

广州皇上皇营销创新策划书
集团

会计 162 201610964212

方玉恋

2017/11/24

目录

目录.....	1
一、纲要.....	3
1、营销策划书作者的简介.....	3
2、 营销策划书的主要内容.....	3
二、广州皇上皇集团股份有限公司简介.....	3
三、广州皇上皇集团股份有限公司业务及技术.....	3
四、 市场特性.....	4
(1) 我国肉制品产业现状.....	4
(2) 行业竞争的现状.....	4
五、行业分析.....	4
六、产品的分析及其特点.....	6
(1) 产品类别.....	6
(2) “皇上皇”产品特点.....	6
①在产品品牌特点上.....	6
②在产品价格上:	6
③在产品质量上:	6
七、产品定位与细分:	6
八、 产品的 SWOT 分析.....	6
1、Strength(优势):	7
(1) 拥有悠久的历史.....	7
(2) 知品牌, 荣获国家等百余殊荣.....	7
(3) 公司规模大, 设备齐全.....	7
(4) 口味独特, 菜品多样.....	7
(5) 质量好 食品安全.....	7
(6) 产品多元化.....	8
2、 Weakness(弱势):	8
(1) 有限的市场规模和上升的竞争压力.....	8
(2) 价格调涨的空间越来越小.....	8

(3) 消费者消费心理的相对不稳定.....	8
(4) 宣传力度不够.....	8
3、Opportunity(机会):	8
4、Threat(威胁):	9
(1) 市场上有很多知名品牌对其构成威胁.....	9
(2) 食品质量安全事件对其构成威胁.....	9
(3) 潜在竞争者对其构成威胁.....	9
九、调查问卷问题情况及分析.....	9
1、调查问卷问题情况.....	9
2、问卷分析.....	18
九、 渠道推广策略:	20
(1) 赠送礼品.....	20
(2) 抽奖活动.....	21
(3) 改善购后服务.....	21
十一、渠道规划:	21
1、长期目标.....	21
2、 短期目标:	21
(1) 品牌效应.....	21
(2) 持续建立良好口碑.....	21
(3) 服务态度.....	22
3、加盟优势:	22
十二、项目的可行性分析.....	22
1、社会发展的需要.....	22
2、发展本产品的建设是行业发展和消费者的需要.....	22

一、纲要

1、营销策划书作者的简介

我叫方玉恋，来自仲恺农业工程学院管理学院 16 级会计系的一名学生，我喜欢运动，也喜欢营销管理。脚踏实地，敢闯敢拼，永不放弃，永不抛弃是我的座右铭。

2、 营销策划书的主要内容

本次营销策划书的内容名为《广州皇上皇营销创新策划书》，以广州皇上皇集团股份有限公司（以下简称皇上皇集团）的营销创新为策划对象，开展各项营销策略与传播工作，提供更精准、更接地气、更有创意的营销策划方案。策划书包括纲要、广州皇上皇集团股份有限公司简介、广州皇上皇集团股份有限公司业务及技术、市场特性、行业分析、产品的分析及其特点、产品定位与细分、产品的 SWOT 分析、调查问卷问题情况及分析、渠道推广策略、渠道规范化及渠道规划。

二、广州皇上皇集团股份有限公司简介

广州皇上皇公司是由广州岭南国际企业集团有限公司和广州岭南置业有限公司共同出资组建的全资国有企业，始创于 1942，是以中华老字号“皇上皇”为核心品牌集合岭南集团属下关联的优质企业和资源，其所生产的皇上皇“金冠”牌腊制品因具有独特的方式“糖酒”风味而享有“腊味之王”。近几年来，广州皇上皇公司先后获得“中华老字号”“广州老字号”“广州十大手信”“广州盛科学技术奖”“广州非物质文化遗产”等百余殊荣。皇上皇品牌腊制品产销量居广州首位，在省内同行业中名列前茅。

三、广州皇上皇集团股份有限公司业务及技术

1、业务涉及屠宰加工、食品加工、冷藏储备、终端销售，目前已形成“生猪采购→屠宰加工→预冷分割加工→冷冻储备→肉制品深加工→终端销售及配送”紧密型一体化的肉类产业链，旗下拥有家喻户晓的中华老字号皇上皇以及孔旺记、香肠先生等知名品牌，以腊制品生产为龙头，同时加工销售西式熟肉制品、休闲食品、鲜肉冻肉等系列产品。皇上皇经过半个世纪的发展，现已形成以腊制品味龙头，休闲食品、粮油制品、即食及微波食品、月饼

为特色补充的多元产品结构，品种和规格多达 168 种。目前正积极进军三板，实现国有资本的保值增值。

2、广州皇上皇集团有限公司拥有自主研发智能技术领先的腊制品热泵干燥培房、德国真空自动扭结灌肠机及腊肠自动悬挂系统等一系列行业领先的价格设备，在全国行业范围内率先通过了 ISO9001 质量管理体系认证、HACCP 食品安全管理体系认证，为产品质量的持久稳定提供了有效的技术、体系保障，切实履行国企责任。

四、 市场特性

（1）我国肉制品产业现状 我国肉类市场基本呈现着本土品牌一花独放的状况，并且产品的集中度也很高，一批拥有先进设备和工、规模不断扩大、营销体系不断完善的企业在市场上的知名度越来越凸显。随着肉制品企业的发展和壮大，近年来在腊味行业正蕴藏着一些新的动向，腊味市场的发展历程为我们呈现出一部典型的产业发展史。

（2）行业竞争的现状 市场产品和渠道同质化严重，同质化就意味低利润恶性竞争，所谓“山寨战山寨，一代不如一代”，一味模仿并不是长久之计，只有不断创新才是出路，走差异化道路，搞品牌建设，产品不断创新、工艺不断创新、营销模式不断创新，同时进行市场细分，精准确定位，才能使产品不断提高附加值。

五、行业分析

腊味知名品牌公司	知名品 牌	品牌简介
深圳喜上喜 实业有限公司	喜上喜	成立于 1981 年，是以经营肉类食品加工的综合企业，是我国优秀龙头食品企业，荣获行业唯一国家质量金奖、中国消费者十大知名品牌、广东省著名商标、深圳人最爱的肉质品牌等称号，出口东南亚和港澳地区。
江门市鹏中皇畜牧 有限公司	鹏中皇	以生产“鹏中皇腊味系列”产品为主的腊味加工厂，荣获“消费者最信赖质量放心品牌”“中国质量 500 强”“中国十大质量腊味品牌”“江门市旅游优秀商品”“连续三届中国侨乡丽人风采

		大赛指定产品”“2009-2010 年江门市十佳农土特（加工类）产品”等称号。
	盈加福	是传统广式腊味的经典代表之一，注册的“盈加福”品牌商标，生产工业获得了 QS 食品安全体系认证，并通过了 ISO9001 国际质量管理体系和 HACCP 认证，老字号在不断历练、不断提升中成长。“盈加福”品牌广式腊味系列在传统工艺上继续发扬光大。
	荣尚行	具有二十多年的专业腊味制作经验，产品质量达到了国内同类产品的先进水平，在 2006 年评为食品卫生信誉 A 级企业，在 2005 年通过了 QS 全国工业食品生产许可认证，拥有经验丰富的高级技师。
东莞市食品有限公司	旗峰腊味	属于东莞腊味，以其色香味为闻名遐迩，是驰名东莞的老牌产品，拥有 50 年生产历史的老牌国有企业。
中山市业冠食品有限公司	业冠	始建于 1995 年，先已经成为有一定规模的企业，2002 年通过 ISO 质量管理体系认证，在 2002 年和 2003 年被中山市评为食品卫生信誉度 A 级企业。主要产品有广式腊肠、腊肉、三文治、台湾热狗及各类花式品种，产品畅销全国各大超市及港澳地区，深受各界人士和消费者的一致好评。
	苟记腊味	始创于清末，是历史悠久的传统食物，并与 2005 年 8 月取得 ISO2405Q10710R0S 国际质量体系认证及 2005 年 8 月取得 QS440704011227 食品安全生产许可证书。
中山市黄圃银花腊味	银花	是一件出口食品 HACCP 卫生注册企业，该公司现在已发展为上规模、上档次的现代化食品

有限公司		企业,曾获得农业部颁发的全面质量管理达标证书。
------	--	-------------------------

六、产品的分析及其特点

(1) 产品类别: 散装猪肉脯、散装鸡肉脯、散装牛肉脯、什锦肉脯、香葱咸蛋卷、蛋卷皇、玫瑰凤凰卷、甜橙肉松蛋卷、杏仁饼、卤鸭肾、卤鸭舌、卤鸭脖子、卤凤爪等等。

(2) “皇上皇”产品特点

①在产品品牌特点上: “皇上皇”在广东地区,品牌知名度较高,近年公司还获得了“全国食品安全卫生百佳先进单位”,因此可以说是“消费者信得过的产品”。

②在产品价格上: 由于皇上皇公司主要生产中高档产品,因此与其他一些同类商品价格可能更高一些,然而高质量的品质也绝对会让消费者觉得物超所值。

③在产品质量上: “皇上皇”产品选料纯正,工艺精细,采用新设备、新工艺、新技术,使生产工序简化,确保产品干净卫生;还采用了“三检”制度,确保生产过程有计划、有监控、有记录、有质量保证。

七、产品定位与细分:

(1) 根据调查数据的统计分析,对产品进行准确定位是产品进入市场并最大限度占有市场的前提和关键。对于产品的定位问题重在市场细分和抓住市场空隙,趋势避害,并寻求自身优势与消费者需求的最大契合点,尽量避免竞争冲突。

八、 产品的 SWOT 分析

1、Strength(优势):

(1) 拥有悠久的历史 中华老字号“皇上皇”具有悠久的历史，截止 2008 年 10 月拥有品牌：“皇上皇”“香肠先生”“金冠”和“金凤”，且皇上皇“金冠”牌腊味有“腊味之王”优质名牌的美誉。

(2) 知品牌，荣获国家等百余殊荣 皇上皇不断拓展市场，形成了经销商、自有门店、加盟连锁店“两店一商”的网络布局，这种精于“织网”的策略，降低了销售成本，但使产品由区域性产品向其他市场迈进，特别是加盟连锁店的建立，使产品直接面向终端客户，贴近消费者，在即时了解消费者需求的同时，良好的品牌形象也根植于消费者的心中。几年来，广州皇上皇公司先后获得“中华老字号”“广州老字号”“广州十大手信”“广州盛科学技术奖”“广州非物质文化遗产”等百余殊荣。皇上皇品牌腊制品产销量居广州首位，在省内同行业中名列前茅。

(3) 公司规模大，设备齐全 皇上皇推行全面质量管理，采用新设备、新工艺、新技术，使生产工序从繁重低效的手工操作，过渡到半机械及机械化生产，使生产能力大大提高，跨入肉制品先进行列。如复合式太阳能腊味焙房，缩短了生产周期，减轻了劳动程度，实现全天候生产。新技术的运用，不仅使生产规模跨上了新的台阶，而且使产品质量得到了进一步保证。

(4) 口味独特，菜品多样 从口感上来说，广东的腊味中最重要的口感是甜的，原因是放了糖，其实就广东式腊味内部也有很多细微的差别，中山的腊味与清远、韶关的腊味不同，如同口音一样，有距离就就有差异。广式腊味纯粹腌制而不是烟熏，用酒、酱油、糖等调成汁，把肉浸两三天后，在挂起来晒干或烘干，属于无烟工业，不需要经过烟熏，所以质地红润，广式腊肉以金黄色、油灿灿的为上品。菜品多样，比如腊味煲仔饭、腊味合蒸金瓜煲、腊味芋头糕、腊鸭焖藕、腊鱼腊肉蒸腊八豆、豆豉辣椒焖腊鱼、腊味合蒸、腊肉干锅土豆片、腊味蒸茄子等。其中广式腊味中腊味煲仔饭最为普遍，同时也是把广式腊味的风韵展示得最淋漓尽致的做法。腊味与香米融合得天衣无缝，温暖香糯，加上油渍渍的腊味，有细细的劲道。生产的腊味产品天然生晒、其色泽鲜明、美味可口、衣脆肉嫩、质量上乘个独特的广式风味，是老少皆宜的佐餐，广东著名的风味特产。

(5) 质量好 食品安全 如采用复合式太阳能腊味焙房，摒弃了传统的土

法工艺，结束了腊味炭焙煤烤的落后生产历史，产品干净卫生，无污染，风味独特。传统制作技术和现代技术相结合的科研成果。皇上皇集团全力构建“生猪采购→屠宰加工→预冷分割加工→冷冻储备→肉制品深加工→终端销售配送”紧密型一体化的肉类产业链，打造放心品牌让消费者更加放心。

(6) 产品多元化 符合现代消费群体的需求，皇上皇现已形成腊制品的龙头，休闲食品系列、速冻食品系列、蔬果干系列、粮油制品系列、低温速冻食品系列为补充多元产品结构，产品多达百种之多，并不断追求退出新的产品系列，迎合了现代消费者追求多元化生活的现状。

2、 Weakness(弱势):

(1) 有限的市场规模和上升的竞争压力 近年来，腊味市场面临着前所未有的激励竞争，竞争者不断涌入，市场规模却受限于人口和地域，需求度和消费能力几近饱和，成长空间远不及竞争者加入市场的速度。随着竞争程度越来越高，市场也越来越细分化，使得单一的经济规模更难达成，竞争也更加辛苦，新产品失败的概率也越见增高。

(2) 价格调涨的空间越来越小 由于腊味市场竞争品牌众多，新产品的定价不得不面临着其他产品的价格参照，一方面要求定价要符合企业的发展，另一方面对市场发动攻势，抢占市场份额。

(3) 消费者消费心理的相对不稳定 通过市场的具体调查发现消费者在购买腊味时，在产品面前选择的时间很短，而且易班在现场选购。消费者在进行购买时，大多是根据以前的购买经验，对自己要购买的产品有着较为明确的认识。

(4) 宣传力度不够 皇上皇主要借助其百年历史的老字号宣传，极少利用电视、广告、网络等现代传媒工具。

3、 Opportunity(机会):

我国肉制品行业只有不断创新才能得到稳定持续的发展，开拓一个地域乃至全国的肉制品市场。我国传统食品和特有的传统饮食嗜好仍将是食品消费的主流，庞大的肉制品市场为腊味提供了广阔的市场空间，社会的进步和发展为发展腊肠提供了社会基础，新技术的

进步、科技产品的广泛应用及冷链的普及和便利的销售网络为腊味便捷销售提供了条件，丰富的饮食文化合传统肉制品资源为发展腊味提供了更多卖点。

4、Threat(威胁):

(1) 市场上有很多知名品牌对其构成威胁 肉制品食品的行业准入门槛低，给肉制品行业腊味市场带来了过多的竞争者，这将使得肉制品市场竞争激烈。不利于皇上皇开发、掌握更多市场份额，要保持原有市场份额也有一定的压力、一定的风险。在加速我国肉制品品牌种类繁多，在一定程度上影响了消费者的选购，给“皇上皇”产品的销售带来一定的障碍。

(2) 食品质量安全事件对其构成威胁 多起发生的食品质量安全事件使得消费者越来越担心食品质量的安全问题，特别是肉制食品质量安全问题。禽流感、食品质量事件使得消费者对肉制品质量的信任降低，购买欲被削弱，阻碍了肉制品的发展。

(3) 潜在竞争者对其构成威胁 潜在竞争者所带来的威胁，像肯德基金拱门为代表的快餐类食品的冲击，在高生活节奏下，面包糕点食品也越来越受到消费者的欢迎。

九、调查问卷问题情况及分析

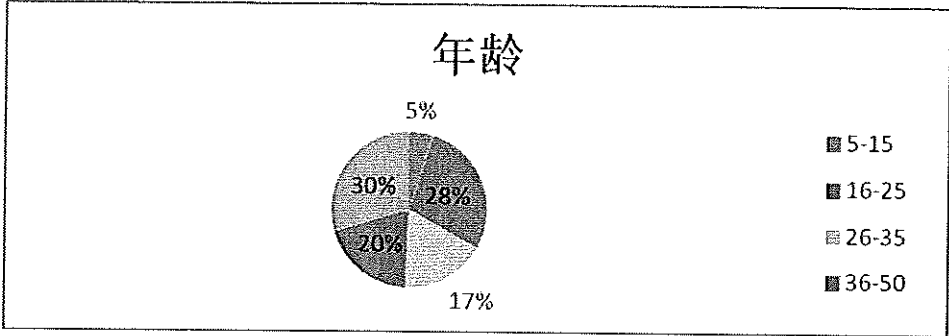
1、调查问卷问题情况

(1) 您的年龄是：(必选)

- A、 5-15
- B、 16-25
- C、 26-35
- D、 36-50
- E、 50 以上

选项	5-15	16-25	26-35	36-50	50 以上
----	------	-------	-------	-------	-------

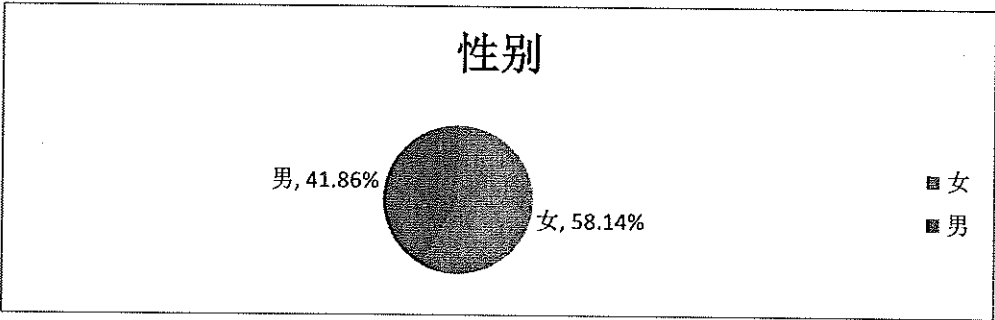
所占人数	5%	28%	17%	20%	30%
------	----	-----	-----	-----	-----



(2) 您的性别是：(必选)

- A、女
- B、男

选项	女	男
所占人数	58.14%	41.86

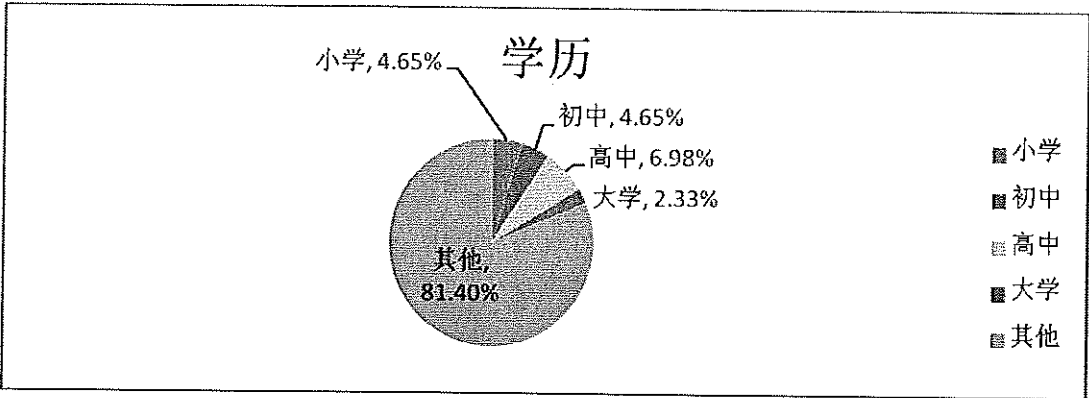


(3) 您的学历是：(必选)

- A、小学
- B、初中
- C、高中
- D、大学

E、大学以上

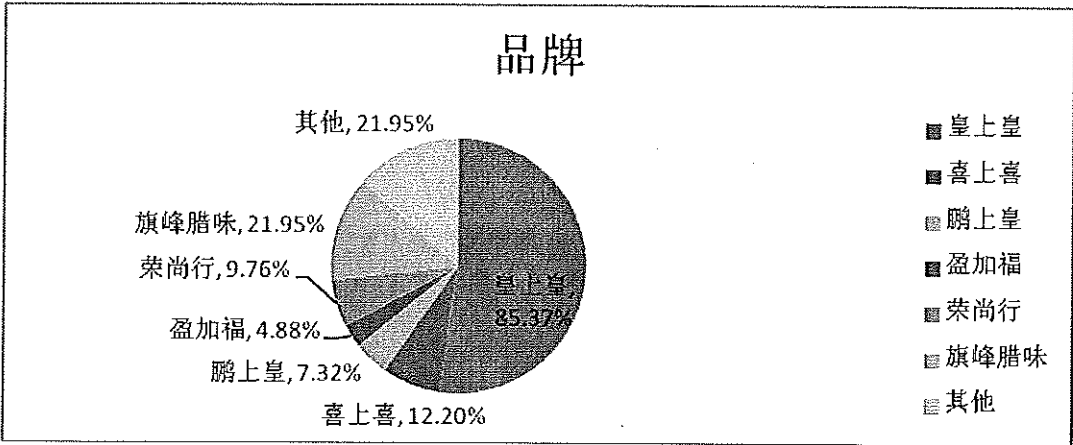
选项	小学	初中	高中	大学	大学以上
所占人数	4.65	4.65	6.98	2.33	81.40%
	%	%	%	%	



(4) 您知道现今市场上有哪些腊味产品吗 (多选)

- A、皇上皇
- B、喜上喜
- C、鹏上皇
- D、盈加福
- E、荣尚行
- F、旗峰腊味
- G、其他

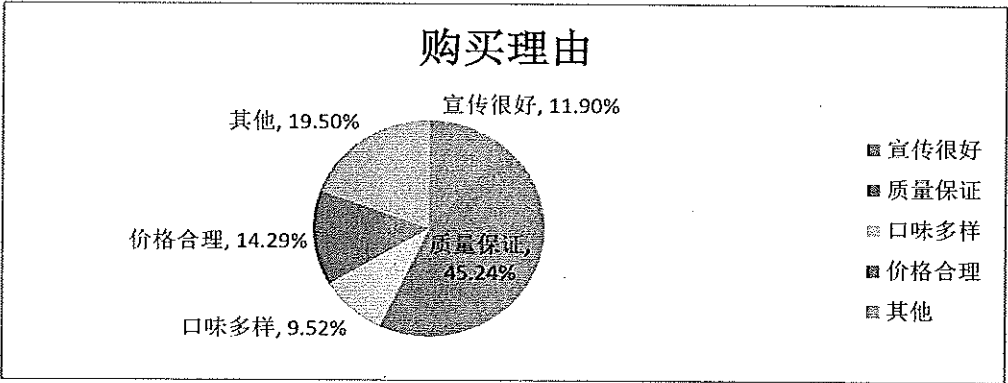
选项	皇上皇	喜上喜	鹏上皇	盈加福	荣尚行	旗峰腊味	其他
所占人数	85.37%	12.20%	7.32%	4.88%	9.76%	21.95%	21.95%



(5) 如果您购买“皇上皇”腊味的理由是（多选）

- A、宣传很好
- B、质量保证
- C、口味多样
- D、价格合理
- E、其他

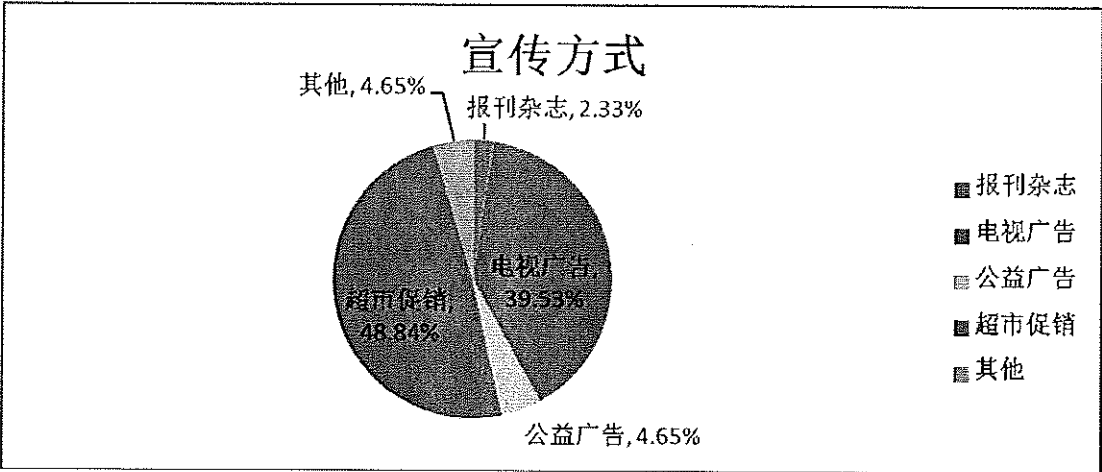
选项	宣 传 很 好	质 量 保 证	口 味 多 样	价 格 合 理	其 他
所 占 人 数	11.90%	45.24%	9.52%	14.29%	19.50%



(6) 您认为知名度最大的腊味品牌最有效的宣传方式是：(必选)

- A、报刊杂志
- B、电视广告
- C、公益广告
- D、超市促销
- E、其他

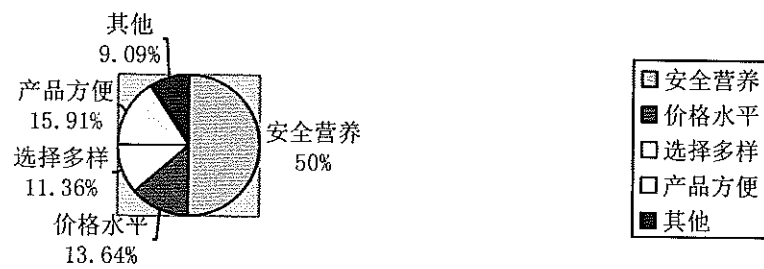
选项	报 刊 杂 志	电 视 广 告	公 益 广 告	超 市 促 销	其 他
所 占 人 数	2.33%	39.53%	4.65%	48.84%	4.65%



(7) 影响您消费腊味的主要因素是什么？（多选）

- A、安全营养
- B、价格水平
- C、选择多样
- D、产品方便
- E、其他

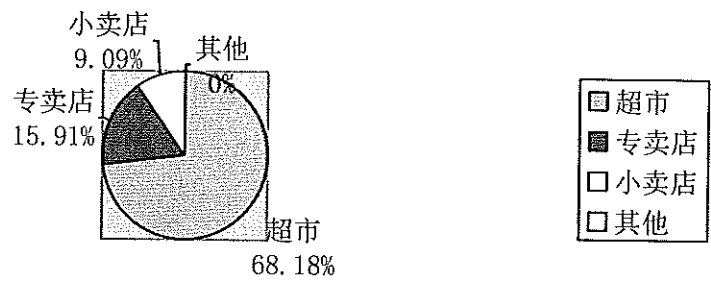
选项	安全营 养	价格水 平	选择多 样	产品方 便	其他
所占人 数	50%	13.64%	11.36%	15.91%	9.09%



(8) 您一般会通过哪些渠道购买腊味（必选）

- A、超市
- B、专卖店
- C、小卖店
- D、网购
- E、其他

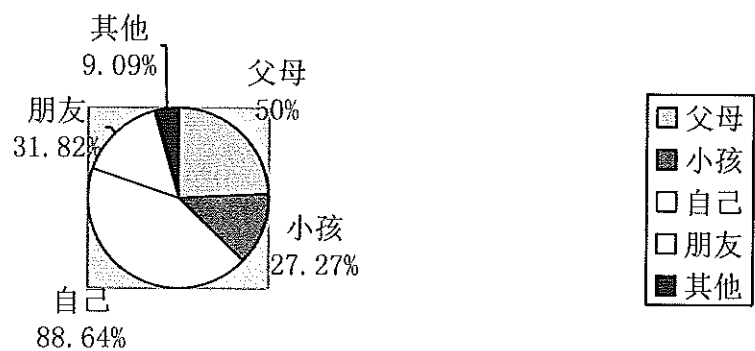
选项	超市	专卖店	小卖店	网购	其他
所占比 例	68.18%	15.91%	9.09%	6.82%	0%



(9) 您购买腊味的食用对象是：(多选)

- A、父母
- B、小孩
- C、自己
- D、朋友
- E、其他

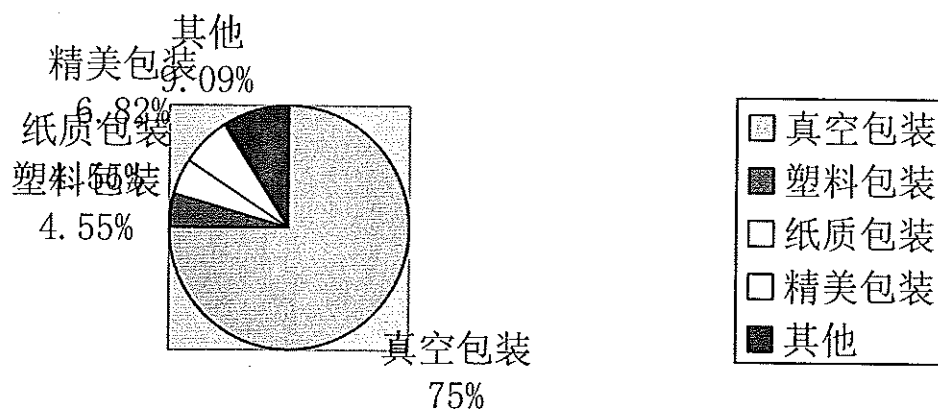
选项	父母	小孩	自己	朋友	其他
所占比 例	50%	27.27%	88.64%	31.98%	9.09%



(10) 您认为哪种包装更适合腊味包装: (必选)

- A、真空包装
- B、塑料包装
- C、纸质包装
- D、精美包装
- E、其他

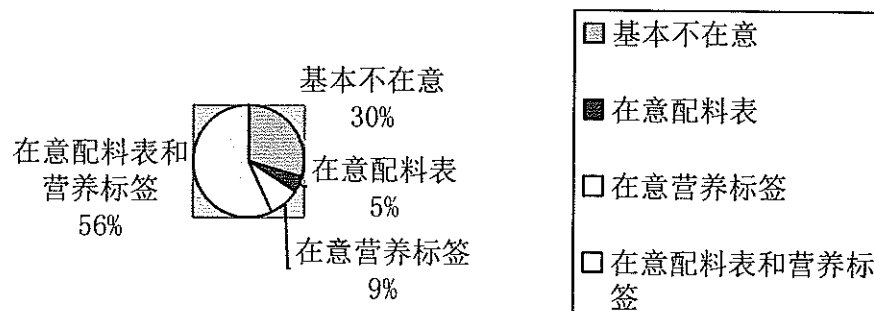
选项	真空包装	塑料包装	纸质包装	精美包装	其他
所占比	75%	4.55%	4.55%	6.82%	9.09%
例					



(11) 您在购买腊味时注意产品标签吗 (必选)

- A、基本不在意
- B、在意配料表
- C、在意营养表
- D、在意配料表和营养标签

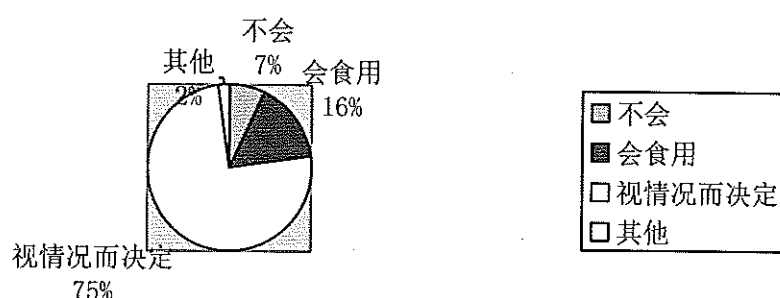
选项	基本不在意	在意配料表	在意营养表	在意配料表和营养标签
所占比	29.55%	4.55%	9.09%	56.82%



(12) 近年，食品安全质量问题对食品市场冲击很大，特别是腊味市场。您还会消费腊味吗（必选）

- A、不会
- B、会食用
- C、视情况而决定
- D、其他

选项	不会	会食用	视情况而决定	其他
所占比	6.82%	15.91%	75%	2.27%
例				



2、问卷分析

(1) 由问卷题目(1) - (3)可以看出我们的消费群体大多是学生以外的人群，大都在16岁到50岁之间，他们有的是学生，有的家庭主妇，想要在占领年轻消费者的市场就必须在产品的包装、营销策略上不断创新、创新、再创新，用新潮的包装，动感的营销策划书去修饰更加适合年轻人口味的新产品。

(2) 由问卷题目“(4)您知道现今市场上有哪些腊味产品”的图表分析可以看到85.37%的人知道“皇上皇”；.95%的人知道“喜上喜”；6.98%的人知道“鹏上皇”；4.65%的人知道“盈加福”；9.3%的人知道“荣尚行”；20.93%的人知道“旗峰腊味”和“其他”产品。其中知道“皇上皇”产品的人数占总人数高达85.37%，可见人数之多，消费者对“皇上皇”的熟悉程度。

(3)由问卷题目“(5)如果您购买“皇上皇”腊味的理由是”的图表分析可以看到：11.63%的人认为是“宣传很好”；46.51%的人认为腊味产品“质量有保证”；9.3%的人认为是“口味多样”；13.95%的人认为是“价格合理”，而18.6%的人认为是其他。从结果可以看出人们更加注重肉制品的质量安全问题，“皇上皇”品牌产品特别是“皇上皇腊肠”是中华老字号产品，质量高，口味好，在广东地区拥有较高的知名度，很大一部分消费者对品牌及其产品质量的信任度较高。

(4)由问卷题目“(6)您认为知名度最大的腊味品牌最有效的宣传方式是”的图表分析可以看出：仅有2.33%的人认为是“报刊杂志”；39.53%的人认为是“电视广告”；4.65%的认为是“公益广告”；48.84%的人认为是“超市促销”；而4.65%的人认为是“其他”。“皇上皇”产品主要借助其百年历史的老字号宣传，极少利用电视、广告、网络等现代传媒工具，根据调查显示消费者偏向“超市促销”和“电视广告”，超市更加接近消费者，消费者可以通过在超市的挑选、尝试

，再加上电视广告的宣传力度，可以提高“皇上皇”产品的知名度和消费者的购买欲。

(5)由问卷题目“(7)影响您消费腊味的主要因素是什么”的图表分析可以看出：高达51.16%的人认为是“安全营养”；13.95%的人认为是“价格水平”；11.63%的人认为是“选择多样”；16.28%的人认为是“产品方便”；只有6.98%的人认为是“其他”。从结果可以看出消费者在选购腊味时最注重腊味的安全营养，而“皇上皇”产品选料纯正，工艺精细，采用新设备、新工艺、新技术，使生产工序简化，确保产品干净卫生；还采用了“三检”制度，确保生产过程有计划、有监控、有记录、有质量保证，消费者满意程度较高。

(6)由问卷题目“(8)您一般会通过哪些渠道购买腊味”的图表可以看出：高达68.18%的人会选择在“超市”购买；15.91%的人会选择在“专卖店”购买；9.09%的人会选择在“小卖店”购买；6.82%的消费者选择“网购”；0%的消费者选择“其他”。从结果可以看出消费者在购买腊味时更偏向在实体店购买，比如在超市购买。超市人流量多，便于产品宣传。

(7)由问卷题目“(9)您购买腊味的食用对象是(多选)”和“(10)您认为哪种包装更适合腊味包装”的结果图表分析可以看出：50%的消费者会选择买给“父母”；27.27%的

消费者会选择买给“小孩”；88.64%的消费者会选择买给“自己”；31.82%的消费者会选择买给“朋友”；只有9.09%的消费者选择“其他”。而75%的消费者会选择“真空包装”；4.55%的消费者选择“塑料包装”；4.55%的消费者选择“纸质包装”；6.82%的消费者选择“精美包装”；9.09%的消费者选择“散装”。从这两道题目的结果分析可以看出消费者主要购买腊味的使用对象主要是父母、选择真空包装。“皇上皇”系列食品营养、健康，腊肠是下饭的好菜，肉铺、肉松卷、杏仁饼可以作为零食享用，不仅可以解馋。而且还健康。再加上“皇上皇”系列产品包装精美、质量上乘，给人一种高档、大气的感觉，正是送礼佳品。

(8) 由问卷题目“(11) 您在购买腊味时注意产品标签吗”的图表分析可以看出：29.55%的消费者“基本不在意”；4.55%的消费者“在意配料表”；6.82%的消费者“在意营养标签”；高达56.82%的消费者“在意配料表和营养标签”。从结果分析来看消费者对肉制品的购买会因为其配料添加和营养比而产生影响，“皇上皇”系列产品的主要优势主要集中在质量和口味上这两方面，采用复合式太阳能腊味焙房，摒弃了传统的土法工艺，结束了腊味炭焙煤烤的落后生产历史，产品干净卫生，无污染，风味独特。

(9) 由问卷题目“(12) 近年，食品安全质量问题对食品市场冲击很大，特别是腊味市场。您还会消费腊味吗”的图表分析可以看到：6.82%的消费者表示“不会”食用；15.91%的消费者表示“会食用”；高达75%的消费者表示“视情况决定”；只有2.27%的消费者表示“其他”。从结果分析来看食品安全质量问题一直是消费者的痛点所在，国家对于食品安全的监控也日益提高，而“皇上皇”产品选料纯正，工艺精细，采用新设备、新工艺、新技术，使生产工序简化，确保产品干净卫生；还采用了“三检”制度，确保生产过程有计划、有监控、有记录、有质量保证。而且皇上皇公司先后获得“中华老字号”“广州老字号”“广州十大手信”“广州盛科学技术奖”“广州非物质文化遗产”等百余殊荣。皇上皇品牌腊制品产销量居广州首位，在省内同行业中名列前茅。

九、 渠道推广策略：

(1) 赠送礼品 在皇上皇、华润万家、天河城等知名购物商场，针买皇上皇腊味的顾客赠送印有“皇上皇腊味的制作过程”及“健康知识”的台历（买腊味超过五十的顾客，则赠送台历，台历最后还附有“皇上皇腊味的制作过程”以及不同体质人群的注意事项）。

(2) 抽奖活动 在广州各销售点举行抽奖活动，奖品设置一等奖：笔记本电脑一台（整个广州销售店只有 10 台）；二等奖：数码相机一台（整个广州销售店只有 20 台）；三等奖：再来一根腊肠（中奖率 10%）。抽奖方式：凡在皇上皇销售点买满两百元以上可以领取一张会员积分卡，会员积分卡长期有效，需要身份证进行认证。抽奖活动采取积分扣除，一元一积分，满一百积分免费抽一次。一等奖、二等奖中奖者的消费者凭中奖券及身份证复印件到就近网店确认个人信息，奖品将在三天之内邮寄到消费者家中；对于三等奖的中奖者可凭中奖券直接到就近销售点换取奖品。活动真实有效，可以真奖品放置在抽奖区展示。

(3) 改善购后服务 消费者在购买产品后会根据获得的售后服务及朋友的反应，来确认其是否进行了正确的购买行为，购后评估无论是对公司的发展还是对产品的发展都至关重要。因此，应提供售后服务以及咨询来消除消费者心中的疑虑。一方面可以根据消费者的购后评价来提高产品，另一方面可以借助购后服务与售后服务来提高产品的知名度。

十一、渠道规划：

1、长期目标：多年来，“皇上皇”中华老字号在消费者心中根深蒂固，进军整个广东的肉制品市场，同时也打开了青年消费者市场，将“皇上皇”旗下的一系列产品普及到人们的日常生活里去，力创广东省肉制品第一品牌。

2、 短期目标：

(1) 品牌效应：提高“皇上皇”在消费者群体中的知名度和影响力，塑造“高质量、高档、大气、健康”的形象。

(2) 持续建立良好口碑：消费者通常会依赖自己钟爱或长期使用的品牌，对于同类产品的其他品牌兴趣不大，除非有一个良好的品牌形象或品牌传播程度很广，而“皇上皇”在六十多年来建立的品牌形象已经给大部分消费者留下好的口碑了。

(3) 服务态度：提高产品质量的同时提高每个销售点的销售人员的服务态度，坚持做到“礼貌、尊重、精致、敬业”，不夸大产品，扭曲事实，坚持实事求是。耐心为每个顾客提供咨询，消除消费者心中的疑虑。

3、加盟优势：

(1) 规划合理，降低成本；

(2) 兼顾各地消费者的口味和偏好，在坚持传统的基础上进行创新，开发更多满足国人口味的美食系列品种，使其更具有中国特色的餐饮品牌；

(3) 统一标准化操作，包教包会轻松开店；

(4) 个性时尚装修，拥有别具一格的餐厅设计风格。

十二、项目的可行性分析

1、社会发展的需要 随着社会的不断发展，人们的生活水平不断提高，对食品的要求从便宜到方便、卫生、营养等多文化发展。当今世界各地都把食品生产、开发作为一件大事来抓，把食品的质量和数量看做一个民族是否兴旺强盛的标志。现在，人们不再满足于温饱型的初级食品，而要求获得营养卫生、方便实惠、品种多样的各类食物，特别是肉类食品。

2、发展本产品的建设是行业发展和消费者的需要 随着行业逐步加大产品的技术含量和市场细分，加之人们收入水平不断提高，而要求获得营养卫生、方便实惠、品种多样的各类食物，给技术含量较高及具有较高经济附加值的产品入市提供了重大的机会，特别是肉制品，肉类是人们的生活必需品。