# 2024年企业中秋节促销活动方案策划(6篇)

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-06-11

*为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。企业中秋节促销活动...*

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**企业中秋节促销活动方案策划篇一**

双11是历年电商必争之节日，活动和宣传力度之大，参与品类品牌之多，活动形式之丰富均是年度之最。作为线下的实体商城，我们需要抓住双11?购物狂欢这一概念，在11月中气温下降的时机开展冬装促销活动。在活动力度、营销方式和实地体验上要更加区别于电商，从而突出特色。活动从百货、超市和餐饮、影院、线上微店等多个业态整合开展。给顾客以独具诱惑力的购物狂欢体验。

11月7日至11日

折扣促销：

1、双11大牌美衣穿着走：秋冬百货满500元减200元。

2、双11大牌美妆任你挑：大牌化妆品(玉兰油、欧莱雅、欧莱雅、dhc)满400元立减80元。双11超级护肤套盒低至7折！o2o(线上线下互动)，十万大牌折扣券提前抢！

3、十万抵用券免费疯抢！大牌百货折后满额立减，低至折上7折！

(1)11月1日至10日，官方微信正式上线抢券活动。顾客只需要关注官方微信点击抢券页面，即可选择30个品牌的折扣礼券，双击即可领券(每个券自动生成折扣码)。

(2)每人每个品牌仅限领取10张。

(3)双11当天，顾客凭券面折扣码即可享受对应品牌折后立减50元，30元、20元优惠。

(4)单张小票仅限使用一张折扣券。

备注：折后抵用券抵用起点需根据各品牌实际客单价而定，折扣满减的金额由供应商和商场按照不同比例承担。此活动主要是吸引线上客群到店。

4、潘磕嫦赘幻溃晔じ吒凰в0.11元、1.1元、11元、110元热抢超级单品！

11月7日至11日，每天11款单品，仅用0.11元、1.1元、11元、110元即可抢购。每款限量，抢完即止。微店线上支付即可成功秒杀！

1.1元(超市环保餐具盒、手帕纸/条、薯片套装，售价5元左右)

11元(舒适浴巾、韩后面膜2件装、布艺家具可爱兔，售价30元左右)

110元(舒适被，对枕、售价250元左右)

备注：预计费用1300元。(餐饮券为商家赞助)

品类营销：双11作为商场的11月的大型促销，全品类均要开展活动(折扣或者赠礼)。建议男装、女装、鞋类、化妆品、精品、床品、童装均要有代表品牌或者亮点折扣参加活动。以下四个品类：单品需要突出陈列，在通道灯箱片和柜台指引上需要增加搭配和温馨推荐。

(1)服装的冬款(厚款、大衣)

(2)秋冬配饰(围巾、帽子)

(3)床品冬被

(4)超市冬季火锅节单品

vip营销

vip浓情招募：商场单日消费满500元即可免费办理vip卡一张，单日消费满5000元即可升级为钻石卡。

1、双11?vip顾客免费送：双11当天到店，即可在xx甜心饮品获得指定热饮一杯。(开业赞助，无费用)

2、双11?vip顾客免费玩：钻石卡vip凭卡即可带小朋友至xx游乐园免费畅玩一次。

**企业中秋节促销活动方案策划篇二**

为确保活动顺利开展，通常需要预先制定一份完整的活动方案，一份好的活动方案一定会注重受众的参与性及互动性。活动方案要怎么制定呢？下面是小编整理的企业中秋节促销活动策划方案范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

2、通过中秋、国庆八天长假，最大限度的提高人流量、提升人气、扩大专卖店的销售业绩。

举国欢庆xx年立马派送九重礼

20xx年x月xx日——20xx年xx月x日

1、一重礼：进店免费礼

无需购物，进店就有礼。活动期间内所有顾客凭单页进店登记后均可免费领取精美礼品一份。促销说明：活动期间礼品发放数量限前30名进店的消费者(预计10天300个)。商家可自行选择，建议商家在中秋前可用月饼代替礼物。

2、二重礼：国庆特价礼

惊爆价，立马优悦车型1900元/辆，立马200车型2100元/辆(推出两款特价车，不参与其他礼品及服务活动)，每天限购10辆。本数量仅供参考，商家可以根据自身情况自行申请。

3、三重礼：中秋团圆礼(特价车除外)

月饼是中国人中秋不可或缺的象征团圆的礼物，又因中秋在国庆之后，可以以月饼作为礼品，更显得贴近时节和氛围。立马商户可和一些超市和商店协商，购车时以月饼为礼物送出，到活动结束后再结账。也可由商户自己视情况而定。月饼档次不能太低，在利润范围内尽量保持月饼的档次，根据店里面的低利润车型送月饼。

4、四重礼：购车豪华礼(特价车除外)

根据不同价位段的车型设立不同的礼品赠送，售价越高利润相对越大。针对购买高端车型的客户，在保证利润的范围内，送豪华大礼包。大礼包可由沙滩椅、购物蓝、打气筒、防盗锁、头盔、电磁炉(商家自己购买)等自由组合成多个不同大礼包。

⑷、中低端价位车型的礼品建议：打气筒、防盗锁、头盔。

5、五重礼：中秋红包礼(代金券后附)

凡是在活动期间的每天上午10点和下午16点准时派发中秋红包礼，红包礼50至200元不等，红包派发方式从面额200元发至50元，先到先得。

6、六重礼：国庆现金礼(特价车除外)

活动期间凡购买正价车型的`消费者凭购车xxx或收据即可参加抓现金一次。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。

备注说明：

建议此活动商户在平常卖车时也可采用。一、现金付出不多，二、易树立口碑。

7、七重礼：折旧千元礼(特价车除外)

所有的电动车用户(不管是否为立马电动车用户)，在活动期间凭身份证及旧车购车xx到专卖店享受以旧换新的优惠：旧电动车、旧摩托车均可以折扣成一定的价格，冲抵为购车的费用，最高折扣可以无差额的直接换取一辆电动车(指定车型)。在利润范围内，也可为其赠送一些精美小礼品。

备注：消费者提供的旧车来源为正规渠道，否则不享受以旧换新优惠活动。

8、八重礼：抽奖惊喜礼

为庆祝建国xx周年之际，公司申请举办“电动车飞越黄河壶口瀑布”大型旅游文化活动。于20xx年7月30日得到了延安当局的批准，同时也为回馈广大消费者多年来对立马电动车的厚爱和支持，特地在国庆、中秋之际举行此次大型购车抽奖活动。

⑴、活动期间凡购车的消费者均可参加一次抽奖活动;

⑵、抽奖细则：

⑶、本次抽奖活动共设置6个等级的奖励，具体设置如下表所示。

奖项设置表

奖项等级中奖条件奖项名额奖品

特等奖6个61个/天共3个名额免费电动车一辆(指定车型)

二等奖5个相同数字5个/天共15个名额返还购车款60%

三等奖4个相同数字10个/天共30个名额返还购车款40%

四等奖3个相同数字不限名额沙滩椅一把

五等奖2个相同数字不限名额购物蓝一只

9、九重礼：阳光服务礼(售后优惠服务卡后附)

凡是立马电动车的新老用户，在“双节”促销活动期间都可以来专卖店免费享受清洗、打蜡等维修保养服务。并可以收到价值50元的立马售后维修服务卡。活动期间，购车的消费者可享受：购车一个月内，出现任何非人为问题，商家无条件退还10%购车款。商家需登记购车日期，金额，车型、有效期等内容。

建议商户也可以根据需要做其他的服务项目。如凡在活动期间购车的消费者，可免费换一次大灯，终身免换刹线等在骑行过程中不易损坏的零部件的服务活动，积聚人气和树立形象。

1、发放彩页可从活动前6天至7天发放一直延续到活动结束。先确定发放人员，对其进行必要的培训，使其能够正确理解活动的各项事宜。其中包括时间、地点、主题、优惠活动、有关促销礼品如何发放等信息。为使其宣传覆盖面广，信息传达要精准有效。有条件的可进入小区、社区进行发放宣传。

2、海报：在活动前7至8天，在人流量比较大的广场、街道、社区旁边粘贴海报。海报内容包括时间、地点以及能够吸引消费者前往的促销礼品和活动内容。

3、电视媒体的滚动字幕预告，在活动前6至7天开始宣传至活动结束。这个宣传方式具有临时性和集中性，应在当地主流电视台和收视率较高的电视台做流动字幕，以保证最广泛的传达信息。

4、报纸软文在各地的受众也是很广泛的。应提前7天左右开始宣传，同时需要很强的连续性，至少在一周内隔天发布三、四次。从这个侧面也能很好的传递信息，也有很高的可信度，深受部分消费者信赖。

5、活动期间，有条件的可路演，邀请演艺公司在活动期间在专卖店门口组织文艺演出活动，以吸引人气。也可以自行组织演出。

6、电视广告：在活动前6至7天开始宣传到活动结束，针对有条件的商户可以选择。它具有受众广，影响大，传播途径具有影响力等优势，也易于阐述活动内容。

7、短信宣传：通过移动公司，以短信为平台，宣传活动;为老客户发送国庆、中秋相关活动信息，活动期间免费给老客户保养电动车，同时挖掘潜在的消费者。

8、结合当地的实际情况，也可以采取其他行之有效的方法来进行宣传。比如在活动期间可以播放露天电影，邀请腰鼓队、锣鼓队、卡通人模游街、电动车游街宣传，只要可以烘托十一、中秋喜庆的气氛和达到广而告之的目的均可。

1、拱门、彩旗、地毯、吊旗、气球、易拉宝、花篮等传统方式都可以采用。气势一定要大，譬如多个拱门，一字排开等，才能够真正做出气氛来。同时礼品的摆放也要有气势，堆头要大，给人感觉礼品很多，很值钱等。如腰鼓队、露天电影等形式的目的一个是吸引前来参观的顾客的注意，能够准确找到位置;也是对现场氛围的营造也是一个补充。

(1)周边街区：邻近街和市区主干道布标宣传。吊旗、条幅等设计制作以传统佳节“中秋节”及国庆节为主题，烘托喜庆的节日气氛。

(2)店外：大门口上方悬挂大红灯笼。设计制作中秋节及国庆节的主题橱窗广告，增加节日的喜庆气氛。

(3)门外陈列标示企业logo的刀旗，门外设置大型拱门，店前设立大型主题展版一块，发布活动主题或张贴海报，门口用气球及花束装饰。海报由策划部提供设计模板，商家在做活动时候自行组织填写和张贴。

(4)精心卖场环境，活动期间人流量比较大，应当针对此次活动做出相应调整，整洁、宽敞为宜。尤其柜台必须醒目、干净，布置大方、得体。

(5)店内：

门口设立明显标示立马logo的接待处，条件允许的话可以设立迎宾和导购小姐。

设立导示系统，设立明显标示企业logo的指示牌。

十一期间人员流动量大，店内相关区域应设立休息处，配备服务人员并进行礼品和宣传品的发放。店内相关位置设立业务宣传台，摆设相关礼品、宣传品展示品，并提供咨询服务。

2、具体细节

(1)礼品发放处布置处放好打印好的表格和笔，登记购买顾客的一些个人资料(姓名、工作单位、家庭住址、联系电话(领取礼物后邀请顾客填写)，利于回访。

(2)立马电动车的宣传资料、此次活动内容的单页等相关资料要准备充分。

(3)工作人员要求统一着装，避免较大人流时找不见自己的人，造成不便。

(4)店内建议配备音箱设施，但声音不宜过大，以免产生噪音。

1、电视的广告费用：

xx元。

2、条幅的设计制作费用：

xx元。

3、吊旗和海报印刷费用：

xx元。

4、促销传单印刷费用：

xx元。

5、促销礼品费用：

xx元。

6、舞台租赁和搭建费用：

xx元。

7、报纸宣传费用：

xx元。

8、立马售后维修服务卡的制作费用：

xx元。

9、购物抓现金：

xx元。

10、代金券印刷费用：

xx元。

11、其他应急费用：

xx元。

促销活动，安全是第一位的，一定要注意消费者和店面的安全。有一些活动容易引发消费者之间的争执，如送红包时，有人很早就来排队，但是有的人来的晚却要插队，这种情况事前要有所安排，要有人维持秩序，保证活动井然有序进行。

各地商户可以根据当地市场情况和自身能力选择适合自己的促销活动。促销活动要想产生效果，关键是要抓住顾客的心，抓住顾客的需求变化，哪怕是最朴实无华的促销活动形式，只要活动的实质内容能够贴近顾客的心，就能够打动顾客、吸引顾客。

前车之鉴，后车之师。活动结束时应对此次活动进行清算和评估，对销量、盈利、费用等各相关事宜进行整理。并总结此次活动的效果、宣传是否到位、礼品发放是否有吸引力、导购员在活动中是否能很好的完成任务、活动是否有效额吸引人流、价格方面是否存在优势、那些活动更吸引消费者眼球等各个方面进行总结，为下次做大型促销活动积累经验。从中找出不足和在实施过程中出现的问题。

**企业中秋节促销活动方案策划篇三**

中秋促销

一、月饼大世界

汇集省内外著名厂家、品牌的各式月饼近300多种，质优物美，是月饼的理想购买世界。

二、购物抽奖送月饼

1、凡在20xx年8月30日-9月21日17点前在大厦购物满50元者即可参加抽奖。

2、抽奖凭有效购物凭证，每满50元抽一次，超过50元部分金额以50元的倍数计算抽奖次数(不足倍数部分不予计算)，最多限抽10次。

3、抽奖方式在一抽奖箱放置60乒乓球，其中奖球为6个(一等奖一个，二等奖2个，三等奖3个)，空球为54个，一次抽一个球，以抽出的球决定中奖与否(每次只能抽一个球，多抽作废并计入应抽次数)。

4、若抽中奖球，则当场兑奖。奖品设置为：

一等奖：奖价值50元的月饼购物券一张

二等奖：奖价值30元的月饼购物券一张

三等奖：奖价值15元的月饼购物券一张

5、购物券仅限在指定时间内在本大厦购买月饼，如不要视为自动放弃，恕不兑现金。

三、吃月饼大赛决赛

决赛：9月21日下午2：00

比赛地点：xx大厦一楼中庭

初赛按报名顺序分组，比赛分组淘汰制，每组取优胜者1名，进入复赛。

复赛在初赛决出的优胜者中以抽签方式决定分组，每组3-5人，比赛采取分组淘汰制，每组取优胜者1名进入决赛。

决赛以个人为单位分别进行，最后决出一、二、三等奖的获得者。

比赛规则：由大厦统一提供同等大小、同等馅料的三个月饼，看谁在最短的时间内全部吃完(以吞咽下肚，张口后后口中无显著残留物为准)，谁为优胜，如违规，比赛成绩无效。吃法不限。

比赛有裁判及裁判长，比赛结果由裁判当场判定。若有争议，裁判长为最终决定者(凡报名参赛者即自愿无条件服从本条规定)。

奖项及奖品设置：

一等奖1名：奖长虹29寸纯平彩电一台

二等奖2名：各奖诺基亚3330手机一部

三等奖3名：各奖金正t333vcd一台。

**企业中秋节促销活动方案策划篇四**

农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。中秋节的民间习俗多与月亮有关。赏月、拜月、吃团圆月饼等，每当中秋月亮升起，于露天设案，将月饼、石榴、枣子等瓜果供于桌案上，拜月后，全家人围桌而坐，边吃边谈，共赏明月。

1、月饼数量与卡座、包房数量相同，目的是让顾客获得奖品；

2、获奖通知单在众多月饼中的其中一个（其它均为安慰奖）；

4、由工作人员把各自的月饼一一送上，顾客自己各自吃掉月饼，找出获奖通知单；这个时候给其他顾客颁发安慰奖。

5、获奖顾客的奖品是所有消费，本店自己买单。

6、中秋的小问答：（不管答案对错均有礼品赠送）

问：中秋为什么要吃月饼？

答：因中秋节的民间习俗多与月亮有关，吃月饼表示团圆。

问：为什么人们搞个月亮挂在天上，不挂个南瓜呢？

答：随便答（主要带动气氛，重在参与）

**企业中秋节促销活动方案策划篇五**

餐饮营销是在近几年逐渐系统化，无论是商家还是市场都在向成熟化发展。随之市场的细化深耕，饭店品牌和菜品的探索上，如何开发适应市场的新产品?如何做到低成本生产?如何抓住消费者最容易接触和最容易接受的销售和宣传途径，已经成为当前餐饮竞争中成与败的决定性因素。事实证明，越是抓住细节的商家越能在竞争占有优势。

国庆节是举国欢庆的节日。传统中秋节是我国仅次于春节的第二大传统节日，也是五千年来在华夏大地形成的具有浓重民族色彩的文化大节。如今国庆节、中秋节“双节”就要来临，如何结合中秋节开展我们各店的营销工作，一方面拉动人气，创造我们的经济效益;另一方面宣传我们的文化，创造我们的社会效益，这是我们在“双节”期间所要做的工作重点。

带有浓郁的湘文化，自身的文化也是深入消费者心底，经过几载腾越，在济南已有一定名气;济南浓郁的渝文化，他作为高档消费的补充，以中低档消费流向济南同类餐饮企业亮剑，也是逐渐“深入民心”，成为消费者可信赖的品牌之一。

季节的转化以及营销政策的跟进，和济南各店销售额正呈现上升之势。

“节日营销”的高收入已经稍高的成本投入，在这种高效益的带动下，众商家越来越重视“节日营销”的实施。“双节”无疑也将硝烟四起，成为竞争最为激烈的时刻。

在双节如何将自身文化也节日文化结合，进行“文化营销”，以及在自身独有文化的基础上进行“差异化营销”将是我们在“双节”期间开展一系列营销活动的主要思路。

1、推出“中秋团圆菜”，成本不要太高，主要针对消费到一定金额的消费者进行赠送。

2、推出中秋“家庭团圆宴”可选套餐三种以上。

3、推出特色菜(锅底)中秋优惠。

4、制定客人自选菜单。

(一)中秋送礼口味自选

活动简述：

消费满二百元送30元自选菜系

消费满五百元送100元自选菜系

(给消费到200元的每桌送上自选菜单，顾客可在自选菜单上自主选择30元的菜。500元同)

(注明：本活动建议和同做)

(二)中秋“油”礼积点狂送

活动简述：

积点行动，累积消费到20个点(每消费100元累积一个点)送200元加油卡。(加油卡协商，与加油站达成共识，拿到惠价)

(注明：本活动建议和同做)

(三)“月圆圆家团圆”

中秋“团圆宴”火热预订

活动简述：

1、中秋“团圆菜”桌桌送(菜的样子以圆为主)

2、10月1日―10月7日，每日19：00―21：00订全家团圆宴，8.5折优惠，送儿童自选迪士尼玩具一个。

3、10月6日推出“中秋军团宴”，凭军人证可享受菜金8折优惠。

(注明：本活动建议和同做)

(四)欢度国庆喜迎中秋

免单大奖谁来拿

活动简述：

10月1日―10月7日，每天晚上20：00小提琴演奏(每天演出曲目在门口水牌公布)，并公布每天晚上获“中秋大奖”嘉宾，对该桌免单。(给每桌一张号，另一张号放到抽奖箱中，20：30左右抽取)

(注明：本活动建议做)

(五)故里双人游连环大奖庆国庆

活动简述：

9月25日―10月6在消费桌满三百元可获得一张抽奖卡，奖品获得名单分阶段公布。10月1日抽出三等奖(礼物1份);10月6日抽出一等奖(故里双人游)

(注明：本活动建议做)

(六)重庆“茶山竹海”双人游连环大奖庆国庆

活动简述：

9月25日―10月6在消费桌满三百元可获得一张抽奖卡，奖品获得名单分阶段公布。10月1日抽出三等奖(礼物1份);10月6日抽出一等奖(重庆“茶山竹海”双人游)

(注明：本活动建议做)

1、在饭店的门口张贴海报，并悬挂条幅。

2、报纸广告宣传。

3、手机短信群发。

4、网页广告。

5、dm单广告。

**企业中秋节促销活动方案策划篇六**

活动时间：20xx年09月27日晚

活动介绍：中秋祭月会一直是景区的传统节日庆典，今年新增了荷花灯、烛舟、寺庙钟声的配饰，加上景区夜晚的蛙叫虫鸣，使得整个祭月仪式更具有复古的味道。仪式中除了汉服歌舞文化表演，仪式结束后还有祭月贡品分食的环节，不仅让人能感受到浓烈的汉风民俗文化，也能让部分幸运的参与者得到象征福泽的贡品吃食。

参与群体：广大市民、相亲活动男女、大学生、孤儿等

主题：慰问孤残儿童、看美景、做月饼、献爱心

主题口号：\"月圆天上，情满人间\"

活动时间：20xx年09月27日

活动介绍：中秋是个月圆人也团圆的日子，但是总有一群人在这个日子无法与家人团聚。这次景区邀请了扬州孤儿院的孤儿们来一起过这个节日，内容不再是简单的给孩子吃的、喝的、玩的，取而代之是教他们在中秋节自己动手做月饼，同时将做好的月饼献给一直以来关心和照顾他们的爱心人士。此外，在当晚的中秋祭月仪式上，他们中的一些小朋友也会为大家带来精彩的节目表演。

参与群体：社会各界爱心人士

主题：相亲会

主题口号：爱情的主旋律

活动时间：1期9月22日，2期10月中下旬

活动介绍：景区是第一个把交友类活动和户外旅游相结合的景点。

主题：\"中秋夜·露营赏月会\"

活动时间：20xx年xx月xx日

活动介绍：中秋是个团圆之夜，但仍有不少待在异乡不能回家团聚的人，或是想用别样的方式度过这样节日的人，景区特别策划了露营赏月会，除了能参加中秋祭月会，感受汉古文化，还可以看烟花、免费露营，如果足够幸运还能得到意外的惊喜。

参与群体：热心读者、电台听众、留洋的大学生代表。

主题：\"景区大寻宝\"

活动时间：中秋(xx-xx号)、国庆(1-7号)

活动介绍：大寻宝活动是景区的又一特色活动，以往一般只在五一、十一期间举办，今年的中秋节排在了国庆之前且靠得很近，景区将寻宝活动跨度拉长，让更多的市民游客可以参与其中，获得更多的乐趣和幸运。

参与群体：中秋国庆来景区的所有游客

主题：景区趣味表情大征集

主题口号：\"我是主角我happy，定格快乐景区\"

活动时间：9月20日-10月10日

活动介绍：只要在9月20日至10月10日期间，在景区迷人的背景下留下自己好玩的、搞笑的表情记录，快乐的、有趣的瞬间场景。摄影设备不限，不玩技术玩心情，不要专业要开心。相片发送至论坛、邮箱，或手机彩信发送xx，相片要求：景区游玩过程中表情特写，有趣的瞬间记录即可。

参与群体：中秋国庆期间在景区游玩的游客。

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