

附件 4:2025 年第四届 CMAU 市策大赛企业命题参考示例

命题规范

一、企业命题选择

CMAU 市策大赛的宗旨与目的决定了企业命题选择的方向：在企业实践中正在发生的真实问题、可以通过市场研究解决的营销相关问题。

二、CMAU 市策大赛宗旨

致力于解决企业的真问题，真正地解决问题，让研究的过程更贴近于现实，同时也让科学的研究方法与企业实际相联系，以实际的成果验证中国市场及企业的现状，促进企业营销效率提高而获得业界高度认可、深度参与，最终大力支持的学科赛事。

三、CMAU 企业命题范围

基于 CMAU 市策大赛的宗旨，大赛坚持以企业真实的问题作为参赛团队的研究对象，其具体特征：

- 1、正在发生的企业营销相关事件中产生的问题；
- 2、对于企业的发展能产生有实践价值和实际意义的问题；
- 3、可以（需要/能）通过运用市场调研等方法更好地探索问题解决方案的问题；
- 4、短、中期的企业营销问题，即有一定的时间期限，如一年至三年。

四、企业命题范围

企业在选择命题时主要选择与市场营销相关问题，具体建议：

基于市场研究（包括消费者洞察、营销环境分析、行业分析等）的

- 1、企业目前产品（包括服务）在市场上的表现、结果；
- 2、目标市场识别以及市场定位；

- 3、品牌定位等相关发展；
- 4、产品策略发展，包括新产品开发、产品组合、产品生命周期等；
- 5、价格策略发展；
- 6、渠道策略发展；
- 7、营销沟通策略发展建议（包括新媒体营销等）；
- 8、客户关系管理发展。

注：CMAU 市策大赛侧重于市场研究与商业策划，主要聚焦于营销层面的、可以操作实践的事件。因此，命题选择范围不包括战略层面的问题，如企业战略规划及发展方向选择、业务组合及发展战略选择、竞争战略选择、商业模式选择等。即战略规划、顶层设计等企业问题不建议纳入 CMAU 市策大赛命题范围。

命题样例

下方命题仅供命题企业参考，具体企业命题内容请根据企业实际情况提出。

企业信息			
命题范围	<input type="checkbox"/> 大赛独家冠名 <input checked="" type="checkbox"/> 全国范围命题 <input type="checkbox"/> 分赛区命题 <input type="checkbox"/> 校赛命题		
企业名称	早康枸杞股份有限公司	经营范围	大健康食品生产、食品销售
推荐校	对外经济贸易大学		
地址	宁夏中卫市中宁县		
网址	http://zaokang.cn/		
企业联系人信息（对外展示/宣传）			
姓名	朱彦华	职务	董事长
手机		邮箱	
企业联系人信息（公开给参赛选手）			
姓名	清悦	职务	
手机	13679114113	邮箱	Purelygoji@163.vip.com
企业命题信息			
痛点描述	<p style="color: red;">（企业在经营、销售、产品等方面的痛点与难点，以及简要的背景信息）</p> <p>背景信息：</p> <p>随着社会物质生活水平的逐渐提高，人们的饮食观念也从过去的力求果腹逐渐转变为如今吃得健康、吃得安全。且在“疫情后时代”，国民逐渐回归正常生活和工作，免疫力提升也成为国民关注的头等大事。新中式便携式养生产品—枸杞原浆的出现则是全面落实科学营养观、顺应时代人群消费需求，助力提升国民健康水平的有效产品。枸杞是我国传统中药材，养生保健功效广为人知，被广泛应用于药品、保健品、食品、饮品和化妆品等行业。在宁夏，枸杞种植已成为优势特色产业，在优化产业结构、带动区域经济增长、推动乡村振兴和促进农民增收方面发挥着重要作用。宁夏中宁县更以其独特的水土条件和光热资源、600多年的枸杞种植经验、卓越的品质催生了“中宁枸杞”这一富民产业、金字招牌，成就了“中国枸</p>		

杞之乡”的美名。

公司信息：

早康枸杞，26年深耕枸杞行业，集种植、研发、产业扶贫带动、枸杞加工及销售全产业链覆盖的综合性民营企业，是农业产业化国家重点龙头企业、国家林业重点龙头企业、宁夏专精特新小巨人企业。是宁夏枸杞行业知名品牌；是国内第一家自建枸杞基地的企业；第一家开发枸杞原浆的生产企业；第一家获得药品生产资质的枸杞企业；行业内唯一获得冻干枸杞子中药饮片生产资质的企业。公司以道地新鲜的中宁枸杞为原料，研发、生产便携式枸杞原浆，满足人们日常养生需求。

痛点描述：

一、产品力强，品牌力弱。

早康生产的鲜枸杞原浆始终坚持以道地原产的中宁枸杞为原料，严格把控种植标准，在生产过程中不兑水、无添加，确保产品品质，让消费者买的放心、吃的安心。但在互联网电商直播时代同类产品的价格没有最低只有更低，品质好的产品往往被劣质产品冲击的难以生存。传统农业企业产业链太长，企业没有足够多的资金做品牌宣传和推广，也没有建立起自己的私域渠道来有效的教育消费者，从而在目前的商业环境中处于劣势。

二、线上缺乏价格优势，线下动销迟缓。

互联网大数据时代信息传播快、产品迭代快，抢占先机非常重要。许多精通算法、获取流量的品牌商通过AB测试，迅速以贴牌的方式下场，快速收割，更呈现了互联网产品门槛低、价格乱、品质良莠不齐的现象。在外包装没有明确标识添加、兑水等参数的情况下，消费者很难仅通过口感判断什么是纯的、0添加的原浆，容易买到劣质产品。而在线下，枸杞原浆又属于新品类，消费者对枸杞的食用还停留在泡酒泡水煲汤煮粥，不知道枸杞还可以拿来直接喝，所以产品在线下渠道很难动销，培育线下市场还需要很长时间，需要花费大量的财力和精力。

三、产品卖点多，定位不清晰。

枸杞是传统的药食同源的滋补品，具有很强的功能属性，它的卖点很多，《本草纲目》记载，枸杞滋补肝肾，益精明目，用于虚劳精亏，腰膝酸痛，眩晕耳鸣，内热消渴，血虚萎黄，目昏不明。现代医学说枸杞可以抗氧化、延缓衰老，稳三高、增强免疫力等等。枸杞原浆属于新品类，它改变了枸杞原来的形态，同时也改变了消费者对枸杞的认知。企业在营销过程中并没有确定一个核心卖点，找准一类消费人群，形成强有力的市场推广势能。目前早康缺乏相

	<p>关的人才优势，希望通过此次活动获得更好的启发。消费者对枸杞的认知。在营销过程中应该确定一个核心卖点，找准一类消费人群，形成强有力的市场推广势能。目前早康缺乏相关的人才优势，希望通过此次活动获得更好的启发。</p>
<p>实施目标</p>	<p style="color: red;">（拟通过市场研究与商业策划想要解决的问题，以及达成的目的）</p> <p>请结合早康枸杞原浆产品的特点，进行消费者市场细分，并根据不同消费者群体的特点，结合线上渠道和线下渠道，为早康产品制定相应的市场营销与推广策略，提升品牌区隔度与知名度，以及消费者购买意愿和复购粘性，打造品牌差异化竞争优势，从而实现市场份额的扩大。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、通过市场调研，社会问卷等形式，发掘出各个渠道中养生群体的需求痛点，帮助早康进行市场细分，精准确定核心消费人群。 2、目前市场上的同类竞品宣传内容趋同。请结合早康产品与同行竞品，梳理出早康枸杞原浆的核心卖点、从而打造品牌区隔度，实现差异化营销，占领消费者心智，提升消费者购买意愿和复购粘性，扩大营收。 3、早康枸杞当家产品“小白袋”自 2018 年上市，已取得一定口碑，积累了一部分忠实用户。结合早康枸杞原浆产品和调研出的人群痛点与需求，分析还有哪些细分赛道和场景可以进行营销和推广，给出切实可行的推广方案，做出可复刻的营销模式。 4、结合早康枸杞原浆产品与大学生饮食、消费、生活习惯、大学生创业孵化需求，异业联盟，给出可行性方案帮助早康在大学校园内建立品牌营销站点，逐步实现国内高校市场的拓展。
<p>具体命题</p>	<p style="color: red;">（可先初步拟定，后续与组委会工作人员共同商议命题与大赛的契合度与可行性，并进一步进行修订）</p> <p>结合早康枸杞原浆产品的特点，进行品牌消费者定位与品牌营销推广策略设计，打造品牌差异化竞争优势并实现市场份额扩大。</p>

<p>重点区域</p>	<p>(该调研与策划任务的重点关注与实施区域，如省、市、地区等)</p> <p>购买力强的一线、二线城市。</p>
<p>可提供的调研条件</p>	<p>(若参赛团队选择该命题，企业是否能为团队提供的相关条件以协助调研过程，包括访谈企业人员、提供调研用户、协助收集数据等)</p> <p>企业能够在学生调研过程中提供企业资料、样品及其他现有的行业资料。</p>
<p>其他需求说明</p>	<p>方案可行性。</p>