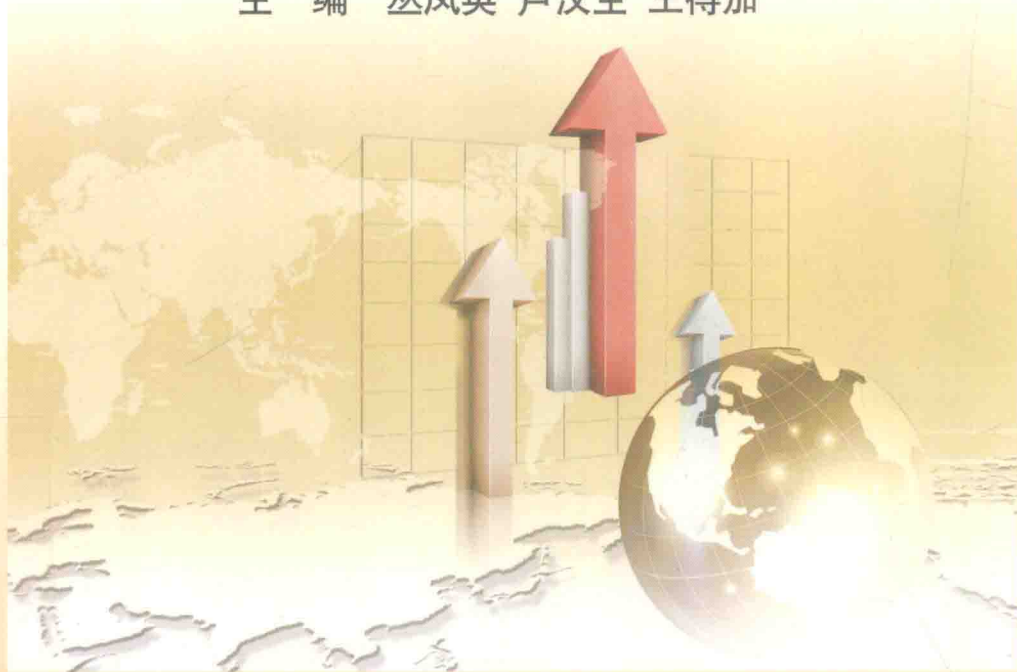


中等职业教育国际商务专业“十二五”规划教材

电子商务与营销 综合技能实训教程

主 编 丛凤英 卢汉生 王得加



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

中等职业教育国际商务专业“十二五”规划教材

电子商务与营销综合 技能实训教程

主编 丛凤英 卢汉生 王得加

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务与营销综合技能实训教程 / 丛凤英等主编

· 一北京: 对外经济贸易大学出版社, 2012

中等职业教育国际商务专业“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5663-0456-8

I. ①电… II. ①丛… III. ①电子商务 - 市场营销学
- 中等专业学校 - 教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 208607 号

© 2012 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

电子商务与营销综合技能实训教程

丛凤英 卢汉生 王得加 主编

责任编辑: 朱 洋

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 9 印张 224 千字

2012 年 10 月北京第 1 版 2012 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0456-8

印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 23.00 元 (含光盘)

编写说明

为更好地贯彻我国中职教育“以技能为核心，以就业为导向，以服务为宗旨”的教育理念，让电子商务、市场营销等专业的学生在毕业前的综合技能实训中，能更系统地学习与掌握专业技能，为今后学生的就业与创业打下扎实的基础，我们根据企业开展电子商务活动（Business-to-Customer, B2C）的基本业务环节，编写了《电子商务与营销综合技能实训教程》，并开发了《电子商务与营销综合技能实训平台》作为本教材的配套实训软件。

本教材从 CI（Corporate Identity）形象的策划与宣传入手，涉及企业网站的建立、电子商务的运营与服务等方面的实操训练，共分为三大部分六章。第一部分为 CI 形象策划（第一章），第二部分为企业网站建设（包括第二章和第三章），第三部分为网上交易平台及商务信息安全建设（包括第四章、第五章和第六章）。每章均以“导读”简介本章主要内容及其仿真实训的主要任务；每章各节均设有“实训目的”、“实训任务”、“操作指南”、“案例演示”、“实训操作”五个板块，为实训教学和训练的实施提供了路径和便利；同时设置了“读一读”、“议一议”等小窗口，为学生提供必要的知识拓展资料。

本教材随书配套提供了《电子商务与营销综合技能实训平台》（下称实训软件）。该实训软件仿真创建了广东爱民电器有限公司 B2C 演示网站，与教材内容相呼应、与业务环节相衔接，界面友好，脉络清晰，操作方便，网站演示逼真，即可用于教学中同步展开模拟实训演示，也适用于学生的自主学习与训练。

此外，为强化实训的真实性，我们将广东爱民电器有限公司 B2C 演示网站直接挂在互联网上，并将根据现实电子商务发展的情况及企业岗位人才培养规格的要求，对演示网站的实训环节与内容进行及时的调整与更新，凸显时代性特点。读者可通过 Internet 网址 <http://121.10.222.82:9898> 进行访问。

本教材与配套实训软件具有以下特点：

1. 技能操作性强。教材中每节均含“实训目的”、“实训任务”、“操作指南”、“案例演示”、“实训操作”五部分，它们之间的内在关系是技能认知→技能指引→案例演示→技能操作，“技能”内容贯穿始终，学生从视觉认识到动手操作，由浅入深，逐步递进，技能操作性强。
2. 技能仿实性强。教材与配套实训软件依托实训演示网站（“广东爱民电器有限公司”B2C 演示网站），设计仿真情景，设置技能案例演示，让学生的实训置于仿真的实战场景中，参与性高，仿实性强。
3. 实训指导性高。教材与配套实训软件由长期从事一线教学的多学科专业教师团队编写，经过多年教学实践与教改研究，逐步形成综合技能实训体系。该体系的操作技能明确，

脉络清晰，情景逼真，操作简单，无论是实训教学还是学生自我训练，其指导性高。

4. 案例原创性高。教材与配套实训软件中涉及的实训演示网站——“广东爱民电器有限公司”B2C 演示网站，其背景材料与实务场景均为原创，具独特不可替代性。

本教材与配套实训软件由丛凤英、卢汉生、王得加担任主编，负责策划、统稿与修改；肖嘉、许晓斌、林树镇担任副主编，协助主编统稿和修改；由肖嘉、许晓斌负责实训平台的技术开发；全书由丛凤英审定。各章的编写人员如下：

第一章：卢汉生 王得加 林树镇

第二章：肖 嘉 许晓斌

第三章：许晓斌

第四章：张智荣 卢汉生 李学著

第五章：肖 嘉

第六章：肖 嘉

本教材与配套实训软件在编写、开发过程中，参考了有关专家学者的研究成果，特此表示感谢。

由于编写时间仓促和水平限制，教材与配套实训软件中的缺点和不妥之处在所难免，敬请指正。

编 者

2012 年 8 月

目 录

第一章 CI 形象策划	1
第一节 理念识别策划	1
第二节 行为识别策划	6
第三节 视觉识别策划	9
第四节 企业文化推介	14
第二章 企业网站规划	25
第一节 商务网站案例分析	25
第二节 企业网站规划	34
第三节 企业网站 CI 设计	37
第四节 企业网站框架设计	42
第三章 企业网站设计	47
第一节 网站资料的准备	47
第二节 商品图片的拍摄与处理	51
第三节 网站页面效果图设计	61
第四节 页面详细设计	68
第五节 企业网站的发布	78
第四章 网络营销	87
第一节 企业网站推广	87
第二节 市场调研	96
第三节 统计数据整理与分析	104
第五章 企业网站服务	115
第一节 企业网站的订货功能	115
第二节 售后服务	120
第三节 在线物流查询	123
第六章 电子商务信息安全	127
第一节 电子商务信息安全保护	127
第二节 电子商务账号安全保护	132
参考文献	137

第一章

CI 形象策划

【导读】

企业文化是指特定企业进行良好的组织形象策划、设计、传播和管理的一种战略、方案和手段。良好的企业文化，能使社会大众更轻易地感受到企业个性的震撼力，能更快地提高企业的社会知名度，能更强烈地激发和增强企业员工的信心与荣誉感。因此，现代企业无不将企业文化作为企业发展的重要的战略。

本章将围绕企业文化的确立，通过对企业文化的内涵、表现形式以及企业文化建设的剖析，从 CI 系统的策划与推介，即理念识别策划、行为识别策划、视觉识别策划与企业文化推介等四个方面进行仿真训练。

第一节 理念识别策划

理念识别（Mind Identity，简称 MI）是指企业独特的存在价值、经营方式以及生产经营的战略、宗旨、精神等，其实质在于确立企业的自我，以区别于其他企业。MI 是 CI 系统的重要组成部分，是 CI 最有价值和最为核心的内容，是企业的灵魂和企业整个系统识别的原动力。

一、实训目的

1. 熟悉企业理念识别的内涵；
2. 熟悉企业理念识别策划的基本原则和基本要素；
3. 能熟练运用 Word 软件设计企业理念识别；
4. 培养设计企业理念识别、表达企业精神的能力。

二、实训任务

1. 策划设计企业的理念识别;
2. 分析理念识别与 CI 形象的关系;
3. 制作公司简介。

三、操作指南

(一) 理念识别策划的基本原则和基本要素

1. 理念识别策划的基本原则

1) 个性化原则。即企业理念策划应具有企业的独特风格和鲜明个性,以体现本企业与其他企业的理念差别原则。

2) 根据性原则。即企业理念策划应遵循简洁明了和高度概括的原则。

3) 民族性原则。即企业理念策划必须充分考虑到民族精神、民族习惯、民族特点,体现民族形象。

4) 多样化原则。即企业理念策划要求表达方式多样化。具体而言,就是在语言结构、表达方式的策划及活动策划等方面,都要力求丰富多彩。

2. 理念识别策划的基本要素

理念识别策划应包含以下基本要素:

1) 企业使命。它是企业行动的原动力,即功利性和社会性。它是构成企业理念识别系统的最基础性的要素。

2) 经营宗旨。它是企业的最高目标,即通过一定的方式满足目标顾客需求以实现企业的利润目标。

3) 经营哲学。它是企业的指导思想,是指导企业上下左右、决策及活动的工具,如“顾客至上”。它是理念识别系统中的中心构成要素。

4) 经营战略。它是关于企业全局性、长远性、重大性的决策和规划。它决定了企业经营的方向与规模。

5) 经营方针。它是执行和实现企业经营战略的指导性规定,是企业经营哲学的细化。

6) 行为准则。它是企业所有员工在各自的工作岗位上应遵守的有关具体规定和制度。如服务公约、劳动纪律、工作守则、操作规程、考勤制度等。

7) 企业价值观。它是企业及所有员工对其活动意义、作用的认识、判断及由此而决定的行为趋势。它是企业经营哲学和行为准则的补充。



CI 系统与企业文化

读一读

CI (Corporate Identity) 或 CIS (Corporate Identity System), 即企业识别系统, 它由理念识别 (Mind Identity, 简称 MI)、行为识别 (Behavior Identity, 简称 BI) 和视觉识别 (Visual Identity, 简称 VI) 三方面所构成。MI 是 CI 系统的大脑和灵魂, 是企业之“心”; BI 是 CI 系统的骨骼和肌肉, 是企业之“手”; VI 是 CI 系统的外表形象, 是企业之“脸”。企业文化则是供血系统, 企业文化一旦形成, CI 系统就有了生命力。



议一议

美的集团的 CIS, 就是把企业团队作为市场一支训练有素的“军队”, MI 如一致的“军心”, BI 如严明的“军纪”, VI 如鲜明的“军旗”。

美的的 CI 形象比喻如何?

美的的“军心”应是什么?

（二）理念识别策划的基本步骤和要求

1. 设定企业理念诉求的方向；
2. 确立企业理念策划的基本要素；
3. 设计企业理念要素的语言表征；
4. 要求文字精练、概要、朗朗上口，充分体现企业精神。

【例1】东京 RAYONNE 公司的 MI:

企业标语：让消费者享受更便宜的商品，使从业人员享受更安定的生活，公司股东则享受更丰厚的福利。

企业理念：全新价值的再创造。

经营方针：重视人、市场走向、革新经营。

座右铭：更接近消费者，勤力开拓市场，以强劲快捷作为活力的象征。

【例2】日本著名的百货商店银座松屋店的经营理念：顾客第一。

【例3】麦当劳的企业理念：时间、质量、服务、清洁、价值。

（三）企业理念分析

结合企业所在行业与地位、企业类型、产品或业务特点、市场营销模式等要素，分析其企业理念。MI 是 CI 系统的重要组成部分，是 CI 最有价值和最为核心的内容，是企业的灵魂和企业整个系统识别的原动力。MI 是 CI 系统的大脑和灵魂，是企业之“心”。

【例如】海尔的文化理念

价值理念：敬业报国，追求卓越。

营销理念：首先卖信誉，其次卖产品。

人才理念：人人是人才，赛马不相马。

服务理念：用户永远是对的。

研发理念：用户的难题就是我们开发的课题。

【分析】青岛海尔股份有限公司是一家电器类公司。公司主要从事电冰箱、空调器、电冰柜、洗衣机、热水器、洗碗机、燃气灶等家电及其相关产品生产经营等业务。海尔品牌是中国最具价值的品牌之一。公司在全球建立了 29 个制造基地，8 个综合研发中心，19 个海外贸易公司，全球员工总数超过 6 万人，已发展成为大规模的跨国企业集团。海尔冰箱、海尔洗衣机的全球市场占有率在行业中均位列前茅。在智能家居集成、网络家电、数字化、大规模集成电路、新材料等技术领域，海尔也处于世界领先水平。

家电生产是市场竞争激烈的成熟产业，对市场的依赖性强。企业生产合格的产品是前提，技术含量是核心，市场渠道与服务是关键。青岛海尔作为一家具有民族品牌的上市公司，其行为关系到消费者利益、产业链上下游客户利益、企业内部全体员工的利益以及股东的利益等，其企业形象受到公众的关注。

因此，青岛海尔的文化理念包含了价值理念、营销理念、人才理念、服务理念与研发理念等要素，企业理念识别要素则体现民族品牌的特性、客户服务的第一性、营销市场的全球性。

（四）利用 Word 软件进行排版

根据公司的基本内容，利用 Word 软件设计图文并茂的公司简介，强化对 Word 软件技能的综合应用，主要涉及以下操作技能：

1. 设置文字字体格式和段落格式（如：文字字号、行距等）；
2. 设置艺术字、文本框、图形（如：艺术字样式、图形格式等）。

（五）信息搜索

利用 Internet 的搜索功能，搜索某些大型公司的理念识别，加深对理念识别的理解，激发对理念识别的设计潜能。目前，主要的搜索网站和技能如下：

1. 谷歌：www.google.com，全球最大最专业的搜索网站；
2. 百度：www.baidu.com，目前最主流的中文搜索网站；
3. 搜索技巧：
 - 1) 关键词查询。在搜索框中输入所需信息的主题（关键词）进行查询；
 - 2) 空格或者加号（+）表示“而且”的关系（即搜索同时出现多个关键词的内容）；例如：键入“计算机+营销”或“计算机 营销”；
 - 3) 使用减号（-）表示“非”的关系（搜索不包含某个关键词的内容）；例如：键入“北京 -故宫”；
 - 4) 不区分英文字母大小写，所有的字母均当做小写处理；例如：键入“SINA”、“Sina”、“sina”，其结果都一样；
 - 5) 利用双引号（用一对半角的双引号），来查询完全符合关键字串的网站；例如：键入“计算机网络营销”。

四、案例演示

（一）业务背景

广东爱民电器有限公司决定进军电子商务市场，要求电子商务事业部的 CI 策划人员配合公司网站的建设、市场推广和传播，分工策划公司的理念识别 MI 并制作公司简介。

（二）操作指示

1. 收集本公司的基本情况，认识该企业的性质、所在行业与地位、企业类型、产品或业务特点、市场营销策略等要素或特征；
2. 策划本公司的理念识别（MI）；
3. 利用 Word 软件制作广东爱民电器有限公司简介。

（三）操作演示

1. 点击广东爱民电器有限公司网站，了解公司的相关信息。
2. 设计公司的理念识别（MI）

广东爱民电器有限公司是广东一家民营的小家电企业，以家电细分市场为服务对象，以生产小家电为经营特色，以技术创新为市场生命力，建立低能耗的成熟销售渠道，创设便民

的售后服务体系,构建环保生态的企业文化。因此,设计公司的理念识别(MI)如下,以充分体现公司以民为本、共生互荣的企业精神:

企业使命: 创造价值, 共同发展。

经营宗旨: 务实、创新、荣生。

服务理念: 爱民之所待, 便民之所愿。

3. 制作广东爱民电器有限公司的简介

广东爱民电器有限公司的简介如下:

广东爱民电器有限公司

地址: 汕头市华山路 18 号

电话(传真): 0754-88713130

公司简介



广东爱民电器有限公司创立于 2007 年,专业生产、经营“爱民”家用小电器、电子零配件的民营企业。公司年产值与营业额平均达到 6% 和 28% 的增长率,2010 年全国营业额达到人民币 20 多个亿。

公司现已开发投产具有自有知识产权与专利的电热壶、电磁炉、电风扇、电暖器、电饭锅、电炖锅等六个系列的家用小电器,以及各种相关电子零配件。目前,公司共开发投产了 80 多个低碳产品,产品获得 28 项国内专利。

产品分销: 公司致力于品牌建设,以市场为导向,努力打造“爱民”品牌的销售网络和服务网络,积极开展市场营销,开拓产品销售渠道。现公司已在北京、上海、广州、西安、成都、昆明、武汉、郑州、沈阳、哈尔滨等城市设立分支机构,在全国大、中城市设置了 200 多个区域代理商,在全国一、二线城市设立了 5000 多个“爱民”产品专柜,在全国范围内建立了 300 多个售后服务网点

企 业 文 化

公司以“创造价值,共同发展”为企业使命,以“务实、创新、荣生”为经营宗旨,以“爱民之所待,便民之所愿”的服务理念,创立国内第一民生品牌。企业与客户、合作者、员工、社会的关系准则为“荣生发展”。

爱民公司的口号:

爱民电器,居家美意!

爱民公司的员工行为准则:

敬业、协助、提升、和谐

五、实训操作

（一）业务背景

请你以某公司 CI 策划人员的身份，策划、制作公司的理念识别（MI）和制作公司简介。

（二）操作指示

1. 设计公司的理念识别（MI）。

要求：理念识别（MI）应包括该公司的经营理念、服务宗旨等；内容符合公司的生产经营特点，体现公司业务持续发展、员工积极向上的企业精神；文字达到简明扼要，朗朗上口，掷地有声。

2. 编辑公司简介。

要求：

1) 内容应能体现公司的基本信息，如公司的理念识别（MI）、名称（包括联系地址、联系方式等）、生产与经营的产品、业务性质、市场营销策略等；形式要求有艺术字、公司图片等。

2) 页面设置为 A4 纸，上、下、左、右边距各为 2 厘米，横排竖排任意，进行适当的排版，整个版面布局合理。

3. 以 Word 文件提交公司简介。

第二节 行为识别策划

企业行为识别（BI）是指企业生产经营的各种具体活动，它包括经营管理者 and 员工的行为、公共关系、广告、促销方式等。它通过企业营销活动的细节，共同表达 MI 的内容，以形成统一的企业形象内涵，使企业内外产生良好的共识。



企业行为识别的内容与作用

读一读

BI（Behavior Identity）是企业理念的行为表现。对内就是建立完善的组织、管理、福利制度、行为规范等，以增强企业内部凝聚力和向心力；对外则通过市场营销、公共关系等来取得大众及消费者的识别和认同，以树立企业良好的形象。

一、实训目的

1. 熟悉企业行为识别的内涵；
2. 熟悉企业行为识别策划的基本原则和基本要素；
3. 能熟练运用 Word 软件设计企业行为识别；
4. 培养设计企业行为识别、表达企业行为规范的能力。

二、实训任务

1. 策划设计企业的行为识别;
2. 分析行为识别与 CI 形象的关系;
3. 制作公司组织结构图。



议一议

企业员工行为规范与企业员工行为准则的关系如何?

三、操作指南

企业通过企业组织机构建设、员工行为准则与行为规范、企业规章制度等来体现企业内部的行为识别,以增强企业内部凝聚力和向心力。

(一) 通过某一家企业的组织结构图、员工行为准则,认识企业行为识别(BI)

1. 搜索某家企业的组织结构图,并解读该企业机构设置的原则。

为了实现有效管理职能、提高管理效率和实现一定的管理目标而建立管理机构必须遵循的原则:

- 1) 目标一致原则:部门目标与公司的总体目标保持高度一致。
 - 2) 职责分明原则:责权分明,管理职能落实到位。
 - 3) 责权对等原则:部门与职员拥有的权力和责任应该对等。
 - 4) 协调原则:部门有分工、有合作,保持协调,利于发挥组织总体功能。
 - 5) 组织阶层原则:实行统一领导,分级管理,集权与分权相结合。
 - 6) 控制幅度原则:处理好管理幅度与管理层级的关系,尽量减少管理层级。
 - 7) 分工协作与专业化原则:企业的分工与专业化程度决定了企业的整体效益。
2. 明确地指出该企业的员工行为准则,并解读其内涵。

如:某企业的员工行为准则“敬业、专注、协作、进取”。

“敬业”——热爱本企业的事业,遵守规章制度,坚守岗位做好本职工作;

“专注”——工作热情、专心、投入,努力做好本职工作;

“协作”——有良好的团队精神,服从组织目标做好本职工作;

“进取”——积极向上,个人追求与企业事业共发展。

(二) 利用 Word 软件进行排版

根据公司的管理结构,利用 Word 软件设计公司的组织结构图,加强对 Word 软件绘图功能的应用,主要涉及以下操作技能:

1. 绘制线条和图形(通过“绘图”工具栏绘制);
2. 设置线条和图形(如:线条的长度、图形的大小等)。

四、案例演示

(一) 业务背景

广东爱民电器有限公司要求电子商务事业部的 CI 策划人员配合公司网站的建设、市场推广和传播,分工策划公司的行为识别(BI)和制作公司组织结构图。

（二）操作指示

1. 根据本公司的机构建设、内部管理结构或模式、业务或市场拓展状况等要求，遵循管理原则，设计制作公司的组织结构图。

2. 设计公司员工行为准则。

要求：体现公司员工以人为本、积极向上、持续发展的团队精神。

（三）操作演示

1. 设计组织结构图

广东爱民电器有限公司的组织结构图如下（见图 1-2-1）：

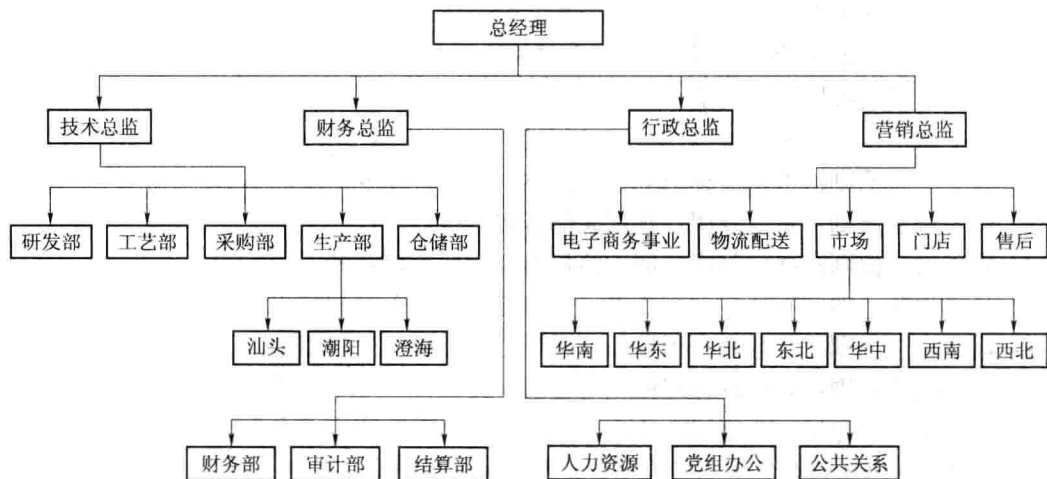


图 1-2-1 广东爱民电器有限公司组织结构图

说明：鉴于公司业务发展，增设了电子商务事业部作为独立于其他部门的主管电子商务业务的部门，与市场、物流配送、门店、售后等其他四个部门并行隶属于营销副总理。这种组织结构符合企业机构设置的管理原则。

2. 设计员工行为准则

广东爱民电器有限公司的员工行为准则：“敬业、协助、提升、和谐”。

解读：

“敬业”——热爱本企业，遵守规章制度，坚守岗位做好本职工作；

“协助”——有良好的团队精神，互助协作，服从组织目标做好本职工作；

“提升”——企业有公平的竞争机制，员工可以得到提高与晋升的机会；

“和谐”——企业上下目标一致，行为统一，和谐发展。

五、实训操作

（一）业务背景

请你以某公司营销经理的身份，策划公司的行为识别和制作公司组织结构图。

（二）操作指示

1. 利用 Word 软件设计制作公司“网络营销事业部”机构设置。

要求：机构设置遵循精简、效率原则，符合业务发展需要；构图要求条理清晰，层次分明，整体效果好。

2. 根据企业业务拓展的实际需要，制作或修订企业员工行为准则。

要求：

1) 文字简洁、明快；

2) 内容积极、健康；

3) 行为统一规范，对内对外体现企业理念；

3. 以 Word 文件提交员工行为规范和公司组织结构图。

第二章 视觉传达能力

视觉识别（Visual Identity，缩写为 VI），是 CI 的可视部分和静态表现。它是以视觉传播为手段，将企业的经营理念转化为具体直观的形象。由于视觉是人类接受外界信息的最主要方式，所以以视觉符号的系统设计来传达企业信息和品牌信息是最为有效的方式，被喻为 CI 之眼。



VI 系统内容

读一读

VI 系统包括基础系统（企业名称、品牌标志、标准字体、标准图形、标准色彩、宣传口号、产品说明书等）和应用系统（产品与包装、生产环境与设备、展示场所与器具、交通工具、办公设备与用品、工作服与饰物、广告设施与视听资料、公关用品与礼物、厂旗与厂徽、指示标识与路牌等）。

一、实训目的

1. 熟悉企业视觉识别的内涵；
2. 熟悉企业视觉识别策划的基本原则和基本要素；
3. 能熟练运用 Word 软件设计企业视觉识别；
4. 培养设计企业视觉识别、直观表达企业理念识别的能力。

二、实训任务

1. 策划设计企业视觉识别；
2. 分析视觉识别与 CI 形象的关系；
3. 制作公司名片和请柬。



读一读

宅急送 Logo



猴子使人想到灵敏快捷一个跟头十万八千里的孙悟空；拎着的包裹代表从事的小件快运；圆圈寓意门到门服务；绿色象征生命，象征宅急送永远充满活力。

三、操作指南

VI 是企业的视觉传达设计，是理念识别的具体化和视觉化，通过组织化、系统化的视觉表达形式来传递企业的经营信息。

（一）企业视觉识别（VI）的意义

1. 通过企业的品牌可分析其设计特色（由字体、图形与色彩等外现形式，直观体现企业的 CI 形象）。例如：

1) 广东顺德美的电器股份有限公司的品牌（见图 1-3-1）



图 1-3-1 美的 Logo

分析：美的公司的“Logo”简洁、明快、直观、形象、易记，其中的“M”加以美化，更具艺术感，形象地表达了美的人与利益相关者的密切关系，并以统一的 VI 形象体现了企业的核心价值。

2) 广东珠海格力电器股份有限公司的品牌（见图 1-3-2（A）、（B））



图 1-3-2（A）格力 Logo



图 1-3-2（B）格力 Logo

2. 广告词，又称广告语。它是指企业通过各种媒介向公众传递产品与服务、经营理念与价值观等企业文化的一种宣传用语。通过广告词（语），可以解读企业产品的内涵，如产品性能或效用、市场定位、价值取向等。例如：

1) 飞利浦广告词：让我们做得更好！

飞利浦在家电领域取得的成绩有目共睹，而且成为 500 强中赢利最多的电器集团。然而，飞利浦在广告宣传中除了不断强调自己创新的技术外，还从不忘记谦虚地说一声“让我们做得更好”，这种温柔的叫卖似乎更容易赢得国人的认同。

2) 丰田汽车广告词：车到山前必有路，有路必有丰田车。

八十年代，中国的道路上除了国产汽车就只有日本的进口车了。丰田汽车作为日本最大的汽车公司自然在中国市场上执牛耳，而这句精彩的广告语则很符合当时的情况，巧妙地把中国的俗语结合起来，体现出自信和一股霸气，且朗朗上口。如今，丰田汽车恐怕已经不敢再这样说大话了，但很多中国人还是记住了这句广告语。

3) 金利来广告词：男人的世界！

金利来的成功除了得益于一个好名字外还在于成功的定位，它们把自己的产品定位于成功和有身份的男士，多年来坚持不懈，终于成为男士服装中的精品，而这句广告语则准确体现了金利来的定位和核心价值。

著名品牌的广告词（语）还有：

李宁运动服装：一切皆有可能！

罗西尼表：时间因我而存在！（Time always follows me!）

英特尔奔腾：给电脑一颗奔腾的“芯”！

第比尔斯钻石：钻石恒久远，一颗永流传！

雀巢咖啡：味道好极了！

（二）利用 Word 软件进行排版

根据公司的基本要求，利用 Word 软件设计公司的名片和请柬，进一步提高对 Word 软件的应用，主要涉及的技能如下：

1. 设置页面的大小、页面边框（如：页面的边距、页面边框样式等）；
2. 设置艺术字、文本框、图形（如：艺术字样式、图形格式等）。

四、案例演示

（一）业务背景

广东爱民电器有限公司要求电子商务事业部的 CI 策划人员配合公司网站的建设、市场推广和传播，分工策划公司视觉识别 VI 和制作公司名片、请柬。

（二）操作指示

1. 设计本公司的品牌，体现 VI 形象；
2. 设计本公司的广告词（语），能表达市场的诉求与企业的服务理念；
3. 制作本公司的名片、请柬等。

（三）操作演示

1. 设计公司的品牌

设计广东爱民电器有限公司的品牌如下（见图 1-3-3）：

2. 设计公司的广告词

设计广东爱民电器有限公司的广告词：爱民电器，居家美意！

分析：