# 企业公益活动策划方案(优质12篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-04-10

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。企业公益活动策划方案篇一...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**企业公益活动策划方案篇一**

本站发布企业公益活动策划方案范文2024，更多企业公益活动策划方案范文2024相关信息请访问本站策划频道。

一、活动主题：金马之家百万爱心献老区

关键词：公益活动舆论宣传经营人心促销

活动目的：公益性与商业性相结合的义拍义卖营销活动

响应政府“建设社会主义新农村”号召和“青春家园建设”关爱行动，与共青团武汉市委、武汉市关心下一代工作委员会、武汉市青少年发展基金会、武汉市农业局、武汉市文化局、武汉市卫生局、武汉晚报社、武汉市广播电视局、武汉晚报社、武汉爱心文化传播中心等单位联手，推出大型公益活动“金马之家百万爱心献老区”。

联合政府机构、社会团体、新闻媒体共同举办，增强该活动的性、公益性、新闻性和可信度，这是企业组织公益活动的关键问题。

在即将到来的销售淡季，推出与金马之家经营项目和营销活动紧密相连的大型公益活动，寻找挖掘新闻点，吸引大众眼球，提升品牌形象，带动淡季的人流和销售，并为旺季销售做铺垫。

活动意义：

2、舆论宣传导向和新闻炒作：作为公益活动本身就有一定的新闻价值，通过合理的炒作为金马之家营销活动造势，增强大众对金马之家这一品牌的记忆、认知和好感。

3、提升企业形象及实际销售额：对于一个企业来说，获得大众认知便是企业的无形资产，社会效应越好，越能带动公司业绩飞升。

4、符合公司的经营理念：肖凯旋总裁曾多次在公司的会议上提出过企业使命感，在我们以全方位的产品定位解决了消费者的家装痛苦同时，我们同样要在公众心中媒体眼中塑造一个公益形象，营造优秀的企业文化，树立员工的价值观，通过经营人心的宏伟工程，为企业长足发展打下坚实的基础。

5、经济效益和社会效益双赢：

(1)通过整合优势资源，有效开展品牌形象战略目标;

(4)事半功倍的营销推广效果：本次活动主题突出，题材鲜明，受大众及媒体、政府部门关注程度高;且活动本身易于操作，炒作空间大;又与商户互动，投入少，能取得事半功倍的`品牌推广效果。

二、义卖(义拍)活动分析：

1.活动内容：

金马之家联合商户提供近百万价值的义卖产品，义卖款项作为爱心专款全部捐献革命老区的福利机构和弱势群体。

2.活动时间：2024年5月开始启动，至，在近一年的时间里开展一系列爱心义卖义拍及捐赠活动。

3.义卖产品来源：

(1)由金马之家商户赞助义拍义卖商品，尤其是卫浴、地板、磁砖、橱柜、电器、家具等全国知名品牌的厂家有较强的品牌推广意识，赞助投入产品的积极性高，同意以公益赞助为由头，做商业促销活动。

(2)目前公司的武湖基地尚有一批库存家具、床上用品等，可以作为义卖商品。

(3)计划在近一年的时间里，组织8-10次公益性主题促销和若干次捐赠活动，估计每次需提供价值1-5万元的家具建材商品进行义卖，作为捐赠款项资助革命老区。

4.活动难度：这项活动需要部分厂商配合，提供义拍商品。但是参与此次活动能给商家带来多项有形的回报，因此，说服商家提供拍卖品是可行的。

5.活动启动时间：5月27日、28日，每日一次，每天拍卖时间约为2小时。

以后每月1-2个周末定点举行义拍义卖公益活动。

三、扶助对象

以湖北省大别山革命老区为主要扶助对象，可以深入到大别山老区如：红安、麻城、大悟、罗田、英山、黄陂、新洲等地，根据不同时段，组织品牌磁砖、地板、洁具、橱柜橱配等厂家参与，推出相关主题促销活动，例如可做如下主题活动：

1.7-8月，高考后推出资助老区高考状元

2.9月，九九重阳节，如到老将军故里，为老将军或者其后人亲属献爱心

3.10月，为革命老区的福利机构献爱心

五、媒体支持

1.《武汉晚报》扶助行动栏目

2.《武汉晨报》

3.武汉电视台《百姓连线》

4.湖北广播电台

六、本次拍卖活动操作细则：

1.本次义拍活动为无底价义拍，即所有拍品0元起价，参与竞拍者自由叫价，最低喊价幅度为50元人民币。

2.本次拍卖会拍品由金马之家的商户提供，主要拍品有床、床垫、沙发、餐桌椅、沙发床等拍卖品。

3.本次拍卖会所得款项用于资助革命老区弱势群体。

4.本次拍卖会在金马之家建材家居门前广场举行。

5.本次拍卖为无底价拍卖，最终得主由工作人员带到收银台缴款;

7.拍卖师宣布拍卖开始，参与拍卖者开始出价。

8.每次叫价，拍卖师现场喊价3次，如没有人加价，拍卖师落锤，宣布成交。

8.工作人员现场将最后竞拍得主请上舞台，有电台、电视台进行现场采访。

10.由产品厂商代表恭贺该消费者成为金马之家爱心大使。

**企业公益活动策划方案篇二**

在xx工作的某位员工身患重病，要进行骨髓移植，现在已经找到了匹配的骨髓，但是需要大量的资金交付手术费用。以此为契机，拟开展爱心救助公益活动。

活动名称来由：既是友爱也是有爱，拼音引发文字联想，显示关爱主题。活动目的：救助重病患者，借此宣扬商城文化，塑造商城“有爱·友爱”的公益形象，也表现xx商贸城作为赢利机构回报社会，关爱社会的公益形象。

核心点将商业和公益相结合，淡化商业铜臭味，突出人文光辉。爱心促销以及爱心义卖活动本身具有很大的号召力，尤其是对于消费者而言，通过活动还可以使大家帮助到别人。不仅在物质上，在精神层次上满足了受众。

xx内固定成员以及带动流动客流参与到活动中，而且运用网络传播进行爱心救助号召，扩大活动的影响力，如果能连xx一起进行，那么由xx发起的本次活动必定会声明远播，随着的宣传报道就可以交由当地媒体免费宣传，很好的把握整个活动的节奏，保持时效性。

1、形式：

(1)促销、义卖和捐款相结合。

(2)爱心促销，主要是发动商城内有促销需求的商家，看他们是否愿意降低利润空间，进行爱心促销，将一部分的所得捐献。

(3)征集义卖品。价值(总价)低于xx元的义卖品收入为提供者捐助的义卖善款，高于xx元的义卖品可以按提供者的意愿，提出不低于义卖收入的x%作为义卖善款。

(4)捐款设置主要是xx商贸城各个出口设置爱心救助箱(箱内有散的一些纸币或者硬币)。

2、地点：xx商贸城内部店铺以及周围。

3、活动场地执行：促销活动按照惯例即可，是否要主持人，由促销商铺自行决定。主要是义卖现场，必须有主持人和专员负责，当然可以结合日韩服装交流会一起举行，注意展台布置和网络义卖。

4、人员安排：

(1)义工征集贴、活动方案发布：由宣传组xx会员俱乐部策划部负责。

(2)征集的义卖品集中地点：xx商贸城，由物资组xx物流负责

(3)发布义卖品清单及产品介绍，由物资组xx物流负责。

(4)后勤准备，由常务组xx负责。

(5)核准参加义卖义工名，由常务组xx负责。

(6)联系参加义卖的善友、社会单位，由常务组xx负责。

(7)活动执行紧急事项处理小组由xx门负责。

(8)网络宣传及发帖回帖由xx责。

5、财务预算：因为本次活动场地在xx商贸城内及周围，宣传在商城自有的网络上，所以财经支出包括：劳务费，设计印制发放宣传单的费用，布置场地的费用，爱心捐助箱的费用，摄制宣传片的费用。

预期效果分析：因为活动结合了物质利益点和精神满足，应该能够得到很大范围的传播及影响，而活动是由xx商贸城主办的并且地点也选在商贸城，所以能够很好的宣传商贸城的有爱形象。

影响人群及辐射力分析：由于传播主要是网络为主，可以很大程度上吸引那群网虫，影响关注爱心公益事业的人们，使之相互转帖，将社会影响力由当地扩展到全国。

可行性分析：商业促销是个吸引消费者眼球的词，而商城通过商业进行公益事业本身就存在盈利与奉献的矛盾，并且商贸城给需要降价促销的店主们一个契机，帮助他们引导了客流，虽然要捐献一部分所得，但降低了他们的直接利益损失，而且不用他们宣传和特别的布置，更能吸引商户参与。

宣传方面：正确引导舆论，回应质疑帖子要注意态度和语气措辞等等，注意控制恶意灌水的网友数目。

执行方面：要求执行人员态度素质良好，并能hold住场面。财务方面：将预算控制在一个可以接受的范围内。

注明组织者、参与者姓名、单位(如果是小组策划应注明小组名称、负责人)。

**企业公益活动策划方案篇三**

生态环境良好、生活环境优美，是一个地方经济建设的硬件，也是体现当地精神文明建设的价值体现。当今社会，市容整洁也已成为建设社会主义的任务之一。众所周知，随着现代社会的飞速发展，环保问题日益严峻，虽然这早已引起了人们的普遍重视，但真正行动起来、参与环保事业的人却寥寥无几。借国家6月1日实施减塑政策得东风，尽我们的微薄之力，大力宣传环保的重要性，唤起当代群众的环保意识，争取燃起更多人的激情，保护我们的碧水蓝天。

“少用塑料袋，共同建设美好家园”

1.通过组织活动来减少塑料袋得使用情况;

2.通过活动宣传提高和增强广大群众的环保意识、环保知识;

3.通过众多媒体的宣传让更多的人加入我们环保的队伍

以“节能减塑”为契机，大力促进环保事业。具体活动仪式以整治环境卫生、环保展览、绿色植树等形式。环保人物评选，在街头寻找不提塑料袋的人。

(待定)

(待定)

1.关于环保整治

(2)活动开展前1小时将所有事宜布置妥当，并根据活动具体清楚进行人员调动、分配等。

2.关于环保展览此次展览组成部分：

(1)前言：介绍此次环保展览的大体内容及意义。

(2)主体：展出有关环保的图片以及资料

(3)环保语录：主要是以我校广大青年志愿者服务者对环境问题的感悟、心声等。

3.关于绿色植树

(1)活动之前该地方负责人取得联系，协商好活动的具体时间、地点等;

(2)青年志愿者植树后将所做的绿色标语标牌放置在所植树旁。

开展环保整治活动------环保展览-------植树

1.活动负责人、各青年志愿者与7月2日早上8点集合，集体出发。活动结束后集体离开。

2.到达活动地点：9点活动准时开始。为期半天青年志愿者活动。

3.通讯组人员在活动结束后在24小时内写一篇活动报道，以便为活动总结提供良好的活动素材,以及正常开展后续宣传工作。

4.锄头、扫把等劳作工作若干(由当地政府提供)

**企业公益活动策划方案篇四**

今天在新闻上又看到老人在家里过，世尸体腐烂才被发现的消息，这样的事情一而再再而三的发生实在让人痛心。现在的中国正是在独生子女奋斗养家，父母双亲面临养老两者之间不能兼顾的两难境地。我为此特意策划了一个既能照顾老人的生活，又能让社区里的孩子获得生活技能的生活课的公益活动。

公益活动开展的必要条件 ：

1：需要得到社区居委会的支持

2：在社区内招募志愿家庭参与志愿活动的组织和课程安排

4：把志愿者的技能分类，根据老人的时间和喜好安排课程

课程的开展方式：

利用寒暑假期和周末的时间由我们的组织方、志愿家庭和社区一起安排设计课程。

备课，准备与课程相关的视频与文字资料(是孩子们在网上可以找到的，或者直接拍摄视频传到微信朋友圈)

课程教具准备：利用身边有的生活用品或者充分利用废品来制作教具

课程开展：在社区把志愿家庭根据条件分成不同的教场。流程以礼仪，认知，实践，创新为核心展开各课程。

根据老人的喜好和生活习惯安排课程和布置教场，例如：老人如果平时喜欢烹饪，那么课程的侧重点就放在厨房，课程内容从烹饪的基础知识开始开展，煎炒烹炸熬溜炖煮，各种佐料的用法和顺序，以及属性。各种厨房工具的使用。各菜系名菜的做法及背后的故事。在课程中间不断穿插与烹饪相关的各种常识，比如怎么挑选蔬菜、肉和调料(分辨质量好坏的小窍门)，怎么样快速又科学的处理食材，怎么样搭配饮食更健康，了解食物相克的原理，避免同食。搭配科学小实验让孩子了解食物间发生反应的原理。

其他课程以此类推，让课程内容可以学以致用，并以生动有趣易学易掌握为课程设计的核心。

**企业公益活动策划方案篇五**

公益性与商业性相结合的义拍义卖营销活动

响应政府“建设社会主义新农村”号召和“青春家园建设”关爱行动，与共青团武汉市委、武汉市关心下一代工作委员会、武汉市青少年发展基金会、武汉市农业局、武汉市文化局、武汉市卫生局、武汉晚报社、武汉市广播电视局、武汉晚报社、武汉爱心文化传播中心等单位联手，推出大型公益活动“金马之家百万爱心献老区”。

联合政府机构、社会团体、新闻媒体共同举办，增强该活动的权威性、公益性、新闻性和可信度，这是企业组织公益活动的关键问题。

在即将到来的销售淡季，推出与金马之家经营项目和营销活动紧密相连的大型公益活动，寻找挖掘新闻点，吸引大众眼球，提升品牌形象，带动淡季的人流和销售，并为旺季销售做铺垫。

2、舆论宣传导向和新闻炒作：作为公益活动本身就有一定的新闻价值，通过合理的炒作为金马之家营销活动造势，增强大众对金马之家这一品牌的记忆、认知和好感。

3、提升企业形象及实际销售额：对于一个企业来说，获得大众认知便是企业的无形资产，社会效应越好，越能带动公司业绩飞升。

4、符合公司的经营理念：肖凯旋总裁曾多次在公司的会议上提出过企业使命感，在我们以全方位的产品定位解决了消费者的家装痛苦同时，我们同样要在公众心中媒体眼中塑造一个公益形象，营造优秀的企业文化，树立员工的价值观，通过经营人心的宏伟工程，为企业长足发展打下坚实的基础。

5、经济效益和社会效益双赢：

（1）通过整合优势资源，有效开展品牌形象战略目标；

（4）事半功倍的营销推广效果：本次活动主题突出，题材鲜明，受大众及媒体、政府部门关注程度高；且活动本身易于操作，炒作空间大；又与商户互动，投入少，能取得事半功倍的品牌推广效果。

1、活动内容：

金马之家联合商户提供近百万价值的义卖产品，义卖款项作为爱心专款全部捐献革命老区的福利机构和弱势群体。

2、活动时间：2024年5月开始启动，至，在近一年的时间里开展一系列爱心义卖义拍及捐赠活动。

3、义卖产品来源：

（1）由金马之家商户赞助义拍义卖商品，尤其是卫浴、地板、磁砖、橱柜、电器、家具等全国知名品牌的厂家有较强的品牌推广意识，赞助投入产品的积极性高，同意以公益赞助为由头，做商业促销活动。

（2）目前公司的武湖基地尚有一批库存家具、床上用品等，可以作为义卖商品。

（3）计划在近一年的时间里，组织8—10次公益性主题促销和若干次捐赠活动，估计每次需提供价值1—5万元的家具建材商品进行义卖，作为捐赠款项资助革命老区。

4、活动难度：这项活动需要部分厂商配合，提供义拍商品。但是参与此次活动能给商家带来多项有形的回报，因此，说服商家提供拍卖品是可行的。

5、活动启动时间：5月27日、28日，每日一次，每天拍卖时间约为2小时。

以后每月1—2个周末定点举行义拍义卖公益活动。

以湖北省大别山革命老区为主要扶助对象，可以深入到大别山老区如：红安、麻城、大悟、罗田、英山、黄陂、新洲等地，根据不同时段，组织品牌磁砖、地板、洁具、橱柜橱配等厂家参与，推出相关主题促销活动，例如可做如下主题活动：

1、7—8月，高考后推出资助老区高考状元

2、9月，九九重阳节，如到老将军故里，为老将军或者其后人亲属献爱心

3、10月，为革命老区的福利机构献爱心

1、《武汉晚报》扶助行动栏目

2、《武汉晨报》

3、武汉电视台《百姓连线》

4、湖北广播电台

1、本次义拍活动为无底价义拍，即所有拍品0元起价，参与竞拍者自由叫价，最低喊价幅度为50元人民币。

2、本次拍卖会拍品由金马之家的商户提供，主要拍品有床、床垫、沙发、餐桌椅、沙发床等拍卖品。

3、本次拍卖会所得款项用于资助革命老区弱势群体。

4、本次拍卖会在金马之家建材家居门前广场举行。

5、本次拍卖为无底价拍卖，最终得主由工作人员带到收银台缴款；

6、本次拍卖活动拟定于5月27—28日下午3点进行，提前展示拍卖品，由主持人现场详细介绍其品牌、功能等（内容由商家提供）。

7、拍卖师宣布拍卖开始，参与拍卖者开始出价。

8、每次叫价，拍卖师现场喊价3次，如没有人加价，拍卖师落锤，宣布成交。

8、工作人员现场将最后竞拍得主请上舞台，有电台、电视台进行现场采访。

10、由产品厂商代表恭贺该消费者成为金马之家爱心大使。

**企业公益活动策划方案篇六**

为了帮助需要帮助的人，有些企业会举行公益活动，那么活动的方案该怎么策划呢?下面本站小编整理了企业公益活动

策划方案

，供你参考!

一.背景

xx有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资320xx万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

二.目的

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

三.活动主题

假如没有水，生活将会怎样

四.活动目标

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

五.活动对象

广大群众

六.活动时间和地点

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20于万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

10月12号下午来自xx大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

七.活动项目流程设计

(一)

首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

(二)

本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

(三)

本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

八.媒介宣传

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

九.进度安排

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

十.物料准备

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

十一.费用预算

十二.效果评估

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

一、活动背景：

在银基商贸城工作的某位员工身患重病，要进行骨髓移植，现在已经找到了匹配的骨髓，但是需要大量的资金交付手术费用。以此为契机，拟开展爱心救助公益活动。

郑州没有商贸公司开展爱心公益活动的例子，借此机会(o)开公益先河，利用商贸城本身人流量大的优势(s)协助活动顺利进行。弱点(w)救助对象过于单薄，需要升华救助的意义，避免舆论导向负面炒作。人们同情心淡薄且信任感薄弱(t)，如果活动不能够很好的吸引人们或者满足人们某一方面的需求，活动都可能破产或者无人问津。

二、活动目的及意义：

活动名称来由：既是友爱也是有爱，拼音引发文字联想，显示关爱主题。 活动目的：救助重病患者，借此宣扬商城文化，塑造商城“有爱·友爱”的公益形象，也表现银基商贸城作为赢利机构回报社会，关爱社会的公益形象。

核心点将商业和公益相结合，淡化商业铜臭味，突出人文光辉。爱心促销以及爱心义卖活动本身具有很大的号召力，尤其是对于消费者而言，通过活动还可以使大家帮助到别人。不仅在物质上，在精神层次上满足了受众。

三、活动目标对象：

商贸城内固定成员以及带动流动客流参与到活动中，而且运用网络传播进行爱心救助号召，扩大活动的影响力，如果能连同周遭商贸城一起进行，那么由银基发起的本次活动必定会声明远播，随着的宣传报道就可以交由当地媒体免费宣传，很好的把握整个活动的节奏，保持时效性。

四、活动开展：

1.形式：(1)促销、义卖和捐款相结合(2)爱心促销，主要是发动商城内有促销需求的商家，看他们是否愿意降低利润空间，进行爱心促销，将一部分的所得捐献。(3)征集义卖品。价值(总价)低于100元的义卖品收入为提供者捐助的义卖善款，高于100元的义卖品可以按提供者的意愿，提出不低于义卖收入的5%作为义卖善款。(4)捐款设置主要是银基商贸城各个出口设置爱心救助箱(箱内有散的一些纸币或者硬币)。

2.地点：银基商贸城内部店铺以及周遭

3.活动场地执行：促销活动按照惯例即可，是否要主持人，由促销商铺自行决定。主要是义卖现场，必须有主持人和专员负责，当然可以结合日韩服装交流会一起举行，注意展台布置和网络义卖。

4.活动日常表

5.人员安排：(1)义工征集贴、

活动方案

发布：由宣传组银基会员俱乐部策划部负责 (2)征集的义卖品集中地点：银基商贸城，由物资组银基物流负责 (3)发布义卖品清单及产品介绍，由物资组银基物流负责 (4)后勤准备，由常务组 负责(5)核准参加义卖义工名，由常务组负责(6)联系参加义卖的善友、社会单位，由常务组负责 (7)活动执行紧急事项处理小组由\*部门负责。 (8)网络宣传及发帖回帖由负责。

6.财务预算：因为本次活动场地在银基商贸城内及周遭，宣传在商城自有的网络上，所以财经支出包括：劳务费，设计印制发放宣传单的费用，布置场地的费用，爱心捐助箱的费用，摄制宣传片的费用。

五、活动分析：

预期效果分析：因为活动结合了物质利益点和精神满足，应该能够得到很大范围的传播及影响，而活动是由银基商贸城主办的并且地点也选在商贸城，所以能够很好的宣传商贸城的you爱形象。

影响人群及辐射力分析：由于传播主要是网络为主，可以很大程度上吸引那群网虫，影响关注爱心公益事业的人们，使之相互转帖，将社会影响力由当地扩展到全国。

可行性分析：商业促销是个吸引消费者眼球的词，而商城通过商业进行公益事业本身就存在盈利与奉献的矛盾，并且商贸城给需要降价促销的店主们一个契机，帮助他们引导了客流，虽然要捐献一部分所得，但降低了他们的直接利益损失，而且不用他们宣传和特别的布置，更能吸引商户参与。

六、活动中应注意的问题及细节：

宣传方面：正确引导舆论，回应质疑帖子要注意态度和语气措辞等等，注意控制恶意灌水的网友数目。

执行方面：要求执行人员态度素质良好，并能hold住场面。 财务方面：将预算控制在一个可以接受的范围内。

七、活动负责人及主要参与者(组织机构)：

注明组织者、参与者姓名、单位(如果是小组策划应注明小组名称、负责人)。

一、活动背景

为弘扬中华民族扶贫济困的传统美德，提高全民慈善理念，xx年爱心助学会第一届慈善义演是进一步营造全民慈善的良好氛围，弘扬慈善文化，倡导奉献爱心，本次晚会是慈善与本土文化的完美结合，以“爱心传递，真情助学”为主题的义演将在东方红广场举办。

二、活动目的、意义

开展以“爱心传递，真情助学”为主题的慈善义演活动，是为了引导更多的市民关注焦作贫困学生，关注我们身边的弱势群体，我们真诚希望社会各界人士尽自己一份小小的心意，俗话讲滴水能汇成大海，只要人人献出一份爱，这世界将变的更美好!

以义演方式倡导市民关注我们身边的贫困学生，通过义演活动唤起全社会对慈善事业理解、尊重、关心与帮助，扩大慈善事业的影响力。倡导“奉献、友爱、互助、进步”的义工精神。

三、组织机构

主办单位：爱心助学会

支持单位：富亚健康漆焦作总代理、今典婚庆公司

活动名称：“爱心传递，真情助学”大型慈善义演

活动时间：20xx年9月11日(周六)

活动地点：东方红广场

宣传媒体：山阳论坛

四、赞助公司方面

(一)自己协调捐助单位，确定捐助意向和捐助金额。

(二)用希望工程正规票据为赞助公司出具票据

(三)在义演中，请赞助公司上台举捐助牌。

(四)在演出场地周边布置展板，对热心企业、个人进行答谢。

五、安全预案

为确保活动期间的安全，使本次活动顺利、圆满地进行，特拟定安全保卫

工作方案

如下：

(一)指导思想：精心组织、周密部署、密切配合、定岗、定员、定责，确保晚会万无一失，使慈善义演安全顺利进行。

(二)组织领导：为加强本次活动安全保卫工作的组织领导，负责，成立后勤保障应急小组，负责布置、协调和指挥此次活动的安全保卫后勤工作。

六、募集资金使用计划

1、助学计划：所募得的款项一部分用捐助贫困学生(400元/人/学期)

2、募集资金比较充裕的情况下，建立图书室2座(大概8000元)

**企业公益活动策划方案篇七**

方案一：企业公益活动策划方案

一、活动主题：金马之家百万爱心献老区

关键词：公益活动舆论宣传经营人心促销

活动目的：公益性与商业性相结合的义拍义卖营销活动

响应政府“建设社会主义新农村”号召和“青春家园建设”关爱行动，与共青团武汉市委、武汉市关心下一代工作委员会、武汉市青少年发展基金会、武汉市农业局、武汉市文化局、武汉市卫生局、武汉晚报社、武汉市广播电视局、武汉晚报社、武汉爱心文化传播中心等单位联手，推出大型公益活动“金马之家百万爱心献老区”。

联合政府机构、社会团体、新闻媒体共同举办，增强该活动的权威性、公益性、新闻性和可信度，这是企业组织公益活动的关键问题。

在即将到来的销售淡季，推出与金马之家经营项目和营销活动紧密相连的大型公益活动，寻找挖掘新闻点，吸引大众眼球，提升品牌形象，带动淡季的人流和销售，并为旺季销售做铺垫。

活动意义：

2、舆论宣传导向和新闻炒作：作为公益活动本身就有一定的新闻价值，通过合理的炒作为金马之家营销活动造势，增强大众对金马之家这一品牌的记忆、认知和好感。

3、提升企业形象及实际销售额：对于一个企业来说，获得大众认知便是企业的无形资产，社会效应越好，越能带动公司业绩飞升。

4、符合公司的经营理念：肖凯旋总裁曾多次在公司的会议上提出过企业使命感，在我们以全方位的产品定位解决了消费者的家装痛苦同时，我们同样要在公众心中媒体眼中塑造一个公益形象，营造优秀的企业文化，树立员工的价值观，通过经营人心的宏伟工程，为企业长足发展打下坚实的基础。

5、经济效益和社会效益双赢：

（1）通过整合优势资源，有效开展品牌形象战略目标；

（4）事半功倍的营销推广效果：本次活动主题突出，题材鲜明，受大众及媒体、政府部门关注程度高；且活动本身易于操作，炒作空间大；又与商户互动，投入少，能取得事半功倍的品牌推广效果。

二、义卖（义拍）活动分析：

1.活动内容： 金马之家联合商户提供近百万价值的义卖产品，义卖款项作为爱心专款全部捐献革命老区的福利机构和弱势群体。

2.活动时间：xx年5月开始启动，至，在近一年的时间里开展一系列爱心义卖义拍及捐赠活动。

3.义卖产品

当机会来敲门时，你的选择会是什么？

三、活动目的:

1.走进残障儿童的生活，带走他们的烦恼，留下欢声笑语；

2.鼓励支持残障儿童的创新力，树立他们的自信心，提高他们的沟通能力；

3.呼吁社会对残障儿童给予更多关爱；

4.给予大学生社会实践、培养技能与社区服务的机会；

7.作为南京大学的一名出色学子，怀着报效社会的一腔热情，我们有那份责任去关心社会的弱势群体，本次活动为大家提供了一次绝佳的献爱心的机会，让广大南大学子向社会残障儿童传递爱与关怀。

四、时间安排

9月25日前：筹集所需的购买画笔、纸张与制作日历的资金；

10月15日前：召集志愿者到各自联系的残障儿童机构开展活动；

11月1日前：制作、印刷出日历；

11月、12月：销售日历并继续筹集资金印刷更多日历销售；

1月15日前：将所有收益捐赠残障儿童机构；

五、活动流程： 宣传：

活动前期：

1、通过我院青协人人主页、微博主页等进行网络宣传，介绍本次公益活动，同时并招募有兴趣的资金赞助者和投资者。

2、分发传单100~200张，介绍本次活动并招募前往残障儿童机构的志愿者。

3、在食堂门口摆展台宣传来招募志愿者，同时可借此机会募集一定的资金。

活动后期：

1、总结本次活动，并且将活动总结发至小百合。

2、回顾本次活动，制作视频或相册集，记录下做志愿者的过程中所发生的事情并发至网络上。

3、向国际儿童艺术基金会汇报成果。 活动具体流程

1、志愿者的招募，拟定40人左右参与本次活动，在带志愿者前往残障儿童机构之前对其进行一定的培训，以帮助他们能够更好地与孩子们交流沟通。

2、联络残障儿童机构，告之具体的时间活动内容。

3、关于资金的筹集见下面

4、在活动进行过程中，活动主要内容分为三大板块：与孩子们共同画日历图案、帮助打扫残障儿童机构、带孩子们一起前往南京玄武湖等风景区玩耍（一对一保障孩子们的安全）

5、对孩子们与志愿者共同画出的画进行筛选，作为日历本的每一页的图案，设计日历。

6、联络印刷公司印刷日历（具体数目由资金决定），然后再南京大学校园内以及仙林中心、新街口等地出售。

7、赚到的钱收回成本、按比例返还投资者等后，捐献给残障儿童机构。

8、完成本次活动后，总结活动，并且将之反馈给国际儿童艺术基金会。

六、活动预算：

方案五：企业公益活动策划方案

一、活动背景及特点介绍

（1）、活动时间、地点及相关情况介绍

将于xx年8月26日晚7点在江苏省苏州市xxx影剧院（或体育场）举行（具体活动时间、地点等待定）

（2）、活动特点

1、活动可采取互动形式，市民可以完全开放和自由参与活动、观看！实现真正的最规模和最群众化。

2、层次高雅

本次活动选择繁华的xx路苏州市沧浪区体育学院，并邀请个主流媒体助阵！

二、活动嘉宾及规模规格介绍

1、参与活动者介绍

政府领导、社会名流、致命企业代表、各媒体等。

2、活动支持机构介绍

活动的举办将争取各协办单位、支持机构鼎立支持

a支持单位：（待定）

b主办单位：爱心公益网（其余待定）

c承办单位：（待定）

d协办单位：（待定）e：媒体支持：（拟定）

三、支持（介入）实施细则

1、支持（介入）方式：最主要的资金赞助单位可作为主办方之一参与活动的实施方案的研究讨论，并负责义演活动的组织实施，支持单位负责协调义演所必需保证的交通、电力、工商税务、治安等工作。

2、全冠名

晚会现场可由特别主办单位、协办单位、指定赞助机构等。

3、资金赞助

向活动提供费用赞助

4、赞助公益活动的回报和意义

通过赞助支持活动达到形象提升和推广的目的，将获得包括以下回报：从7月份起在有关支持媒体、网站推出系列宣传，介绍活动安排，对我赞助单位也相当于做系列宣传活动。

5、支持（介入）意义

本次公益活动无论从参与单位，还是活动规模，将引起主流传媒的广泛关注，作为参与者无疑是最具有价值的一次参与。活动不仅有利于宣传了服务社会公益事业，透视社会公益事业发展现状，同时有利于提高苏州民众爱心意识。从而对各参与单位将具有积极的意义。

6、作为活动的承（协）办单位：

b、争取各主流媒体的相关报道、跟踪报道--非付费性质

c、活动网站上做相关链接、宣传

d、活动现场的相关布置（包括条幅、志愿者旗帜、红帽子、胸章、卡通气模、纸杯均可标注企业广告）

e、赞助单位自行组织员工方阵

四、活动控制（由主办单位和承办单位共同负责）

五、活动执行（由承办单位制定出方案，报主办单位审查后组织实施）

六、活动费用（具体费用另做预算）

**企业公益活动策划方案篇八**

深圳食品饮料有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于深圳高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资32000万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

假如没有水，生活将会怎样

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

广大群众

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20于万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

10月12号下午来自xx大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

(一)

首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

(二)

本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

(三)

本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的.沟通。

**企业公益活动策划方案篇九**

深圳食品饮料有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于深圳高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资320\_万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

假如没有水，生活将会怎样

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

广大群众

x月xx开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款xx万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

x月xx号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

x月xx号下午来自\_大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

x月xx日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

此次活动将会在xx市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

**企业公益活动策划方案篇十**

本站发布2024年最新企业公益活动策划方案，更多2024年最新企业公益活动策划方案相关信息请访问本站策划频道。

一.背景

深圳食品饮料有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于深圳高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资32000万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

二.目的

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

三.活动主题

假如没有水，生活将会怎样

四.活动目标

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

五.活动对象

广大群众

六.活动时间和地点

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20于万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

10月12号下午来自xx大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

七.活动项目流程设计

(一)

首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

(二)

本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的`围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

(三)

本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

八.媒介宣传

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

九.进度安排

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

十.物料准备

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

十一.费用预算

十二.效果评估

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

**企业公益活动策划方案篇十一**

二、活动目的及意义

开展以\"爱心传递，真情助学\"为主题的慈善义演活动，是为了引导更多的市民关注焦作贫困学生，关注我们身边的弱势群体，，俗话讲滴水能汇成大海，只要人人献出一份爱，这世界将变的更美好!

三、活动组织机构

政府机关领导、交行省级分行领导、当地各知名企业领导、各媒体记者等;

四、活动主题

1、主办单位：深圳市机械行业协会;

2、活动名称：\"爱心传递，真情助学\"大型慈善义演;

3、活动时间：20xx年11月11日

4、活动地点：\*\*大酒店：

五、赞助公司方面

1、自己协调捐助单位，确定捐助意向和捐助金额;

2、用希望工程正规票据为赞助公司出具票据：

3、在义演中，请赞助公司上台举捐助牌：

4、在演出场地周边布置展板，对热心企业、个人进行答谢：

六、安全预案

为确保活动期间的安全，使本次活动顺利、圆满地进行，特拟定安全保卫工作方案如下

2、组织领导：为加强本次活动安全保卫工作的组织领导，负责，成立后勤保障应急小组，负责布置、协调和指挥此次活动的安全保卫后勤工作：

七、募集资金使用计划

为确保活动期间的安全，使本次活动顺利、圆满地进行，特拟定安全保卫工作方案如下

1、助学计划：所募得的款项一部分用捐助贫困学生;

2、募集资金比较充裕的情况下，建立图书室2座：

八、注意事项

1、外联组：负责联系热心商家为孩子寻找捐助人和义演当天广场的义卖商家的寻找及义卖活动。

2、接待组：负责各个相关组织人员的接待和关系的协调、场地的联系。

3、宣传组：负责宣传品的设计，定稿。

4、舞台组：负责演出现场的设备(灯光、音响、舞台等的设计维护)。

5、晚会总协调：负责向社会征集内容健康向上节目，望热心朋友积极参加并提供支持以及活动当天将进行现场义卖活动!

**企业公益活动策划方案篇十二**

公益活动是从长远着手，出人、出物或出钱赞助和支持某项社会公益事业的公共关系实务活动。公益活动的宣传是目前社会组织特别是一些经济效益比较好的企业，用来扩大影响，提高美誉度的重要手段。下面是企业公益活动

策划书

，欢迎参阅。

一.背景

深圳食品饮料有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于深圳高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资320xx万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

二.目的

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

三.活动主题

假如没有水，生活将会怎样

四.活动目标

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

五.活动对象

广大群众

六.活动时间和地点

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20于万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

10月12号下午来自xx大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

七.活动项目流程设计

(一)首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

(二)本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

(三)本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

八.媒介宣传

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

九.进度安排

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

十.物料准备

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

十一.费用预算

十二.效果评估

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

一、活动背景

二、活动目的及意义

开展以\"爱心传递，真情助学\"为主题的慈善义演活动，是为了引导更多的市民关注焦作贫困学生，关注我们身边的弱势群体，我们真诚希望社会各界人士尽自己一份小小的心意，俗话讲滴水能汇成大海，只要人人献出一份爱，这世界将变的更美好!

三、活动组织机构

政府机关领导、交行省级分行领导、当地各知名企业领导、各媒体记者等;

四、活动主题

1、主办单位：深圳市机械行业协会;

2、活动名称：\"爱心传递，真情助学\"大型慈善义演;

3、活动时间：20xx年11月11日

4、活动地点：\*\*大酒店：

五、赞助公司方面

1、自己协调捐助单位，确定捐助意向和捐助金额;

2、用希望工程正规票据为赞助公司出具票据：

3、在义演中，请赞助公司上台举捐助牌：

4、在演出场地周边布置展板，对热心企业、个人进行答谢：

六、安全预案

2、组织领导：为加强本次活动安全保卫工作的组织领导，负责，成立后勤保障应急小组，负责布置、协调和指挥此次活动的安全保卫后勤工作：

七、募集资金使用计划

为确保活动期间的安全，使本次活动顺利、圆满地进行，特拟定安全保卫工作方案如下

1、助学计划：所募得的款项一部分用捐助贫困学生;

2、募集资金比较充裕的情况下，建立图书室2座：

八、注意事项

1、外联组：负责联系热心商家为孩子寻找捐助人和义演当天广场的义卖商家的寻找及义卖活动。

2、接待组：负责各个相关组织人员的接待和关系的协调、场地的联系。

3、宣传组：负责宣传品的设计，定稿。

4、舞台组：负责演出现场的设备(灯光、音响、舞台等的设计维护)。

5、晚会总协调：负责向社会征集内容健康向上节目，望热心朋友积极参加并提供支持以及活动当天将进行现场义卖活动!

一、活动目的

爱心活动将按照“政府指导，民间运作，社会参与，百姓受益”的原则，充分动员和引领社会力量扶弱助困，树立爱心企业的良好形象。通过贴近群众生活的“爱心活动”将扶孤助困等活动日常化，加大帮助困难群众的工作力度，为他们提供及时、必要的关心和社会援助，共同构建和-谐社会。

二、活动

口号

爱心献给最可爱的人

三、活动内容

1.前期的宣传发动通过市广播电视台进行深入细致的宣传，广泛传播开展“爱心活动”的宗旨和公益性原则。积极争取社会支持，动员企业单位，采取自愿原则向“爱心活动”捐赠月饼或其它生活物品。

2、爱心活动的日程安排

(1)9月5日—18日：在市电视台滚动字幕反复播放相关内容，倡议月饼厂商进行义捐。同时公布报料热线电话，让广大电视观众寻找身边的捐助对象，让观众参与，形成互动。

(2) 9月19日—21日：确定合作伙伴;根据观众提供的报料，整理出受捐对象，制定慰问路线。

(3)22或23日：共青团琼海市委、市电视台、爱心企业代表、爱心社志愿者组成慰问队伍，深入基层、到特困对象家里慰问并送上慰问品(月饼为主)。

3、开展爱心传递，建立结对服务。结合志愿海南爱心社“爱他，就去陪他”关爱老幼活动，动员志愿者与此次活动中搜集到的“孤寡老幼”建立结对关系，用爱心促进大家共同成长，用真诚达到互帮互助。

四、有关事项

1、需要整合的互利资源。

(1)媒体资源：整体宣传活动属社会公益活动，媒体将有广泛的关注度。因此企业知名度与大众美誉度，可在短期内得到稳健而又迅速提升，为企业赢得更多的口碑资本。

(2)政府资源：通过公益活动给困难群众送温暖，拉近政府和群众彼此之间的距离，从而奠定牢固的干群关系。

(3)企业伙伴资源：运用全程支持身份进行联手活动，等于送给企业广告机会。

(4)社会资源：公益活动的辐射作用，将企业形象深深的印在在公众心目中，树立良好的品牌形象、及社会公益形象。

2、企业宣传策划。

(1)为爱心企业提供专业专项策划与执行。

(2)在平面媒体、电视媒体及网络媒体报道中宣传爱心企业。

(3)爱心企业享受活动现场条幅宣传广告权、活动现场文化衫冠名权、享受活动影像资料使用权。

(4)爱心企业拥有结合本次活动进行产品促销或品牌推广的权利，也可以结合活动在有限期内进行商业活动宣传。

(5)活动结束，给爱心企业赠送锦旗留念。

3、受捐对象居住在琼海农村的原红色娘子军老战士、革命伤残军人。

注：所有赞助条款根据赞助商的要求协商拟订，并以双方最终签署协议。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn