

阶段性思想汇报意思(通用5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

阶段性思想汇报意思篇一

在投放之前，首先需要明确自己所处的品牌营销周期，以此作为投放的基础。

品牌营销的周期一般分为起步期、成长期以及成熟期。以品牌存在的客观情况为指导，设立相应的营销目标。

处于起步期的品牌，用户认知少、未进行过规模化投放、产品上市/进驻时间较短。

内容营销上，起步期品牌一般适用于内容营销。即通过强关联内容，精准触达目标用户。让用户先认识你。

果集·千瓜数据显示：3月16日-4月15日期间，护肤品牌瑞沛种草内容关键词分布top3均为品类词“美妆”、“精华”、“面膜”等。其中，“美妆”占比高达，

达人投放模型上，起步期品牌一般会选择强带货战略的，以投放目标为导向，不拘于达人层级，以垂直内容（强关联内容）为主，精准触达用户。

处于成长期的品牌，已拥有用户认知基础、有1个爆款商品、用户覆盖率同比不高。

内容营销上，成长期品牌适用于内容营销策略，在维持强关联内容基本盘的同时，通过扩大投放弱关联内容，

果集·千瓜数据显示：3月16日-4月15日期间，以爆款单品苏打气泡水闻名的元气森林，主要内容关键词中开始出现场景词“旅行”、“居家办公”以及“婚礼”等。在场景中激发用户的潜在需求。

达人投放上，成长期品牌一般会选择，它符合传播扩散原理的达人投放模型，依据营销节奏对个各层级的达人进行投放，能够对全年的营销节奏有相对完整的把控。

处于成熟期的品牌，用户覆盖率较高、商品销售稳中带涨。

内容营销上，开始出现部署发散型内容。内容营销的显著标志就是品牌相关笔记出现小剧场。

果集·千瓜数据显示：3月16日-4月15日期间，热门笔记中出现51篇小剧场商业笔记、提及品牌39个，包括大家耳熟能详的dr汤姆·福特、多芬等品牌。

达人投放上，成熟期品牌一般会选择，依托小红书平台流量机制，重点投放具有高性别比的腰初步达人，进行爆品打造。

爆品的打造一直都是讨论的核心，一款产品如何让自己具备爆品的基因，而这些基因也是产品相关小红书笔记的爆文前提。篇幅有限这个公式后续会安排单独的解读与案例拆解。

阶段性思想汇报意思篇二

敬爱的党组织：

2020年的这个春节，是我们所有人都忘不了的一段时期。通过电视、手机，媒体关于新型冠状病毒不断地报到，整个华夏大地，全部被疫情点亮，灾难面前，也让我们看见了不一样的伟大，此时此刻，正有一群人冲在前方，用自己的平凡之躯，为身后亿万中国人筑起防护的堡垒。

在这段时间，武汉已经成为了抗击疫情的主战场，不断有医护人员逆行奔赴武汉，他们是最美的逆行者，他们是一批不计报酬，不论生死的先锋，他们主动请缨，到最辛苦，最劳累，最危险的前线，誓死冲在队伍的最前列。他们是xxx员，是普通群众。他们当中有普通的医生、护士，也有后方的建设者、城市运营者，他们冲锋在前。一个党员就是一面旗，这些冲锋在最前线的党员，无论任何时候，任何地方，只要国家需要，人民需要，他们都义无反顾，向前走，不回头。

xxx时刻关注着疫情的发展□xxxxxx亲自指导，亲自部署，全面提高依法防控依法治理能力，健全国家公共卫生应急管理体系。这次疫情发生以来，各级党委和政府积极开展防控工作，取得初步成效。但也有一些地方和部门面对突如其来的疫情进退失措，出台的一些防控措施朝令夕改，一些地方甚至出现了严重的妨碍疫情的违法犯罪行为，群众对此不满，实践告诉我们，疫情防控越是到最吃劲的时候，越要坚持依法防控，在法治的轨道上统筹推进各项防控工作、依法治理的能力。坚持依法防控，要始终把人民群众生命安全和身体健康放在第一位。从立法、执法、司法、守法各环节发力，切实推进依法防控，科学防控，联合防控。要完善疫情防控相关立法，加上配套制度建设，完善处罚程序，强化安全保障，构建系统完备，科学规范，运行有效的疫情防控法律体系。要抓紧修订完善野生动物保护法律法规，健全执法管理体制及职责，坚决取缔和打击非法野生动物市场和贸易，从源头上防控重大公共卫生风险。

沧海横流，方显英雄本色。关键时刻，更见中国制度优势。这场疫情的防控阻击战，以一种独特的方式彰显出中国特色社会主义制度的巨大优势和强大威力，让我们看到了中国特色社会主义制度优势是我们应对各种风险挑战、驾驭各种复杂困难局面的不二法宝，是对中国特色社会主义制度优势的一次有力注解，而要想彻底阻击疫情，打赢这场疫情防控战，必须坚决贯彻落实xxxxxx关于疫情防控工作重要指示精神，

充分发挥中国特色社会主义制度优势。相信在党的集中统一领导下，在人民群众的共同努力下，一定能够打赢这场疫情防控阻击战。

作为一名大学生xxx员，我更应该不忘初心，牢记使命，带头做好疫情防控工作，协助学校、学院做好疫情防控工作，为打赢战”疫”贡献一份力量。深刻认识形势的严峻性，担当责任的紧迫性，配合辅导员做好各项防控工作，服从安排，积极应对。以实际行动保护好自己，保持好心态，从每一个细节做起，坚决遏制疫情蔓延，为打赢疫情防控阻击战贡献自己的一份力量。

汇报人：__

2020年_月_日

阶段性思想汇报意思篇三

内容平台的商业化模式下，电商已经成了不可缺失的一块。2020年6月，字节跳动成立电商一级部门，电商业务作为战略方向起航。b站在2017年7月底推出了「会员购」商城，出售的商品以二次元动漫周边为主；小红书则早在2014年便发力于电商领域，上线自营跨境电商平台“福利社”。

2020年，小红书电商gmv约达10亿美金（包括自营电商和第三方平台电商）；电商业务收入约占总营收的15%-20%。

一、小红书电商发展路径

2019年初，小红书对电商业务进行拆分，原社区电商事业部变为“品牌号”部门，围绕入驻的品牌进行从社区营销一直到闭环交易的资源整合。

内容社区

购物种草内容平台（2013年-2014年），下图为小红书初期版本截图：

小红书的版本是香港购物指南，大致的功能包含：定制专用出行指南、各大商场百货比价、实时分享旅游心得、分类最佳购买地点等。在2013-2014迭代期间，小红书重点发力于在内容方向，还开发了关注、用户等级等功能，初步搭建内容社区平台。

自营跨境电商

月“福利社”上线，开启跨境电商业务板块。下图为小红书版本截图：

此后，小红书开始转型，引入电商，上线了【福利社】模块，商品类型涵盖护肤、彩妆、时尚穿搭、家居好物、母婴、个人护理、家庭清洁、美食、保健品、家电数码等众多海淘购物类别，一站式解决了用户“已种草，但不知怎么买”的问题。

自营+pop电商

2016年6月，小红书平台开放第三方商家入驻，下图为小红书截图：

由于跨境电商政策逐步收紧，小红书逐渐从自营向开放第三方商家入驻转型，实现自营与平台模式结合。入驻的商家通过发布笔记+种草的形式来进行产品推荐种草，引导用户在商家店铺下单，完成转化，同时小红书平台还通过笔记为商家引流。目前小红书的重中之重是将社区与电商这两个模块互相打通，实现融合。

二、小红书电商模式

小红书电商模式为自营+pop卖货模式，整个交易流程都是在站内完成。

业务模式

自营商城：平台自营模式，平台负责履约、售后

三方品牌商入驻□pop电商模式，平台提供交易场所，商家负责履约、售后。小红书规范了一套商家入驻流程，包括专业号认证、入驻申请、等待入驻审核、以及签约交金入驻流程。

品牌与博主合作带货：小红书提供官方平台，博主可通过小红书平台和品牌合作带货。博主通过发布笔记，消费者浏览笔记，从而种草在站内下单。

这里要举个典型的完美日记在小红书营销大大获得成功的例子：

2016年完美日记品牌创立，2017年才有了天猫旗舰店。而在2018年天猫双11，完美日记仅用90分钟即突破1亿销售额；到了2019年天猫618，完美日记第一小时就荣登天猫彩妆top1□当时不难看出，完美日记最重要的策略之一就是小红书kol投放策略，2018年2月，完美日记开始将小红书作为重点渠道运营。

小红书社区上存在海量高质量和年轻化的koc和kol的生态，他们提供了高质量的内容，引导消费者决策。小红书通过头部kol造势、普通用户试用后的真实口碑传播，分层的品牌投放和推广计划，通过笔记种草对品牌宣传，并加大了投放力度，随后其销量开始快速上升。目前完美日记在小红书上粉丝200万+，获赞与收藏700万+，已成为头部美妆品牌。

售卖模式

1) 电商入口:

自营卖货/三方品牌入驻□app下方-商城tab

阶段性思想汇报意思篇四

除非是高举高打的这种打法，像保健品，美容口服类，从上往下打的，有医生背书或者是有明星背书，需要从上往下，这些是需要机构来配合。

如果是刚需品和快消品，相对低决策成本，产品要进入千家万户的，初始品牌已经非常清楚自己产品的目标人群，可以找一些博主，看什么内容可以做出爆文，包括内容方向以及怎么去表达等。

这个时候团队有一个内容，有一个媒介就可以去做这个事情。但具体需要几个媒介，多少个内容，就看在这个阶段品牌要求的速度。

类似于扫地机，通常来说在这个阶段，不要超过八周，六周左右的时间，这一个半月里面，按照现在小红书平台的限流要求，笔记分发的量，不要超过300篇，按照这个量，基本上2个媒介2个内容就是可以完成。

第二阶段

阶段性思想汇报意思篇五

敬爱的党组织:

疫情防控不只是医药卫生问题，而是全方位的工作，各项工作都要为打赢疫情防控阻击战提供支持。从加强医疗防护物资供应到加快应急科研项目攻关，从确保蔬菜、肉蛋奶、粮食等居民生活必需品供应到做好宣传教育和舆论引导工作，

防控工作环环相扣，任何一个环节都不能掉链子。疫情就是命令，防控就是责任。压紧压实各方责任，把各方力量调动起来，把各项工作做细做实，汇聚起众志成城、同心“战疫”的磅礴力量，就没有战胜不了的病魔，就没有跨不过去的沟坎。

敬礼！

汇报人：___

__年__月__日