# 有关超市国庆促销活动方案(推荐)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2025-06-11

*有关超市国庆促销活动方案(推荐)一采购的水果品种有：杨桃、猕猴桃、杏、梨、苹果、香蕉、火龙果、柚子、葡萄、菠萝、龙眼、甘蔗、番茄、李子、西瓜、哈密瓜、芒果、橘子等。下面主要介绍其中10种水果的功效。1、杨桃又称作五棱子、五敛子、羊桃等。功效...*

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)一**

采购的水果品种有：杨桃、猕猴桃、杏、梨、苹果、香蕉、火龙果、柚子、葡萄、菠萝、龙眼、甘蔗、番茄、李子、西瓜、哈密瓜、芒果、橘子等。下面主要介绍其中10种水果的功效。

1、杨桃

又称作五棱子、五敛子、羊桃等。

功效：杨桃能减少机体对脂肪的吸收，有降低血脂、胆固醇的作用，对高血压、动脉硬化等心血管疾病有预防作用。同时还可保护肝脏，降低血糖。杨桃中糖类、维生素c及有机酸含量丰富，且果汁充沛，能迅速补充人体的水分，生津止渴，并使体内的热或酒毒随小便排出体外，消除疲劳感。杨桃果汁中含有大量草酸、柠檬酸、苹果酸等，能提高胃液的酸度，促进食物的消化。杨桃含有大量的挥发性成分、胡萝卜素类化合物、糖类、有机酸及维生素b、c等，可消除咽喉炎症及口腔溃疡，防治风火牙痛。

2、猕猴桃

又名奇异果、毛桃、藤梨。

功效：常吃烧烤食物能使癌症的发病率升高，因为烧烤食物下肚后会在体内进行硝化反应，产生出致癌物。猕猴桃中富含的维生素c作为一种抗氧化剂，能够有效抑制这种硝化反应，防止癌症发生。所以如果你禁不住美食所惑，或者因为应酬不得不“烤”一顿，那么建议你饭后吃上一颗猕猴桃。最新的医学研究表明，成人忧郁症有生理学基础，它跟一种大脑神经递质缺乏有关。猕猴桃中含有的血清促进素具有稳定情绪、镇静心情的作用，另外它所含的天然肌醇，有助于脑部活动，因此能帮助忧郁之人走出情绪低谷。猕猴桃中有良好的膳食纤维，它不仅能降低胆固醇，促进心脏健康，而且可以帮助消化，防止便秘，快速清除并预防体内堆积的有害代谢物。祖国医学认为，猕猴桃甘酸性寒，能够解热除烦，止渴利尿。

3、杏

又名甜梅、叭达杏。

功效：杏是维生素b1，含量最为丰富的果品，而维生素b1，又是极有效的抗癌物质，并且只对癌细胞有杀灭作用，对正常健康的细胞无任何毒害。苦杏仁能止咳平喘，润肠通便，可治疗肺病、咳嗽等疾病。甜杏仁和日常吃的干果大杏仁偏于滋润，有一定的补肺作用。杏仁还含有丰富的黄酮类和多酚类成分，这种成分不但能够降低人体内胆固醇的含量，还能显著降低心脏病和很多慢性病的发病危险。杏仁还有美容功效，能促进皮肤微循环，使皮肤红润光泽。

4、苹果

古称柰，又叫滔婆，酸甜可口，营养丰富，是老幼皆宜的水果之一。功效：苹果是心血管的保护神、心脏病患者的健康水果，因为它不含饱和脂肪、胆固醇和钠。苹果中的胶质能保持血糖的稳定，所以苹果不但是糖尿病患者的健康小吃，而且是一切想要控制血糖水平的人必不可少的水果。并且它还能有效地降低胆固醇。苹果汁有强大的杀灭传染性病毒的作用。吃较多苹果的人远比不吃或少吃苹果的人得感冒机会要低。所以，有的科学家和医师把苹果称为“全方位的健康水果”，或称为“全科医生”。现在空气污染比较严重，多吃苹果可改善呼吸系统和肺功能，保护肺部免受污染和烟尘的影响。苹果还能防癌，预防铅中毒。祖国医学认为，苹果甘凉，具有生津止渴、润肺除烦、健脾益胃、养心益气、润肠、止泻、解暑、醒酒等功效。苹果有着天然的怡人香气，具有明显的消除压抑感作用。

5、柚子

又名文旦、香抛、是产于福建、广东等南方地区的水果，以广东沙田柚为上品。

功效：高血压患者常利用药物来排除体内多余的钠，柚子正好含有这些患者必需的天然矿物质——钾，却几乎不含钠，因此是患有心脑血管病及肾脏病患者最佳的食疗水果。柚子含有一种天然果胶，能降低血液中的胆固醇，是现代人追求健康的理想食物。美国研究发现，每天饮用柚汁的人较少出现呼吸器官系统毛病，尤其是感冒、咽喉疼痛时，吃一瓣新鲜袖子能令您舒适自然。柚所含的天然维生素p能强化皮肤毛细孔功能，加速复原受伤的皮肤组织功能。女性常吃柚子最能符合“自然美”的原则。柚子还有增强体质的功效。它能使身体更容易吸收钙及铁质;同时，所含的天然叶酸，对于服用避孕药或怀孕中的妇女们，有预防贫血症状发生和促进胎儿发育的新鲜的柚子肉中还含有类似胰岛素的成分，能降低血糖。

6、葡萄

原产西亚，据说是汉朝张骞出使西域时由中亚经丝绸之路带入我国的，历史已有两千年之久。

功效：葡萄中的糖易被人体吸收。葡萄中的糖主要是葡萄糖，能很快被人体吸收。法国科学家研究发现，葡萄能比阿斯匹林更好地阻止血栓形成，并且能降低人体血清胆固醇水平，降低血小板的凝聚力，对预防心脑血管病有一定作用。葡萄中含的类黄酮是一种强力抗氧化剂，可抗衰老，并可清除体内自由基。

葡萄中含大量酒石酸，有帮助消化的作用，适当多吃些葡萄能健脾胃，对人体裨益甚大。葡萄是消化能力较弱者的理想果品。葡萄中含有一种有益的抗癌物质，可以防止健康细胞癌变，并能防止癌细胞扩散。而且葡萄汁可以帮助器官移植手术患者减少排异反应，促进早日康复。中医认为。葡萄性平味甘，能滋肝肾、生津液、强筋骨，有补益气血、通利小便的作用，可用于脾虚气弱、气短乏力、水肿、小便不利等病症的辅助治疗。

7、香蕉

是人们喜爱的水果之一，盛产于热带、亚热带地区，欧洲人因它能解除忧郁而称它为“快乐水果”，而且香蕉还是女孩子们钟爱的减肥佳果。功效：荷兰科学家研究认为：最合营养标准又能为人睑上增添笑容的水果是香蕉。它含有一种特殊的氨基酸，这种氨基酸能帮助人体制造“开心激素”，减轻心理压力，解除忧郁，令人快乐开心。睡前吃香蕉，还有镇静的作用。香蕉“一身都是宝”，它可以预防中风和高血压，起到降血压、保护血管的作用。美国科学家研究证实：连续一周每天吃两根香蕉，可使血压降低10%。如果每天吃5根香蕉，其降压效果相当于降压药日服用量产生效果的50%香蕉皮也含有某些杀菌成分，如果你的皮肤因为真菌或细菌感染而发炎，不妨把香蕉皮敷在上面，肯定会有意想不到的好效果。香蕉对手足皮肤皲裂十分有效，而且还能令皮肤光润细滑。在繁忙的生活中，利用健康食品或补充剂来补充饮食不均衡的人越来越多了。香蕉几乎含有所有的维生素和矿物质，食物纤维含量丰富，而热量却很低。因此，香蕉就成了减肥的最佳食品，是女士们的最爱水果。香蕉还有润肠通便、润肺止咳、清热解毒、助消化和滋补的作用。常吃香蕉还能楗脑。8、火龙果

火龙果为仙人掌科三角柱属植物，原产于中美洲热带沙漠地区，属典型的热带植物。

功效：火龙果中的白蛋白是具黏性、胶质性的物质，对重金属中毒有解毒的功效。它对胃壁还有保护作用。火龙果含有维生素e和一种更为特殊的成分——花青素。花青素在葡萄皮、红甜菜等果蔬中都含有，但以火龙果果实中的花青素含量最高。它们都具有抗氧化、抗自由基、抗衰老的作用，还能提高对脑细胞变性的预防，抑制痴呆症的作用。同时，火龙果还含有美白皮肤的维生素c及丰富的具有减肥、降低血糖、润肠、预防大肠癌的水溶性膳食纤维。

9、梨

又称快果、玉乳等。

功效：梨性味甘寒，具有清心润肺的作用，对肺结核、气管炎和上呼吸道感染的患者所出现的咽干、痒痛、音哑、痰稠等症皆有益。具有降低血压、养阴清热的功效。患高血压、心脏病、肝炎、肝硬化的病人，经常吃些梨大有益处。能促进食欲，帮助消化，并有利尿通便和解热作用，可用于高热时补充水分和营养。煮熟的梨有助于肾脏排泄尿酸和预防痛风、风湿病和关节炎。梨具有润燥消风、醒酒解毒等功效。在秋季气候干燥时，人们常感到皮肤搔痒、口鼻干燥，有时干咳少痰，每天吃一两个梨可缓解秋燥，有益健康。梨可清喉降火，播音、演唱人员经常食用煮好的熟梨，能增加口中的津液，起到保养嗓子的作用。

10、菠萝

又叫凤梨，是热带和亚热带地区的著名水果。

功效：菠萝含有一种叫“菠萝朊酶”的物质，它能分解蛋白质。在食肉类或油腻食物后，吃些菠萝对身体大有好处。因此，菠萝咕老肉、菠萝牛肉还是可以放心吃的菜肴。“菠萝朊酶”还有溶解阻塞于组织中的纤维蛋白质和血凝块的作用，能改善局部的血液循环，消除炎症和水肿。如果你炎症、水肿或血栓，不妨在积极治疗的同时，适当多吃一些菠萝，相信会起到一定的辅助作用。菠萝中所含糖、盐类和酶有利尿作用，适当食用对肾炎、高血压病患者有益。中医认为，菠萝性味甘平，具有健胃消食、补脾止泻、清胃解渴等功用。

二、水果采购的原则

(1)以需定进： 以需定进是指根据目标市场的商品需求状况来决定商品的购进。对零售企业来说，买与卖的关系绝不是买进什么商品就可以卖出什么商品;而是市场需求什么商品，什么商品容易卖出去，才买进何种商品。所以以需定进的原则又称之为“以销定进”，也即卖什么就进什么，卖多少就进多少， 完全由销售情况来决定。以需定进原则可以解决进货与销售两个环节之间的关系，又能促进生产厂家按需生产，避免了 盲目性。坚持以需定进原则时，还要对不同商品采取不同采购策略，如：①对销售量一直比较稳定，受 外界环境因素干扰较小的日用品，可以以销定进，销多少买多少，销什么买什么。②对季节性商品要先进行预测，再决定采购数额，以防止过期造成积压滞销。 ③对新上市商品需要进行市场需求调查，然后决定进货量。

(2)勤进快销 勤进快销是指零售企业进货时坚持小批量、多品种、短周期的原则，这是由零售企业的性质和经济效益决定的。因为零售企业规模有一定限制，周转资金也有限，且商品储存条件较差，为了扩大经营品种，就要压缩每种商品的进货量，尽量增加品种数，以勤进促快销，以快销促勤进。勤进快销的原则还可以使零售企业的周转资金加快流转，加强了资金的利用率，因此这一原则 又是提高企业经济效益的有效手段之一。

(3)以进促销 以进促销是指零售企业采购商品时，广开进货门路，扩大进货渠道，购进新商品、新品种，以 商品来促进、拉动顾客消费。以进促销原则要求零售企业必须事先做好市场需求调查工作， 在此基础上决定进货品种和数量。一般来说，对那些处于新开发的，还只是处于试销阶段的商品，要少进试销，只有证明被顾客 认可和接受以后，才批量进货。

(4)储存保销 储存保销是指零售企业要保持一定的商品库存量，以保证商品的及时供给，防止脱销而影响正 常经营。储存保销要求零售企业随时调查商品经营和库存比例，通过销售量来决定相应合理的库存量， 充分发挥库存保销的作用。

(5)文明经商 零售企业面对的是顾客，以向顾客销售商品来获取利润，因此必须坚持文明经商、诚信待客的原则。这一原则与商品采购相联系，便是进货时要。

三、采购的方式

我们的水果超市采用现代的jit采购技术，做到在需要的时候订购所需要的产品。品种配置上，保证品种的有效性，例如夏季的西瓜等，在适当的季节提供适当的水果品种;数量配置上，保证数量的有效性，拒绝多余的数量，降低成本，避免水果库存造成的损失;时间配置上，保证所需的时间，拒绝不按时供应;质量配置上，保证产品的质量，拒绝接受烂水果或催熟的水果。

水果是不易库存的产品，对保鲜技术要求高，消费者在消费时也十分注重水果的新鲜程度，几乎是每天都有订货，且是小批量订货，采用jit的采购方式，保证水果的新鲜度，以适时、适量、适质、适地的条件来满足消费者的需求。且jit的采购方式与传统的采购方式相比，能与供应商之间建立长期良好的合作伙伴关系，价格合理，质量有保障，零库存最大程度上节约成本。

四、采购渠道

水果需求量比较大，进货渠道应采用通过从批发商进货，而批发商大概有两大类四小种：

(1)本地批发商，都有自己固定的场地，他们又分两种：一批人到外地收货，自己再批发;另一批人从外地中间商处接货。

(2)外地批发商，他们一般没有固定场所，又分两种：一种批发商在本地收大量的果子，运到批发市场直接批发给零售商;大种植户直接把自己家中的果子运到市场批发给零售商。

这四种批发商，给出的价格和销售的品种都不一样，需要多观察了解才能区分，确定长期合作的批发商。

五、采购批量

六、采购时间

因为消费者对水果的要求比较高，所以水果的新鲜程度是消费者比较关注的

则水果的新鲜水果应当日进货当日消耗，大约每天早4:00送到，每次热销的水果产品进100斤，而一些价格比较高的水果则进50斤左右。

七、付款方式

校园水果店可采用预付付款方式，买家先支付相当于买卖合同总金额一定比例的订金等买家验货后再付剩余款项，这样可以缓解买卖双方资金的周转。

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)二**

社会实践是迈上社会的基础，社会实践让我们经验丰富。生活中的大小事情每时每刻都在锤炼着我们。在经历了超市的工作之后，我明白了很多事情看起来简单，但实际上与我们的想象是有很大差距的。即使一个小小超市的经营也不容忽视，不但要细心、周全，还要有策略，谋划。总之，任何事情都要全面地考虑,认真地对待。

尝试经商的滋味，增加自己的阅历，积累社会经验。作为一个大学生，毕竟身在学校，接触社会的机会很少，我们需要有的体验，的经历，为我们以后就业做好准备。同时还可以通过自己的双手赚取一部分生活费，减轻家里的负担。

20xx年7月26日—20xx年8月25日

超市

毕竟这是我人生中第一份工作，我很珍惜。开始工作之前，我承诺：我会尽我最大的能力来为我人生中第一份工作留下一个美好的开始。一个人对待工作的态度决定一个人的素质，不论什么样的工作都需要同样认真的心态。从迈进超市的那一步起，我就明白我已经是一名员工了，我的言行举止不仅仅体现了一个大学生的素质，更代表了我们超市的形象。我在超市主要负责冷冻区中式糕点的称量和冷藏食品的售货。经过一周的训练，我熟练地掌握了货物的称量、买卖、进退方法及注意事项等等。在职期间，我认真履行超市十八字宗旨和十六字准则，即“全心全意为人们服务，百分之百让顾客满意”宗旨和“文明经商，热情服务;提高素质，争创一流”准则，用微笑、热情和熟练换取顾客的满意。闲暇之余，我努力负责好我们冷冻区货物的陈列状况及日期记录，努力做到让每一位顾客看到一个新颖整齐的货区。

一个超市从计划经营到筹备资金，到经营管理再到从中赢利、久远发展需要很复杂很周密的安排，其中的每一个细节都不容忽视。我充分利用下班时间对我们超市的构造、分化以及管理做了一个调查，简略的总结了一个超市的构造和经营管理方略。

首先我先简略介绍一下我们超市硬件上的大体构造，分内部构造和整体构造。

我们超市共分十三个区，分别为收银区、洗化区、针织区、鞋区、日用百货区、冲调区、调味区、饮料区、食品区、生鲜区、油粮区、散货区、冷冻区。其中洗化区包括化妆品、护肤品、洗发护发用品、洗衣用品、洗浴用品、牙膏牙刷、卫生用品、清洁剂等;针织区包括各种品牌的各种衣服，有休闲服装、四季服饰和男女配套服饰等等，还有毛巾被褥等床上用品以及卫浴用品等;鞋区包括各种品牌的男女皮鞋、男女休闲鞋以及童鞋等;日用百货中的商品很多，包括文具、箱包、玩具、体育用品、雨具、饰品、清洁用具、厨房用具、杯具、锅具等等;冲调区包括冲调用粉、保健品、婴儿食品、中老年补品、奶粉以及用各种名贵药物炼制而成的补品酒等;调味区包括调味料、调味酱、罐头等;饮料区包括各种品牌的白酒、啤酒、牛奶、果汁等;食品区包括膨化食品、饼干、方便面、火腿、烧烤鸡鸭和各种糖果;生鲜区又分为蔬菜区、水果区、海鲜区、肉区、糕点区、面制区、熟食区等;油粮区包括各种食用油和多种米面等;散货区包括散称的果冻、饼干、小蛋糕、干炒货、蜜饯以及鸡蛋等;冷冻区包括各种冷藏食品，像水饺、汤圆、各种肉丸以及雪糕等。另外，我们超市还另设了同心金店、小家店、济仁大药房、游戏厅和西餐厅。同心金店专卖金银玉制品，小家店除卖小饰品和钱包等，还有话费充值等服务。西餐厅专卖西餐，为方便顾客就餐餐厅还设置了中餐位区。超市入口处设有服务台，服务台工作人员除做好服务工作外还要负责香烟的销售。

一个超市也算一个小的公司，也需要有各个部门协调一致的运行、管理。我们超市设有会议室、结算室、会计室、微机室、收获区、物流中心、营运部、保卫科、休息室、服务区、顾客服务区等部门。会议室是领导们商讨会议的地方，结算室主要负责超市货物的进出结算，会计室负责对结算室的工作进行核实，微机室将会计室的统计结果输入超市的账户中，并将商品的价格输入微机纪录中，另外如果有新成员要到超市工作也需要到会计室报名，收获区主要负责货物的进购，并对货物进行质量和数量上的检查，物流中心有进货储藏室、退货储藏室、冷库等，营运部主要是定期对卖场的各个方面情况进行检查，保卫科主要维持超市的秩序和安全，另外还负责超市部件的安全检查等，休息室是为超市工作人员特别需要而设立的，服务区是为顾客车辆停放和特别需要而设立的，顾客服务区是专门为顾客休息而设立的服务场所。其中会计室、结算室、微机室和收获区这几个部门联合比较紧密，收获部要将退货、进货的账目交到会计室里，另外，如果有新品进来要将新品的信息交到微机室里有微机室计算商品的价格。

一个超市软件上的构造也要合理清晰，下面我简略介绍一下我们超市的软件构造。

我们超市有6位经理，分别管理各区和部门，其中一位是总经理。有一位经理负责会议室、结算室、会计室、微机室，一位经理负责收获区、物流中心、保卫科、休息室、服务区，其他四位经理负责超市内部情况。六位经理分别从周一到周五轮流值班，周日有三位经理去外区进货，另外三位负责超市的看管和市场的调查。超市工作人员有两个班次，于是就有两个主管。主管是工作人员中比较优秀的，主要负责上班时间其他工作人员的纪律监督。

一个超市的规模构建好了就要发展，发展中经营管理是一个非常关键的问题，只要做好这一块这个超市也算基本成功了。下面是我总结的关于经营管理的一些概况。

首先一个企业要有一定的准则、规定和宗旨。我们要按照超市的规定围绕一定的宗旨履行一定的准则来完成一定的任务。我们超市规章条例有很多，在我们开始工作的第一周要全部学会，以后工作过程中不能出现违反规章条例的错误，一旦出现就要受到相应的处罚。

1、门面形象：门头及门面明亮整齐清洁卫生，店内店外的装饰新颖，怎么样花最少的钱甚至不花钱来整改，设备情况要及时清查，以免影响超是正常营业;

2、服务验证及培训工作及是否按工作流程工作验收：进店后的人员的词要清晰温和，人员的着装整洁干净，人员的工作态度热情，抽检人员要定期检查主管级人员上周被培训过的内容，抽检工作要按流程操作等;

3、商品齐全：商品分类要正确，分类连接要适合，货架及商品要清洁，务必要做到一物一签，即使排查货物的销售情况并及时写好要货申请单及退货通知书，不能出现货架空缺和某些商品断货的现象。如果有缺断货现象，要对缺断商品评断订货原因并对相应责任人教育及处罚，促销商品处理要明确，促销标价签要放在醒目显眼的地方;

4、商品质量检查：特别是生鲜质量，要求相应责任人明确整改时间，质量较差商品及过期要求店长买走作为处罚;

5、每周抽检：由营运部率队对门店检查，现场办公及专业指导;巡店人员有营运总监、营运部经理、采购总监、工程部、策划部人员;

6、每天营运部巡店及指导：检查内容及形式同上，但每天应侧重一个重点。

7、每天质量监督小组检查工作及内容：主要是检查商品的质量(生鲜为主)，店内清洁，商品保质期，以加强商品的竞争力及减少商品的损失;

8、每两个月进行一次清资，即统计超市现有货物，与超市微机中的货物信息进行核对，对存货量差距太大的商品再次清查。若核查不出差数所在原因，货区负责人员要对其损失负责;

9、每周四进行一次市场调查，去最有竞争力的超市学习竞争超市的服务质量和货物摆放情况并进行各区负责货物的价格调查，并提出建议价格，以及时更改货区商品价格，减少利润损失;

10、每天值班经理都要在超市卖场中巡查，对当天卖场的状况进行必要的调理。在不影响本职工作的前提下，尽可能帮店方员工做力所能及的事。

工薪问题是超市员工比较关心的问题，针对此问题我们超市也制定了比较规范的相关规定。

1、每月22号对工作状况进行核算，每月15号下发上月工薪;

2、对超市中表现良好的工作人员给予相应奖励;

3、超市中有请假的，要扣除当天的工资;

4、迟到者要受到通报批评并罚款。

要使超市有较高的收益单靠做好这两方面是不够的，还要有经营技巧。对此我们超市也采取了比较好的策略。

1、加强陈列效果，使陈列具有艺术性，规划传播策略，提升品牌形象，增加产品附加值，使消费者觉得物有所值。例如，我们超市将牙膏排列成锯齿形，将矿泉水排列成同心圆形，每一个货架上的商品要垂直排列等等;

2、尽可能大、尽可能多、尽可能美观而且风格一致做堆头、端架、货架陈列。例如，我们超市在水果区悬挂了一些塑料葡萄，在果冻区悬挂一些夸张性的糖果和装饰鲜花，在食品区配以风铃，在粮油区悬以装饰扇等等;

3、在超市评选销量最大或销量超额率最高的冠军员工，给予区经理及员工奖励;

4、特殊节日(圣诞节、复活节、情人节等)为超市提供带本公司标志的圣诞树、灯塔、拱门等饰物;

5、消费者在该超市购物满′′元送本公司礼品一份或一定金额的购物劵等;

6、超市庆典(如店庆)提供特价、免费产品等;

7、尽供应商本分，做好售后服务。

序：本次实践是我人生中第一份正式的工作，工作之初有点累但后来慢慢适应了。本次实践让我明白任何意见看似简单的事情都不是容易的，只有经历后才知道你所做事情的价值。不论任何事情都需要同样认真的心态，只有先把小事做好才能成就大事。我会珍惜此次工作给我带来的价值和经验，用最认真的心态对待生活中的每一件事。

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)三**

供货商(甲方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

超市(乙方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本着平等互利、诚信合作、共谋发展的合作原则，经甲、乙双方共同友好协商，共同达成以下合同条款：

一、供货产品：甲方向乙方提供其总经销的商品供乙方超市销售，详细供货商品名称由乙方参见甲方所提供的商品目录，由乙方自行选定。

二、供货价格：具体价格参见乙方提供的价格表。

三、产品质量：甲方向乙方提供的产品必须附合国家行业规定的相关标准，且是在保质期内的商品，若甲方提供的商品本身出现质量问题，甲方应无条件包退包换货，并对因质量问题引起的合理索赔及相关损失承担责任。

四、送货及验收

1.双方合作期间，甲方对乙方\_\_\_\_\_\_\_\_市区的超市直接送货到其指定收货处，由乙方收货人员验收签字确认，若经乙方收货人员验收签字后出现数量短少、品种不附或损坏等情况，甲方概不承担任何责任。

2.若乙方在或异地开店，则在原价格不变的基础上，甲方代办托运，其费用由乙方自行承担。

五、付款方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

六、市场维护：为了维护整体市场及双方共同利益，经甲、乙双方共同协商一致，乙方在销售过程中产品的正常零售价应不低于甲方供价的\_\_\_\_%-\_\_\_\_%之间进行销售，以免因销价低而影响整体市场或因价格过高而导致商品滞销。

七、退换货规定

1.若因甲方所提供的产品在保持期内，出现的爆袋、漏气、漏油、变质等质量问题，甲方无条件包退换货。

2.若因商品滞销，乙方应在离商品保质期前一月以上要求甲方退换货，否则，甲方对一切过期商品一律不予退换。

3.因乙方保管不善而导致的虫蚀、鼠咬、霉烂、变质等原因，甲方不予退换货。

4.甲方事先申明或有明文规定，不能退换货的商品，甲方一律不予退换货。

5.乙方所产生的一切退货必须有甲方人员签字确认的退货单方可生效，否则甲方不予确认其退货，乙方无权凭单方面出具的退货单扣出甲方货款。

八、价格调整：在合作期内，若市场因素或厂家供价调整，则无论调高调低，甲方均应提前\_\_\_\_\_天通知乙方，乙方也应在此期限内全力配合甲方调整供价及零售价格，否则甲方不对因价格不附停止送货而给乙方带来的损失承担任何责任。

九、关于订货：乙方每次补货时，应提前两天通知甲方业务人员或传真书面订单，以避免送货不及时而导致缺断货现象。

十、乙方配合：在双方合作期内，乙方应重视所供货商品，给甲方系列商品提供较好的陈列位置，且保证合理的陈列面，并在店内条件允许情况下，给甲方商品提供免费堆头或端架，以达到最佳销售效果。

十一、促销支持：在合作期内，甲方将根据乙方所销售的商品数量及厂家政策支持等情况，合理给予乙方促销政策支持，对甲方给予的促销政策，乙方应全力配合执行，否则，甲方将有权取消支持，并不予承担因此产生的一切费用。

十二、款项保证：乙方承诺，对甲方的货款，严格按照双方约定的付款方式支付货款，若乙方无故拖延甲方货款或未按合同付款，甲方有权停止供货，并对此产生的一切后果不承担责任。

十三、关于费用：双方在合作过程中涉及到的一切费用(包括入场费、促销费、检验费等)，必须经甲方相关负责人员签字确认方可生效，否则，乙方无权单方面从甲方货款中扣出。

十四、合同执行

1.双方应严格遵守以上合同条款，如合作中遇未尽事宜，须经双方友好协商达成一致，并以书面形式经双方签字作为本合同附件，该附件与合同具有同等法律效应。

2.若双方在合作期内有分歧，经双方协商无法解决导致清场的，则双方应在清场后一月之内货款两清，否则，违约方每天应按未付款\_\_\_\_%赔偿对方违约金。

3.本合同有效期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

4.本合同一式两份，双方各执一份，经双方签字盖章后即生效执行。

十五、补充条款：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)四**

常言道;经商，经商，进货第一桩。采购是超市企业进行商品销售、物流配送和实现盈利的前提。超市营运的牲要求超市企业必须是先进货而后才能为消费者提供售货服务。毋庸置疑，售货是超市经营的核心目的，为达成这一目的，超市的采购部门就必须在“买货”上下一番功夫。采购数量不当、商品品质参差、成本价格过高都会阻碍商品的正常销售，即使质量好、价格低，如果数量不当或储存过多也都有可能造成资金占压和商品的滞销。超市离开了科学合理的采购，正如油灯离开了燃料一样，在一定意义上讲，销售是灯，采购是油，一天不亮，就要加油。那么，这“油”应该怎么个加法呢?总体而言，有以下六个原则供中小超市企业在实施采购计划时参考。

采购服务销售

“买货”的直接目的就是为了“卖货”。采购过程中，最基本的原则就是要让采购行为时时刻刻为市场销售服务。有道是，卖什么，买什么;卖多少，买多少。买进来的货要保证能够卖得出去，才是买手能耐大小的表现。在超市经营过程中，经常会发生进销失调、商品脱销或是积压之类的情况，要避免进销脱节、货不对路、供不及时之类的情况发生，就必须要使采购为销售服务。

采购结合销售

在超市企业统一的运筹指导下，将采购和销售有机结合起来，不仅可以减小资金流动、降低采购风险，而且能够提高采购效率、减少采购成本。采购结合销售，使中小超市在采购时很奏效的招数，如果运用得好，就是实现“勤进快销”的预期效果。一方面，企业的决策层应根据超市、商品、交通运输条件、供应商所处区域以及采购的方式和销售任务的大小等情况，综合考虑采购进货的批量和批次，找准经济效益的最佳结合点;另一方面，具体的采购行为要做到在圈短的周期内，实现小批量、多品种、低价格、高品质的采购要求，做到数量和时间的统一、周期和批量的统一。

采购促进销售

灵活的采购策略往往能够促进、带动商品在超市卖场的销售。所以，在实际的采购过程中，超市买手要灵活多变、随机应变，通过不同的渠道通路，增加商品的宽度和广度，促进商品在当地的销售。

除此以外，商品的采购还要从超市全局出发，整体考虑、统筹安排。

成功采购的九步策略

采购不仅是购、销、运、存四环节中最重要的五一节，同时也是最为复杂繁琐的环节，其中，不仅涉及的商品品种繁多，而且牵扯的金额也很大，稍有不慎就可能给企业带来无可挽回的损失。下面的九步策略，可以助超市采购逐渐走向成功。

明确采购目标

明白为什么采购是成功的第一步。一般来讲，超市企业的商品采购可以分为常规采购、大规模促销采购、特色商品采购、应急性商品采购等几种情况。采购目标受市场环境、卖场销售、促销企划、季节变化等多因素影响，由超市企业的经营范围、品种构成和销售需要直接决定采购目标。根据不同时期、不同竞争环境、不同需求导向的不同需要，超市可能只经营某些类别的商品，或是在不同类别的商品中，不同品种、不同价格、不同式样、不同型号、不同品牌的商品要在采购中占有不同的比重。确定采购的目标，不仅是明确要采购哪些商品，还要采购数量、采购时间以及其他的各种特殊要求。

接受采购任务

采购部从决策层、商品部、仓储部等相关部门接受一定时期内的商品采购任务，采购部根据部门人员分工，将不同的商品采购任务逐一分派到采购员工的手中，按照采购要求，接受采购单，一次商品采购任务开始了。

甄选采购渠道

随着快速消费品生产制造工业的不断发展，可选择的采购渠道越来越多，从哪个供应商处采购商品，是决定采购任务完成质量前提。一般来说，超市企业对不同商品的采购都已经拥有了相对固定的采购渠道。 采购业务谈判

超市企业的采购人员同供应商进行谈判，一般依照超市企业制定的商品采购计划、商品促销计划以及供应商文件作为谈判依据。采购业务谈判的主要内容包括八个方面：

与商品本身相关的(如商品的质量、品种、规格、包装等);

与采购数量相关的(采购的总量、批量等);

与交货条件相关的(如交货时间、交货频率、交货地点、最高与最低送货量、保质期、验收方式等);与退货条件相关的(如退货条件、退货时间、退货地点、退货方式、退货数量、退货费用分摊等); 与促销相关的(促销保证、促销组织配合、促销费用承担等);

与价格及折扣相关的(如价格折扣、单次订货数量折扣、累次进货数量折扣、年底退佣、不退货折扣、买断折扣、提前付款折扣等);

与付款条件相关的(如付款期限、付款方式等);

与售后相关的(如售后服务的保证、保换、保退、保修、安装等)

采购环节控制

作为商品流通企业，管理好采购环节是实现经营计划目标的重要手段，管理好采购环节就等于控制住了商品流通的起点和源头。采购计划是达到经营目标的依据，因此在采购计划的制定中要控制好经营目标什、市场份额值和盈利值、盈利率等各个方面。一方面，采购计划的制定要细分落实到商品的小分类，对一些特别重要的商品甚至要落实到品牌商品的计划采购量，采购计划要细分到小分类，其意图就是控制好商品的结要构，使之更符合目标顾客的需求;另一方面，采购计划的小分类细分也是对采购业务售货员业务活动给也了一个范围和制约。如果把促销计划作为采购计划的一部份，那么就要要求在与供应商签订年度采购合同之前，要求供应商提供下一年度的产品的促销动员、促销组合。还必须认识到在制定采购计划时把要求供应商提供下一个年度新产品上市计划和上市促销方案，作为制定新产品开发计划的一部份。督导供应过程

督导供应过程就要要求采购售货员深入商品的供货企业中，协助、督导企业做好交货前的准备工作。进行货款交易超市采购部门在收到供应商的交货清单或者是发票之后，即可通知质检部门和仓管做好准备接货。如果经过质检和核对无误后，采购部则可以通知财务部门予以结清货款，或是按照与供应商的约定，按期结算。

交验采购商品

所采购的商品到达超市之后，质检部门还要及时组织验收理货工作。商品的接收工作一般有仓库部门负责，商品检验符合要求，仓库则可以及时组织商品入库。

完成采购过程

至此，采购活动基本上已经成功完成了，作为采购部门和采购人员，还不要好飘扬处理和账款的处理等收尾工作。

采购管理 比采购更重要的环节

上文已经提到，任何商品的采购都要经历一个繁杂的过程。也正是因为过程的繁杂，笔者才会说采购过程的管理，是一个比采购更重要的环节。因为，现在很多超市企业的商品问题和财务问题出在了采购的环节上面。

采购过程的管理，包括对采购班子和采购人员的管理，对编制采购计划和实施采购计划的管理，同时还包括对商品交货日期和商品品质检验的管理等多个方面。常听到老总们抱怨现在的商品采购“很乱”，其实，商品采购的本身并不杂乱，起哄的多是直接负责商品采购的员工，他们往往为了自己的利益而不异在商品品质、商品数量或者商品价格上做文章。因此，采购重在采购的管理尤其是对采购售货员管理。采购，往往不是外乱，而是内乱。

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)五**

超市代销合同范文1

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称乙方)

甲乙双方根据《民法典》的公平、诚信原则，协商一致签订本协议以确定双方的合作经营关系，本协议和规定的单据均为本协议不可分割的部分，具有同等法律效力。

一、 合作内容

1、 甲乙双方的合作形式为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(1、经销2、代销)

2、 、乙方供货商品的品牌为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,所属货类\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,双方就供货合作达成协议。乙方按照本协议的约定和甲方订单的要求向甲方供货，甲方按照本协议的约定和实际收货及销售情况付款。

二、赞助和促销费用支持

1、新户进场费\_\_\_\_\_\_\_元

2、新品建档费\_\_\_\_\_元/单品，首批进店\_\_\_\_\_\_单品，合计\_\_\_\_\_\_\_\_元

3、年终店庆费用为\_\_\_\_\_\_元/年

4、商品陈列费用\_\_\_\_\_\_\_元/月

5、每月按销售从货款中扣除返点\_\_\_\_\_。

6、乙方承担经营中产生的耗材费用，标准为乙方销售额的\_\_\_\_\_%，每月结算时从乙方货款中扣除。

7、乙方促销人员要服从店内统一管理，每位促销人员每月管理费为\_\_\_\_元,从乙方货款中扣除。

8、乙方每月在付款前向甲方提供足额增值税发票，若乙方不能开具发票，甲方每月扣除乙方商品销售额的\_\_\_\_\_\_%作为费用。

9、其他费用\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

以上费用支付方式：

1、现金

2、支票

3、货款扣除

4、电汇

5、其他上术各项赞助费在本合同解除、终止时，不于返还乙方。

三、供货商品的确定

1、甲方的《订单》是供货商的要约。每次交易的商品名称、型号、规格、花色、品牌、数量、单价等，由甲方向乙方提供带订单号的书面《订单》作为供货商品的要约，如乙方未就《订单》提供书面异议则视为默认订单要约的并按《订单》内容执行。

2、文件的有效方式：传真、电子邮件、邮寄、直接递交均被双方认为有效方式。

四、供货商品的价格承诺

1、同类销售形式最优惠价格，乙方承诺，根据甲方的销售形式和纳税种类，提供最优惠的供货价格。

2、价格约定：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(付报价单)。

3、价格变更：乙方如欲变更供价，应先向甲方采购部提出书面申请，经甲方书面同意后，如果是价格上调，自甲方同意之日起30日后开始实施，如果是价格下调，则乙方承诺将甲方所有卖场库存有关商品差价退还给甲方。

4、价格指导：乙方对甲方售价进行指导，并保证甲方售价为其商圈内的市场最低价格，如发现有比甲方实行的售价更低的价格时，甲方将立即采用新的最低市场价格，同时乙方承诺甲方有权从乙方货款中扣除毛利损失的部分。

五、付款条件约定

1、经销，售后押单\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，账期\_\_\_\_\_\_\_天

2、代销，售后押单\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，账期\_\_\_\_\_\_\_天

六、商品运输

由乙方负责将商品运输到《订单》指定的交货地点，运输费用由乙方承担。运输过程中发生的商品损失及对第三人造成的人身或财产损失由乙方承担。

七、销售奖励

经销商品奖励根据甲方所有卖场的采购成本汇总金额，代销商品根据甲方实际销售的商品金额，按下述标准计算：年采购商品成本汇总金额达到\_\_\_\_\_万元，全额返佣\_\_\_\_\_% 年采购商品成本汇总金额达到\_\_\_\_\_万元，全额返佣\_\_\_\_\_% 年采购商品成本汇总金额达到\_\_\_\_\_万元，全额返佣\_\_\_\_\_\_% 以上奖励支付方式：

1、现金

2、支票

3、货款扣除

4、电汇

5、其他

八、商品补偿及退还约定

1、过期或临期商品;乙方无条件换货或退货

2、换货：乙方在收到甲方换货通知七天内前往甲方指定的地点换货，逾期不换的，甲方对货物有处置权并直接从货款中扣除处置货物的款项。

3、退货：乙方对于滞销、过期、变质、有残、包装不良等商品应无条件退货，凡需现场营运确认的，乙方需在接到通知之日起15日内将商品收回，逾期甲方对商品有处置权并直接从货款中扣除处置货物的款项。对已付清货款后退货的，在退货的同时，乙方应向甲方退还相应数量的货款，其退货价格以当时的进价为准。

4、本合同解除、终止后，乙方因商品质量问题应承担的责任不得免除，应继续承担相应的法律责任。

九、促销员驻店责任

1、乙方对所派促销员有培训教育的义务，由于促销员的过错，在店内销售中造成任何财产损失或人员伤亡 (包括促销员本人)等事故，由乙方负全部责任。

2、乙方促销人员采用拉拢顾客等手段进行店外交易等行为视为违规，除对责任人本人处罚及清退处理之外，还要对所属供应商处以当月交易额10%的罚款。

3、乙方促销员必须遵守甲方的一切规章制度，凡违反甲方规章制度，甲方有权将违纪人员退回乙方处理，因此而造成甲方的经济损失由乙方承担。

十、产品质量和清户规定

1、如乙方所提供商品标示及外包装不符合有关规定(行业标准)或因该商品是侵权产品或其他因商品问题造成的顾客投诉，由此产生的相应处罚金和赔偿费用以及诉讼费用由乙方承担，清节严重的甲方有权在货款中扣除罚款及相关款项之后，予以清户处理。

2、乙方必须保证所提供的一切证照、材料、票据等真实合法，如发现虚假，乙方同意甲方押扣其未结货款及货物，并报送相关部门，甲方扣除所有损失费用后将乙方予以清户。

3、乙方所提供的商品质量必须符合国家标准，无国颁标准的按行业标准或约定标准，由于质量不合格或质量问题造成。

4、乙方一经清户，按协议规定所交纳的各种费用均不退还。

十一、其它规定

1、 供应商应按甲方要求或根据有关行业标准、惯例提供相应委托代理书及商品质检报告。

2、 促销商品的供货价格应在促销期生效前7天执行。

3、 甲方在乙方交换前对订单内容进行更改或删除，但必须在订单到达甲方24小时内告知乙方更改内容;乙方在接到订单15日内仍未交货，甲方有权终止订单，乙方必须按照甲方订单规定的量交货，如与订单所订品种数量不符，甲方有权拒绝，由此产生的费用由乙方承担。

4、 结算程序以甲方财务部的相关规定为准。

5、 本协议有效期内具体业务处理，包括：增加品种、价格变动、促销活动及费用处理等，双方以书面协议形式约定，双方签署的任何书面协议均做为本协议的补充协议。

6、 本合同所涉及的赞助、促销支持、销售奖励等费用，不能直接向合同中任何一方的工作人员支付，对具体工作人员的奖励问题是合同内部的事务。

十二、争议的解决

本协议签约地点和合同履行地在甲方所在地，执行中若有争议，应先协商解决，协商不成，双方都同意在甲方所在地人民法院诉讼。双方约定货款在壹万元人民币以内的收纷，由双方协商解决，不得提起诉讼。

十三、执行期限

合同时间\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。

十四、其它约定事项

本协议一式三份，乙方执一份，甲方执二份。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)六**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本着平等互利、诚信合作、共谋发展的合作原则，经甲、乙双方共同友好协商，共同达成以下合同条款：

一、供货产品：甲方向乙方提供其总经销的商品供乙方超市销售，详细供货商品名称由乙方参见甲方所提供的商品目录。

二、供货价格：具体价格参见甲方提供的价格表，同时鉴于食用油市场行情变化，甲乙双方可随行就市。

三、产品质量：甲方向乙方提供的产品必须附合国家行业规定的相关标准，且是在保质期内的商品，若甲方提供的商品本身出现质量问题，甲方应无条件包退包换货。

四、送货及验收

双方合作期间，甲方对乙方处的超市直接送货到其指定收货处，由乙方收货人员验收签字确认。甲方应保证送货的及时性，如有缺断货和其他原因延迟送货，需提前知会到乙方。

五、付款方式：甲方产品配送至乙方指定收货点，乙方验收无误，必须货到付款，否则甲方随时有权利停止交易。甲方不给予乙方账期和赊欠货款。

六、市场维护：为了维护整体市场及双方共同利益，经甲、乙双方共同协商一致，乙方产品的正常零售价应严格按照甲方提供的统一商超零售价格进行管理，以免因销价低而影响整体市场或因价格过高而导致商品滞销。如发现乙方在销售甲方产品过程中零售价格有偏差，乙方必须配合甲方要求进行价格体系规范化及时调整，否则甲方有权单方停止供货。

七、退换货规定

1.仅限于甲方供应乙方商品在正常陈列和销售中超过2/3货龄的滞销产品，甲方给予乙方同品类、规格新货调换，不允许该商品无故下架撤货，因甲方供应工厂停止生产的品类，甲方需告知乙方。乙方自行采购商品和非甲方供应商品，甲方不负责调换和退货。

2.因乙方超市自身管理不慎和过失导致的产品外包装损坏、渗漏、霉变、破袋、过期、丢失等情况，甲方不给予赔付，由乙方自行承担损失。乙方不得无故将甲方产品下架和要求甲方退货、补差。

3.乙方所产生的一切退货必须有甲方人员签字确认的退货单方可生效，否则甲方不予确认其退货，乙方无权凭单方面出具的退货单要求甲方退货。

八、价格调整：在合作期内，若市场因素或厂家供价调整，则无论调高调低，甲方均应提前7天通知乙方，乙方也应在此期限内全力配合甲方调整供价及零售价格。

九、关于订货：乙方每次补货时，应提前三天通知甲方业务人员或传真书面订单，以避免送货不及时而导致缺断货现象。

十、乙方配合：在双方合作期内，乙方应重视所供货商品，给甲方系列商品提供粮油区最好的第一陈列位置，陈列品类、陈列顺序以甲方要求为准，以达到最佳销售效果。

十一、促销支持：在合作期内，甲方将根据乙方所销售的商品数量及厂家政策支持等情况，合理给予乙方促销政策支持。

十二、款项保证：乙方承诺，对甲方的货款，严格按照双方约定的货到付款方式支付货款，若乙方无故拖延甲方货款或未按合同付款，甲方有权停止供货，并对此产生的一切后果不承担责任。

十三、因市场行情导致产生的任何商品价差，甲方不给予乙方赔付价差和退货，由乙方自行承担。

十四、乙方需按照甲方供货公司要求，保证本超市甲方（小包装油、大米、面粉、调味品、挂面、日化）商品进场销售符合公司要求的销售标准。甲方保障最低供价，乙方保障甲方建议零售价，价差高额利润由乙方所有。

十四、合同执行

1.双方应严格遵守以上合同条款，如合作中遇未尽事宜，须经双方友好协商达成一致，并以书面形式经双方签字作为本合同附件，该附件与合同具有同等法律效应。

2.甲乙双方不得私自更改和取消本合同，若双方在合作期内有分歧，经双方协商无法解决，可通过法律途径进行处理。

3.本合同有效期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

4.本合同一式两份，双方各执一份，经双方签字盖章后即生效执行。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_\_日

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)七**

甲 方：安徽皖岭农副产品经营专业合作社

乙 方：

为了明确甲乙双方的责任，杜绝纠纷，更好地为周边市民服务，根据国家有关承包经营管理规定，结合我公司具体实际，特制定本合同，合同条款如下：

一、经营范围：

乙方必须在经营营业执照范围内正常经营超市，不能经营国家有关部门规定的禁营物品。

二、承包期限及费用：

本合同有效期为 年。自 年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至 年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止。 乙方承包后每月承包费用贰仟柒佰元整(￥：2700元)，按季度支付，每季度结束前提前15天一次性交付下季度承包费，逾期每天按3%的月承包费(即81元/天)收取滞纳金，逾期超过半月，自动解除合同，并以一季度的承包金作为违约金支付给甲方;

承包期内，所产生的水、电、物业等费用，由乙方自行承担，店内一切电器和固定物品(另见附表)由乙方维护，有人为损坏或遗失的，乙方按原价赔偿;保证金2万元，或由担保人签字给予担保，若有损坏丢失，乙方不能补偿的由担保人承担责任。

三、门店货源相关事宜：

1、乙方可采用自采形式，但要在保证食品安全以及价格正常的情况下方可上架，如果因食品安全以及其他所有问题产生刑事、民事、经济赔偿等情况，一律由乙方自行承担。

2、乙方可采用甲方提供配送服务。甲方保证所提供商品一系列安全问题。

四、甲方的责任和义务：

1、甲方为乙方提供超市用房一间，占地面积64.43平方米。

2、甲方为乙方提供品牌。

3、甲方监督乙方的营业工作以及食品卫生及安全工作。

4、甲方监督乙方经营商品的价格，严禁乙方哄抬物价。

5、对乙方经销食品进行定期或不定期检查，严禁超市存有腐烂变质食品。

6、如发现乙方经营严重危害周边居民身心健康的不卫生、不合格食品，甲方有权没收并责令乙方整改，如乙方拒不整改或整改不彻底，甲方可提前终止合同，并继续每季度按合同索要承包经营费用，并且赔偿甲方名誉损失费。

四、乙方的责任和义务：

1、乙方必须经营符合国家卫生许可条件的食品，严禁经营“三无”或霉变食品，如发生中毒或其它食品卫生安全事件，由乙方负全部责任(含刑事、民事、经济赔偿)，并终止合同。

2、乙方无条件服从甲方的监督，严格遵守《超市管理制度》，并在甲方指导下开展营销活动。

3、乙方自行办理工商、税务、卫生等相关部门规定办理的各种证件，其所需费用由乙方自行承担。

4、乙方不得以各种理由向居民室外摊销或强行推销任何商品。

5、门店经营价格应与市场价格保持平衡，乙方不得要求甲方保证消费的居民人数。

6、乙方无条件配合甲方迎接上级的一系列安全及食品卫生检查。检查不合格，如罚款等一切责任由乙方承担。

7、不得以任何理由少交或要求退还承包费。

8、乙方负责超市室内及门前的清洁卫生。

9、严禁乙方向居民赊帐，有特殊情况要注明情况并签字，违反一次罚款50元。

10、承包到期后，乙方自行负责处理存货。

11、乙方要严格执行《超市管理制度》如违反一条一次罚款50元。

五、其它相关事宜：

1、承包合同一经签订后，乙方的经营就开始自负盈亏，即使因一些不可抗拒的自然因素造成超市经营亏损，也由乙方自行负责，甲方不承担任何责任。

2、乙方如违规，甲方有权提前合同终止，并不返还租金。

3、保证所售商品不能高于附近超市及农贸市场。

4、如果停电，甲方不承担为乙方提供发电的责任。

5、此合同一式两份，甲乙双方各持一份。

6、此合同自签订之日起生效，解释权归安徽皖岭农副产品经营专业合作社所有。

甲方(签章)： 经办人签字：

乙方(签章)： 担保人签字：

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)八**

供货商(甲方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

超市(乙方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本着平等互利、诚信合作、共谋发展的合作原则，经甲、乙双方共同友好协商，共同达成以下合同条款：

一、供货产品：甲方向乙方提供其总经销的商品供乙方超市销售，详细供货商品名称由乙方参见甲方所提供的商品目录，由乙方自行选定。

二、供货价格：具体价格参见乙方提供的价格表。

三、产品质量：甲方向乙方提供的产品必须附合国家行业规定的相关标准，且是在保质期内的商品，若甲方提供的商品本身出现质量问题，甲方应无条件包退包换货，并对因质量问题引起的合理索赔及相关损失承担责任。

四、送货及验收

1.双方合作期间，甲方对乙方\_\_\_\_\_\_\_\_市区的超市直接送货到其指定收货处，由乙方收货人员验收签字确认，若经乙方收货人员验收签字后出现数量短少、品种不附或损坏等情况，甲方概不承担任何责任。

2.若乙方在或异地开店，则在原价格不变的基础上，甲方代办托运，其费用由乙方自行承担。

五、付款方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

六、市场维护：为了维护整体市场及双方共同利益，经甲、乙双方共同协商一致，乙方在销售过程中产品的正常零售价应不低于甲方供价的\_\_\_\_%-\_\_\_\_%之间进行销售，以免因销价低而影响整体市场或因价格过高而导致商品滞销。

七、退换货规定

1.若因甲方所提供的产品在保持期内，出现的爆袋、漏气、漏油、变质等质量问题，甲方无条件包退换货。

2.若因商品滞销，乙方应在离商品保质期前一月以上要求甲方退换货，否则，甲方对一切过期商品一律不予退换。

3.因乙方保管不善而导致的虫蚀、鼠咬、霉烂、变质等原因，甲方不予退换货。

4.甲方事先申明或有明文规定，不能退换货的商品，甲方一律不予退换货。

5.乙方所产生的一切退货必须有甲方人员签字确认的退货单方可生效，否则甲方不予确认其退货，乙方无权凭单方面出具的退货单扣出甲方货款。

八、价格调整：在合作期内，若市场因素或厂家供价调整，则无论调高调低，甲方均应提前\_\_\_\_\_天通知乙方，乙方也应在此期限内全力配合甲方调整供价及零售价格，否则甲方不对因价格不附停止送货而给乙方带来的损失承担任何责任。

九、关于订货：乙方每次补货时，应提前两天通知甲方业务人员或传真书面订单，以避免送货不及时而导致缺断货现象。

十、乙方配合：在双方合作期内，乙方应重视所供货商品，给甲方系列商品提供较好的陈列位置，且保证合理的陈列面，并在店内条件允许情况下，给甲方商品提供免费堆头或端架，以达到最佳销售效果。

十一、促销支持：在合作期内，甲方将根据乙方所销售的商品数量及厂家政策支持等情况，合理给予乙方促销政策支持，对甲方给予的促销政策，乙方应全力配合执行，否则，甲方将有权取消支持，并不予承担因此产生的一切费用。

十二、款项保证：乙方承诺，对甲方的货款，严格按照双方约定的付款方式支付货款，若乙方无故拖延甲方货款或未按合同付款，甲方有权停止供货，并对此产生的一切后果不承担责任。

十三、关于费用：双方在合作过程中涉及到的一切费用(包括入场费、促销费、检验费等)，必须经甲方相关负责人员签字确认方可生效，否则，乙方无权单方面从甲方货款中扣出。

十四、合同执行

1.双方应严格遵守以上合同条款，如合作中遇未尽事宜，须经双方友好协商达成一致，并以书面形式经双方签字作为本合同附件，该附件与合同具有同等法律效应。

2.若双方在合作期内有分歧，经双方协商无法解决导致清场的，则双方应在清场后一月之内货款两清，否则，违约方每天应按未付款\_\_\_\_%赔偿对方违约金。

3.本合同有效期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

4.本合同一式两份，双方各执一份，经双方签字盖章后即生效执行。

十五、补充条款：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

**有关超市国庆促销活动方案(推荐)九**

1、各分店全场特价

各分店特价商品要保持在80%以上，特价商品主要定位在

a、库存量较大、急需处理商品

b、其它商家主推商品及公众敏感性机型

c、我司主推商品

d、厂家规定特价商品。

具体特价商品及销售定位见商品部下达的销售定位表，要求特价与原价的差距有一定的幅度。

2、来就送（司庆有喜、畅饮畅赢，1000瓶可乐与您饮）

活动主要针对司庆期间光临xx电器连锁店的顾客，不需购物即可免费赠送小可乐一瓶，人限1支，先到先得，送完即止。可乐可由市场部统一购买或由各分店根据自身需要购买，各店限350支，要做到有计划、有节制派送，活动结束后根据实际送出数量再和市场部结算。

3、购又送（购物送麦当劳券）

活动主要针对国庆期间在xx超市购物的顾客，凭购物单，购物满1000元送价值20元xxx使用券；购物满3000元送价值30元xxx使用券；购物满5000元送价值50元xxx使用券；购物满5000元送价值100元xxx使用券。

总店由xxx负责联系券，xx店由xx负责联系，xx店由xxx负责联系，xx月xx日各分店活动结束后根据实际送出数量再和对方结算。

4、厂家好礼送

主要根据厂家在我司活动期间所推出的优惠政策配送的赠品及日常所配送的赠品，要求在活动前由采购部根据厂家赠品配送政策及我司所存在的赠品做统一配送并于活动前2天传到各分店，各分店根据采购部所制定的赠品配送政策事先书写好海报，活动前1天晚上张贴在对应商品上，同时采购部根据赠品在活动前根据赠品情况，进行对应调拨。

5、老总签名、字字重金

活动期间联系众厂家资源分别在xx月xx日、xx日，xx月xx日、xx日、xx日（星期六、日）开展老总签名售机活动，活动形式：签名优惠、现场竞猜、游戏娱乐、文艺表演、购机有礼、现场新机及主推机展示、赠送礼品等。（具体内容根椐采购部提供的资源再来安排））

6、一元超低价活动

a、活动时间：xx月xx日——xx日

b、超低价商品明细表（仅供参考，具体由采购部确定）

略

（a）、每天的排队的前150名顾客都可以领取抽号券。（凭单张排队）

（b）、xx月xx日—xx月xx日各分店每天购物满1000元以上即送1张，每天最多送出50张，每店至xx月xx日通过购物最多送出550张

d、方法：xx月xx日—xx日各分店每天上午9：30开始派发抽号券，排队两列，一列为通过购物已经拿到抽号券，一列为没有抽号券人员，派发只派发给没有抽号券的一列，后两列共同把抽号券的抽号联投入到希望购买对应商品箱子内，事先说明每人只能有一张，如发现一人有两张或多张的只按照1张有效计算，其它的按作废处理。各分店箱子由各分店美工负责制作并在箱子上书写“xx商品，1元”及数量，并在现场用大海报纸书写细则。现场负责人：派发前由行政专员负责对本项活动用话筒讲解，并有4名售后服务人员负责现场秩序（xx总事先安排），派发人员：文员、财务人员。

e、美工在活动前书写抽奖明细海报（活动开始前日晚在店门口划出“领取现金抽号券及购买超低特价机”排队处，并拉起排队隔离绳墙。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛

f、超低价抽号券由市场部设计，数量4000张，各分店平分，由行政专员负责盖店章并负责暂时保管，于活动前交现场负责人。现场派发超低价抽号券及超低价商品购物负责人：行政专员、文员、财务人员

g、所有超低价商品必须在活动前开好收据在相对应地方填写商品名称、型号、价格并盖本分店章，后交各分店负责本次活动的财务人员处，由其在收款人处书写自己的名字活动前统一保管，因本次超低价商品为非正常销售，顾客抽中后即在现场交款，由现场财务人员负责收款，活动结束后统一交到财务，如为赠品列为营业外收入，正常商品亏损列入店费用。

h、当天所有超低价商品统一堆放在店门口显眼处，并由美工负责书写海报并张贴在相应超低价商品上，要求堆放要有气势，当通过抽号产生购买超低价商品后，由现场司仪宣布中奖号码，并把超低价抽号联交到售超低价商品处，现场负责人通过检查顾客的顾客联和抽号联及骑缝章是否相信吻合来判定，如无误在现场付款后现场领取超低价商品。

i、活动开始的前一天晚上（营业结束时），各店把超低特价海报全部张贴于店门口显眼位置。要求海报价格、商品及数量要明确突出，并尾注：数量有限，送完即止。每次活动前晚由各分店行政专员负责安排布置好超低价购物现场，并拉好隔离带，同时安排美工书写“排队处”

j、在派发超低价购物券前由现场负责人通过咪头或大声公讲解超低价购物细则。在派发超低价及抽号过程中由售后中心安排维修师傅（4人）维持现场秩序。

7、购物抓现金活动

a、活动时间：xx月xx日——xx日

b、活动地点：xx超市各连锁店

c、活动方式：购物抓现金

d、方法规则：

（a）、活动期间凭本公司购物满1000元及以上收款单据，即可参加抓现金一次。满5000元及以上抓两次；购物满10000元以上可抓三次，最多三次。

（b）、抓现金单据当日有效，对已抓现金客户的单据由抓奖负责人注明“已抓奖，此单作废”字样。

（c）、顾客所抓硬币，通过现场抓奖负责人点数核对后，可直接在兑奖区领取现金，并登记。（须登记有关资料：抓奖人姓名、身份证号码、地址、电话、购物金额、单据号码、抓现金金额等）

e、美工在活动前书写抓现奖明细海报（活动开始前日晚在店门口规划好“购物抓现金”区。店长安排两名员工提前在排队处接待及解释活动的具体做法，控制现场气氛。

f、各分店美工负责各分店抓现金箱；行政专员兑取抓现金的一元硬币，数量可根据抓现金箱的大小来安排。

8、演艺狂欢、热力酬宾

a、活动时间：xx月xx日——xx日

b、活动地点：xx超市各连锁店店门外

c、活动形式：根据厂家提供的文艺资源，在现场开展歌舞表演、互动游戏、礼品派送、现场靓机展销等一系活动。

d、场地气氛营造：拱门、汽球、彩旗、横幅、促销帐篷布置以外，着重于舞台、舞台背景、音响（调试）、产品展示为主。

e、采购部根据厂家回复情况，与市场部做统一调整和安排表演具体时间、内容、具体厂家。

f、司仪、文艺节目、互动游戏、现场赠送礼品（糖果火为主）要提前由市场部审核，尽量做到最好最有影响力。

9、放心服务全方位体验

a、活动目的：目的是在消费者心中提升我司的服务形象，本次活动无论是从售前、售中还是售后一体化、全方位较以前有所改观，目前各家电连锁商品、质量、价格基本相同，仅仅从三方面竞争已经很难由绝对胜出的把握，在服务方面的提升是目前各商家所追随的，但真正在服务方面有所突出是少之又少，我司在此时推出也是胜人一筹的措施，提升消费者购物的附加值。

b、活动时间xx月xx日——xx月xx日（如消费者反应强烈可继续实施）

c、活动主题：xx电器放心服务全方位体验；

d、活动内容：（a）、售前服务体验；（b）、售中服务体验；（c）、售后服务体验。

e、活动详解及分。

注：售前服务：主要是指免费接送消费者，目前在家电零售行业免费接送在xx还未曾见过，在超市行业已早实施，推出此项业务主要基于：制造舆论效果，从侧面提升xx超市的影响力、费用不是很大。

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！