# 2024年活动方案策划书 艺术节活动方案策划书(六篇)

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-07-14

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇一一、活动目的：充分利用十一长假契机...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

**活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇一**

一、活动目的：

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达合美嘉家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：5600元套装组合家具 一元秒杀

活动口号：十一买家具 就来合美嘉

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美嘉的品牌影响。

20xx年9月10日—20xx年10月5日

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

1、合美嘉 一元“秒杀”更劲爆!

2、合美嘉 预订套装家具更惊喜!

3、合美嘉 套装组合家具更超值!

活动一“合美嘉·一元“秒杀”更劲爆” 执行细则

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

20xx年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

持有合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

4、9月10日—10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广;

5、媒体推广：合美嘉报广、dm、大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

合美嘉的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合美嘉客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3 、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织;

4、活动期间，到合美嘉店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

每个人都在苦苦思索自己存在的意义，每个人都在追求自己的人生价值;每个人都不会满足自己的拥有，每个人都有更高的梦想。

追求更多的物质与精神财富，追求更高的生活品质和审美品位，是人类的天性。特别是那些已经取得一定成绩的人们，他们已经满足了自己最基本的生存需求，大多也形成了自己的社会关系，特别是已经形成了家庭，或即将形成家庭。对于他们而言，让自己获得更多的财富和更高的社会地位，让自己被周围的人承认和尊 重，让生活变得更加丰富和有品位、寻找和确定自己的人生方向和价值，将成为最主要的追求。

不满足，不懈地向前奔跑、向高飞越，用积极的态度面对人生世事，这是每个人都应该拥有的生命态度。

1、 美家家居品牌建设的意义

云龙广告认为：对于企业而言，其资产可分成实体资产和无形资产两种。前者如土地、厂房、人才产品等，后者则是品牌、文化、理念、战略方针、管理、制度等。其中品牌是企业的重要资产，它提供了附加在企业之上的情感、消费者认知等无形的东西，并且能向消费者提供超值享受。品牌能给客户提供更多的价值或利益，使企业永远立于市场竞争的不败之地。

2、 美家家居广场品牌建设的基础

(1) 美家家居广场的经营理念

美家家居广场向消费者提供更高品质的产品和更优质的服务，追求完美的产品和完善的服务。实际上美家代表了不满足，积极主动地去向上追求的精神。

(2) 美家家居广场的经营模式

美家处于市场渠道的中游，是联接品牌生产商和消费者的中间环节。这就使美家必须不断追求服务的升级，并能促进品牌生产商不断追求高品质，带给消费者更高的产品享受。

(3) 美家家居的战略目标

美家家居的`目标是能够形成影响毕节的家居商场品牌，更长远的目标则是向毕节家居行业领导者靠拢，这体现了美家家居高瞻远瞩、向更高的目标努力追求的态度。

(4) 美家家居面对的人群

从企业来看，美家需要面对品牌生产商、代理商，各种社会力量，以及所有大众消费者;从美家家居商场来看，商场的目标消费群定位在已经拥有一定收入和住房，追求生活品位的时尚人士。目标消费者的具体特征是年龄在25-45岁，一般已经拥有自己的家庭，至少拥有自己的住房，工作和收入比较稳定;喜欢追求音乐、电影、文学等精神层次的享受，追求时尚，强调生活的品位和丰富;爱好交际，经常活跃在各种应酬和娱乐场所。

目标消费群图

3、 美家家居品牌核心内涵

我要飞得更高!

美家家居以一种积极向上却不浮躁的生活态度，除了能充分体现美家家居自身的基本特征之外，其更加深远的意义在于在向其目标受众倡导一种永不停止追求的生活态度。“我要飞得更高”，象征已经取得了一定的社会成就和地位，但我们还需要有更高的追求，目标无限，追求不止;“我要飞得更高”不仅指追求更高的生活质量，还包括要追求更高的生命质量，拥有更高的品位、更高的理想、更高的生活情趣等等; “我要飞得更高”，象征着积极主动、激情飞越，蕴含着强大的人文力量，必将直指人心，产生极大的心理共鸣。

4、 美家家居品牌外延

(1) 品质升级

“我要飞得更高”，代表了美家家居将携品牌生产商和代理商提供品质更好、品位更高、创意更多的产品，代表了美家家居将为消费者提供更加舒心与愉快的购物环境、更加优惠的价值、更加完善的服务体系。

(2) 规模扩张

“我要飞得更高”，体现了美家家居的雄心壮志。美家家居不会满足现有的发展规模，将以自己的品牌优势进行规模扩张，形成影响全区的家居行业的品牌商场，成为毕节家居经营行业的第一。

(3) 精神倡导

“我要飞得更高”，象征了美家家居在倡导一种更加积极主动的精神：不坐等命运安排，勇敢地向命运挑战，挣脱各种对自己的束缚，向更高的目标不懈追求。

(4) 价值升华

“我要飞得更高”，证明了美家家居与美家家居的所有目标受众的自身价值。生命价值的体现不在于结果，而在于追求的过程。

1、 传播口号

我要飞得更高!

直接体现品牌内涵和品牌主张，一方面体现美家家居的品牌利益承诺，以及企业的精神，另一方面也提出了美家家居在精神层面人生态度的倡导。这句传播口号可与企业logo组合应用，语句简短，铿锵有力，具有极强的感染力。

2、 传播形式

在品牌核心内涵确定之后，企业的一切语言符号和行动符号就应该纳入到品牌传播的体系中来，其中语言符号包括平面形象和视听形象，行动符号则是企业所进行的各种公关和促销活动。

(1) 平面广告

这是最广泛应用的品牌传播形式。可以是直接的品牌概念平面形象，也可以是产品、公关促销活动等的平面宣传作品，通过这种平面视觉作品的创作，进行品牌信息的传递、品牌形象的建立。

(2) 视听广告

视听广告的制作成本较高，特别是电视广告，但因为其具有动态的影音效果，因此传播效果较好。

(3) 公关促销活动

公关促销活动的内容必须能够体现品牌的内涵，有利于品牌概念的深化，有利于品牌形象的树立，有利于品牌信息的传播。

3、 传播渠道

(1) 报纸媒体

如《毕节日报》、《乌蒙商情》、等受众面较广的报纸媒体。报纸媒体受众面广泛，建议重点投放。

(2) 擎天柱、路牌、灯箱、候车站牌

在毕节市一些繁华地段，特别是目标消费群集中的地段投放户外媒体广告，形成视觉冲击力和品牌知名度。

(3) 单张折页夹页

属于平面媒体范畴，一般根据品牌形象稿进行延展即可，投放形式灵活。可在商场、街道、杂志中应用，大多配合公关促销活动进行。

(4) 企业vi应用物料

企业logo、形象、基本色以及名片、车辆等vi应用物料，都可有效地传播品牌形象。

(5) 公关促销活动

公关促销活动能够与目标消费群面对面的交流和沟通，真实体现企业的品牌理念，让目标消费群切身感受企业的魅力，是进行品牌传播的有效渠道。

4、 关于美家家居品牌传播一些建议

云龙广告建议：品牌的建设不是一蹴而就的，需要一个长期的建设过程。对于品牌建设来讲，首先要具备的就是品牌知名度。对于品牌知名度的提升，一种是媒体轰炸式，如哈药集团，但这需要有充分的媒体预算;另一种则是在服务上持之以恒，在宣传上逐渐渗透。我们建议贵公司采用后一种方式，这将有利于我们节省传播成本，却能达到最好的效果。

更为重要的是，企业的一切语言和行为都必须考虑到品牌的形象，纳入到品牌建设中。基于此，建议美家家居的开业活动以一种能够体现品牌内涵、能够吸引目标消费群的创新形式出现。

四、 美家家居“我要飞得更高”时尚格调k歌会开业party

a、活动关键词

品牌、品位、品味积极向上挑战

b、活动主题

“我要飞得更高”美家家居大型时尚格调k歌会开业party

根据美家家居品牌内涵，本次活动采用“我要飞得更高”为主题的大型party，主要是以开展《我要飞得更高》歌唱k歌比赛，并以此为中心内容开展一系列时尚、有品位文艺的party活动。

c、活动意义：

每一次公关活动都应该纳入到品牌建设体系中来，特别是像开业庆典这类的活动，更是迅速提高品牌知名度、进行品牌价值等信息传达的有利时机，也是向品牌生产商、代理商展示企业实力和决心、赢得其信任的机会。通过这个活动，以及结合媒体的宣传，形成目标受众范围内的广泛影响，树立品牌形象。

d、活动时间： 年 月 日(待定)

e、活动地点：美家家居商场门口或爱民广场

建议尽量在美家家居商场门口举办本次活动，这样有利于人流在向商场的行动的过程中展示商场商品。

f、活动创新点

以party的形式，避免了与一般开业活动锣鼓喧天的俗气雷同，使开业活动与同行业相比具有差异性，并且适合目标消费群的行为特征,而活动的主题歌曲又暗合了企业的品牌内涵，可以有效地提升品牌的形象;以party的形式进行开业庆典，这种创新的形式必须吸引新闻媒体的目光，从而达到新闻宣传的效果。

f、活动内容：

1、领导致词部分

简短的领导致词必不可少，他直接体现企业文化，体现美家家居对参加活动的美好祝愿。

可选择由前期初赛胜出者之间进行,控制在6名之内,期间穿插相应的歌舞,在歌曲的选择上，大多是能够体现“飞得更高”的理念和能够引爆现场气氛的。

邀请模特进行“美家家居唯美时尚show”，美女与唯美精雅的家居商品相得益彰，起到很好的口碑传播效果。

(1)现场k歌,挑战冠军(奖品若干)

选手由报名选拔和私下安排选手 可事先安排几对活跃气氛)

(2)抽奖活动

隔一定的时间段就进行一次抽奖，观众根据事先发放的卡片号码直接获取不同等级的奖品。

以上活动为计划内的活动主体部分，穿插进行，具体活动方案和时间流程待方案及演员敲定下来之后再进行规划。

g、观众组织和参与

1、dm直投杂志夹页

2、赠送

选择一些目标受众比较集中的行业和公司(如广告公司、律师事务所、学校、政府机关等)，直接赠送团体入场券。

3、嘉宾邀请

邀请品牌生产商、代理商的公司光临本次活动。

可与报纸媒体联合，进行集报花活动。又相当于对美家家居免费的宣传。

h、工作职能划分

1、美家家居广场

负责开业当天协作伙伴的联络(视企业需要与否)、促销政策的制订等工作。

2、云龙广告企划

负责品牌策略的实施、宣传内容的制作、前期广告宣传的具体实施.具体物料的制作、活动流程的控制和调整，以及辅助美家家居的上述工作。

为配合party活动，使品牌传播更加有效，云龙广告建议美家家居在开业前后开展一系列的促销活动。

1、购美家家居商城产品，免费提供装修设计方案

因为要面对很大一部分刚入住新房的群体，而且这也是大宗购买家居用品的群体。对于这部分群体，可以免费向其提供新房整体的装修设计方案。

2、超低价打折

与品牌生产商、代理商协商，制定打折优惠政策。云龙广告建议为每天前10名购物者可享受五折优惠，11到20名可享受六折，21到30名享受七折，31到40名享受八折，41名以后享受九折。

3、短信竞猜活动

与毕节通信运营商合作，每天推出一件商品，展示零售价，由用户发送短信给出代表价格的数字，每条短信收费，期限为三天或五天。其中出价最低且是唯一出价的用户可以此价格购买此商品。

4、买商品赠代金券

在美家家居购买商品xx元以上的，可获得相当于所购商品总价的10%代金券，凭此代金券可在商城再次购物，从而吸引消费者重复购物。

1、开业前

(1)平面媒体：

《乌蒙商情》毕节日报

投放形式：投放内容：活动平面形象

投放周期：1个月

投放预算：24000

《毕节日报》

投放日期：11.14

11.22

《乌蒙商情》11.14整版

11.22通栏11.29整版

(3)电视媒体

《毕节电视台公共频道》

投放日期：每天;

投放形式：d1(7：00

22：30)

投放内容：活动电视广告15”

投放周期：1个月

投放理由：毕节卫视公共频道受众较广，而d1、b5是大部分目标受众在上班之余看电视的时间段，在此时间段投放效果较好。

投放预算：待定

(4)dm直投媒体

投放周期：1期;

投放形式：8开105克2万份 一次10000份

投放内容：活动平面广告及商场开业促销信息

投放预算：60000

(5)公交车身广告

投放周期：1年;

投放形式：2辆公交车车身

投放内容：活动平面形象(开业当月)后期企业形象广告

投放理由：公交广告流动性强，接触到广大的人群，受众面广泛;通过地点的选择锁定企业的目标受众，引起广泛关注和强大兴趣。

投放预算：43200

2、开业后《乌蒙商情》整版毕节日报半版

投放内容：软新闻《美家家居party开业，时尚格调装点盛夏》

投放理由：在活动后一天发表软文硬作的文章，介绍活动盛况以及现场图片，引发受众的讨论，制造新闻舆论点。

投放预算：7800

费用：50期x700=35000元

(1).vi设计费用2024

(2)开业活动演出费用20000元(不含歌手奖品及观众礼品)

(3)报纸广告费用64400

(4)电视广告费用2024(月)

(5)公交车广告费用43200

(6)印刷宣传单费用6000

费用总计：137600元

2.

家居建材策划方案-家居策划方案

3.

家居栏目策划方案-家居开业策划方案

4.

家居用品策划方案-家居策划方案

5.

市场活动策划方案-活动策划方案

6.

家居营销策划方案-家居卖场策划方案

7.

亲子互动活动策划方案-活动策划方案

8.

公司活动策划方案范文-活动策划方案

**活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇二**

2、羽毛球比赛：

3、乒乓球比赛：

4、 书法比赛：

5、象棋比赛：

接纳逐步裁减的方式，选出最后冠军 亚军 季军队，奖金 30,20,10 元，并将颁发纪念性的奖品。

**活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇三**

第一、策划背景

企业的发展需要人才,企业拥有了人才,就赢得了发展的生机。而吸引人才,激励人才中很重要的一点就是企业发展的环境及良好的氛围,一个良好的外部环境,能使员工感受到充分的发展空间;而一个温馨的内部环境,更能使员工感受到家庭般的温暖，文体活动是企业和谐的载体，因此，应注重企业文化建设，组织职工开展文娱活动，是现代企业人性化管理中不可缺少的一项，适用于企业争夺人才发展的先机，创造员工福利和财富，打造完美的团队。

第二、策划目的

充分利用集团公司四楼闲置的空房资源，经过具体部署，给员工带来一个放松的环境,使员工在工作之余,能够开心放松,士气饱满,精神高涨地工作和生活。

第三、策划思路

本着大胆设想，小心求证的原则，结合发散性思维，可将员工活动粗略分为四大类:知识型 温馨型 娱乐型 新潮型 温暖型，并以此为主干可划分各类团队活动，达到增进员工之间相互了解，培养企业主人翁意识,愉悦放松心情的效果。

总项目：康乐中心(利用公司四楼的资源)，周一至周五开放时间：晚上6：00-10：00。周六、周日全天(9：00-22：00)(录像厅除外)。

第四、策划内容

(一)知识型 开办阅读室

科学是第一生产力，时代在发展，科技在进步，信息在迅速更新，发起的知识型活动更能激发员工学习充电的热情。

经调查，公司原来有办阅读室的经验，并有一部分资源。在此基础上，在集团四楼找一个两间的房间，布置?个双面书架(待相关人员现场勘查后综合定)。再购买一批图书分类摆放：杂志类、小说类、等。开放时间：周一至周五晚上6：00—10：00。周六、周日全天。每两个小时一档。阅读室设有管理员，管理方案见(最后)

(二)温馨型 开放歌厅、舞厅

经调查，公司管理层中有许多人爱好唱歌、跳舞，经常有不少人员到莲塘ktv、或舞厅采取aa制的方式互动唱歌、跳舞丰富自己的业余生活。因此，在公司允许的情况下，可在四楼选择一个房间，仿照歌厅的配置及规模，购置一套卡拉ok设备，用于职员工发挥自己的兴趣爱好。

(三)娱乐型 开办球室：台球、乒乓球、羽毛球

台球、乒乓球可开在一个房间内。初定两张台球桌，两张乒乓球桌。羽毛球另设一室(如有场地)，没有可设室外。

(四)新潮型 开办网吧、录像厅

网吧初定3台电脑，有管理员专管。实行收费。每小时2元。上网人员要及时到网吧登记本上进行登记欲上的时间，以方便管理员排班。

录像厅每日放1-2部片子。实行收费，一人/一场1元。会事先在公司宣传栏张贴一周内放映公告。录像厅内严禁高声喧哗，交头接耳，违者清场，并上报集团办公室点名批评。

(五)温暖型 音乐停留吧

可在场地内配置四张桌子，16张凳子，备好茶水。让玩累的人可以在此听着音乐，喝着茶水休息片刻。(音乐只能放温情、舒缓的节奏、以轻音乐为主)

一、活动目标

此项活动是我们新员工进入公司以来组织的第一项集体娱乐活动， 希望通过这次联欢活动，增进各部门新工之间的了解，增强大家的团体合作精神，娱乐的同时也能培养大家各方面的能力，如组织能力、表演能力等多方面的素质，激发大家的创造力。此次活动以唱歌为主线，中间穿插一些竞技小游戏，并对游戏的获胜者进行一定的物质奖励。

二、具体做法

8月份

统计愿意参加此次活动的人员名单。

9月15日

经总经办批准后，做好活动的准备工作。

(1)游戏道具和奖品的购买;

(2)购买活动中要吃的食品;

(3)提前电话预定a-miss的大包间;

(4)与公司总务联系安排活动人员的晚饭和用车。

9月16日

17：00 召集活动人员去餐厅吃饭;

17：30 准时从公司出发，到达目的地后开始活动。

22：00 活动结束，安排将人员送回。

三、游戏内容

1、愚工移山

游戏道具：乒乓球(20个)、粗吸管(4根)、盆子(2个、用a4纸折叠便可)

游戏规则：用嘴巴含住吸管吸气，将10个乒乓球从a盆移入b盆，a盆、b盆相距4米，移动过程中双手不能碰球，否则犯规不算，要重新移取。最先移完10个球一方获胜(上好佳)。

活动人数：2人，安排两组。

2、“爱”字大比拚

游戏规则：将活动参加人员自由分为两组进行对歌比赛，每人各唱一句，所唱的歌中必须要有“爱”字，坚持到最后的一方获胜(恰恰瓜子)。

3、一双魔鬼鞋

游戏规则：

两名表演者：由“自然显现”的方式产生，两人各自穿上一只胶鞋，其中一人穿的鞋里有小动物，两人穿好鞋后围绕场地走两圈，并且不能说话，要表现的若无其事。

其余人员：在以上两位人员行走时，注意察言观色，并作出选择：“谁的鞋里有东东?”，选对的给予奖励(棒棒糖)。如果受奖励人员超过半数，惩罚表演者唱一首歌。

4、夹气球

游戏道具：气球(4个)

游戏规则：将活动参加人员自由分为两组排成两队，每人将手背在身后，从第一个人开始用头和身体夹住气球传给下一个，逐个传递，最先传完的一组获胜。(口香糖)

四、活动经费预算

1、活动场地：a-miss ktv大包(独立卫生间)

20：00以前 54元/小时

20：00以后 144元/小时 预计要400元以内。

2、活动道具及奖品：奖品控制在3元/个以内。

物品名称

单 价(元)

数 量

单 位

小 计(元)

乒 乓 球

0.5

20

个

10

恰恰瓜子

1

10

包

10

棒 棒 糖

0.7

10

个

7

上 好 佳

3

6

包

18

口 香 糖

2.5

6

个

15

总 计

陆拾元整

活动所需的吸管可以在超市拿，无需购买。

3、活动食品：

饮料、瓜子、水果等，预计需100元。

活动经费预算总计：560元整

捐书活动策划书

一.前期准备

1、活动主题：

“捐一缕书香，献一片真情”。因5.12汶川特大地震把一切都埋葬与废墟之中，家园毁了，但灾区的学生没有失去对知识的渴望。捐出你的一本书，给灾区的伙伴一份特殊的关爱，让知识在爱的手中传递。

2、活动目的`

(1)闲置图书得到了利用，避免闲置资源浪费。

(2)有效缓解灾区缺乏图书的状况。

3、捐书种类

(1)辅导类、工具书，如各类字典、辞典等

(2)科普类，如《十万个为什么》、《百科全书》等。

(3)历史故事类，他们可以从中了解历史人物和事件。

(4)旅游、游记类、地理类，丰富他们对外界的认识。

(5)杂志、文摘、故事会、中外名著等适合大众阅读的健康书籍。

(6)报刊类。各类报刊均可。

4、关于赠书志愿者的一些寄语

赠书志愿者均可在扉页或另贴小页写上赠言、感想以及交友信息。同样可以写一些祝福语或鼓励灾区同学的话。

5、宣传准备

(1)海报宣传

南校区出2张海报，一张为捐书倡议书，一张为宣传海报。

(2)倡议书宣传

倡议书印制300份，活动现场宣传。

(3)条幅宣传

共制作2条幅，一张供南校区捐书活动现场捐赠者签名用，另外一张宣传用。

(4)宣传时间为2024年4月1日----2024年4月2日。

6、器材准备

此次活动需要桌子一张，供活动现场记录和条幅签名用。还有一些必须的物品准备，比如，易贴纸一本，笔四支。

7、活动预算

活动费用总计：90元

二.正式活动

1、时间

2、地点

南校区去食堂的路旁

3、活动责任分配

(1)活动的条幅签名由活动组织部负责，并整理所捐书籍，即时分类保管。

(2)物品准备由宣传部负责

(3)现场记录由策划联络部负责

4、具体过程

(1)活动两天都要派四人在活动现场值班。

(2)活动开始，统一分配各成员在活动现场宣传并征求捐赠。即时做好记录和登记捐赠者姓名联系方式。

(3)来捐书的同学，让他们在横幅上签名留念，横幅将在活动结束之后展出。

(4)活动过程中，即时记录同学们反馈的关于此次捐书或者对于本次活动提出的宝贵意见。并对每位捐赠图书的人表示感谢。

(5)即时与捐赠者交流沟通，并且回馈具体信息，明确他们图书的去向，若有不明白的问题，详细解说。

(6)若有突发事件，由商学院青志协统一商定解决，如果仍不能解决，上报学校。

三.后期工作

1、书籍整理： 将所得图书，即时整理分类，并贴上分类标签，便于阅读。

2、打扫活动现场

3、收好活动器材、工具。

4、把收集到的书籍送到跳蹬河社区，再统一送往灾区。

一、策划背景:

二、活动的主题:

三、主办单位:南京园艺公司江西南昌分公司

四、周年庆筹备的方案:

1、创新

2、时机

3、地点

4、内容

5、媒介

a、找一个好的新闻由头:

五、周年庆活动安排

1.感谢客户

时间:1月18日一19日下午

拜访对象:市内的所有公司的客户及城建局、政府部门( 励志天下 )

2.盆栽赠送活动

a、设点赠送:

今天我生日----同贺生日送蛋糕

活动地点:公司前大门

活动内容:

a项:凡1月20日出生的15周岁的,可凭出生证在xx蛋糕房领取6寸生日蛋糕一份(限领30份,领完为止)

b项:凡1月20日出生的顾客,可凭身份证或出生证在xx蛋糕房领取500克蛋糕一份(限领200份,领完即止)

c项:凡1月20日出生的顾客还可获得精美生日卡一张.

活动组织:

1、联营招商部负责蛋糕赠送工作的落实及监督.

2、采购部负责生日卡的落实.

3、企划部负责整个活动的安排实施及宣传工作.

3、周年庆大典:

地点:公司广场

内容:祝词、颁奖仪式、自助餐、自由舞会、烟火

具体工作流程及安排:

a、对活动场地进行全面清洁,仪式范围内不允许有任何杂物

b、布置庆典仪式台,仪式台及音响设备安装到位

18:00晚会正式开始

主持人:公司副总

18:10一18:20董事长讲话

奖项设置:

特等奖:200元礼品一份一名

一等奖:180元礼品一份一名

二等奖:150元礼品一份二名

三等奖:100元礼品一份二名

(全体嘉宾与领导、员工都可以参加,随意性的,在这个舞会上大家可以用力的狂欢,大家一起互动,提高凝聚力与向心力.)

1.

公司活动策划方案范文-活动策划方案

2.

装修公司活动策划方案-策划方案

3.

策划方案模板-活动策划方案模板

4.

公司活动策划方案

5.

公司亲子活动策划方案-公司策划方案

6.

家居活动策划方案-活动策划方案

7.

市场活动策划方案-活动策划方案

8.

活动策划方案模板

**活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇四**

2、各获得奖品的人先给予奖品凭条，再到相应的地点处领取奖品;

5、指定地点报名在海报有，趣味游戏可于活动当天在现场报名。

6、各球队要安排人员维护比赛现场次序，参赛队员要坚守裁判判决。

8、比赛友谊第一，比赛第二为原则。

9、各比赛项目的要求和标准以各相关细则为准。

10、活动项目若有变化或未尽事宜，将另行通知。

11、活动的最终解释权归聚可达男子篮球队所有。

十二、活动材料：

**活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇五**

为倡导文明新风，营造和谐环境，充分体现各级组织的人文关怀，湖北廉熙旅游开发有限公司和新洲各婚姻职介所、婚纱摄影、鲜花店共同策划组织黄家龙“迎新年、闹新春”相亲交友活动。此次活动是为了方便出外打工回来的单身男女一个方便，通过系列户外拓展游戏活动中给大家提供一个相互了解的平台，相亲交友活动会在城区各职介所设报名点。为了把这次有益于社会的公益性活动办好，为未婚人士搭建一个良好的交友平台营造一个良好的氛围，着力解决社会各界普通关注的单身男女婚恋难问题，过一个祥和温馨的欢乐春节，因此我们将不懈努力，为大家提供更多更好的服务!欢迎社会各界的单身男女踊跃报名。

活动地点：xx道观河鄂东xx户外野战拓展基地

主办单位：\_\_\_\_\_

活动时间： 201x年正月初三--初十日

报名地点：\_\_\_\_\_

网站支持：阳逻信息港、阳逻在线、新洲人论坛、豹行户外

活动行程：

8：00时新洲车站集合出发，前往鄂东黄家龙户外野战拓展基地;

8:30时进入黄家龙进行破冰游戏;

9:00时进行信任背摔活动;

10：00时进行穿越生死电网活动;

11:30时农家中餐;

12:30时进行真人cs野战活动;

14:30时进行自由活动(登山、穿越);

17:00时结束活动，返回新洲。

费用：180元每人

交通：武汉-新洲黄家龙往返

拓展野战：教练、装备费用

用餐：一中餐(农家乐餐)

要求：1、每次活动人数不能低于30人;

2、相互尊重、团结友爱;

3、服从组织安排;

4、不带火种上山，注意环保，不丢抛垃圾，所有垃圾必须带走;

5、自备1-2个节目，主动展示你的优点;

6、带好开心快乐，找好你的另一半!

**活动方案策划书艺术节活动方案策划书篇六**

一、调查目的

1、是为了给华为公司技术申报提供科学、客观数据。

2、通过客观深入的市场调查和分析，充分了解消费者一号通业务的 需求和价格定义水平。

3、了解潜在客户规模及分布状况。

4、根据调查研究分析来确定产品的定位、市场前景，做出市场潜力测评。

5、项目的研发、技术实现、市场推广将面临着市场风险。

二、调查对象

1、学校附近的人群(通过抽样调查选出适合的调查对象，以个体为单位)

2、上班人群

三、调查内容

1、产品自身情况调查

2、需求市场调查

消费者偏好

购买决策

购买行为

④价格支付能力

⑤购买人群

3、竞争市场调查

①主要竞争对手

②各竞争对手优势、劣势

4、一号通业务市场调查的重要性

四、搜集信息

1、消费者的购买意向

2、不同领域消费者的需求

3、了解各个类似业务的竞争状况

4、消费者对产品的要求

五、制定抽样计划

1、实施分层抽样

a、以所属领域特点为分层标准

b、按比例抽取一个样本量为500的样本

2、样本要求

a、家庭成员中没有人在通讯业务公司或经销岗位工作

b、家庭成员没有人在最近半年中接受过类似产品的市场调查

c、被调查者经常使用手机、固话等通讯工具

六、设计问卷

通过对“一号通业务”市场的了解，对消费者资料的调查，总结分析，进行问卷设计。

七、调查进度

第一阶段：初步市场调查 1天

第二阶段：制定计划 2天

审定计划 半天

确定修正计划 半天

第三阶段：问卷设计 1天

问卷修改确认 半天

第四阶段：实施计划 2天

第五阶段：研究分析 2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

八、信息整理分析

1、通过对调查目的和搜集信息的整理，对问卷的设计并进行整理分析。

2、根据问卷调查情况绘制数据表格

九、调查预算(略)

一、调研背景

走出国门，做世界的美的，美的集团稳扎稳打从未停下前进的步伐。

2024年10月11日，美的宣布收购埃及miraco公司股权项目完成，使得美的的海外生产基地延伸至越南、埃及、白俄罗斯等地，同时还规划在印度、巴西等国设立生产基地。

2024年8月份，美的与开利签订股权收购协议，双方联合经营和拓展拉丁美洲地区空调业务。此举被认为是美的提高海外盈利贡献能力和抢占市场份额的重要一步，也是美的开始全球布局的关键步骤。

截至目前，美的集团旗下拥有4家上市公司、四大产业集团，14个国内生产基地，全球员工20万人;现拥有中国最大最完整的空调产业链、冰箱产业链、洗衣机产业链、微波炉产业链和洗碗机产业链。拥有中国最大最完整的小家电产品群和厨房家电产品群。在全球设有60多个海外分支机构，产品远销200多个国家和地区。同时，已完成全球产业布局，并与美国开利、伊莱克斯、ge等国际知名家电企业达成合资和合作。作为中国家电行业的领导品牌，美的正在以其独特与务实的方式，逐步落实国际化和全球化战略。

为了了解香港居民对于变频空调的需要和选择，我们做了这次市场调研来得出结果。

二、调查目的

1、了解顾客能接受哪种价位的变频空调。

2、了解顾客在购买变频空调时是否看重品牌，以及是哪些品牌。

3、了解顾客看重变频空调的哪些功能等。

4、了解顾客购买变频空调的地点。

三、调查内容

(一)消费者

1、消费者对变频空调的消费形态(消费观念、消费习惯)。

2、消费者对变频空调品牌的看法(看重品牌、哪些品牌)。

3、消费者对变频空调功能的要求。

(二)市场

1、香港行业市场状况。

2、香港消费者的购买力。

(三)企业自身

1、美的变频空调的.产品特征。

2、美的变频空调进行的促销活动。

3、美的变频空调售后服务状况。

四、调研方法

调研对象：网络上潜在的消费者。

以问卷调查为主：在网上对消费者发布问卷。

原因：1、调查时间和调查人员有限，在网上发布问卷不需要太多人员。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查。

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠。

4、问卷调查成本低。

以网络搜索为辅：通过互联网搜索关于变频空调的相关资料。

消费者100位其中：收入高35% 中50% 低15%

五、调研实施、流程与日程安排

第一阶段：初步市场调查 1天

第二阶段：制定计划 1天

审定计划 半天

确定修正计划 半天

第三阶段：问卷设计 半天

问卷修改确认 半天

第四阶段：实施计划 2天

第五阶段：研究分析 2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

一、超市冷柜背景分析

随着市场经济的发展，人们的工作生活变得日益繁忙，被世界誉为现代化革命的标志产品冷柜以环保、健康、省时、省力、方便、卫生、安全的特点迅速走入寻常百姓的家庭和各大超市卖场。人们日益体会到了冷柜带来的高效和便利。目前冷柜在超市中普及率很高了，冷柜已经进入快速的增长期，冷柜的生产和销售每年均保持在相当高的增长水平。在这样的形势下，冷柜企业应该一方面抓紧时间进行生产规模的扩张，另一方面积极拼争国内、国际市场，以期在未来的市场竞争中处于更为有利的市场位置。

但是由于现今产品的同质化程度较高，差异化缩小，为改变这一趋势，我们应当从性能发展，节能、环保是众多用户所热门关注的方面出发。

为进一步针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况，我们做了这次市场调研。

二、调查目的

1、了解冷柜在各大超市卖场的都有哪几种，以及是哪些品牌和型号，尺寸。

2、了解单台冷柜的日耗能量是多少。

3、了解低温冷柜在超市日耗能总量是多少，

4、了解低温冷柜占超市总耗能量的百分比。

三、调查内容

在北京各大超市卖场，便利店针对超市冷柜应用普通中空玻璃和我司真空玻璃耗能情况进行分析调查。

四、调查方法

以问卷调查为主：在特定的超市卖场便利店对超市方进行问卷调查。

原因：1、调查时间和调查人员有限，只能在特定的地点进行访问，数据代表性可能不够。

2、问卷调查形势比较简单，方便我们对消费者进行调查

3、问卷调查结果容易统计，数据真实可靠

五、调查进度

第一阶段：初步市场调查

第二阶段：制定计划 审定计划 确定修正计划

第三阶段：问卷设计 问卷修改确认

第四阶段：实施计划

第五阶段：研究分析

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

1.

市场活动策划方案-策划方案

3.

家居活动策划方案-活动策划方案

4.

亲子互动活动策划方案-活动策划方案

5.

公司活动策划方案范文-活动策划方案

6.

促销活动策划方案范文-活动策划方案

7.

公司活动策划方案模板-活动策划方案

8.

企业读书活动策划方案-活动策划方案

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找