

T/GXDSL

团 体 标 准

T/GXDSL 000—2024

南宁老友粉文化传播与品牌建设指南

2024 - 00 - 00 发布

2024 - 00 - 00 实施

广西电子商务企业联合会 发布

目次

前言 II

一、前言 1

二、术语和定义 1

 1. 南宁老友粉 1

 2. 文化传播 1

 3. 品牌建设 1

三、文化传播指南 1

 1. 历史渊源及文化背景 1

 2. 数字化传播 1

 3. 视觉识别系统（VI） 2

四、品牌建设指南 2

 1. 品牌定位 2

 2. 品牌形象塑造 2

 3. 标准化管理 2

五、实施与监督 3

 1. 实施计划 3

 2. 监督机制 3

六、持续改进 3

 1. 反馈收集 3

 2. 改进措施 3

七、总结 3

前 言

本文件依据GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广西产学研科学研究院提出。

本文件由广西电子商务企业联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

南宁老友粉文化传播与品牌建设指南

一、前言

本团体标准旨在规范南宁老友粉的文化传播和品牌建设，提升其在国内外市场的知名度和影响力。通过统一标准化的指导，推动南宁老友粉产业的健康、有序发展。

二、术语和定义

1. 南宁老友粉

一种以米粉为主料，辅以酸笋、豆豉、牛肉等配料，经特殊工艺制作而成的广西特色食品。

2. 文化传播

通过多种渠道和形式将南宁老友粉的历史、文化内涵和食用方式推广至更广泛的受众群体。

3. 品牌建设

通过一系列策略和措施，提高南宁老友粉的品牌知名度、美誉度和市场竞争力。

三、文化传播指南

1. 历史渊源及文化背景

- 挖掘故事：深入挖掘南宁老友粉的历史渊源和文化故事，包括其起源、发展历程和独特之处。
- 文化活动：举办南宁老友粉文化节、研讨会等活动，增强公众对南宁老友粉文化的认识。
- 媒体宣传：利用报纸、杂志、电视、网络等多种媒体进行广泛宣传，强调南宁老友粉的文化价值。

2. 数字化传播

- 社交媒体运营：在微博、微信、抖音等社交媒体平台上开设官方账号，定期发布与南宁老友粉相

关的内容。

- 短视频营销：制作趣味性强、易传播的短视频，介绍南宁老友粉的制作过程和文化背景。
- 直播互动：通过直播平台展示南宁老友粉的制作过程，并与观众实时互动，回答相关问题。

3. 视觉识别系统（VI）

- LOGO 设计：设计具有辨识度高且体现南宁老友粉文化的 LOGO。
- 宣传海报：统一制作各类宣传海报，用于线上线下宣传。
- 包装设计：设计美观大方、便于携带且具有地方特色的包装。

四、品牌建设指南

1. 品牌定位

- 核心价值提炼：提炼南宁老友粉的核心价值，如“传统工艺”、“地道风味”、“健康美食”等。
- 目标市场分析：明确目标市场，根据不同消费群体制定相应的品牌策略。

2. 品牌形象塑造

- 品牌故事：打造生动有趣的品牌故事，增强品牌的吸引力和亲和力。
- 品牌代言人：邀请知名人士作为品牌代言人，提升品牌知名度。
- 品牌联名：与其他知名品牌进行跨界合作，推出联名产品，扩大影响力。

3. 标准化管理

- 生产标准化：制定详细的生产标准，确保产品质量的一致性和安全性。
- 服务标准化：建立完善的服务体系，包括售前咨询、售后维护等环节的服务标准。

五、实施与监督

1. 实施计划

-时间表：制定详细的实施时间表，明确各项工作的时间节点。

-责任人：指定专人负责各项具体工作的推进。

2. 监督机制

-内部监督：成立专门的监督小组，定期检查各项工作的进展情况。

-外部评估：邀请第三方机构对项目实施效果进行评估，提出改进意见。

六、持续改进

1. 反馈收集

-消费者反馈：通过问卷调查、访谈等方式收集消费者对南宁老友粉产品和服务的意见。

-行业动态：关注行业发展趋势，及时调整策略以适应市场需求变化。

2. 改进措施

-产品优化：根据反馈不断改进产品口味、包装等方面的问题。

-服务提升：优化服务流程，提高服务质量。

七、总结

本指南为南宁老友粉的文化传播和品牌建设提供了全面系统的指导，旨在帮助相关企业和个人更好地推广和发展这一地方特色美食。希望各方共同努力，将南宁老友粉打造成享誉全球的特色品牌。