力)

品牌力 = f (品牌战略力，品牌传播力，品牌号召力)

资源力 = f (资源支配力，资源统筹力，资源促销力)

协同力 = f (协同沟通力，协同调控力，协同公关力)

渠道力 = f (渠道规划力，渠道开发力，渠道掌控力)

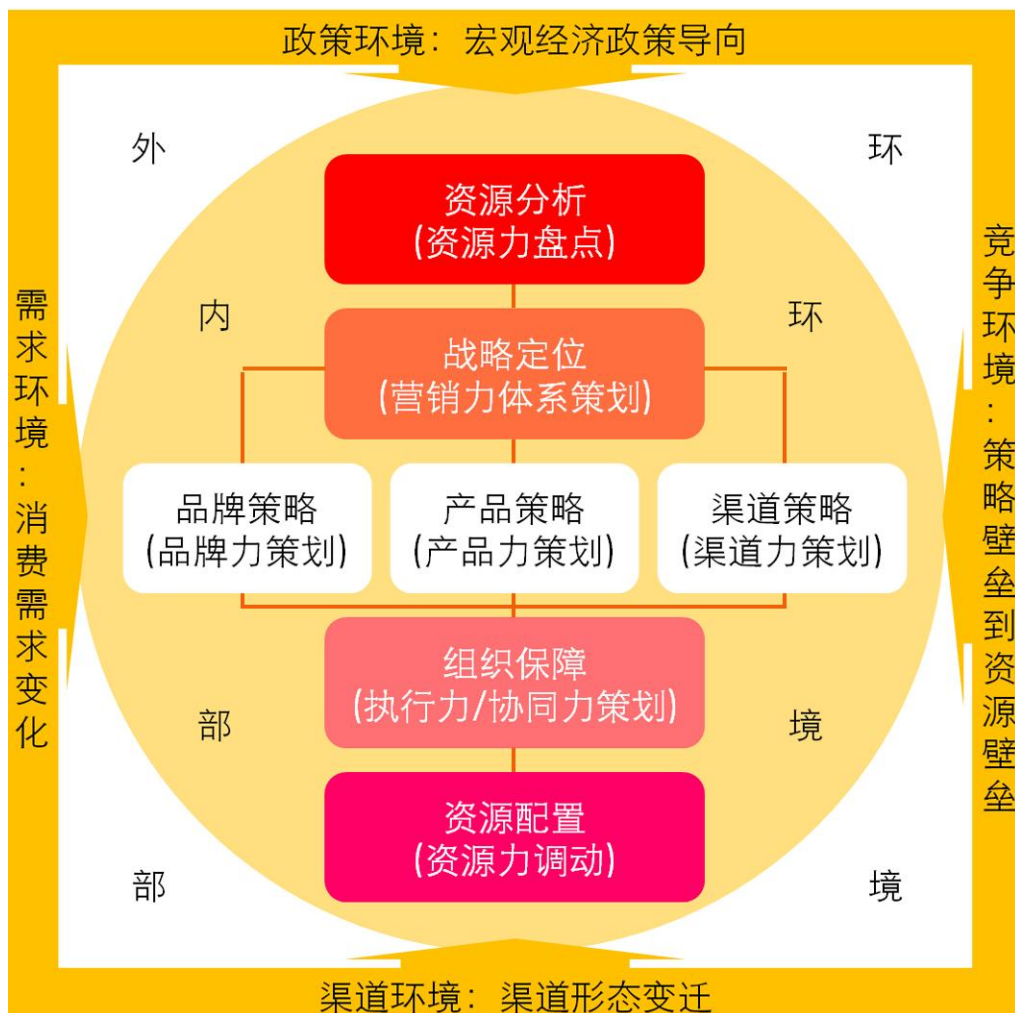
执行力 = f (执行文化力，执行领导力，执行组织力)

成功企业都对**政策环境、需求环境、竞争成本、渠道变迁**四大环境变量敏感异常，将企业营销力关键要素调整同这四大环境变量中的任何一种变量均紧密关联，并显示出高度的步调一致性。



企业营销力策划模型（二）

Enterprise Marketing Plan System



	重要程度	可控程度
政策环境	9—10	0—1
消费环境	7—8	3—4
竞争环境	5—6	6—7
渠道环境	5—6	4—5
资源分析	8—9	7—8
战略定位	5—6	7—8
品牌策略	9—10	7—8
产品策略	8—9	7—8
渠道策略	8—9	8—9
组织保障	6—7	6—7
资源配置	9—10	6—7



案例展示（一）

Case Display



旭日升的雏形是河北省冀州市供销社，是上世纪90年代红极一时的饮料品牌，1998年曾创下30亿元的年度销售额。但后期由于管理不善等诸多原因，使旭日升品牌一度沉默。曾作为衡水市名片的旭日升倒台，令衡水和冀州两级政府颇费脑筋，如何想方设法激活旭日升近十年来一直困扰着地区政府的主管领导。

汇源集团是中国果汁饮料龙头企业，汇源在衡水地区投资的工厂，自投产以来经营效益良好，为地区经济发展持续注入活力。2010年初，时任衡水市长高宏志和汇源集团董事长朱新礼达成由汇源集团出资整体收购旭日升商标的意向，东方盛思于2010下半年受邀为汇源集团茶饮料项目上市进行整体营销力策划。

2011年2月23日，东方盛思组织汇源集团于国家体育馆（鸟巢）召开盛大新闻发布会，标志者“旭日升”品牌的正式复出。我们通过对企业资源力的充分分析，建议将旭日升运作为汇源集团旗下专业的茶饮料品牌，并独立于汇源原有营销体系外，组建全新的团队和网络运作市场。重新提炼的“旭日升冰茶解渴提气”品牌诉求，借助系列轻媒体传播，自2012年3月到6月，累计组织汇源茶项目团队以华北为中心召开5场区域招商会，帮助集团招募全新茶饮料经销商280余家，实现招商回款6000万元，同时通过强大的终端拓展和主题促销辅助，产品上市半年内累计实现销售回款9800万元，创造了旭日升品牌复出的首个开门红。



案例展示（二）

Case Display



北京康宝源食品有限公司专业致力于素食食品的开发与运营。2012年初，康宝源营销总监杨波先生找到胡世明老师，就旗下“十素年华”品牌的定位、产品线规划、视觉设计、营销策略规划等系列工作委托东方盛思。东方盛思营销力策划正式进军素食领域。

针对十素年华的关键问题“品牌文化”，我们进行了深入研究，精选了三大文化，称为三个“十”，即“十善”、“十戒”、“十素”，创造万物精华集于十素年华之理念，提炼出十素年华的品牌文化与内涵，提升了品牌核心价值，得到客户高度认可。十素年华自2012年3月于成都春季糖酒会亮相至今，在北京组件了直营公司，产品累计进入北京的大部分和天津部分有影响力的超市系统，取得良好的消费者认知。

康宝源和东方盛思的合作仍在进行中，目前，东方盛思正为十素年华更大范围内的市场启动提供全方位的企业营销力策划，我们立志携手开发并引领中国素食市场的新未来！



案例展示（三）

Case Display



瑞驰景田



山西瑞驰景田生物科技有限公司成立于2009年5月，是一家专业生产有机肥和生物有机肥的农资企业。该行业属于起步阶段，暂未得到市场广泛认可，也没有龙头领军企业的出现，但市场前景广阔。

东方盛思于2012年8月与瑞驰景田达成战略合作关系。东方盛思介入后，通过对行业和企业的深度调研，看到整个农资行业混乱而又落后的营销现状。我们为瑞驰景田的策略建议如下：

- 1、重新定义产品线，由以前的“有机肥产品提供商”升级为“农产品种植技术服务供应商”，将主打产品“驰田牌有机肥”重新整合到“技术服务”的大产品线范畴，站到产业链的高度，整合瑞驰景田企业优势，通过提升产品力而提升企业竞争力，与行业中低端企业拉开距离，占领行业需求制高点；
- 2、就品牌重新定位，提升品牌力，迎合农民重经验、计成本、重成效、已跟风的特点，通过简单明了、直截了当的品牌口号，直击目标受众；
- 3、策划渠力，引入农资行业盘中盘渠道开发和管控模式，细分渠道和终端类别特征，采用一类渠道一类策略的方式，针对性的设计销售政策，解决了客户群体多样化而引起的需求多样化问题，有利促进了市场开发进度。

东方盛思与瑞驰景田的合作还在进行中，相信东方盛思企业营销力策划必将助理瑞驰景田掀起中国有机肥市场的新革命。



案例展示（四）

Case Display



古井贡作为中国曾经的八大名酒之一，因内部管理问题导致销量直线下滑。自2007年新任董事长曹杰接手以后，欲大刀阔斧进行改革，在如此背景之下，东方盛思营销力策划为古井集团的重新焕发注入了一剂强心针。

自08年始，东方盛思全程参与古井贡酒系列新品的全国市场推广运作，开展高效运营和深度营销，梳理瘦身产品线，负责古井原浆系列产品的策划，通过与古井集团合作的不断深入，从品牌到市场一线实操，东方盛思通过与企业的共同努力，协助古井品牌迅速回归，获得了客户的高度认可。

东方盛思企业营销力策划在传统的中国白酒行业大展身手！



案例展示（五）

Case Display



宁夏红是中国知名果酒品牌。品牌自2001年度创立以来，不但开辟了枸杞果酒新品类，打造了一个中国市场家喻户晓的知名品牌，也因此致富了宁夏一方枸杞果农。湖北做为华中要地，同时是劲酒老家，一直为宁夏红董事长张金山所看重。宁夏红项目也是东方盛思接手的第一个区域托管项目。

在“聚焦”思路的总领下，东方盛思以“二、三线市场包围中心市场”的策略，找到切入口，实现市场的新启动，并通过打造样板市场策略，步步为营实现了市场的逐步覆盖，帮助宁夏红在湖北地区销售额迅速攀升，实现了其挺进湖北市场、进入湖北知名果酒品牌行列的战略目标，并为公司进一步向华中市场进发打下坚实基础。



案例展示（六）

Case Display



2007—2009年，东方盛思皖酒项目团队全程导入皖酒集团天津市场百年系列项目操作，项目组以全程贴身的服务模式，帮助天津分公司实现销售额400万元到近亿元的迅速攀升，在销售不断获得突破的同时，实现品牌在天津市场进入一线主流白酒品牌行列的目标。为皖酒建立北方基础市场，迅速向华北东北市场进军提供了坚实帮助。我们给出的解决方案有：

1. 通过品牌细分，制定分品牌扩张模式，打造百年系列皖酒联合舰队；
2. 采取中心城市突破战略，在天津市场导入直分销模式；
3. 摒弃大代理模式，开辟厂家主导开发模式；
4. 制定分渠道策略，系统推进；
5. 派驻团队入驻天津办事处，组建和培养营销队伍。
6. 为渠道留出足够的利润，并辅助于政策激励，对价格的刚性控制策略。
7. 单品牌突围模式，百年皖酒系列从高中低端齐头并进，全价格带分布。
8. 先烟酒店、后餐饮渠道、最后进入流通渠道。
9. 避开川酒主导价格区，主推价格带以中档为主的精品皖酒。



案例展示（七）

Case Display



从2010年开始合作至今，东方盛思团队成员与安徽地产名酒钟馗达成长期战略合作，从企业的整体发展战略到后期市场整体运作，全程帮扶，合作第一个年度，帮助企业实现销售额从历史最低点800万到突破2000万，在第二个年度，东方盛思与客户一道再接再厉，在地产品名酒复兴的道路上不断前进。东方盛思企业营销力策划涉足黄酒领域！



案例展示（八）

Case Display



2010年，东方盛思营销力策划与古南丰黄酒企业进行深度合作，成为第一家对黄酒企业深入操盘营销咨询机构。东方盛思针对企业现状，通过产品整合，打造了古南丰枸杞花雕酒微风系列，迅速的在安徽市场风起云涌。东方盛思通过对整个黄酒市场的渠道整合，品牌构架及打造上助力黄酒企业进行了新一轮的飞跃。



合作伙伴

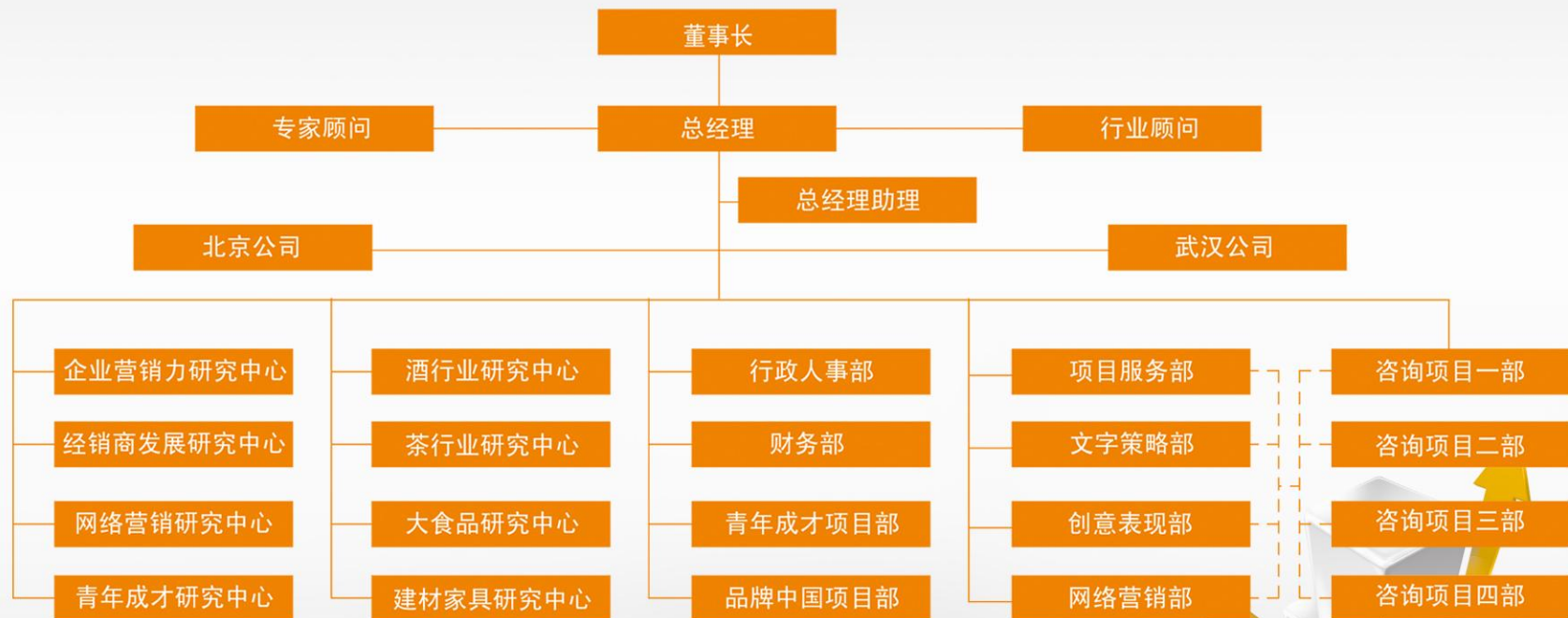
Cooperative Partners





组织架构

Organizational Structure





专家团队（一）

Team of Experts



胡世明

中国咨询界首创企业营销力策划体系 中国企业营销力策划第一人

东方盛思营销顾问机构首席咨询顾问；黑龙江绿博蜂业有限公司董事；乡品汇网联合发起人；BCIU品牌中国产业联盟专家；《新食品》产业研究所特约研究员；《新食品·中国食品评介》专家点评团高级顾问。《中国经营报》、《销售与市场》、《中国企业家》、中国营销传播网、全球品牌网等数十家著名财经媒体专栏作家。武汉大学工商管理硕士（MBA）。ICMCI国际注册管理咨询师（CMC）；中国市场学会与中国教育部联合认证市场营销总监（CMO）；AACTP美国培训协会认证培训师（TTT）；高级营销师；2008年度十大营销专家。曾任中国汇源果汁集团有限公司品牌总监、德隆国际战略投资有限公司战略规划总监、宁夏红枸杞产业集团有限公司总经理、宝洁（中国）公司全国通路行销经理。曾服务于中国汇源果汁集团、重庆成远集团、海南椰岛集团、吉林太阳城集团、南浦食品、太白酒业等企业。



专家团队（二）

Team of experts



赵昱峰

东方盛思营销顾问机构高级合伙人 项目群总监

在文化、广告、策划、传媒机构及甲方企业多年从业经验，喜好国学，致力于传统文化的现代化、大众化、生活化、生产化的“四化”研究与应用。从业十余年来，先后担纲项目孵化、新品开发、品牌建设、企业文化、政府形象、区域规划、整合传播、媒体创办等各类项目七十多项，先后服务过京华寻梦人杂志、中国驰名商标网、明会红医疗美容机构、红星二锅头、江西省宜黄县、金三角面业、一极道推拿道场、思上宁跃农业科技、七彩云南普洱茶、欣靓典化妆品厂、东宝源素食、瑞驰景田生物科技、北京老水碓子花鸟虫鱼市场等客户。

工作信条：市场无常，繁难无间，思维无为，良策无我。



专家团队（三）

Team of experts

袁荣飞

东方盛思营销顾问机构总经理助理、人事行政经理，中国政法大学毕业，多年来一直从事人力资源管理工作，曾就职汇源果汁集团，担任集团人力资源部经理职位，在人力资源管理方面有着丰富的理论知识和实践经验，善长分析，思维严谨，在销售考核、团队管理、人员激励等方面有着深刻的见解和许多卓有成效的成功案例。



陈亮

东方盛思营销顾问机构设计总监，毕业于湖南工业大学，从业8年。曾服务贵州茅台集团，香港港华燃气集团，中国平安，招商证券等多家大型企业。具备丰富的设计策划经验。



专家团队（四）

Team of experts

赵 峰



东方盛思营销顾问机构美术指导，工业设计专业，后转向出版物制作、平面广告设计。具有6年广告设计、VI设计、杂志设计、版式设计、网页设计、会展设计等工作经验。熟悉印刷工艺流程，先后担纲过近百个设计项目主创，经验丰富，创意一流。

谢 凡



东方盛思营销顾问机构资深文案策划，毕业于湖北二师，五年营销策划经历。曾服务于东风本田、中国银行、三特集团、万达集团等知名企业。拥有极强的创新力，创造力，执行力和营销策划功底，文笔犀利，善于发掘和运用。



联系我们

Contact us



武汉

武汉公司

地址：武汉市武昌区武珞路442号
中南国际城A栋2307

免费客服：400-886-1357

座机电话：027-87130216

027-87364816

北京办事处：

地址：北京市朝阳区朝阳路远洋
国际中心D座2305

电话：13911147565



北京