# 最新春节促销活动方案范本(9篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2025-04-20

*最新春节促销活动方案范本一据市场了解，今年春节整个商超红酒市场有一定的萎缩，但主要体现在礼盒方面。我公司通过去年的产品结构调整与完善、店面客情关系的维护、促销队伍的建设，配合经销商的活动方案，取得了一定的业绩。本次的促销活动形式主要分为四大...*

**最新春节促销活动方案范本一**

据市场了解，今年春节整个商超红酒市场有一定的萎缩，但主要体现在礼盒方面。我公司通过去年的产品结构调整与完善、店面客情关系的维护、促销队伍的建设，配合经销商的活动方案，取得了一定的业绩。

本次的促销活动形式主要分为四大类：

一 现场特价销售:

主要体现华润万家系统共计12个单品，累计单品特价次数18次。此活动形式，迎合了广大普通顾客的心理需求，市场反应比较好，在一定程度上有效的拉动了销量。但同时，也存在一点负面影响，降低消费者的品牌忠诚;增加消费者对价格的敏感度;影响消费者对商品的品质认可。

二 堆头、端架

堆头与端架不仅仅是体现在销售上，更体现在他的宣传与展示方面，吸引顾客，从而指引顾客到此类商品或者与之相配的产品上。整个春节期间，我公司在超市的堆头与端架未能按照当初方案逐一落实到位，但几个重点店相继有了一定的补充，也起到了一定的宣传与销售促进作用。

三 上刊

一种单品的宣传广告，既有特价又有宣传。我公司产品主要做了94赤霞珠、金装王朝俩个单品。此活动形式，有效地提高了销量，增加了顾客的可信度。据卖场实际情况，94赤霞珠现场顾客有一定的自点量。

四 返现

返现类活动也属于一种间接让利的促销方式，虽然表面价值偏小，但对于消费者来讲是最实惠的促销。整个活动期间，我公司产品主要针对各个单品，单品返现手续比较麻烦，且只能针对有促销员的店，相对受众面比较小。整体限额促销返现相对比较弱。

总之，我们要灵活掌握各个活动形式的优缺点，从顾客的实际需求出发，尽量利用其优点，回避不利方面，从而做出最优化的方案，实现销量与品牌同步发展的格局。

同时，西安葡萄酒市场竞争异常激烈，尤其是张裕、长城、威龙三大品牌，在西安地区根深蒂固，已经在顾客心中潜意识的形成。在每次的旺季促销活动中，采用高费用投入(各个店做堆头、端架、上刊)，重点店面人海战术、次类店人员覆盖，促销方式灵活，主打产品突出、礼盒更新速度较快，切合市场实际，迎合消费者。

我通过这段时间的观察与了解,觉得这整个活动是比较成功的,但从我个人的角度来看,还是有一些不足的地方，我就从以下几点说说我的看法：

一.与系统谈判我公司人员信息封闭，未了解到一手信息。导致整个决策过程时间较长，都处于未定状态，所以商超系统以及经销商临时的决定，短时间内难以拿出最优方案，影响较大。鉴于此，以后再做促销方案时，我们到底应该采用那种模式，显得非常重要。

二.我公司产品价格体系不完整，表现在单品二三十几元的无法做活动，94赤霞珠和金装王朝做活动都成二十几元，三十几元又空白，无法填补。应进一步加大售价在20到60元之间，尤其是30到50元之间的单品，可采用经销商低利润的方式，用出厂价高的单品，这样消费者受到了实惠，单瓶价格也相对提高。礼盒价格在90元左右销量最大，而我公司礼盒价位很高，再加上品牌宣传的缺乏，走不了量。

三.促销员，尤其是临促，应当加强培训，尤其是葡萄酒知识与个人店里行为方面。临促作为应急人员的补充，应当提前做好准备，建议在旺季来临之前加强产品与销售技巧的培训，尤其是在店里接待顾客与引导顾客，应加强与长促交流，总结，必要时可采用长促带临促的方式，学习一段时间，等到旺季再分配到各个具体店面。

四.除进一步加强重点店面的日常维护外，还应加强次类店的销售，尤其是销售旺季，以拉动整体销量。目前，在整个西安商超中，重点店面的销量占很大比重，但是其他次类店仍然有一定的客流量，尤其是在销售旺季，更是值得注重。据了解，我们的酒在旺季在这些店有一定的自流量。如果对这些店面加大投入，尤其是旺季临促，会大幅拉动该店的销量。

五.针对淡季以维护市场份额做市场为主，加大店内堆头、端架、上刊等广告宣传引导销售，并将旺季的产品功能诉求，逐渐转向侧重于品牌认知，力争淡季的广告投放能够最大水平地提高公司葡萄酒产品的知名度，迎接销售旺季的到来。只有这样，才能更好的为旺季提高销量奠定基础，也为品牌的长期培育客户基础。

在、阴影下，我们每销售一瓶酒都很困难。因此，我们只有根据市场具体情况，结合自身实际情况，进一步革新营销思路。把工作做透、做细、做精，进一步提高工作效率，在产品陈列、卖场客情、产品结构、促销员管理方面做好我们的工作。

**最新春节促销活动方案范本二**

大吉大利开门红，志邦开门送现金

20xx年1月30日——2月6日

(备注：1月30日和2月4、5日为活动的爆发期，活动地点可设置主场(如合肥的形象店)，主场活动时间可以延长至当天晚上9:00)

志邦厨柜全市各大连锁专卖店

(各销售单元可自行设置)

1、开门送红包：600元现金红包等你来抢

活动期间预定并交纳1000元定金，即赠送600元开门红现金红包。

2、欧州风情：仅售x元/套

活动期间，原价x元/套欧州风情套餐，现仅售x元/套

配置：3m地柜+3m台面+1.2m吊柜+zbom烟机+zbom灶具(配置：a类吸塑+法兰石台面)

3、加200抢20xx

活动期间，定单加200元现金即可获赠20xx元新年购物券，可用于购买zbom电器、水槽或功能用具。

4、全场疯狂折扣：

活动期间美厨/名仕系列和人造石，国产石英石折御庭系列和进口石英石折

1、活动时间：仅限20xx年1月30日至2月6日，预交1000元定金有效;

2、前期预定未签单的用户需重新交纳定金才可享受本次活动优惠，同时前期的优惠活动不能同时享受，参加本次活动的用户20xx年7月31日前签单有效;

3、参与本次活动的用户，预定金不退;

4、套餐每米加x元可换哥德堡石英石，超出套餐尺寸按正价折核算;

5、通过志邦官方网站报名活动的客户，可免费抢得20xx元新年购物券;

6、本活动最终解释权在法律允许范围内归志邦厨柜所有;

(特别说明：1、本次政策要区别于3.15的活动政策，尽量少进行电器捆绑，让客户不好进行政策对比;2、本次活动的20xx元购物券不可和其他政策同时享受，例如：不可在3.15的政策之上再使用此券。3、各地可设置客户的进店有礼奖，不论订单与否均可获赠价值50元左右的订单礼品。)

1、活动时间规划：

活动阶段活动规划

时间内容

抢抓意向阶段20xx年1月12日—20xx年1月29日各渠道和店面抢抓一切可以购买的客户信息，并对意向客户高度关注

预定阶段20xx年1月30日-2月6日(30、4、5日为爆发期各志邦专卖店集中订单

2、宣传安排：

形式信息传达方式发布时间负责人内容

意向客户跟踪短信1月19日各地总负责人人人短信群发：官方提醒春节期间注意安全

短信1月20日各客户负责人私人提醒春节回老家注意安全

短信除夕夜1月22日各客户负责人拜年短信私人祝福

短信年初一1月23日各客户负责人志邦官方拜年短信祝福

短信年初二1月24日各客户负责人私人祝福回娘家

短信年初六1月28日各客户负责人私人提醒春节返程祝福，并告知活动内容

电话年初六1月28日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

短信年初七1月29日各客户负责人私人提醒上班工作顺利，并告知活动内容

电话年初七1月29日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

电话年初八1月30日各客户负责人电话确认客户是否来?何时来?哪天来?来?

店面包装年初六1月28日各地市场负责人包装氛围+活动信息发布

备注：1、意向抓取每日分解，每人均有日指标。

2、过程维护全员营销，全国各销售单元全体同仁，均需上下同心，确保执行力!

3、物料安排

**最新春节促销活动方案范本三**

新春“满100送150”、清仓过大年春节活动方案营销企划处年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、最好的年货，商场将推出“满100送150(年货券)”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

春节活动方案：满100送150(年货券)

1、活动时间：xx年x月x日——xx年x月x日

2、活动内容：活动期间，在商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元;购买大家电类商品累计1000元，可获得商场年货券100元(超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外)。

3、年货券分配比例(全部为购物券)：

1)年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

2)压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

3)元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4)烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5)礼品券：仅限商场内使用。

6)翡翠券：仅限商场及珠宝宫使用(黄金、铂金除外)。

4、赠券使用规则：

1)赠券只适用于商场内，复印无效;

2)赠券需对等消费或按比例收券;

3)赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券;

4)现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还;

5)赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客;

6)赠券消费，在活动过后退货时，赠券与现金一并退还顾客。

春节促销活动策划方案2

1、礼动新春贺佳节——来店有喜，买即送拜年礼

2、金狗送福迎财神—满100省60元、50元、40元、30元、20元

3、金狗送福好运连连——红火靓礼满100六重送

4、金狗报喜刮卡连年——购物满200元，立丹为您备足精选年货过新年

5、立丹新春礼上礼——合家满堂红红红火火过新年

6、金狗进门全家旺——立丹迎春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

7、浓情蜜意爱要久久——温馨恋爱礼2。14千支玫瑰送给您

20xx年xx月xx日

1、礼动新春贺佳节—来店有喜，买即送拜年礼

（1）活动时间：xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼—4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。（赠奖地点：大门外赠奖处）

赠品：（新春红包袋或新春对联）数量：300份x3天=900份预算：2x900=1980元

2、金狗送福迎财神—满100省60元、50元、40元、30元、20元

（1）活动时间：20xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：活动期间，顾客凡购买参加此项活动的商品，单柜消费满100元以上（含100元），均在售价基础上按每100元递减60元、50元、40元、30元、20元相应价格支付，不足部分不减，单柜可累计。注：部分专柜除外

印刷气氛牌：3，000张费用预算：1680元（单色单面）

3、金狗送福好运连连—红火靓礼满100六重送

（1）活动时间：20xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：活动期间，凡在本商场1楼—4楼购物单张票满100元以上（金额不可累计）可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处参与“红火靓礼六重送”的活动，领取相应级数的礼品，顾客朋友在兑换礼品时可按消费金额随心自由搭配。

“红火靓礼六重送”奖品设置

100元—200元级；送成本价2.5元的礼品（赠品：牙膏、卷筒纸二选一）

201元—300元级；送成本价5元的礼品（赠品：洗衣粉、洗洁布二选一）

301元—400元级；送成本价7.5元的礼品（赠品：新年鸿运袜、纯牛奶二选一）

401元—500元级；送成本价10元的礼品（赠品：精美靠垫、百事可乐2。25升二选一）

501元—600元级；送成本价12.5元的礼品（赠品：套装烹调碗、精美卷纸一提二选一）

601元—800元级；送成本价15元的礼品（赠品：不锈钢厨具、精装中老年核桃粉二选一）

注：（礼品金额设置按每一级别奖品最小金额x2.5%计算所得）

（黄金珠宝、钟表单张小票满800元—1600元领第一级礼品，1601元—2400元领第二级礼品，2401元—3200元领第三级礼品依次类推）。

赠品：（见上）数量：400份/天x17天=6800份合计赠品预算：平均价8。75元/份x6800份=59500元每日赠品预算：59500元/17=3500元/天占每日预估营业额1。6%（按每日营业额220，000元计算）

印刷气氛牌：2，000张费用预算：1120元（单色单面）

4、金狗报喜刮卡连年——购物满200元，为您备足精选年货

（1）活动时间：x20xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：活动期间，凡在本商场1楼—4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处参与“金狗报喜刮刮乐”活动，刮出金狗心动礼品。201抽一张；401抽二张；601抽三张；最多可抽3张，（黄金珠宝、钟表单张小票满800元为一张，1600元为二张，依次类推）最多3张。

（4）奖项设置：

（一等奖1名金狗抢钱送、笔记本电电脑一台或台式家用电脑一台）

成本金额：3000元x1=3000元

（二等奖2名鸿运当头送、名牌数码相机一台）

成本金额：1720元x2=3440元

（三等奖3名旗开得胜送、名牌微波炉一台）

成本金额：200元x3=600元

（四等奖16名合家欢乐送、名牌暖被一床）

成本金额：100元x16=1600元

（五等奖32名富贵临门送、中式年货一套含香肠、腊肉、年糕等）

成本金额：55元x32=1760元

（六等奖64名年年有余送、高级餐具或牛奶一件）

成本金额：38元x64=2432元

（纪念奖无奖欢天喜地送、糖果、花生一把抓）

成本金额：1。2元/人x500人/天x8天=4800元/4元（每斤）=1200斤

赠品预算：共计17，632元。每日赠品预算金额：17632/8=2，204元

印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元（四色双面）

道具预算（装糖果花生用）：425元

5、新春礼上礼———合家满堂红红红火火过新年

（1）活动时间：xxxx年xx月xx日——xxxx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：活动期间，凡在本商场1楼—4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处“红葡萄酒”一瓶，每人限领一瓶。每天50瓶，送完为止。

赠品预算：成本采购价9.5元/瓶x100=950元。每日赠品预算金额：950元/2天=450元

道具预算：红包装纸和包装带共计200元

6、金狗进门全家旺——春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

（1）活动时间：xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：活动期间营运部组织大量换季商品大门花车进行新春特卖会商品折扣低至2折起，和组织黄金饰品在（2月18日—2月20日）举行零点利商品活动。

印刷气氛牌：1，000张费用预算：760元（单色单面）

7、浓情蜜意爱要久久——温馨恋爱礼2。14千支玫瑰送给您

（1）活动时间：xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

（2）活动地点：1—4楼

（3）活动内容：

活动期间

1、凡在本商场1楼—4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处领取礼品（女士领取浪漫玫瑰花2支，男士领取巧克力一块）。

2、真情告白，情歌点播站

让浪漫的情歌表达你的爱意！用深情优美的旋律打动她的芳心。立丹百货为您推出情歌点播站，凡在本商场消费购物单张票满50元的顾客均可为你的心上人点歌一曲。

3、情人节期间在本商场消费购物单张票满100元的顾客可凭收银小票到一楼总服务台免费包装商品。

赠品预算：玫瑰花成本采购价1.4元/支x1000支=1400元，巧克力成本采购价1元/个x500=500元。每日赠品预算金额：1900元/2天=950元

道具预算：情人节礼品包装纸和包装带共计200元

写真、喷绘：

1、1—4f扶梯顶部横眉6张、

2、侧门立柱、侧门横眉各1套、

3、门廊旗11张、

4、小墙幕1张下面部分、

5、大门看板2张、

6、大门立柱、大门横眉各1套、

7、广场上广告架2幅8。赠奖指示牌子4个

费用预算：6782元，杂费：520元

1、17天（广场广告架占道费）2，312元/1个

2、2月9日晨报四分之一套红36，600元

xxxxxxx

（略）

春节促销活动策划方案3

共七天（20日—26日大年夜）

千僖迎新，半价返还

（一）主要活动：千僖迎新半价返还。

1、7天中一天半价返还：即在7天中随机抽出一天，对当天购物的全部顾客予以购物小票金额的50%返还，以消费兑换券的方式返还；

2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元；

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定（可选择营业额最低的一天）；

4、1月26日（初一）开始，至2月5日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券；

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6、家电、电讯等商品除外（商场海报明示）；

（二）可行性：

七天中抽取一天100%返还，相当于全场8。6折；50%返还，相当于全场9。3折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

（三）辅助活动

1、男女装特卖场；

2、儿童商场购物送图书；

3、厂方促销活动。

1、报纸广告：

2、电台广告：

3、现场横幅

4、现场彩灯

春节促销活动策划方案4

大吉大利开门红，志邦开门送现金

20xx年1月30日——2月6日

(备注：1月30日和2月4、5日为活动的爆发期，活动地点可设置主场(如合肥的形象店)，主场活动时间可以延长至当天晚上9:00)

志邦厨柜全市各大连锁专卖店

(各销售单元可自行设置)

1、开门送红包：600元现金红包等你来抢

活动期间预定并交纳1000元定金，即赠送600元开门红现金红包。

2、欧州风情：仅售x元/套

活动期间，原价x元/套欧州风情套餐，现仅售x元/套

配置：3m地柜+3m台面+1.2m吊柜+zbom烟机+zbom灶具(配置：a类吸塑+法兰石台面)

3、加200抢20xx

活动期间，定单加200元现金即可获赠20xx元新年购物券，可用于购买zbom电器、水槽或功能用具。

4、全场疯狂折扣：

活动期间美厨/名仕系列和人造石，国产石英石折御庭系列和进口石英石折

1、活动时间：仅限20xx年1月30日至2月6日，预交1000元定金有效;

2、前期预定未签单的用户需重新交纳定金才可享受本次活动优惠，同时前期的优惠活动不能同时享受，参加本次活动的用户20xx年7月31日前签单有效;

3、参与本次活动的用户，预定金不退;

4、套餐每米加x元可换哥德堡石英石，超出套餐尺寸按正价折核算;

5、通过志邦官方网站报名活动的客户，可免费抢得20xx元新年购物券;

6、本活动最终解释权在法律允许范围内归志邦厨柜所有;

(特别说明：1、本次政策要区别于3.15的活动政策，尽量少进行电器捆绑，让客户不好进行政策对比;2、本次活动的20xx元购物券不可和其他政策同时享受，例如：不可在3.15的政策之上再使用此券。3、各地可设置客户的进店有礼奖，不论订单与否均可获赠价值50元左右的订单礼品。)

1、活动时间规划：

活动阶段活动规划

时间内容

抢抓意向阶段20xx年1月12日—20xx年1月29日各渠道和店面抢抓一切可以购买的客户信息，并对意向客户高度关注

预定阶段20xx年1月30日-2月6日(30、4、5日为爆发期各志邦专卖店集中订单

2、宣传安排：

形式信息传达方式发布时间负责人内容

意向客户跟踪短信1月19日各地总负责人人人短信群发：官方提醒春节期间注意安全

短信1月20日各客户负责人私人提醒春节回老家注意安全

短信除夕夜1月22日各客户负责人拜年短信私人祝福

短信年初一1月23日各客户负责人志邦官方拜年短信祝福

短信年初二1月24日各客户负责人私人祝福回娘家

短信年初六1月28日各客户负责人私人提醒春节返程祝福，并告知活动内容

电话年初六1月28日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

短信年初七1月29日各客户负责人私人提醒上班工作顺利，并告知活动内容

电话年初七1月29日各客户负责人电话告知活动详细内容、时间、地点

电话年初八1月30日各客户负责人电话确认客户是否来?何时来?哪天来?来?

店面包装年初六1月28日各地市场负责人包装氛围+活动信息发布

备注：1、意向抓取每日分解，每人均有日指标。

2、过程维护全员营销，全国各销售单元全体同仁，均需上下同心，确保执行力!

3、物料安排

春节促销活动策划方案5

新春“满100送150”、清仓过大年春节活动方案营销企划处x年春节即将到来，为回报广大顾客让顾客购得最实惠、的年货，某某商场将推出“满100送150(年货券)”、“大清仓，过大年”促销活动，以此送给消费者真正的春节大礼。

春节活动方案一:满100送150(年货券)

20xx年x月x日——20xx年x月x日

活动期间，在某某商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元;购买大家电类商品累计1000元，可获得某某商场年货券100元(超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外)。

1)年货券:除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

2)压岁券:限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

3)元宵券:限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4)烟酒糖茶券:仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5)礼品券:仅限商场内使用。

6)翡翠券:仅限商场及x珠宝宫使用(黄金、铂金除外)。

1)赠券只适用于商场内，复印无效;

2)赠券需对等消费或按比例收券;

3)赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券;

4)现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还;

5)赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客;

6)赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分;

7)赠券有效期:发券时间截止到x月x日，用券时间除压岁券和元宵券外均截止到x月x日;

8)某某商场保留对此券使用的最终解释权。

活动方案二:大家庭，大清仓，过大年

1、活动时间:x年x月x日——x年x月x日

2、春节活动方案:新春佳节即将到来，某某商场推出“大清仓，过大年”促销活动，活动期间某某商场服饰类应季商品清仓销售，知名品牌全场一折起。

另附:为回报广大顾客对大家庭的支持，某某商场自此将在每年的春节前期和8月份与厂家联手推出两次大规模的应季商品清仓销售活动。清仓活动将以服装和鞋类商品为主，打出全年让利消费者。

春节促销活动策划方案6

20xx年春节前夕

xx珠宝全国各地专店/柜

“大声说sorry”美丽心灵假面秀

夫妻和情侣间的隔阂来自于猜疑和不能坦诚相见，加上中国人在情感表达上的含蓄，导致了更多的猜疑和隔阂，我们的“善美”和“信守”两款系列钻饰的诉求都在情感上，我们要从情感上消除这种猜疑和隔阂，达到“善美”和“信守”的目的，同时为了更好的提供给人们一个消除这种猜疑和隔阂的机会，我们策划了这次“大声说soryy”美丽心灵假面秀，使人们勇敢地对自己的爱人说出“sorry”来，同时又通过假面不暴露隐私，从而使夫妻或情侣之间隔阂全消和坦诚相待，突出“善美”和“信守”的情感诉求。

1.造势宣传：

(1)1月2日在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告，扩大活动的覆盖面和影响力，主题是《“大声说sorry”美丽心灵假面秀等你来》，12月24日—30日接受活动报名，参赛者必须到xx专柜现场报名(无论是否购买都可报名)，参与活动者登记报名后领取假面和参赛号码(一对夫妻或情侣一个号码);

(2)在电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电 话的详细广告。

2.活动程序：

(1)上午9：00-9：30现场珠宝模特秀，模特佩带首饰为“信守”、“善美”系列钻饰;

(2)上午9：30-9：50请当地歌手现场演绎《信仰》(张信哲原唱)、《想你的365天》(李玟原唱)的歌曲等等;

(3)9：30-9：55向观众散发选票(一半是选票，一半是xx珠宝的宣传页);

从9：55开始1号参赛者戴假面上台，主持人即兴采访(问题如：参赛者年龄?当前是什么关系?结婚、谈恋爱几年了?家庭情况如何?等等);

(4)1号参赛者戴假面相互对双方说“最sorry的一句话(或一件事)”，主持人主要在此过程中起引导作用;

(5)接着2号、3号……参赛者类似1号参赛者进行现场秀;

(6)11：30-11：50现场秀结束，收取观众选票(只收选票的那部分，xx宣传的部分不回收)及在公证员的监督下统计选票，同时艺人演唱《爱就一个字》(张信哲原唱)(也可现场播放录音带);

(7)11：50主持人公布获奖者，奖项设置如下：

最深情情侣奖：1名奖信守系列首饰一套及圣诞礼物一份;

(8)以《明天更美好》或《同一首歌》谢幕。

1.珠宝模特秀：300元x5=1500元;

2.艺人现场演唱费：6000元;

3.奖品(信守系列钻饰)费用：4000元左右;

4.x展架：65元x2=160元，条幅：150元，假面：10元x20=200元;

5.场地布置费：1000元左右;

6.选票：0.5元x500份=250元;

7.媒体宣传费：5000元左右;

8.总计：18260元。

另：

活动控制与推广问题说明：

1.参与本次活动加盟伙伴选择好方案后不得在活动过程中随意更改活动细则，如需更改须和xx珠宝推广总部联系，取得总部认同后方可更改;

2.网络推广：联合当地网站做活动宣传广告、活动新闻报道等宣传活动，以新闻事件的形式做好“造势”宣传;

3.注意与当地报纸媒体记者联系，注意做好活动报道工作，以达到长期宣传品牌和长期促进销售的目的;

4.在活动中做好顾客咨询及到达人数、活动参加人数、购买人数、销售额等做好详细记录;

5.活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、顾客反馈意见等收集至xx珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟商。

6.印制50元或100元的现金优惠券，同时在后期通过与其他强势非珠宝类品牌经销商、酒楼、歌厅等合作，顾客在以上店面消费时即可赠送我们的现金券，以多方扩大顾客源。

春节促销活动策划方案7

1。礼动新春贺佳节——来店有喜，买即送拜年礼

2。金狗送福迎财神—满100省60元、50元、40元、30元、20元

3。金狗送福好运连连——红火靓礼满100六重送

4。金狗报喜刮卡连年——购物满200元，立丹为您备足精选年货过新年

5。立丹新春礼上礼——合家满堂红红红火火过新年

6。金狗进门全家旺——立丹迎春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

7。浓情蜜意爱要久久——温馨恋爱礼2。14千支玫瑰送给您

20xx年xx月xx日

1、礼动新春贺佳节—来店有喜，买即送拜年礼

1。活动时间：xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：

活动期间，凡在本商场1楼—4楼购百货商品顾客即送拜年礼一份，每日限量派送，先购先送，送完为止。（赠奖地点：大门外赠奖处）

赠品：（新春红包袋或新春对联）数量：300份x3天=900份预算：2。2x900=1980元

2、金狗送福迎财神—满100省60元、50元、40元、30元、20元

1。活动时间：20xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：活动期间，顾客凡购买参加此项活动的商品，单柜消费满100元以上（含100元），均在售价基础上按每100元递减60元、50元、40元、30元、20元相应价格支付，不足部分不减，单柜可累计。注：部分专柜除外

印刷气氛牌：3，000张费用预算：1680元（单色单面）

3、金狗送福好运连连—红火靓礼满100六重送

1。活动时间：20xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：活动期间，凡在本商场1楼—4楼购物单张票满100元以上（金额不可累计）可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处参与“红火靓礼六重送”的活动，领取相应级数的礼品，顾客朋友在兑换礼品时可按消费金额随心自由搭配。

“红火靓礼六重送”奖品设置

100元—200元级；送成本价2。5元的礼品（赠品：牙膏、卷筒纸二选一）

201元—300元级；送成本价5元的礼品（赠品：洗衣粉、洗洁布二选一）

301元—400元级；送成本价7。5元的礼品（赠品：新年鸿运袜、纯牛奶二选一）

401元—500元级；送成本价10元的礼品（赠品：精美靠垫、百事可乐2。25升二选一）

501元—600元级；送成本价12。5元的礼品（赠品：套装烹调碗、精美卷纸一提二选一）

601元—800元级；送成本价15元的礼品（赠品：不锈钢厨具、精装中老年核桃粉二选一）

注：（礼品金额设置按每一级别奖品最小金额x2。5%计算所得）

（黄金珠宝、钟表单张小票满800元—1600元领第一级礼品，1601元—2400元领第二级礼品，2401元—3200元领第三级礼品依次类推）。

赠品：（见上）数量：400份/天x17天=6800份合计赠品预算：平均价8。75元/份x6800份=59500元每日赠品预算：59500元/17=3500元/天占每日预估营业额1。6%（按每日营业额220，000元计算）

印刷气氛牌：2，000张费用预算：1120元（单色单面）

4、金狗报喜刮卡连年——购物满200元，为您备足精选年货

1。活动时间：x20xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：活动期间，凡在本商场1楼—4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处参与“金狗报喜刮刮乐”活动，刮出金狗心动礼品。201抽一张；401抽二张；601抽三张；最多可抽3张，（黄金珠宝、钟表单张小票满800元为一张，1600元为二张，依次类推）最多3张。

4。奖项设置：

（一等奖1名金狗抢钱送、笔记本电电脑一台或台式家用电脑一台）

成本金额：3000元x1=3000元

（二等奖2名鸿运当头送、名牌数码相机一台）

成本金额：1720元x2=3440元

（三等奖3名旗开得胜送、名牌微波炉一台）

成本金额：200元x3=600元

（四等奖16名合家欢乐送、名牌暖被一床）

成本金额：100元x16=1600元

（五等奖32名富贵临门送、中式年货一套含香肠、腊肉、年糕等）

成本金额：55元x32=1760元

（六等奖64名年年有余送、高级餐具或牛奶一件）

成本金额：38元x64=2432元

（纪念奖无奖欢天喜地送、糖果、花生一把抓）

成本金额：1。2元/人x500人/天x8天=4800元/4元（每斤）=1200斤

赠品预算：共计17，632元。每日赠品预算金额：17632/8=2，204元

印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元（四色双面）

道具预算（装糖果花生用）：425元

5、新春礼上礼———合家满堂红红红火火过新年

1。活动时间：xxxx年xx月xx日——xxxx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：活动期间，凡在本商场1楼—4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处“红葡萄酒”一瓶，每人限领一瓶。每天50瓶，送完为止。

赠品预算：成本采购价9。5元/瓶x100=950元。每日赠品预算金额：950元/2天=450元

道具预算：红包装纸和包装带共计200元

6、金狗进门全家旺——春特卖会换季商品低2折起黄金饰品零点利

1。活动时间：xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：活动期间营运部组织大量换季商品大门花车进行新春特卖会商品折扣低至2折起，和组织黄金饰品在（2月18日—2月20日）举行零点利商品活动。

印刷气氛牌：1，000张费用预算：760元（单色单面）

7、浓情蜜意爱要久久——温馨恋爱礼2。14千支玫瑰送给您

1。活动时间：xx年xx月xx日——xx年xx月xx日

2。活动地点：1—4楼

3。活动内容：活动期间1、凡在本商场1楼—4楼购物单张票满200元以上可凭售货单顾客联（黑联、黄联）到大门外赠奖处领取礼品（女士领取浪漫玫瑰花2支，男士领取巧克力一块）。2、真情告白，情歌点播站

让浪漫的情歌表达你的爱意！用深情优美的旋律打动她的芳心。立丹百货为您推出情歌点播站，凡在本商场消费购物单张票满50元的顾客均可为你的心上人点歌一曲。3、情人节期间在本商场消费购物单张票满100元的顾客可凭收银小票到一楼总服务台免费包装商品。

赠品预算：玫瑰花成本采购价1。4元/支x1000支=1400元，巧克力成本采购价1元/个x500=500元。每日赠品预算金额：1900元/2天=950元

道具预算：情人节礼品包装纸和包装带共计200元

写真、喷绘：

1、1—4f扶梯顶部横眉6张、

2、侧门立柱、侧门横眉各1套、

3、门廊旗11张、

4、小墙幕1张下面部分、

5、大门看板2张、

6、大门立柱、大门横眉各1套、

7、广场上广告架2幅8。赠奖指示牌子4个

费用预算：6782元，杂费：520元

2。印刷类：

1。印刷气氛牌6000张、单色单面157g铜板纸，费用预算：3，560元

2。印刷刮刮卡：10，000张费用预算：2，800元（四色双面）

3。dm宣传单：10，000张、正度8开四色双面128g铜板纸，费用预算：3，960元

印刷费用预算：10，320元

1、17天（广场广告架占道费）2，312元/1个

2、2月9日晨报四分之一套红36，600元

xxxxxxx

（略）

春节促销活动策划方案8

喜气洋洋过大年

2月1日——2月17日（共17个工作日）

1、全场商品2折起

活动期间，全场商品5——8.5折销售

2、购物一小时幸运5分钟

2月8日——2月17日，在每天正常营业时间，每小时抽出5分钟，凡在此5分钟购物的顾客，将获得所购商品金额的半额返款，春节活动策划方案。

1、返款全部以赠券形式体现

2、抽奖方法：

10：10分抽取9：00——10：00时间段

11：10分抽取10：01分——11：00时间段，以此类推。

晚间20：00——21：00时间段获奖结果于当日21：10分抽取

清场时间顺延，请物业公司电工、保安做好相应准备。

3、抽奖地点：5楼促销服务台抽奖现场；

4、返款地点：5楼促销服务台；

5、返款时间：当日营业时间；

6、单笔最高返款金额以1000元为限，3000元以上视同3000元档；

7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准；

8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券，过期视同自动放弃；

9、本活动所返赠券使用期限限定在2月18日——3月30日使用，过期作废；

10、抽奖结果及时在现场及广播中公布，规划方案《春节活动策划方案》。

1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；

2、厂家或供应商要根据自己的实际情况自行确定折扣幅度，但严禁调高售价之后再打折；

3、各招商经理和客务员要对“调高售价再打折”情况进行严格监督，一经发现虚假打折情况公司将按相关规定严肃处理；

4、各客务员要严格监督供应商，严禁用残次商品应付本次活动；

5、商场管理部应严把商品质量关，严防假冒或伪劣商品进场销售；

6、活动期间，赠券使用不再享受折扣；

7、凡需要举办专场特卖的供应商，所需的现场布置须提前提出书面申请，由楼层管理人员按正常卖场要求严格予以管理；

8、凡特卖场地，美工要负责形象把关，并按需求提供相应道具、进行必要美陈布置及pop提供；

9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间，vip卡折扣功能暂停，积分累计功能正常使用；

活动期间，凡折扣销售商品，在价签上需明确标示原价、现价，各楼层客务员要严格检查；

各厂家或供应商进行折扣销售，在卖场悬挂条幅、促销导购等必须经营销策划部审核通过，营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设促销导购行为进行严格检查。

春节促销活动策划方案9

春节是中华民族的传统节日，象征着辞旧迎新、吉庆欢乐。

国人传统习惯是办年货、全家团圆、拜访亲友。零售、餐饮业等各行各业必将迎来消费高峰期，同时也是促销活动高峰期、。也是我们通过春节促销活动，拉动产业销售，展示品牌热促销的最好时机。

赢春传心意，惊喜数不尽。

：

店内所有商品（除配件）产品介绍：

森马的产品具有面料质地紧密轻薄，手感光滑柔软，光泽柔和，强力较好，耐磨性好，不虫蛀，不霉变。绚丽的色彩，青春的气息，潮流的设计，合理的剪裁，亲民的价格等众多特点。

（1）活动时间：xx年2月10日——xx年2月25日

（2）活动地点：森马奉节专卖店

（3）活动目的：开展此次促销活动的目的在于消化目前公司积压库存，帮助终端客户快速销售森马服装，提高消费者对森马服饰品牌的认知度和对森马品牌的好感忠诚度，为即将上市的新款森马服装做好前期的准备工作。

（4）主要活动内容及流程：

即日起，凡来森马专卖店购物的顾客满200元即可享受9折优惠，满300元享受8。5折优惠，满500元享受8折优惠，满700元享受7。5折优惠，满888元即可享受6。5折优惠或森马vip卡一张（注打折不送卡，送卡不打折），购满1000元以上即可6。5折优惠再加森马vip卡一张。

另外凡购满499元的顾客还可以参加抽奖一次。100%中奖率，惊喜等着你。

奖品：

特等奖：999元购物券一张（1名）一等奖：499元购物券一张（5名）二等奖：399元购物券一张（8名）三等奖：299元购物券一张（10名）四等奖：199元购物券一张（15名）五等奖：99购物券一张（20名）六等奖：新年红包一个（50名）幸运奖：精美手机链一个活动前期宣传主要靠发传单和电视广告推广此活动。由临时工和当地广播电视局执行。

活动期间宣传为各个专卖店，由各专卖店销售人员执行。

基础费用：广告费用、宣传单印制、及各种宣传费用、临时工工资及加班费、奖品等等。预计本月促销活动期间成本费大概是4万元，以及各种应急费用1万元，一共5万元。

通过此次促销活动，提高了本月销售产量和市场份额，预计该月销售额将达到平时每月平均销售额的140%，同时森马品牌的影响力也将大大增加，使更多的消费者信赖森马。

春节促销活动策划方案10

春节期间，在安徽省内、合肥周边也有诸多好玩的地方，而且还有门票优惠等着你，记者给你来个大梳理。

20\_年春节期间，齐云山景区将举办大型新春祈福活动，届时有系列精彩活动呈现。在正月初一至十五，凡购买齐云山门票的游人都会获得现金红包或是景区特制礼品一份，幸运者将会有机会获得万元大奖。

20\_年12月1日-20\_年2月28日，针对安徽本省的游客，凭有效身份证件，执行半价优惠;旅行社组织的团队给予半价的团队价，联票参照半价联票执行。

20\_年2月19日-2月25日，所有游客到安庆孔雀东南飞景区均享受30元/人的优惠票价入园(原票价120元/人)。

2月12日至3月5日，太湖县花亭湖景区对所有游客免收大门票。游客如需坐船(艇)入湖，可直接与花亭湖水上客运公司联系购买船(艇)票。

2月4日至3月1日，五千年文博园景区举办太湖县首届年货节，包括“龙狮共舞、迎春祈福”，“迎新春、送春联”，“猜灯谜、过大年”，“皖风徽韵、好戏连台”，情人节“相约文博园、畅游爱琴海”，民间春节联欢会，户外俱乐部大型快步走等14项活动。

即日起至2月28日，岳西县映山红文化园景区门票5折优惠：30元/人。大型真人cs活动优惠价格：成人35元、儿童30元，进入景区免收门票。

岳西县天悦湾温泉景区举办“首届年货节”，开展“四免一”、“拿礼包”、“抽大奖”、“发红包”、“过大年”等优惠和幸运抽奖活动，在校大专院校(中专)学生凭学生证价格更优惠。

桐城市嬉子湖生态旅游区、孔城老街旅游度假区和披雪瀑等收费景区，普遍实行门票半价优惠政策。嬉子湖生态旅游区推出特色篝火晚会，仙龙湖旅游度假区举行盛大的春节晚会。

宿松县“长江绝岛”小孤山景区大年三十和正月初一免票，“南国小长城”白崖寨景区春节期间免票，国家森林公园石莲洞景区大年三十和正月初一免票。

黄山位安徽省的南部，跨越四县──歙县、黟县、太平和修宁。一亿多年前的地球地壳运动使得黄山崛起于地面，后来历经第四纪冰川的侵蚀作用，慢慢地就变成了今天这个样子。黄山宏伟、庄严、风光迷人，为著名的风景区。 黄山在秦朝(公元前221-207年)时叫做黟山，在公元747年(唐朝天宝六年)时才有这个名字。

迎客松在玉屏楼左侧，倚狮石破石而生，高10米，胸径0.64米，树龄至少已有800年，一侧枝桠伸出，如人伸出臂膀欢迎远道而来的客人，雍容大度，姿态优美。是黄山的标志性景观。

不到光明顶，不见黄山景。黄山第二高峰光明顶，海拔1860米。明代普门和尚曾在顶上创建大悲院，现在其遗址上建有华东地区海拔最高的气象站--黄山气象站。因为这里高旷开阔，日光照射久长，故名光明顶。 顶上平坦而高旷，可观东海奇景、西海群峰，炼丹、天都、莲花、玉屏、鳌鱼诸峰尽收眼底。华东地区海拔最高的气象站--黄山气象站就设在这里。由于地势平坦，所以是黄山看日出、观云海的最佳地点之一。

**最新春节促销活动方案范本四**

20xx年即将过去，在新的一年里，你是否已经准备好了新的目标向前冲刺，回顾20xx年，我们\*\*\*\*有限分公司已成立有x年的历史了，在这段时间我们成功的开出了5家分店，并通过特价让利促销、抽奖、赠品赠送活动、及其他促销活动和公益性的活动，不断的建立忠实顾客和开发新顾客、提高公司的销售业绩、树立\*\*超市的品牌形象。届时!新的一年里，我们将会以大型的促销活动来回报顾客，使顾客朋友走进人本就有新的感觉，新的实惠、新的收获!

1)春节贺岁礼送新春

2)元宵节情缘元宵节

3)情人节感受温馨浪漫

20xx年x月x日—20xx年x月x日

卖场内外已暖色料为主(大红、橙色、黄色)

1.场外布置：

1)10家门店共制作10条大型巨副放于入口处(主题宣传和活动宣传)。

2)外包柱按门店的实际情况统一进行包装。

3)门口处上方各挂大型灯笼(50cm)，要求美观。

4)10家门店各制作竖副8条，内容为七彩(各门店进行费用联系).

5)各门店门口处统一放置红地毯一条(6m\*2m)。

6)地贴春节专用地帖张贴在出入口，内容可以为拜年图案或春节活动主题(由营销科统一制作).

2.场内布置：

1)门店pop标识用春节专用标识，海报及广告牌，货价帖字。

2)门店统一悬挂春节吊旗，灯笼及帖字样，气球、彩幅，以及堆装统一贴满春节广告布。

3)卖场内统一播放春节碟片，特价信息，活动内容等。

4)一条街制作喷绘一张(材料为kt板)(由营销科统一制作)。

5)制作吉祥门，按商场的春节陈列方向进行设计(详情见附图)。

通道：

1)挂春节专用吊旗(由营销部统一设计制作).

2)根据卖场实际的空间大小，进行在灯管的空隙间灯笼的悬挂。

年货陈列专区：

1)区上方用彩灯、气球、枫叶、小灯笼、彩旗、黄色锡纸等装饰品装饰，把整个专区的轮廓框出来。

2)货陈列进行食品、用品各进行专区的陈列，并在上方悬挂“年货街”字样的pop，统一使用kt板进行制作到位。

3)专区的陈列主要以地堆的形式为主，地堆必需以pop标注，商品建议全部用枪纸标价。若专区在主通道或入口处，在专区的正前方用彩灯制作一个拱门，彩灯以闪烁为主要表现形式。

楼道口：

1)可用kt板制春节喜庆拱门或用汽球绑扎成拱形门。

2)楼道墙壁上可喷绘海报张贴(活动内容及喜庆图案)，或用张贴春节喜庆剪花，布置时尽量偏高，以免顾客摘取。

3)有电梯的营销店进行电梯口气氛的布置，可以在电梯口悬挂红灯笼、彩条、气球、中国结、彩灯等物资进行装扮.

3.员工布置及服务用语

1)营销科统一制作春节员工帽子，商场每位员工必须佩带。

2)春节期间员工服务用语：你好!新年快乐!欢迎光临!

3)收银台的收银员穿戴塘装.

1)特价商品促销

具体的特价商品类型：以冬季商品年货、佳节礼品为主。主要包括营养保健品、啤酒、葡萄酒、补酒、南北货、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中龙港店、鳌江大厦店，还增加箱包、服饰、鞋子、床铺上用品、生鲜处熟食、水果、海鲜干货等，以上商品均可重点陈列，并可做为一条街来陈列。

2)厂商的赠品促销

联系30种以上商品进行买赠活动，具体有买赠的商品有：保健品、补酒、粮油制品食用油、休闲糖果蜜饯、冲调食品礼盒、家用电器、厨房用品、清洁用品等。其中大卖场的服饰、鞋子、床铺上用品等，

赠品由厂商提供赞助。(由门店及营销科共同执行)

1)厂商大型文艺促销活动.

2)联系厂商做大型的文艺活动，主要有蒲公英、红桃k、等厂商进行轮回演出，提高各商场的客流量和销售。

3)联系厂商做大型的场外活动，需各门店提前准备。

报纸：晚报

年货dm海报、活动喷绘海报、条幅、电视台宣传、广播宣传等、宣传车、自行车宣传队

**最新春节促销活动方案范本五**

春节期间，在安徽省内、合肥周边也有诸多好玩的地方，而且还有门票优惠等着你，记者给你来个大梳理。

20\_年春节期间，齐云山景区将举办大型新春祈福活动，届时有系列精彩活动呈现。在正月初一至十五，凡购买齐云山门票的游人都会获得现金红包或是景区特制礼品一份，幸运者将会有机会获得万元大奖。

20\_年12月1日-20\_年2月28日，针对安徽本省的游客，凭有效身份证件，执行半价优惠;旅行社组织的团队给予半价的团队价，联票参照半价联票执行。

20\_年2月19日-2月25日，所有游客到安庆孔雀东南飞景区均享受30元/人的优惠票价入园(原票价120元/人)。

2月12日至3月5日，太湖县花亭湖景区对所有游客免收大门票。游客如需坐船(艇)入湖，可直接与花亭湖水上客运公司联系购买船(艇)票。

2月4日至3月1日，五千年文博园景区举办太湖县首届年货节，包括“龙狮共舞、迎春祈福”，“迎新春、送春联”，“猜灯谜、过大年”，“皖风徽韵、好戏连台”，情人节“相约文博园、畅游爱琴海”，民间春节联欢会，户外俱乐部大型快步走等14项活动。

即日起至2月28日，岳西县映山红文化园景区门票5折优惠：30元/人。大型真人cs活动优惠价格：成人35元、儿童30元，进入景区免收门票。

岳西县天悦湾温泉景区举办“首届年货节”，开展“四免一”、“拿礼包”、“抽大奖”、“发红包”、“过大年”等优惠和幸运抽奖活动，在校大专院校(中专)学生凭学生证价格更优惠。

桐城市嬉子湖生态旅游区、孔城老街旅游度假区和披雪瀑等收费景区，普遍实行门票半价优惠政策。嬉子湖生态旅游区推出特色篝火晚会，仙龙湖旅游度假区举行盛大的春节晚会。

宿松县“长江绝岛”小孤山景区大年三十和正月初一免票，“南国小长城”白崖寨景区春节期间免票，国家森林公园石莲洞景区大年三十和正月初一免票。

黄山位安徽省的南部，跨越四县──歙县、黟县、太平和修宁。一亿多年前的地球地壳运动使得黄山崛起于地面，后来历经第四纪冰川的侵蚀作用，慢慢地就变成了今天这个样子。黄山宏伟、庄严、风光迷人，为著名的风景区。 黄山在秦朝(公元前221-207年)时叫做黟山，在公元747年(唐朝天宝六年)时才有这个名字。

迎客松在玉屏楼左侧，倚狮石破石而生，高10米，胸径0.64米，树龄至少已有800年，一侧枝桠伸出，如人伸出臂膀欢迎远道而来的客人，雍容大度，姿态优美。是黄山的标志性景观。

不到光明顶，不见黄山景。黄山第二高峰光明顶，海拔1860米。明代普门和尚曾在顶上创建大悲院，现在其遗址上建有华东地区海拔最高的气象站--黄山气象站。因为这里高旷开阔，日光照射久长，故名光明顶。 顶上平坦而高旷，可观东海奇景、西海群峰，炼丹、天都、莲花、玉屏、鳌鱼诸峰尽收眼底。华东地区海拔最高的气象站--黄山气象站就设在这里。由于地势平坦，所以是黄山看日出、观云海的最佳地点之一。

**最新春节促销活动方案范本六**

活动时间：2月13号--到2月23号

活动地点：大润发超市

活动主题：\"迎春纳福，大礼满天飞舞\"，主色调为大红色，白的，黄色为辅。

生鲜：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)

食品：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶) 百货：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品) 日化：冬天不怕干，护肤我在行(洗浴、个人护理、洗涤)

1、 dm海报：

① 规格：16k12p，数量：x万张。

② dm版面分标题及商品品类重点：

封面(1p)：迎春纳福，大礼满天飞舞(特惊爆商品2-5款或二级营销活动内容)

生鲜(2p)：超级美食，天天美味(熟食、烧烤类、火锅菜、碟菜)

食品(3p)：暖暖冬日，你我分享(休闲食品、饮料、酒类、牛奶)

百货(2p)：我爱我家，营造温暖生活(家居百货、针织、冬季商品)

2、 主题设计：

(1)主题海报的设计

(2)大润发外的玻璃拱门设计

(3)吊旗的主图全部围绕活动主题设计;

(4)电梯入口及电梯周围的海报场景设计

春节style衣食住行玩

(5)入口设计

(6)堆头、展台、场景设计，均围绕主题设计

(7)收银台设计

(8)其他一些(例如：装饰海报、装饰品等等)

活动口号：春节大派送 会员更省钱

活动时间：02月13日至02月23日

活动内容：活动期间，采购部组织20个以上的过年及民生必需品，该类商品必须超值惊暴，如：传统年货、5l食用油、袋装大米、名酒、礼盒、肉品、熟食、蔬果、五谷杂粮、日常洗涤用品、洗发沐浴品、超值家居品等。

**最新春节促销活动方案范本七**

在春节促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息.抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，春节购物也希望讨个“口彩”，求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣（针对这次送福，送财）春节是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1.媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。

2.销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列、pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深春节的气氛，又可以更贴近老百姓。

3.人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

上述每种沟通方式都有各自不同的特点，要依据不同的消费心理阶段来取舍不同的沟通方式，但这种联系是要求灵活的应该把握上应注意以下特点:

1.属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。

2.属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

春节期间，约有近5成的消费人群,都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类产品而进入卖场的，因此,生动化及人员推销至关重要。

3.春节高利润的商品应该以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的喜庆形象来设计。

陈列包括卖场内所有的陈列点，如货架、专柜、堆头、特殊造型、冻柜等的陈列，这些陈列点的常规陈列标准，除上轻下重、先进先出、各种品牌产品分比还要注意颜色的搭配此外，在春节促销活动中,陈列还要注意以下主要原则：

1.一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2.重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。春节经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充的货物无法按陈列标准执行，随意堆货；人流量太大，挤坏或拿走了生动化物品，来不及重新粘贴或悬挂等。针对这些问题，除了补充人员、适当安排外，重点在于向促销人员灌输陈列重要性的思想，如若没有充足的货品在陈列

点上，消费者就会转向购买竞争品牌产品，如价签不明显或价格提示错误就会引起消费者误解等；此外，还要安排随时检查、随时培训。

在卖场内直接展现促销信息的pop中，空白海报和各类价格标签是最有效的传递信息工具。

空白海报上促销价与原价同时标出，（但尽量不要过多打折，尽量以买赠捆绑的形式来促销）以示区别；尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容；但要注意写清楚限制条件，如买什么送什么、限量销售、售完为止，以避免消费者误解。

价格标签要醒目、简洁，在价格随时变动后要及时更换价签，不能新老价签同时使用，造成价格混乱；一个产品品种只标示一种价格，依据不同的产品设计不同的价格标签，如饮料类产品可以用瓶子形象价签直接挂在饮料瓶上，洗涤类用品可以用洗发水形象价签。通过价签样式的丰富变化，使消费者更容易在无意识中察觉促销信息，促成购买。

1、严格筛选促销人员

促销人员的性格各有不同，除了先天条件外，性格是决定取舍的重要指标。有些促销人员虽然各方面条件都很优越，可就是无法开口向消费者介绍产品，这种“哑巴”促销是不起任何作用的。

其他应关注的还有促销人员对消费者心理需求的悟性、是否有强烈的工作激情以及促销人员的个人品行。一个悟性极差的促销人员往往不能很好地把握消费者心理，使促销效果打折；只有一个有促销激情的人才能不倦地向消费者推荐、讲解，而不会在遇到困难时中途逃脱；春节促销中，一般会有大量的促销赠品和奖品，除了活动组织者的控制之外，促销人员也必须自律。

2、规范促销语言

通过促销人员的促销语言表达可以最直接地将促销信息传递给消费者，但是每个人对一个促销活动的理解会有所不同，如果放任促销人员“自说自话”，只会曲解促销活动内涵，误导消费者的品牌意识，影响企业形象，因此促销语言必须规范。

规范的促销语言必须简练直接、通俗易懂、琅琅上口、突出主题，要标准化、人性化。

制定的方法可依据春节促销活动内容，与促销人员互动选择最多三句能涵盖活动内容的精练的促销语句。

3、引导促销人员关注消费者心理变化

春节消费品由于消费周期短顾客购买率高，因此消费者在春节期间购物时，一般不会计较买多或买少，增加单次购买量成为促销人员增加销量的技巧。可以充分利用量贩形式要加大销售。

促销人员在实际的推荐过程中要密切注意消费者的消费心理变化，如是否有强烈的购买欲望、消费者性格等。对于某些购买欲望比较强烈，且易打动的消费者，促销人员不仅要在口头上介绍产品和促销活动，还应主动介绍其他关联性的商品让顾客选择。当然，这种推销方法不是针对所有人群的，弄不好，也会适得其反。但是，只有培养每一个促销人员注意观察消费者消费心理变化，不放过每一次促销机会才能获得促销成功。

4、利用卖场气氛鼓舞促销士气

消费者的购物热情在很大程度上是被卖场内的气氛鼓动起来的，直接面对消费者的促销人员的士气也是如此。鼓舞士气的方式多种多样，春节这种特定的节日气氛本身就是一个很好的条件，卖场内热闹非凡的购物场面也很能增强信心。当然销售情况越好，销售热情也就越高；反之，士气低落，销量停滞。在后一种情况下，促销人员要表现得比有顾客时更为忙碌，像捆绑赠品、整理货架、堆头，当着消费者面去完成，这种忙碌的工作场景在一定程度上会引起消费者好奇进而刺激消费。

在整个春节超市促销过程中，或许会遇到大大小小的意外，如促销方式的变更、各个促销环节连结得不够顺畅、其他部门工作脱节和竞争对手加大促销力度等等，随时保持与消费者沟通并认真地管理好整个沟通的过程，才能有效保证促销活动的顺利进行及促销效果的`圆满达成。

商场、超市的春节营销策划方案还应该因地制宜，因时制宜，因物制宜。只要做到这三点，就是一个绝佳的春节促销策划方案了。

**最新春节促销活动方案范本八**

中华民族上下五千年，厚重的历史，文化，谁着时间的流逝如淘金一般层层筛多余的泥沙，留下金石，便是我们中华民族的传统节日。而我要说的是我们传统节日中的春节。

春节，自古以来就是我们民族最重视的节日。在我的家乡——湖南长沙的春节又与传统的春节不同，别具一番湖湘风味。

长沙的春节真的是很“慢热”。腊月七，八时，虽然街头还是与平常无异，可在那些如迷宫般蜿蜒的小巷中，几户人家在家门前假期一个个用防水材料制成的箱子。这是，正是熏腊肉的好时节，智慧的人们用谷壳，稻壳与花生壳作燃料来熏制鱼肉，一边以来年保存与食用。就这样，在熏出的植物与肉类混合出的清香中，大年三十到了。

年三十，人们团聚在家中吃团年饭，看春晚，所以大街上也冷清了许多。初一，也是差不多的样子。可到了初二，街上的人多了起来。个个穿新衣，带新帽。到了步行街，更是人气满满，小吃店的队伍排到了铺子外头，服装店里，试衣试鞋的顾客更是摩肩接踵。而这一切喜庆氛围的中心，是火宫殿的庙会。

要说起火宫殿的庙会，那真是奇！对孩子们来说，仿佛就像来到了游乐场。庙会里什么都有，虽然只是一些小物品，小玩具，小食品。可这些是孩子们的一切。他们可以买到小巧玲珑的口琴，栩栩如生的泥人，各式各样的古代铜币。可最吸引人的莫过于那些用叶子编织而成的小虫子，小动物了。“麻雀虽小，五脏俱全。”这句俗语就是对这些工艺品最高的评价。看的累了，去买糖画的老爷爷那去“转”个“齐天大圣”边逛边吃，不亦快哉！

既然已经到了火宫殿，逛了庙会，为何不去火宫殿中来些热气腾腾的小吃呢？闻起来臭，吃起来香的臭豆腐是必点菜品经过秘方卤制的豆腐，过油炸得外焦里嫩，散发阵阵“异香”，趁热淋上汤汁。一口咬下去，汤汁在舌尖迸开，蔓延带舌头上的每一处，不论是老饕还是普通百姓都会忍不住吃第二口。

热闹的氛围一直延续到初七，大人开始上班；孩子们要过了元宵节才开始上学。但，春节已经过去了。这便是我们的节日——春节。一个别具湖湘特色的春节。

**最新春节促销活动方案范本九**

春节对于商家的重要性用\"一年之计在于春\"来形容是再恰当不过了。某些行业假期的销售额可占全年销售总额的20%～50%。做好了春节的买卖，不仅能为以后的营销开个好头，全年的销售任务也有了保底的本钱。所以，每逢春节，厂家、商家就早早拉开阵势，策划春节促销活动。

企业在制定一个完整有效的节日营销活动计划之前，必须知己知彼，胸有成竹，胸有韬略--通过节日营销活动要解决什么问题或达到什么目标?是突击新产品上市还是加速成熟产品的流转?重点解决的对象是终端问题还是批发环节?所选择的促销工具、策略是否锐利有力，能否\"短平快\"地加速任务完成?如何对整体节日营销活动进行实施、控制、评估，以较好完成目标?

一个节日营销活动要包容整个通路环节十分困难，因此节日营销必须有针对性，分清主次，重点解决终端通路。

针对消费者的营销活动，主要目标是要分析消费者对产品倾向程度、节日消费行为，对促销办法的接受程度，对相似竞争性的产品、价格、渠道的市场态度。节日营销活动必须有量化的指标，才能达到考核、控制、计划目的。量化的指标通常有销售额、市场占有率、毛利率、对比日期、增长率、重复购买率、促销广告的参与率、到达率等。

那么适合促销的产品，应该打什么牌?近几年，恐怕最耀眼的要数送礼牌了。由于过年送礼是中国人的民俗，所以好多产品可以推出礼品装。节日送礼的民俗决定了礼品的大行其道。

进入21世纪以来，人们送礼的观念也发生了很大变化。消费者购买礼品越来越讲究新颖性、潮流性，尽可能地展示自己和对方的审美情趣和高雅格调。如果只是盲目跟风赶行情，恐怕市场区域会越来越狭窄，企业和品牌的生命力也不会长久。

由于各个厂家和商家各显神通，大举宣传，消费者往往被淹没在各种促销的海洋里。你的促销活动想跳出来，给消费者耳目一新的感觉，就必须有个好的促销主题。一个好的促销主题就像是一个动人的\"媚眼\"，对消费者起到第一步的吸引。

因此，节日的促销主题设计有几个基本要求：一要有冲击力，让消费者看到后记忆深刻;二要有吸引力或者让人产生兴趣，例如很多厂家用悬念主题吸引消费者继续探究;三要简短、易记，一些主题长达十几个字或者更多的谁会理睬。

每逢春节，厂家、商家都会推出花样繁多的促销方案，从\"全场大折扣\"到\"隆重特价推出\"，从\"买一送×\"到\"有奖销售\"，花样翻新，招数颇多。但使用起来不外乎\"赠送、打折、抽奖、表演\"，加上一个以各种各样名目推出的\"××庆典\"。其手法犹如传统餐桌上的\"四菜一汤\"，姑且不论其内容如何，形式上的简单重复就让消费者大倒胃口，结果往往费力不讨好，销售业绩并不乐观。

销售的目标又跳出价格战的\"怪圈\"?笔者认为，关键是淡化价格效用，增强消费者与商家之间的沟通互动，营造欢乐喜庆而不失宽松和谐的消费环境，开[中国创业网资讯]发和培养新的消费需求。

就笔者看来，\"一心二意\"是春节消费者的共性心理，一心即图吉利，新春佳节人人企盼来年大吉大利;二意即求富贵，祈平安。

比如酒店在春节期间要做好年夜饭生意，就必须以\"合家欢\"、\"全家福\"为促销主题，有针对性地开展服务项目。

一想到促销，很多人就想到现场秀、买赠、折扣、积分、抽奖等等方式。尽管在促销方式上大同小异，但细节的创新还有较大的创意空间。

在细节上创新，虽然可能是很小的点，但对促销的成效也很重要。

比如，为巩固成熟产品的市场，节日营销中可采用5至10送1的小面值赠券、连环大抽奖;为推出新产品，采用免费品尝试用、买一送一(小包装)，邮寄产品名录、报价单等;制造公关事件，利用某一新闻事件，渲染张扬产品或企业，如献爱心回馈社会活动、体育赞助或傍星促销等;主题广告宣传，从色彩、标题到方案、活动等均突出节日氛围;通路激励，对在规定节日期间(如春节期间)，完成计划销售任务的经销商给予奖励\"×节几日游\"，或加大批量折扣、试销、代销权(新产品)，或网上销售，方便顾客。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！