

# 专业实践总结报告和教学案例

轻化工技术学院 卞喻

2020年7月14日至2020年8月29日，本人到金印联（广州）国际供应链管理有限公司进行主题为“金印联公司网络营销与推广”的专业实践，实践的内容包括：

1. 根据包装印刷企业进行网络营销的状况和金印联企业的需求制定符合企业特色的网络营销与推广的方案；
2. 根据企业的需求进行企业微信公众号的运营，定期发布文章和企业最新资讯；
3. 对企业建立的第三方电子商务平台（如印刷家、1688、慧聪网）上的网店进行店铺装修，商品图片处理和海报设计。
4. 为企业建立的企业官网提供视觉营销策略，进行相应优化。
5. 在百度百科、商业百科、搜狗百科、360百科等平台建立企业词条，为企业品牌和产品作权威性推广。
6. 在抖音、快手等短视频平台发布企业产品相关作品，探索传统行业的短视频营销方式。
7. 研究企业所在行业的产品在贴吧、知乎、百度知道等问答营销平台中进行推广的可行性。

在专业实践的过程中，对印刷包装类微信公众号运营策略和包装印刷企业电商平台推广策略进行了研究，为专业教学积累了丰富的时间经验和内容。

## 一、实践单位情况

金印联（广州）国际供应链管理有限公司成立于1998年9月7日，总部设于北京，在广州、东莞、天津、上海、西安等地均设有子公司或办事处，是一家专业从事印刷包装器材供应链解决方案服务的高新技术企业。

金印联自成立以来积极倡导“专业服务创造印艺价值”的服务理念：主张从终端用户的需求出发，为印刷包装企业提供适合的绿色环保印刷原辅材料解决方案及相关产品技术增值服务。公司多年来专注服务绿色出版印刷、中高端商务印刷、食品药品包装印刷、烟草印刷、标签印刷等专业细分领域逾千家客户，并且在与客户长期的业务合作中建立了互利稳定的伙伴关系，为客户提供的产品包括芬兰林纸、斯道拉恩索及伊格森德白卡纸，阿塔卡特丽食品级水性光油，杭华油墨、盛威科油墨、DIC TPU、BookSafe 书香低气味环保油墨、PackSafe 环保安全油墨、低迁移油墨、TPU 高精度专色油墨、SPC 免酒精润版液、康迪及特瑞宝橡皮布等。

近年来，公司开始为产业链上游印刷买家（出版机构、食品药品化妆品消费电子等企业）提供系统性印品质量控制及印刷色彩管理服务，协助品牌商进行个性化物料定制及印刷商渠道管理，打造更为专业高效有竞争力的印刷包装产品供应链保障服务体系。

## 二、在实践单位从事工作情况情况

2020 年与金印联（广州）国际供应链管理有限公司签订横向项目“金印联公司网络营销与推广模式的探索”，项目结题到账肆万元，专业实践期间带领学生团队跟进项目的进度，具体做了以下工作：

1. 创建公司介绍百科词条, 精简企业介绍并添加部分具有佐证材料的内容, 同时链接其他相关词条;

**北京金印联国际供应链管理有限公司**

北京金印联国际供应链管理有限公司，原北京金印联国际贸易有限公司，股票代码 8365443，于1998年09月07日成立。运营企业实际控制人之一为刘永红先生。

集团旗下有广州金印联和北美金印联两家公司，秉承“优秀的服务创造更多经济价值”的服务理念，以北京作为大中型印刷、包装全产业链资源的一站式供应链解决方案。

金印联作为管理、技术团队均毕业于印刷院校名校，一线业务技术人员均有多年印刷行业工作经验，公司拥有自己的技术研发中心、彩专研发中心和项目管理部、油墨配兑中心等，致力于为客户提供最实际有效的供应链服务及售后服务方案。

公司名称	北京金印联国际供应链管理有限责任公司	公司类型	有限责任公司（自然人独资）
成立日期	1998年09月07日	公司口号	以客户满意输入产品品质为中心，为客户创造价值更多经济价值
法定代表人	刘永红	经营范围	供应链管理；货物进出口；技术进出口；代理报关、TPU
注册地址	北京市昌平区北七家镇天通苑南里西园70号A	所属行业	(批发) 国际供应链管理服务业、金融业
经营范围	供应链管理、仓储物流服务、工艺品、装饰材料、机械设备、电子产品、建材材料、印刷原料。	主营产品	(零售) 国际供应链管理服务业 印刷
		曾用名	北京金印联国际贸易有限公司

2. 官方微博完成认证, 日常更新、转发业内动态、关注业内其他企业微博;





情页，上架产品均可询价；

4. 官网产品轮播图更新;

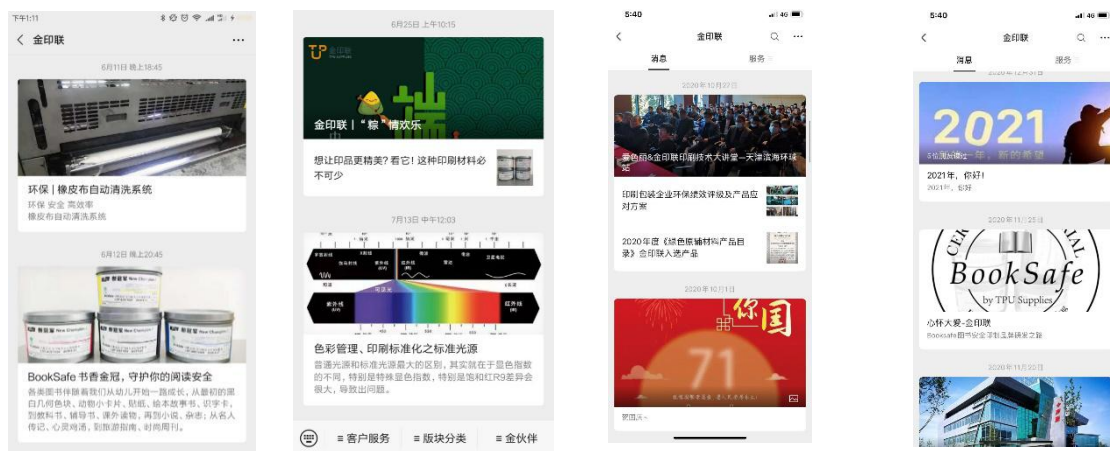


5. 知乎发布文章两篇;





6. 哔哩哔哩平台通过企业认证；
7. 公众号发布多篇科普性文章及节日祝福海报；



### 三、本次专业实践的收获

#### 1. 对印刷包装类微信公众号运营策略进行研究

新媒体的迭代和变迁已经成为常态，从曾经的纸媒体，到后来的网站，再到后来微博和公众号的火热。但在本质上，虽然打着新媒体的名头，其实和传统媒体一样都是图文内容的创新。现在，短视频的兴起对公众号的影响不言而喻，会有人说微信公众号也过时了。但值得思考的是，公众号整体、普遍被影响了吗？

短视频对图文有重大冲击，但图文依旧会是重要的阅读载体。甚至可以说，短视频的兴起更加有利于印刷包装企业对公众号的建设。因为近年来公众号中的“硬核内容”变得更受用户喜爱了，今天的用户与几年前的用户，对公众号的态度不会相同。公众号逐渐“精英化”。

实践发现短视频夺走的用户时间，是消磨时间的部分。用户看短视频来消磨时间，而对公众号中的严肃内容、精英化内容，影响则较小。公众号的未来或许不再是一个大众平台，但人们依旧离不开公众号的信息。印刷媒体是这样，印刷企业也是一样。

虽然其他的自主产品的行业营销案例众多，但印刷包装类产品的特性决定了

其不能完全参照别人的成功经验。它不同于其他快销产品的运营模式，它是特需客户群体、特定企业才会关注的内容。众多印刷企业、器材生产厂商都在扎堆发展自己的新媒体，本论文主要探究印刷包装类公众号的合理运营模式。

以项目组运营印刷包装类公众号案例“金印联”为研究的数据样本。通过3种方法进行研究：1. 文献研究法，通过对微信公众号和印刷包装类行业的相关文献进行查询，了解行业现状及特性。2. 文案分析法，着重研究印刷包装类公众号推送的文案内容。根据公众号的文案质量、排版方式、推送时间、阅读量和读者反馈留言等数据研究该类公众号有效提升关注度的方法。3. 个案研究法，通过对公众号“金印联”运营的整体内容进行研究，以实际案例找出该类公众号运营的特点和规律，以找到针对印刷包装类公众号更为有效的运营模式。

近年来，用户对公众号的“定位”已经发生了巨大的改变。但微信最大优势的社交功能是无法改变的，公众号正在逐渐走向精英化、专一化和功能化。例如，当你有购房需求的时候，你才会去寻找相关的公众号关注并从中获取相关资讯。而对于摄影摄像有兴趣的人群也会有如“摄像人网”、“人像摄影”等公众号来实现信息沟通。而各个功能性的公众号更是不用多说。由此可见，公众号逐渐由大众化平台转变成各个行业领域的“信息圈”。

印刷包装类公众号是指涉及印刷器材、色彩管理、印刷工艺等印刷包装行业相关内容的公众号。是专属于有印刷行业相关的“特需用户”才会关注的公众号。其背后运营者多为印刷包装类企业。当然还有直接面向消费者的“印萌”、“印鸽”这类公众号。印刷包装媒体可以通过公众号实现行业内技术交流、树立品牌形象和发掘潜在客户的功能。通过对多个印刷包装类公众号的研究，发现该类公众号的共性，总结出以下几个特点：

1. 关注度不高：印刷包装类公众号是“特需用户”的“信息圈”。关注度并不是印刷包装类公众号运营的最根本目的。印刷包装类公众号运营的所带来的收益更多的是实现行业内信息交流，搭建上层与下层的桥梁并衍生出更多的业务模式。


2. 科普类文章居多：印刷包装类公众号所更新的文章内容多为科普性质。例如，原材料的科普、器械技术的科普和各类印刷的标准化内容，关注这类相关内容的多为行业内的下层机构，像是图文快印店、出版社等。这类文章面向的读者定位较为清晰，是印刷包装类公众号运营的一个大方向。通过这类文章的输出，可以实现圈内的良性交流，同时可以证明品牌的在行业内的专业性，塑造品牌个性。

3. 定位不清晰：近年来，多家印刷企业、印刷媒体都在扎堆发展自己的公众号，但取得的结果并不理想，其中对自身公众号的用户群体不明确是一大问题所在。大部分印刷包装品牌还会将官方公众号做成企业内刊，发布领导讲话、公司新闻、员工故事等内容，这是一个错误的方向。

因此，包装印刷企业公众号的努力方向应该为：1. 破除妄想；2. 着重科普，内容优化：在印刷包装类公众号“金印联”2020年6月11日-10月27日的更新



内容当中，如《色彩管理、印刷标准化之标准光源》、《印包企业环保评级要求解析》等科普性质的文章的关注度明显要高于其他类型的文章，这一认知可以从阅



金印联  
TPU SUPPLIES

金印联

金印联成立于1998年，总部设于北京，在  
广州、东莞、天津、西安等地设有子公...

读量和读者回复留言质量上获悉。3. 去日常化；4. 科普性文章的设置：

文章名	阅读量
《色彩管理、印刷标准化之标准光源》	1942
《印包企业环保评级要求解析》	1179
《BookSafe 书香金冠，守护你的阅读安全》	846
《22 周年庆》	181

如表所示，单从阅读量上看，在同一个公众号下发布的科普性质的推文如《色彩管理、印刷标准化之标准光源》和《印包企业环保评级要求解析》明显要高于介绍产品的推文《BookSafe 书香金冠，守护你的阅读安全》，而基于企业自身周年庆发布的《22 周年庆》阅读量更是惨淡。5. 推文的交叉性和交互性：



食品包装设计——责任

安全的食品包装设计 印前和包装设计

安全的食品包装设计的四阶段模型

BRITISH RETAIL CONSUMPTION  
for successful and responsible retailing

英国零售商协会成功、负责的零售

EUROPEAN  
CARTON MAKERS  
ASSOCIATION  
欧洲纸盒制造商协会

CEPI

油漆、油墨及艺术家特色的欧洲典范

EuPIA

欧洲印刷油墨协会

食品包装安全与低迁移术语

什么是迁移？

食品包装安全设计 | 相关法规

2. 对包装印刷企业电商平台推广策略进行了研究

我国在传统制造行业当中，其种类繁多且覆盖面广，印刷业是传统制造业当中是代表性之一的一个行业。但跟随着近几年来互联网经济的发展情况，再而互联网所带来的的社会经济效益，以及 2013 年所提出来的首届印刷电商年会，给诸多印刷企业的电商发展提供了非常有利的发展环境。据《2020 中国印刷互联网现状分析与发展展望》分析，由于 2020 年新冠疫情的影响，印刷企业的营业总额收入总值都普遍降低，但疫情让数字经济又再一次得到了升华，更多的互联网新科技，新服务技术纷纷涌现，使印刷电商又拥有更好的发展空间，越来越

多的印刷企业投入到互联网经济当中来，去探索，去延伸自身发展的经济，不断的融合到互联网中去，确立印刷业在互联网中的核心价值，以及在其中所扮演的角色和定位等。

印刷电商行业营销环境分析：1. 市场变化：在近几年的电商经济发展过程中，大部分印刷企业以及传统行业纷纷选择自主建设订购网站或采取到各大电商平台建立企业网店，但因后续无专业人才负责经营管理，使得网站或网店平台的流量没有到达所要的预期，因此无法经营下去。第三方电商平台如淘宝网，阿里巴巴等平台正借助着互联网飞速的发展，充当着新时代互联网经济的重要线上销售渠道，这些平台也注意到印刷业这一传统行业领域对于互联网经济的需求。虽然印刷电商能够独立自主建立自己的网上订购平台，自由推出自己的产品，推出更多的服务，产品设计等，但其用户流量上远远比不上第三方电商平台。

2. 商业模式转变：从目前印刷行业内的发展情况分析，印刷电商的经营模式分为 B2B、B2C、C2B 以及 O2O 这几大运营模式，其分类依据是根据市场的情况以及产品的类别去划分。其中包装印刷是在近年来发展迅速的一种产品服务，其采用的是 B2B 模式。在 2017 年，新零售这一概念在互联网经济大时代逐渐的流行开来，线上和线下结合的运营模式是电商市场的发展趋势，线下运营能够弥补线上的不足，如线下体验，短距离配送服务等。

印刷电商发展前期，需要对线下门店进行资源整合，重新规划发展道路。但印刷电商需要解决的问题是如何去线下获取更多的流量，来降低线上的流量成本。重塑门店价值，提供接单、建立网购旗舰店，并向附近周边辐射。现如今涌现了很多印刷业务中间商，其提供的服务等功能更全面周到，也能够为客户提供更好的体验。

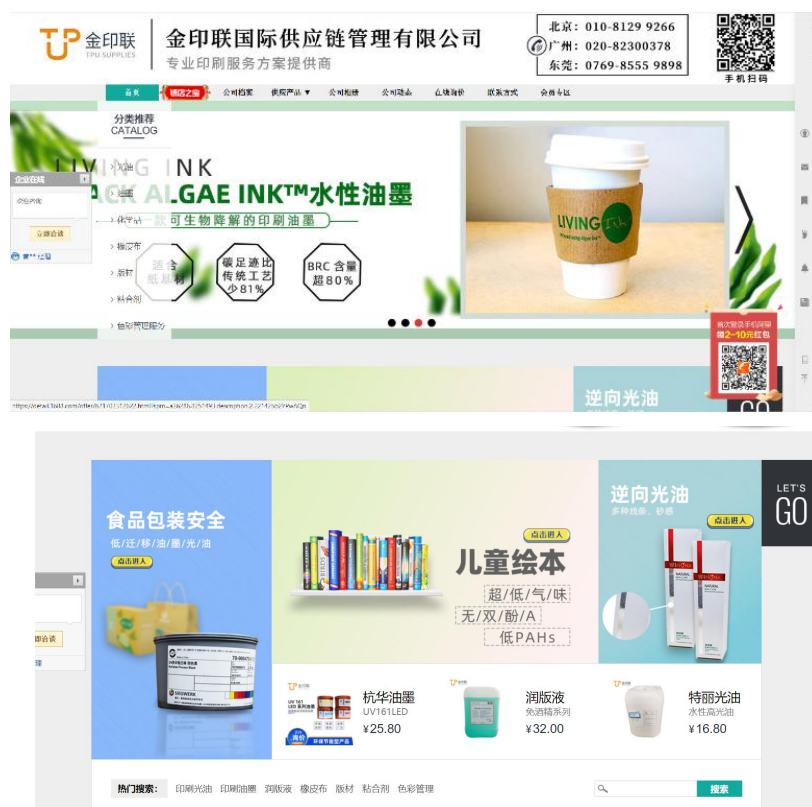
项目组根据网上资料对 1688 批发网、淘宝网、阳光印网这三个电商平台进行研究，分别从其发展状况，平台优势，以及所推崇的新运营模式等方面研究分析，包装印刷业现已推出的新零售，个性化定制印刷的概念，目的在于满足消费者对快消品的消费需求，提高产品外包装的设计美感。在此过程中，“云印刷”就异军突起，“云印刷”是通过数字网络技术完成印刷订单的接单、支付、交付等生产运营过程，通过新的商业模式变革，将传统生产型印刷企业升级为营销型印刷电商，是印刷技术与数字信息技术的有机结合。数据表明，中国“云印刷”市场规模的约有几百亿甚至上千亿，目前“云印刷”正处于发展的初期，不论是在国内还是国外，许多传统印刷企业都开始抢占“云印刷”这个市场，争取成为市场最大的赢家。

包装印刷电商平台推广策略：1. 前期准备：在前期，要对包装印刷企业在该平台中的定位要明确，针对互联网经济以及“互联网+”这一概念的流行，包装印刷业要跳出原有的经营运营模式，推崇新零售，个性化印刷定制的服务，要对包装印刷在市场上的受众人群进行调查研究。同时要了解该平台的运营模式以及如何去申请在 1688 批发网上建立企业网店，跟企业规划如何去经营公司的产品，日常推新，品牌流量提升。制定好运营方案，并确认方案可行性，并规划资金使用

用以及后续预备资金链。

2. 实施过程：在 1688 批发网建立网店要先在该平台开通诚信通，跟企业收集公司资料在该平台进行企业认证。根据公司经营理念以及公司销售的产品，对网店首页进行策划设计，根据产品的属性，定位等设计轮播图，主图以及详情页制作。

在完成店面装修过后，需对产品的一个流量推送进行定位，如何制作更吸引消费者的关键词产品名称，如何在产品性能上更加吸引消费者，这是电商应首要注意的，同时也要推崇新零售概念，在首页分栏板块中，要有涉及到个性化印刷服务这一栏，此项服务更是能在互联网经济时代中，为传统印刷企业获取更多的品牌效应以及流量，同时也给予消费者更好的消费体验，不单存在于企业之间消费，可以扩大到个体消费者中。完成上面的网店装修以及产品上新后，要根据平台在某段时间举行电商活动，对网页进行更新，参与平台举行的电商节，同时也要通过其他平台的联动，来更好带动企业网店的流量。



根据专业实践经验，企业如何在 1688 批发网上开设自己的网店以及运营的方式，分前期准备，实施过程这两大模块进行开展，根据新零售，个性化印刷概念，如何把自家网店做大做强，在互联网经济中，抓住时机去实施“互联网+印刷”这一概念。

### 3. 专业实践对专业教学的启发

数字图文信息技术专业自 2017 年开始有越来越多的毕业生选择电子商务方向的毕业论文研究，从事电子商务方向的工作，但是，根据项目组学生团队的工



作情况的跟踪调查发现，学校的专业能力的培养与社会需求对接存在问题，学生无法快速地适应岗位的实际工作；学生对于新知识的接受能力一般，对工作中学习新技能的速度感觉到压力，缺乏创新能力。

因此，教学过程中分析包装印刷企业对电商方向岗位的职业技能标准及创新创业人才核心能力，以创新创业为切入点，使学生在学习数字图文信息技术专业技能的同时掌握互联网及创新创业的相关知识和技能，从而更好的提升毕业生的职业能力和职业品质，满足企业用人需求、行业发展和学生个人创业的需求，是目前印刷相关专业高职院校教育教学改革的一个新目标。