# 中秋节月饼促销方案策划(5篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-06-19

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。中秋节月饼促销方案策划篇一随着...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**中秋节月饼促销方案策划篇一**

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

二、促销目标：

1.以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。

2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。

3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。

4、为顾客传达情感。

5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。

6、增加企业竞争手段，做出差异。

三、商品促销环境分析：

(一)宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

1.人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。

2.经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。

3.社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

(二)“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

1.消费者消费行为及心理：中秋佳节倍思亲;合家团圆过中秋。中秋送礼，亲戚朋友走访等消费行为，消费者在消费过程中对于产品选择有自己的心理，促销要抓住消费者消费心理合理促销

2.消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的的市场优势。满足需要提高服务水平。

3.消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4.消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

(三)现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1.竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2.竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3.竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广;劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4.竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

(四)内部环境分析

1.资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2.竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3.物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4.生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

四.广告分析：

1.广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2.广告费用：1000元

3.广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4.广告媒体：报纸和宣传单

5.广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识;进一步宣传稻香村老字号企业文化!

五、 活动内容：

1、时间：\_月\_日---中秋前一天

2、地点：活动仅限惠\_\_城区

3、活动准备：1、安排一定量的运输车与“中秋大使”。

2、驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。

3、对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

4、对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

4、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

六、 注意事项：1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和运送时间段，能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。

2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。

3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。

4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。

5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。

6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。

7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。做宣传嘛。

中秋节月饼促销方案策划篇二

1、推出“优质服务月”活动，提供月饼免费包装服务、月饼(礼篮)免费送货服务、月饼(礼篮)电话订购服务、礼篮赠送服务、代办月饼(礼篮)邮寄服务等，通过加强质检和服务在竞争中取得优势。

促销商品要求

1、月饼要求：

1)月饼品种要集中体现在当地大众喜爱的品牌、有不同的风味、品牌月饼商开发的新品种，价位分高中低三个档次，满足不同阶层顾客的消费需求;

2)要求月饼供应商派遣促销小姐，并提供月饼试吃活动。

3)8月25日前完成月饼礼篮一条街。

2、礼篮要求：

1)本次促销以销售自选礼篮为主，门店自行设定好名称和品项组合的捆绑式礼篮包装，并重点陈列。

2)指定礼篮推出高档(1000元以上)，中档(300—800元)，低档(80—198元)。采购部指定礼篮数8种左右。

3)空礼篮建议售价10元，采购部准备3款包装空礼篮。

4)自选礼篮商品价值200元以上可免费赠送10元礼篮。

3、烟酒要求：

1)主推的烟酒，采购部须要求供应商提供空盒(每店一个)。

2)主推礼品必须突出陈列，亦可陈列于“月饼、礼篮”一条街当中。

3)烟酒促销商品：长城红、人头马、红塔山、555、中华、玉溪、芙蓉王,好日子等品牌商品.

4、冲饮、保健品、茶叶

1)冲饮、保健品、茶叶同样是送礼佳品，也要有较多特价支持及大量陈列。品种数不少于20个，快讯做两个版面。

2)建议促销商品：万基、康富来、喜悦等品牌商品。

5、糖果、饼干、水奶

1)糖果、饼干、水奶在中秋时期销售也将有较大幅度的需求量。也需要在此类商品中选出20款商品做促销。

1)糖果、饼干促销商品可选嘉顿糖果、徐福记、金莎朱古力、德芙巧克力、伊利牛奶、蒙牛牛奶等品牌商品

2、南北干货，多选礼品装多推介

3、粮油，建议：金龙鱼、金象米，\_\_自有品牌米。

4、日用、家杂、调味品正常特价

5、水果要求：

1)季节水果特价销售，突出量感，如苹果、梨、新奇士橙、柿子、红提。

2)做水果礼篮商品推介，选择外型较为美观的水果，主要为：橙、西兰果、青苹果、李、黑美人西瓜、香蕉等。(以上水果可不做特价或做少量特价)

3)生鲜部提前和供应商做好沟通工作，，要求供应商提供外型与质量的水果，以保证水果礼篮包装的质量。

4)门店要加强礼篮水果的验收。生鲜部负责准备水果礼袋和水果礼盒。

10、其他生鲜商品要求：

1)中秋两档期快讯都要有1—2个品种做为“牺牲商品”亏损销售，以吸引客流。每个品种促销时间3天

2)三鸟、水产需有特价支持。

促销活动

气氛装饰及企业文化部份

月饼一条街

促销时间：9.15——9.28

活动内容：

各店组织月饼一条街，进行气氛布置。

操作指引：

月饼一条街位置由店内自选。

制作大型喷绘画多幅，置于大门口及买场须装饰地方。

各门店月饼一条街入口处放置拱门一个，拱门的设计与制作由企划部负责。

月饼一条街上空悬挂中秋pop，两边钢丝上悬挂灯笼，。每个堆头上空用彩带拉成交\_彩结。

气球若干，组成图案，吊在天花上。(或有企划部拟定多种方案予以参考)

特别说明：店主管根据现场面积大小，组织月饼一条街或堆头陈列。

花好月圆喜临门

促销时间：8.25——9.28

活动内容：

由企划部联系为各店联系邮政邮寄快递服务与联系制作“喜”袋

凡一次性购满98元(必须含月饼或烟酒商品)可到服务台获赠‘喜’袋一个(具祝福语填写栏)，送完即止

各服务台还可为获赠“喜”袋的顾客提供礼品包装、书写祝福语、代理邮政快递服务(费用顾客自理)

书写该活动指引pop在服务台及月饼一条街明显位置悬挂张贴

计划确定后企划部向门店提供邮政代理服务操作指引

操作指引：

符合条件的顾客凭小票到服务台可获赠‘喜’袋一个

服务台人员顾客提供礼品包装、书写祝福语、代理邮政快递服务(费用顾客自理)

收银员注意提醒顾客有此活动。

各店注意顾客邮寄商品范围不得超出邮局规定范围。

团购送现金

促销时间：8.25——9.28

活动内容：

活动期间，团购客户，可按购买金额送现金。

操作指引：

团购客户赠送现金金额比例由采购部提供，并由采购部出操作指引。

散装月饼和盒装月饼均可赠送。

顾客凭电脑小票到服务台领取现金。

服务台设立登记本进行登记，具体操作办法由财务部出。

收银员在顾客付款时，必须进行提醒。

意外惊喜剪剪剪

活动时间：8.25-10.05

从中秋第一期dm快讯(8.25)至国庆档dm快讯的三期中主推以印花形式优惠顾客.详细操作分解请参阅8月促销企划案.

活动内容：

采购部提供20个低价商品作为印花商品进行促销

企划组根据印花商品清单制作邮票式手招单张(或附在dm底面)

顾客剪下印花，并凭印花按优惠价购买指定花商品

活动说明：

印花商品正常陈列

采购部提供印花商品清单

中秋节活动方案策划参考-商场中秋节活动方案

节假日及聚集人气部份

分时间段的活动安排：(为使活动具有连续性、衔接性，容易记忆，将活动按周安排，轮番对顾客进行促销，持续刺激消费者的购物欲望，加深顾客对\_\_百货的印象，不断实施消费行为。)

第一周：8月29日—9月5日

惊喜第一重：购物积分送大米，积多少送多少!

市场分析：目前，积分卡是我们吸引顾客长期实施消费行为的一项有效促销措施，但随着中秋这个销售大买点的逼近，竞争对手可能会推出更优

惠于我方的让利手段，要稳定积分卡客户，势必推出比对方更为有利的政策，削减竞争对手的力量。

活动时间：8月29日—9月5日每晚7：30开始

活动内容：

“顾客是\_\_百货的上帝，\_\_百货的发展更离不开顾客的支持“，为了感谢对\_\_百货长期支持而又忠实的顾客，\_\_百货超值大回报：凡于此期间当日晚7：30以后凭积分卡一次性购物积分满10分送10斤米，积15分送15斤，积20分送20斤，积30分送30斤，积40分送40斤，积50分以上限送50斤，如此优惠，如此心动，还不赶快行动!凭积分卡和电脑小票(限当日7：30之后小票，金额不累计)到商场出口处领取。送完即止。(建议由企划部设计多种包装的袋子装上散装米，定名为《\_\_放心米》。趁此次活动造势推出\_\_自有品牌，关于自有品牌的推广实施企划案另行制定。)

第二周：9月6日—9月12日

惊喜第二重：\_\_积分卡再次与您有约!

分析：由于第一周活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢?办法：趁势发起办理积分卡的高潮，从而再次扩大我们的积分卡客户，争取市场份额。

活动时间：9月6日—9日12日

活动内容：喜迎中秋团圆节，\_\_积分卡再次与您有约!只要您在我商场购物满?(未定)元加?元即可获得积分卡一张，这张积分卡除享受以前约定的优惠外，在中秋节期间享受更超值的优惠、更无限的回报。一卡在手，惊喜时时有!

注：凭电脑小票(当日小票有效，金额不累计)到我商场服务台办理。

第三周：9月13日—9日19日

惊喜第三重：捷足先登超值送

活动时间：9月13日—9月19日

活动内容：活动期间凡在早上8点-8点30分在本商场一次性削费满38元的顾客均可到服务台

领取新鲜蔬菜一把,先到先得,送完即止.(每天限量50份)

注意事项：店美工需在活动期内用醒目的广告形式告知顾客,客服人员需注意未领到蔬菜的顾客情绪。

第四周：9月19日—9日28日

惊喜第三重：激情中秋加一元送一件

活动时间：9月19日—9月28日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满88元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品(每日限量，先到先得)

购物满88元加1元得散装月饼一个(限量100份/天)

购物满158元加1元得散装月饼一斤(限量100份/天)

购物满218元加1元得月饼一斤(限量50份/天)

周六、周日活动安排：

目的：根据销售情况及本地人消费习惯，周六、周日的客流还具有挖掘的潜力，通过以下活动，旨在拉动周六、周日销售，提高本月整体销售额

中秋节活动方案策划参考-酒店中秋节活动方案

与明星共用团圆大餐

时间：9月14日晚17：00——18：00

地点：国贸大厦二楼金牛厅、万盛兴酒楼、景阳楼、旅游大厦

环境布置：餐厅以及大堂的环境布置，尽量突出“祥和、团圆、喜庆”的中秋佳节氛围

用餐特色：

1、9月14日当天，制作一个特大月饼，白天放在大堂展示，营造节日团圆气氛。正式用餐前设一大香案，将月饼放上香案，请酒店总经理和明星代表上来切开大月饼，并宣布团圆餐开始。

2、餐厅中间设一主桌(10人左右)，供参加团圆餐的剧组及明星用。原则上每个宾馆邀请一个剧组。

3、根据游客的需要，制作出经济等、温馨等、豪华等的团圆宴标准，并分别提供菜单，所列菜单中菜名须有“团圆”寓意，具体由酒店落实。我公司统一宣传，具体订餐由旅行社自行与各酒店联系，订完为止。

注：其它酒店可推出有特色且符合中秋含义的菜单来吸引游客。

中秋节月饼促销方案策划篇三

一、活动背景

八月十五中秋节是中国的传统节日，每逢佳节倍思亲，月饼便成了我们馈赠亲友，表达祝福的礼品。

二、活动主题

佳节倍思亲，月饼传真情

三、活动目的

1、树立米旗的人文形象，同时促进销售额的提高

2、为顾客提供便利，吸引更多顾客群

3、增加企业的知名度和美誉度4、传播企业形象，提升品牌形象力

四、活动时间

农历八月初八------八月十五共八天

五、促销场所

各大商场专柜，超市窗口以及各专营店

六、活动内容

1、开展团购业务，团购优惠，方便各单位机构发放福利，凡一次性购物金额满1000元以上者，免费送货(5里内)。

2、针对不同人群，研发出各种价位不等的月饼礼盒，是馈赠亲朋，佳节送礼的首选之品

3、购物满180元即赠精美礼盒，或赠送30元代金券一张，可兑换店内任何商品。

4、购物既送精美礼品一份(糖果等精美小礼品)

七、宣传方式

在各销售地点张贴海报，印发传单，并通过广播、电视等媒体进行广告宣传。

八、店内装饰

餐厅以及大堂的环境布置，尽量突出“祥和、团圆、喜庆”的中秋佳节氛围

九、用餐特色

1、9月14日当天，制作一个特大月饼，白天放在大堂展示，营造节日团圆气氛。正式用餐前设一大香案，将月饼放上香案，请酒店总经理和明星代表上来切开大月饼，并宣布团圆餐开始。

2、餐厅中间设一主桌(10人左右)，供参加团圆餐的剧组及明星用。原则上每个宾馆邀请一个剧组。

3、根据游客的需要，制作出经济等、温馨等、豪华等的团圆宴标准，并分别提供菜单，所列菜单中菜名须有“团圆”寓意，具体由酒店落实。我公司统一宣传，具体订餐由旅行社自行与各酒店联系，订完为止。

中秋节月饼促销方案策划篇四

中秋佳节是中国的传统节日，又称“团圆节”，是我国的主要节日之一。月饼作为中秋节的一种饮食文化已经深入人心。以月之圆兆人之团圆，以饼之圆兆人之常生，用月饼寄托思念故乡，思念亲人之情。改革开放后人口的大量流动，营造了思乡的情结，加之中国礼仪之邦的传统，中秋节已经成为百姓传递亲情、友情、恩情，各商家传递商情的有效工具。月饼就成了馈赠亲朋好友的礼物，也成了联络感情的桥梁。

一、活动目的：巧借中秋东风，结合本酒店的实际情况和中国传统的民族风俗，以直销为主，推动全员销售，达到经济效益与社会效益双丰收。

二、活动组织机构：

组长：王祥

副组长：张利梁瑞成

成员：营销人员及各部门经理

三、活动时间：

20\_\_年8月15日——20\_\_年09月22日

四、销售渠道及促销活动：

(1)销售渠道为各大企事业机关单位，酒店协议客户;

(2)在大堂开设月饼品尝促销展台，促销员穿嫦娥式服装，各一线服务台及所有客房摆放中秋月饼销售宣传彩页

(3)通过市场营销部和餐饮部到市内各大单位上门推销，拜访客户，争取大的订单;

(4)按部门分配进行销售;

(5)实行酒店全员销售，采取提成销售制度，以刺激员工的销售积极性;

(6)举行月饼品尝展销会暨答谢老客户冷餐酒会;

(7)在酒店网站及网络订房设月饼销售点;

(8)有潜力的商店、超市代理销售。

五、各相关部门负责工作

1、餐饮部：

(1)协助工程部对大堂月饼展台进行布置;

(2)负责“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”会场——台型的设计、摆放、服务工作;

(3)答谢酒会的准备、服务;

(4)协助营销部维持“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”活动秩序。

2、房务部：

(1)做好大堂服务人员中秋节促销活动的对客宣传;

(2)将中秋宣传彩页摆放到客房房间;

(3)设计中秋入住客房赠送月饼的销售方案，并做好月饼销售的统计。

3、工程部：

(1)负责“答谢客户暨开来大酒店月饼展销冷餐酒会”会场，活动期间音响、灯光、投影仪的调试;

(2)协助营销部粘贴楼体大型广告图片;

(3)负责大堂月饼展台的制作;

(4)负责酒店广场月饼销售点的搭建。

4、财务部：

(1)组织印刷中秋节宣传彩页;

(2)提供“答谢客户暨开来大酒店月饼展销会”有奖竞猜活动奖品;

(3)协助营销部组织有奖竞猜活动礼品的发放;

(4)协调厨房展示月饼品种;

(5)提供团购月饼提货券。

5、总办、人事部：

(1)负责大堂展台的管理;

(2)对“答谢客户暨开来大酒店月饼展销会”邀请人员做好引领服务;

(3)负责广场月饼销售点的布置及组织销售。

6、营销部：

(1)负责月饼活动的广告宣传页、楼体广告、团购提取券的设计、制作;

(2)统计“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”邀请人员名单的、发放请柬、群发短信。

(3)组织“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”的节目及维持活动秩序;

(4)协助各相关部门进行月饼展台、活动场地的布置;

(5)负责活动期间重要客户的引领、接待、迎送。

六、相关工作时间要求：

1、8月18号前联系月饼盒生产厂家并设计盒样，28号前月饼盒到位。(采购部、总办)

2\'大堂月饼展台的布置于8月25日前完成。(工程部)

3、月饼货品的领取、销售统计负责人于8月25日8：30前到位。(财务)

4、户外广告、宣传彩页于8月15日前完成。(营销部)

5、“答谢老客户暨开来大酒店月饼展销会”会场——多功能厅的布置于指定9月5日10：30前全部到位(餐饮部、工程部、营销部)

6、活动邀请人员名单、请柬发放、群发短信告知指定日期(9月2日)12：00前完成。(营销部)

7、网络月饼销售点的组织销售于8月25日前到位开始销售。

(总办、人事部)

七、其他

1、档次定价：a款288元/盒

(皇廷盛宴：鱼翅、鲍鱼月饼12块3斤)

b款188元/盒(铁盒七星伴月8块2斤)

c款98元/盒(合家团圆6块1.5斤)

d款58元/盒(金色开来4块1斤)

2、团购的优惠价的确定范围?

100盒以上6.5折不再提成及返佣

50盒以上8折不再提成及返佣

满10盒送一盒

3、能否开展有奖销售?

8折以内的给予营销人员提成15%左右;即a款提45元、b款提成25元，c款提成15元，d款提成5元。

八、活动预算

1、月饼盒制作：a款盒200\_60元左右=1\_\_元

b款盒500\_35元左右=17500元

c款盒500\_25元左右=12500元

d款盒1000\_13元左右=13000元

合计：55000元

2、月饼原料成本：a款：60元/盒

b款：45元/盒

c款：25元/盒

d款：12元/盒。

3、条幅：80元

4、外墙喷绘：300元

5、月饼彩页：500元

6、多功能厅喷绘：160元

7、嫦娥装两套：300元

8、大堂展台月饼销售点及网路营销点：待定

9、酒会：因人数未定因此费用待定

中秋节月饼促销方案策划篇五

一、计划销售任务：10万

二、销售指标分解：(不包含送礼部分)：

市场销售部：200盒

餐饮部：300盒

客房部：80盒

三、广告制作

1、制作宣传布条，悬挂大厅人流量较大的显眼位置;主题是“花好月圆人团圆，唐人街与您共渡中秋、国庆佳节”。感受秋天带来的收获与成熟的风韵。

2、设计并印制3000份宣传广告单，用于销售人员外出洽谈业务时提供给顾客并用于住店、用餐客人的宣传。

3、在大厅布置月饼展厅。

四、完成各项任务的时间：

1、广告制作在9月6日前完成;

2、月饼销售数量于8月25日与供应商确定并签定合同，月饼于9月5日到位;

3、9月16日开始领取月饼;

4、10月7日停止月饼领取;

五、月饼的种类、数量及包装由餐饮部结合去年情况8月24日前定出。

吸取去年教训，在所有内外包装及手提袋上均要印有酒店标志，凸显度假村风格。注重实惠，避免华而不实，可以多推出月饼套装，除了包装内有月饼没那外，可以包装上红酒、巧克力等，以增加卖点!

销售部建议销售品种及定价、提成：

月饼种类进价(每盒/元)售价(每盒/元)提成(每盒/元)

中秋伴月65965

港台精品月11815810

富贵中秋月14318815

精品礼品月20325815

月之味46695

团圆月69985

小锦月10614810

祥月11515810

银皇尊御礼12316810

大皇尊御礼13118815

六、月饼销售的优惠政策：

1、方式一即“月月升”的销售模式，逐月上升的折扣：即8月定购8.8折、9月定购9.5折、10月不打折;(备注：此方案与团购优惠不同时使用)

方式二团购优惠政策：10盒以上9折，50盒以上8.8折，100盒以上8.5折;(此团购优惠不与其它优惠同时使用)

2、酒店月饼按各部门销售任务完成后，对需要出具发票的单位，一律不打折，按原价出售，酒店按月饼售价的100%回收。

3、月饼销售工作完成后，各签单经手人配合收回销售款项交财务部，根据款项收回速度11月中旬完成核算工作。

</span

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