

定位就是行动指令

定位的目的
就是为了让别人采取行动

**定位不对
努力白费**

**企业的一切资源都
是围绕定位去配置**

语境做定位两大目的

企业内外全员聚焦指令 **行动**一致

消费者聚焦购买理由按 **指令**行动

舜和慢城 有两个跑道的运动社区

西贝海鲜 请重要的人 更多人选择西贝海鲜

阿牧郎番茄火锅 五个番茄一锅汤

海鹏丰镇月饼 团圆时刻有海鹏

游可能 享受亲子游 就上游可能

.....

他们都因为语境精准的定位业绩快速上升，品牌影响力日益扩大

定位明确，指令有效，行动依赖

2007-2018 11年专注品牌定位

语境创始于2007年，是一家做品牌定位超过10年的公司，为企业提供从品牌战略、品牌定位到品牌视觉的系统服务，用行动指令引爆购买理由，10年来服务客户从内蒙古知名企业到世界500强绿地集团，创造了很多的品牌奇迹，第一个10年语境深耕内蒙古市场，第二个10年语境将在北京设立总部走向中国舞台。

40个创业小伙伴，**4**个合伙人，核心创业团队跟随企业**8**年以上，语境发展多年形成独特的**战略顾问+产品设计+品牌管理**的模式，创建一系列的工具实效落地定位，形成业界领先的语境模式。

语境服务代表作品



相伴十三年 一袋好奶茶



木子燕, 辣焙子®



樂田蜜语
每周一款新面包

全语境服务内容，系统助力企业

- **品牌定位** 品牌定位是企业的源头，是赢得竞争的最有力武器
- **企业战略** 定方向，找取舍，划版图，清晰企业的发展路径和社会价值
- **企业文化** 文化立心，标准立人，再好的定位没有强大的执行文化都无法实现
- **产品设计** 好的产品是设计出来的，先有营销后有产品，以产品设计创新利润
- **品牌管理** 将命名、LOGO、行动指令建立整套品牌资产，保护并管理起来
- **视觉战略** 视觉包装核心就是降低选择成本，处处广告位，洗脑式落地全程

战略金三角：再好的定位，没有强大的执行系统都无法实现

语境深入企业运营体系，运用多年研发的定位金三角方法，
为企业构建围绕定位的战略系统、产品开发系统、品牌管理系统，
助力企业建立强大的孵化器（企业文化、标准化建设、学习系统），
全方位参与到企业的创业过程，确保定位的全面落地。



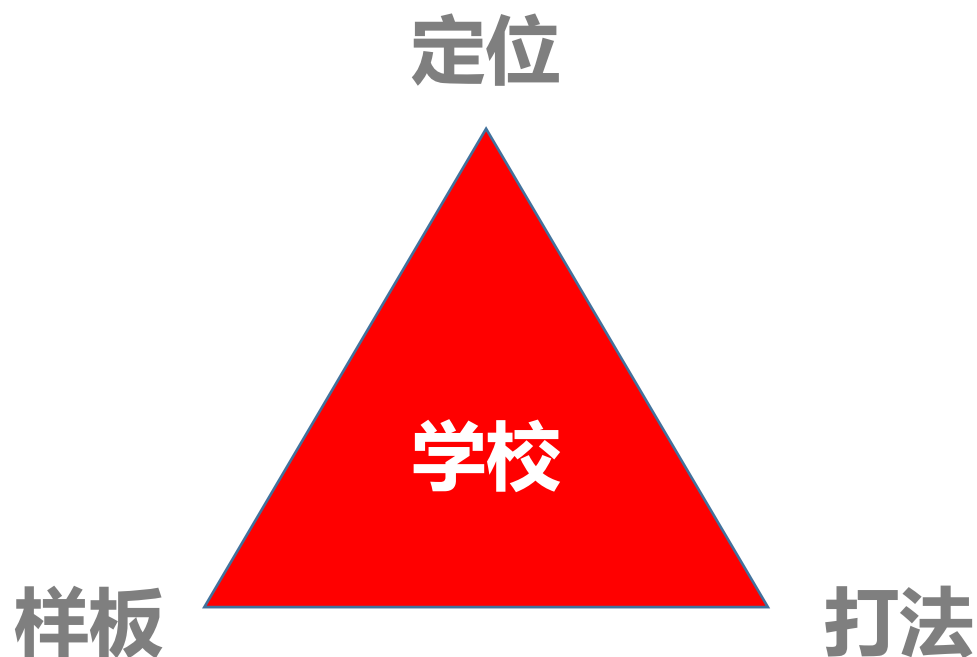
定位金三角：让定位形成样板，让学校成为可复制工具

品牌定位的目的就是要形成一个焦点，一致对外，减少浪费动作。

定位形成后，选取一个样板市场落位成熟，形成第一个样板，然后集中发力。

黄埔军校是企业要高度重视的三角核心，

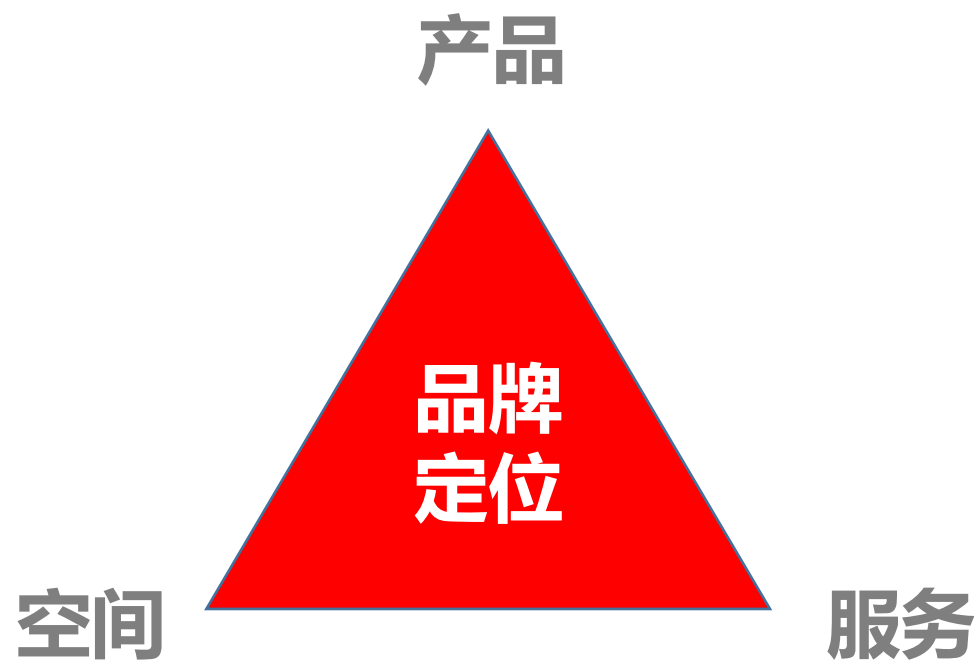
没有学校持续培养人才、输出人才，企业再好的发展和定位也无法持续。



运营金三角：所有的企业这三点落地好，定位才算做好

运营定位金三角是品牌定位之下最关键也是起到决定性作用的工具。

所有的定位最核心定的是人心，人心最直接的体现就是认同感，
品牌定位和企业文化在产品、空间、服务三个维度的体现和落地才能真正实现品牌落地。



语境观点一

与客户形成事业共同体，不要有私心

深入了解企业的创业阶段、资金状况、人员执行力等现实情况，
深度参与到企业的创业中去，一起做大品牌。
不要有私心，就是不以赚到咨询费为核心目的，
而是以帮助客户成长为语境存在的价值

语境观点二

定位对外是市场，对内就是企业的魂

语境每年都有失败的案例，很多客户找了语境就认为万事大吉了。

企业家们一定要明白，定位只是解决了方向和品牌的市场问题，
如果内部的运营管理水平还是个体户思维，那再伟大的定位也实现不了，
所以一定要认识到成败的核心在内因，“魂”和执行力是定位成功的核心因素。

语境观点三

生意不好是因为好的时候没做好

很多客户在品牌做完，生意较好的时候，
将大量时间用在了参加聚会和巡演上了，内部服务运营一塌糊涂，
等前期宣传透支的流量用尽的时候，回头客减少，生意开始越来越差，
语境奉劝，越是生意好的时候越是要抓现场、盯服务，才能生意更持久。

语境团队

为什么叫语境？

气质相投的人才能形成共同的语境！

语境：语言的环境、情景，只有共同的语境才有共识的基础。

对于客户而言：甲乙双方有共同的理念、层次、高度才能有合作的基础。

对于员工而言：有共同的价值观和语境才有做事的基础和共同成长的平台。

对于消费者而言：只有品牌营造与目标消费者共同的语境，消费者才会买单。

语境创始人赵健 18年品牌策划实践经验

- 关键词：读书、健身、旅游、
正能量、健康的生活方式
- 18年品牌策划经历，曾在西安、北京、
浙江等地工作，2007年于呼和浩特成立语境
- 人生目标：一生只做一件事，成为世界级专家



语境核心团队 平均跟随语境8年 责任至上 诚信正直



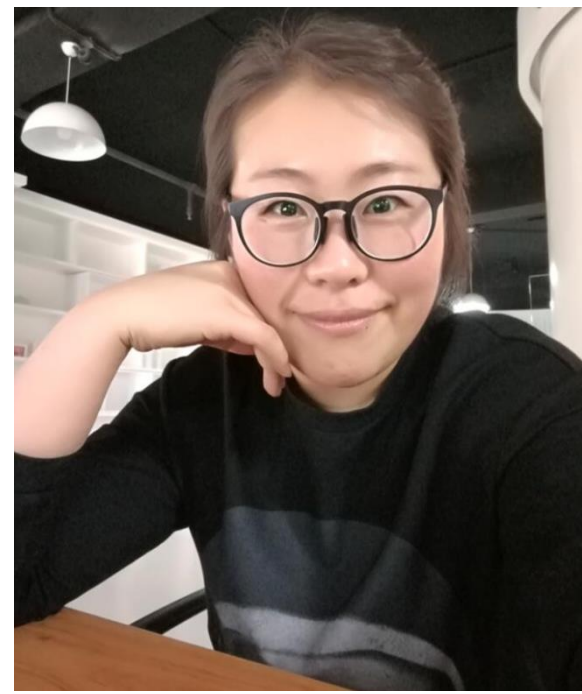
事业合伙人石磊



事业合伙人王巍华



事业合伙人贾冠中



事业合伙人郭环宇

语境® 品牌定位

定位就是行动指令

语境文化

语境的定位

专注品牌定位

11年坚持一件事，反复训练，做到极致，
直到成为行业顶级专家

语境的slogan

定位就是行动指令

说话的最终目的就是为了让别人行动，
同样精准的定位就是发放一个有效的指令，
让所有人按指令行动起来

语境的愿景

成为中国品牌顾问行业的领跑者

内蒙语境——**中国语境**——国际语境

2008年语境设立伟大愿景，第一个10年成为内蒙古知名策划品牌，第二个10年成为中国知名策划品牌，第三个10年代表中国影响国际，语境从2015年开始服务了全球最大五金机电电商平台V机电等外地品牌，从服务内蒙古开始服务全国品牌，坚实的向第二个10年迈进

语境的使命

帮助客户创造满意的品牌资产

品牌资产的重要性远远高于企业硬性资产，
但是被老板重视的程度却非常之低，帮助客户创建和管理企业的品牌资产，
抓住企业的命根子，才是可持续发展的王道

语境客户观

客户的成长是我们实现一切梦想的前提



与客户形成事业共同体，对内反复传递：你的工资、奖金、分红等
所有福利都是客户发的，而不是语境，只有服务好了客户，
我们才能更好的实现梦想

语境行动指令

整理归纳 简洁干净 工作前置 持续改进

整理归纳：具备极强的整理和归纳信息能力，快速找到核心和规律，从现象看到本质

简洁干净：从做人到做事，到办公环境，呈现一个干净整洁的环境和高效的做事氛围

工作前置：所有繁忙都是因为没有预防和前置，语境倡导所有工作要前置和做好计划

持续改进：管理和专业的提升是没有尽头的，只要语境在发展，持续改进就没有尽头

语境价值观

共同成长 共享成就

人人强企业则强
人心齐能量倍增
互相推动互相成就

语境学习观——走出去，引进来

全年内部学习、复盘近百场，同时外部参观学习一线城市企业、同行



学习从总经理开始，不爱学习的领导做不出爱学习的企业

创始人赵健每年阅读书籍百本，遍访各类名家名师



与万科副总策划师高创合影

中国10大策划人赵强合影

与爱国者总裁冯军合影

参加世界营销大师杰亚伯拉罕行销论坛

与王志刚工作室陆虎老师合影



与北京万科副总经理肖劲合影

与武利平老师合影

与香港国际财富女人学院韩艾桐院长合影

与亚洲商业资源集团董事长王国宇合影



作为西安外事学院内蒙校友会会长与校领导合影

与著名地产人潘石屹合影

出席学习型中国论坛

与中国天性教育联盟创始人赵丹合影

语境世界观——不观世界，何来世界观

11年，语境游学数十个城市，体验商业、景区、连锁各种业态，2016年从日本开始海外游学



2016从日本开启出国游学 深入日本学习丰田精神，将丰田5S导入语境



2017台湾游学 深入体验台湾文创、休闲农业



语境核心 竞争力

语境核心竞争力 战略顾问+产品设计+品牌管理

战略顾问
差异定位

Strategy
consultants

产品设计
利润突破

Product
design

品牌管理
资产管理

Brand
management

语境时尚办公 空间是一个企业最直观的文化体验

500平米国际化空间
共享 · 休闲 · 时尚 · 有序

Space

拥有国际化梦想的语境
空间处处领先同行

YURSA 语境顾问





Space

引入丰田5S精神
极简创意工厂



语境 定位案例



世界500强 全球最大房企

高举世界500强品牌大旗 8年助力135亿销售

8年时间服务120万平米的绿地中央广场，
坚持以“世界500强”品牌定位为核心和行动指令，陆续推出产品，
8年不动摇，形成最大房企，最高品质的地产印象，
服务期间业态涵盖住宅、公寓、写字楼、商业，累计销售额135亿！

GCP 绿地中央广场
GREENLAND CENTRAL PLAZA

THE GREENLAND GROUP

世界^{WORD}
The strongest
500强

绿地中央商务城

VIP LINE 3329999

绿地·腾飞大厦
TENG FEI BUILDING

THE GREENLAND GROUP

世界500强 绿地中央商务城

绿地·腾飞大厦 | 如意正中心

世界^{WORD}
The strongest
500强

50-1800㎡超甲级写字楼/公寓
现房发售

332 9999

绿地集团 | 绿地无限
GREENLAND GROUP | GREENLAND INFINITE

世界500强 绿地中央商务城
THE AUTONOMOUS

五星级酒店的
办公体验

OFFICE EXPERIENCE

100-1300㎡甲级写字楼 60-1800㎡创业公寓

绿地·腾飞大厦
TENG FEI BUILDING

Greenland Center
甲级写字楼
2014年落成

332 9999

售楼处：腾飞路与平陆路交汇处（绿地·腾飞大厦营销中心） 开发商：绿地集团和浩特置业有限公司
[中国·内蒙古·呼和浩特市·如意正中心·绿地中央商务城] SA OFFICE The autonomous administration

The
greenland
group

3重 私享奢适户型
大宅风范
超越别墅的居住享受

全明式卓越设计，一梯一户，3.2米阔朗层高，20米超大面宽，80平米阔景客厅，成就超越别墅的居住享受；私人娱乐室，畅游独立的家庭私属娱乐空间，挥洒一家人的甜蜜时光；双向观景阳台，北向阳台与客厅阳台呼应，提升空间感，移步间欣赏双重美景。

THE GREENLAND GROUP
THE GLOBAL LAYOUT SHINE THE WORLD

THE GREENLAND GROUP
THE GLOBAL LAYOUT SHINE THE WORLD

绿地·塞尚公馆
如意门户·首府之心

20米面宽·仅此一处
190-330平米平层大宅 超越别墅的居住享受

Only this one
Greenland

一梯一户，尊享与私密的最佳体现 | 宽裕面宽，奢阔豪宅空间序列 | 3.2米层高，更为奢阔的空间享受 | 80㎡奢华客厅，上流生活别开生面

绿地集团 | 绿地无限
GREENLAND GROUP | GREENLAND INFINITE

Beyond the other living
the greenland

语境® 品牌定位

定位就是行动指令

城发绿园

| 有趣 · 有料的生态住区 |

5次开盘，5次售罄，国内第一个动漫代言楼盘

语境通过生态社区定位和超级动漫角色，
让250万平米生态大盘改变了西城低价值印象，集中引爆市场，以生态价值构建产业链，
形成居住、乐园互动、生态商业为一体的畅销大盘，势头直逼恒大等知名品牌，
5次开盘5次售罄，一年内单价上调3000元每平方米，创造楼市奇迹。



城发绿园

「有趣·有料·生态佳区」

CHENG FA GREEN GARDEN

有趣有料的！ 生态住区

VIP LINE

329 8888





城发绿园

LvYuan[S] 上市·如今更出色

90-150m²·小高层 大开间·背靠900亩公园

城发益晟 329 8888

这一站 是家



LvYuan[S] 上市
如今更出色

90-150m²·小高层 大开间

城发绿园 329 8888

小暑 向前走 别回头!

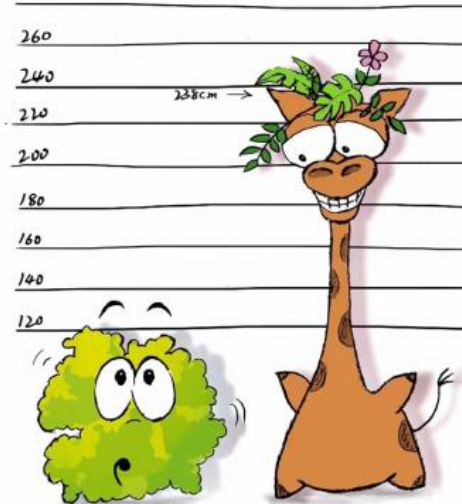
我和烤肉
只差一撮孜然粉



城发绿园

「有趣·有料·生态佳区」

居然说我矮
真搞笑。
大家不都是一米多吗？！



城发绿园

「有趣·有料·生态佳区」





伊泰·华府云玺

PRINCE MANSION

4次开盘，劲销18亿，首府首个首年售罄的豪宅

云玺是伊泰置业在呼打造的第二个华府系列产品，
在定位初期，语境规避了一期华府世家过于高端、调性不统一的市场形象，
以全新的、统一的、接地气的轻奢豪宅形象入市，重点突出产品品质的塑造，
一年坚持一个定位、一个声音、一个形象，让市场迅速接受并产生强烈的购买欲望。
645套，3个月，排号超2000组，4次开盘，销售额高达18亿，
成为首府首个首年售罄的豪宅项目。



伊泰·华府云玺
PRINCE MANSION

府续世家 幸会云玺

125-216m² 建筑面积 伊泰2期 精致认筹

318 8888

傳承

府续世家
幸会云玺



伊泰·华府云玺
PRINCE MANSION

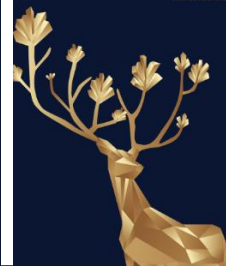


顯赫

如意核心
城央未来



伊泰·华府云玺
PRINCE MANSION



奢装

82个顶级品牌
九星精装



伊泰·华府云玺
PRINCE MANSION





提出“运动社区”定位，3年领跑市场

面对市场同质化及国内一线品牌的夹击，语境为天房伟业提出运动社区定位，同时制定出“有两条跑道的运动社区”的行动口号，迅速让慢城脱颖而出。

2017年聘请韩磊为代言人，成为内蒙古第一个聘请形象代言人的房企，快速推动天房伟业跻身品牌开发商的行列。

合作3年，语境从产品定位入手，逐步为天房伟业建立了战略远景、企业文化、商业模式。

有两条跑道的运动社区

智慧2期 88-158m² 全南北通透 震撼启幕

8200m²中央湖景观带
青山小学、三中等教育核心地
新妇幼保健院旁、全呵护
如意公园、北山公园环绕
全南北通透健康户型
智慧科技金牌物业配置
游泳池、乒乓球、健身房

Don't wait for old sports again

健康和慢城2期
Tel. 3369000 地址/新城区北二环路快速路与东河交汇处东北角(妇幼新址南)
开发商/内蒙古天房伟业房地产开发有限公司



韩磊入住舜和·慢城 为天房伟业代言

有两条跑道的运动社区
建筑面积 90-160m² 热销中

Healthy community

慢城2期

呼房售字第20160057号

歌王韩磊






聚焦“慢面粉” 定位，牛根生助力

面对河套面粉的区域乱象及塞北粮仓的产品线混乱两大问题，
语境提出聚焦面粉大单品战略，做透做深，占领面粉的品牌至高点。
针对品牌输出，语境深度研究市场，将面粉分为快（催熟）、慢两大板块，
提炼出“慢面粉”的核心定位，形成“自然生长120天，全程无添加”的核心支撑，
逐渐构建爱吃面，吃好面的战略体系，
从“慢面粉”到“吃劲儿” 酿皮的品牌餐饮直供形成工厂养企业，
面粉养品牌的独特发展路线。

爱
吃
面
吃
好
面

塞北粮仓

不想做一个多
牛逼的妈妈

只想慢下来，
好好给孩子做一顿早餐

塞北粮仓慢面粉
自然成长120天 全程无添加





爱
吃
面
吃
好
面

塞北粮仓

在快的时代
跟重要的人在一起

慢一点做更重要的事

塞北粮仓慢面粉
自然成长120天 全程无添加




对不起
是我们太慢
用了3年时间
才等到土壤达到
纯净无残留标准

塞北粮仓 慢面粉
自然生长120天 全程无添加



塞北粮仓®

塞北粮仓慢面粉
自然生长120天
全程无添加



内蒙古塞北粮仓农业发展有限公司
4008386779

塞北粮仓®

吃劲儿® 酿皮

品牌酿皮
餐饮直供

自有原料无添加：慢面粉+葵花油
源自塞北粮仓106000亩8大生态种植基地

内蒙古塞北粮仓农业发展有限公司
4008386779





消费互联网之后的工业机会 助力全球最大五金机电电商平台诞生中国

天猫、京东代表的消费互联网已经完成布局再无机会。

语境与客户洞察到工业互联网时代将兴起，抢占行业至高点，以“B2S”的创新模式，迅速布局全国，引起行业极大震动。语境从企业战略、商业模式、形象系统全面服务，全程参与企业创立北京总部、上海运营中心到招商大会等一系列过程。





打造企业战略和文化，助力区域房企升级转型

中朵集团常年根植呼和浩特，开发了上东墅、金茂中心、集通中朵城等众多楼盘。

面对一线品牌房企的市场挤压和未来战略升级，牵手语境，从战略梳理到企业文化的创建，全面升级中朵集团，以“和合”为企业文化核心，以“最好产品和服务”为战略愿景进行部门架构梳理，提升产品设计和物业服务为核心的双轮驱动，2017年中朵和湖南远大合作连续在呼和浩特、乌兰察布建立了首家装配式建筑产业园，成为整个内蒙古地产行业创新发展的领军品牌。





区隔西贝莪面村，形成高端宴请品牌

西贝海鲜全国9家店，长期无明确定位，在西贝大品牌的影响力和带动下发展。2016年西贝高层多次考察语境，希望借助语境餐饮的专业性为西贝海鲜做品牌定位，更好的形成独立中高端品牌。语境深入考察和论证，将西贝海鲜定位为高端宴请，提出“请重要的人，更多人选西贝海鲜”，以“重要的人”和“好食材”为核心强化竞争力，规避了行业重装修的竞争压力，将西贝海鲜品牌领航于宴请市场，2017年业绩提升了30%。



请重要的人 更多人选西贝海鲜
INVITING VIP THE BEST CHOICE IS XIBEI SEAFOOD



木子燕,辣焙子[®]

30平米小店，品牌升级年营业额过百万

木子燕辣焙子已经成为呼和浩特现象级品牌。语境合作之初，从品牌定位出发大刀阔斧的改造，将老板用了三年的招牌“记忆老陕”换成“木子燕”，去掉陕西小吃印象，树立辣焙子专业店形象，打造了人人叫好的“好吃一焙子”的行动指令，将脏乱差的街边小店一跃成为年轻人追捧的品牌名小吃，将3到4元一个的街边辣焙子拉升为10元一个，创造非商业中心街边店，30平米营业额百万的奇迹。





助力150家连锁店实现品牌升级

聚腾源发展4年，150多家连锁店，形象非常混乱，甚至很多人都没听说过。
语境从品牌定位到视觉形象全面梳理，根据消费者和店员最常用的一句话“来一两”为切入点，
同时洞察到内蒙人吃稍麦的特殊“小聚”的场景和情节，
为聚腾源创作出“小聚来一两”的行动指令，快速推动了品牌的传播，
占据稍麦的民间俗语，形成自身的品牌资产。



聚騰源 稍麦
小聚 · 来一两

小聚 · 来一两



聚騰源 稍麦
小聚 · 来一两

春分

小聚 · 来一两



聚騰源 稍麦
小聚 · 来一两

端午粽传情
小聚来一两



聚騰源 稍麦
小聚 · 来一两

立夏

立夏暖身心
稍麦暖脾胃

首府稍麦连锁店最多品牌全新升级中

小聚 · 来一两



JUTENGYUAN
百姓最喜爱的
稍麦连锁品牌

聚騰源稍麦

小聚 · 来一两



聚騰源 稍麦



企业使命

以聚文化为核心
为顾客创造欢聚时刻

JUTENGYUAN

企业愿景

百姓最喜爱的
稍麦连锁品牌

JUTENGYUAN

企业文化

聚文化为核心
为顾客创造欢聚时刻

JUTENGYUAN

品牌故事

聚文化为核心
为顾客创造欢聚时刻

JUTENGYUAN



打造中国第一个番茄火锅品类

2016年多年经营小肥羊连锁的张总找到语境，想要开创自己的品牌。

张总一再强调要从以羊肉为核心进行定位。语境深入研究市场、企业自身优势以及多年经营火锅的消费群特点，提出番茄火锅定位，从竞争白热化的蒙氏羊肉、川类火锅中脱颖而出，形成中国第一个番茄火锅品类，
“五个番茄一锅汤”的行动指令奠定了行业标准和建立竞争壁垒，
让阿牧郎番茄火锅不到一年的时间赢得了市场的追捧，品牌价值获得2.23亿。



樂田蜜语

| 每 周 好 滋 味 |

重新定位，当月销售额上升30%

台湾人创立，台湾师傅主创产品。乐田蜜语发展两年，9家店面，面临品牌形象不统一，定位不清晰，语境团队现场调查感觉和一般街边店没什么区别，陷入红海竞争。

语境项目组根据竞争研究和自身优势以及消费者消费习惯，看到大多消费者以1一个月购买一次都不错了，对于面包的消费习惯不够频繁，反复论证之后语境提出“每周好滋味”的行动指令，重新包装视觉，将消费者的购买习惯引导为一周一次，当月销售额提升30%。



樂田蜜语
| 每周好滋味 |

本周惊喜推荐 ▼

Whole wheat walnut
法式全麦核桃
全麦面粉、木糖醇、天然酵母、汤种老面、核桃

love time 零添加

邱堃洋
樂田蜜语行政总監

樂田蜜语
每周好滋味

本周惊喜推荐

黑芝麻乳酪
Black Sesame Cheese

安佳黄油、MG乳酪、法式干乳酪、现磨黑芝麻、特制麻薯

法式干乳酪

13.2

现磨黑芝麻
特制麻薯
MG乳酪

邱堃洋
樂田蜜语台湾烘焙大师

love time 零添加





王者归来，拉升销售额从单天6000到20000

针对小肥羊品牌老化、年轻群体锐减、店面陈旧的三大问题，语境结合一代宗师电影的热映和IP效应，将小肥羊动漫化、人格化，通过微信营销、店面活动、形象改造，形成全新的王者归来形象，迅速提升了年轻人到店量，将原有一天6000元的营业额持续拉升至20000元，让品牌形象焕然一新。





战略做老大，3年业绩增长6倍

2015年牵手语境，为海鹏战略护航，占领老大地位。

从正宗丰镇月饼到丰镇月饼领先品牌，3年时间迅速成为内蒙古丰镇月饼的领导品牌，
从品牌定位到视觉形象，全面领先同类，从内蒙古核心城市呼和浩特布局，
到2年8家店的迅速占位，海鹏从品牌到市场全面领先，业绩3年内翻了6倍，
走在快速发展的品牌大道上。



丰镇月饼 领先品牌

2017年卖出1000万个
线上线下遥遥领先



丰镇月饼非物质文化遗产传承人



2017年卖出 1000万个

线上线下遥遥领先



丰镇月饼领先品牌



老味道油茶

传统工艺 海鹏一绝

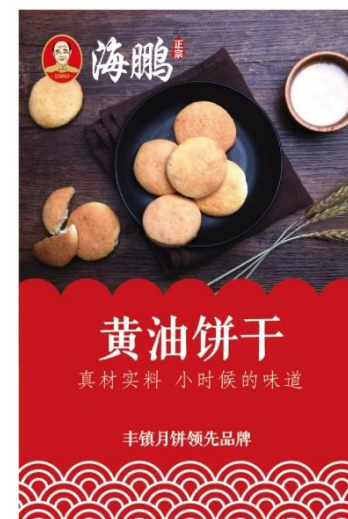
丰镇月饼领先品牌



蒙古果子

海鹏人气美食

丰镇月饼领先品牌



黄油饼干

真材实料 小时候的味道

丰镇月饼领先品牌



相伴十三年 一袋好奶茶

聚焦单品价值，全面领先同行

天美华乳两大单品，奶茶和奶制品，同用一个品牌，宣传和推广都很难树立老大。语境从战略上让天美华乳聚焦奶茶形成超级影响，奶制品命名酪友记应战奶制品，实现品牌聚焦，天美华乳强化老大地位，强化10多年畅销包装的明星视觉效应，实现销售攀升，同时设计出方便蒙餐、酪友记产品，形成天美华乳大战略下的多品牌聚焦模式，实现整体企业突围。



相伴13年 一袋好奶茶






从小学到高中
每天走之前喝光碗里的天美华乳奶茶已经成为一种习惯
但更是一种幸福满满的依赖
如今外地求学，虽已习惯当地的饮食
但时常想起家里那陪伴了14年暖着热气天美华乳奶茶
因为有爱，家人始终美在一起。

用心14年
只为一袋好奶茶




呼和浩特天美华乳食品有限责任公司
地址：内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区腾飞路11号
电话：15147100000




早上7点
老伴张罗着早点，她喜欢喝奶茶
每天也为我冲一杯
相濡以沫30年，天美华乳奶茶喝了14年
每次都能感觉到老伴的贴心与关怀
因为有爱，我们美在一起

用心14年
只为一袋好奶茶




呼和浩特天美华乳食品有限责任公司
地址：内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区腾飞路11号
电话：15147100000





占位品类老大，两年占领80%品牌餐饮市场

麦帮主前身为草原小俊马食品公司，产品多元化，利润低，与小作坊进入市场混战中
没有优势。牵手语境后，语境经过市场研究，建议聚焦烧麦皮这个竞争不激烈的领域，
命名麦帮主，提出行动指令“烧麦皮就选麦帮主”，渠道聚焦品牌餐饮，一年内行业
影响力迅速扩大，成为西贝、老绥远、德顺源等知名餐饮的供应商，企业获得了快速
的成长和裂变。

恭贺麦帮主被评为内蒙古 金口碑食品企业



**定位不是你想不想做的问题
而是你现在走的是正确的定位
还是错误的定位**

定位就是行动指令

让更多人的认可转化成更多人的行动



长按二维码 获取更多品牌定位

合作电话：0471-3696012 合作邮箱：苏和173280208@qq.com