**做足三种文化，实现两强叠加**

**让乳业随旅游“牛”起来**

**潜龙文丰**

**中垦乳业作为全国第一家“中字头”乳业国资企业，地处是中华文明和中华农耕文化的重要发祥地，有着先进的生产技术，完美的产品质量，备受消费者青睐。而秦始皇兵马俑博物馆和唐华清宫是全国乃至全世界的重要旅游目的地，有着深厚的旅游魅力、稳定的游客资源。此次中垦乳业与文化旅游的强强联手，不仅是华山牧乳业销售渠道的多元化创新，更是农牧产业与旅游产业融合的全新探索。**

1. **背景分析**
2. **基础资源分析：**

**秦始皇兵马俑博物馆是秦文化集中体现。秦不仅是中国第一个统一的封建王朝，而且其吞并六国、统一度量衡、修建长城、建秦始皇兵马俑等一直是人们最为关心的历史事件。为此这里成为人们了解中国早期文化的一个重要景点。**

**唐华清宫是大唐盛世的集中表现。伴随着中国最强盛的王朝建立，中国与世界各国加强交流，经济、文化、艺术极大繁荣。华清宫成为东方盛世的真实写照。**

**陕西是中华农耕文化发源地。中华农耕文明的始祖后稷在这里教稼先民从事农业生产。**

1. **目标人群分析：**

**在旅游景点营销，当然主要人群必然是游客。从年龄上看，以成人为主。从籍贯上看，他们分布于全国以及世界各地。从爱好上看，他们喜欢历史、喜欢文化。从行为上看，他们停留短暂，一般在2、3天左右时间之内。**

**综合以上特点，我们建议此次营销活动围绕“三个文化”来展开。分别是：中华优秀古文化、优秀农耕文化、现代食尚生活文化。**

**具体讲，中华优秀古文化紧扣两个景点特色，彰显中华文化魅力。优秀农耕文化紧扣农耕始祖文化和华山牧文化，彰显企业的文化传承。现代食尚生活文化紧扣现代人健康生活方式，彰显品牌愿景。**

1. **包装建议**

**根据旅游顾客的特点，我们建议采用两种包装方式。一是即食性鲜奶包装，主要用于顾客在当地消费食用。二是远途运输礼品型包装，主要用于顾客返程送亲友的礼品。（说明：由于涉及保鲜技术问题，本条建议由公司工程技术人员根据实际情况判定。）**

**下面对文化包装提出建议。**

1. **针对在秦始皇兵马佣博物馆销售的产品，我们建议可以采用类似“酒樽”的外形，且在外面印刷小篆体写就的先秦成语典故等。比如立木为信、一字千金、指鹿为马等等。可以选择50-60个左右。**
2. **针对唐华清宫销售的产品，我们建议可以采用印刷唐诗的方式，选择近百首唐诗，并配上唐代书画作品，充分体现优秀文化。**
3. **针对新潮人群、新新人类，设计Q版动漫包装，人物名称可以是秦小黄、牛小唐、杨菲菲等。**
4. **无论是那里销售的产品都要印制公司网站网址（微信、APP的二维码），发布公司的促销互动活动等。**
5. **营销建议**

**好的融合需要好的营销。我们建议**

1. **旅程销售。在游客旅程的车站、酒店、旅行社用的车辆等场所，充分配备产品及宣传画册，让顾客旅程中能够享用。**
2. **现场销售。在两个景点内外设置销售点，方便顾客饥渴时选择购买。**
3. **门票送奶。与景点协调，将奶的费用转移到门票当中，每接待一名游客，就会销售一份产品。（需要景点同意。）**
4. **答题奖励。通过产品包装上的宣传或海报宣传，让顾客扫码进入公司网站，微信平台、app等，参与答题活动。题目内容包括成语故事、历史人物、古诗名句、农耕文化、产品营养知识、健康知识等。凡答对的给与一定奖励。奖项可以包括：一份免费奶、一年（一个月）免费奶、仿兵马佣陶器礼品、唐诗集、景点门票等。**
5. **组织诗词大会。以两个景点特色与牛奶为主题，组织一场诗词大会（当然也可以是成语大会），在全国乃至世界树立起良好形象。**
6. **网上邮寄。开通网上邮寄服务，方便顾客返程或送给亲朋好友做礼物。**
7. **积包装送礼品。凑足一个系列包装，比如唐诗百首。就送一份礼品，能够吸引顾客持续购买。**
8. **开展体验活动。通过网上报名的方式，邀请一些游客参观华山牧的养殖生产基地，深度体验高标准的生产过程。**

**首个作品到此为止，谢谢游览。**