# 2024年活动策划方案案例 方案策划案例(精选11篇)

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-06-17

*确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。活动策划方案案例篇一1.让”帝豪”...*

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

**活动策划方案案例篇一**

1.让”帝豪”这一品牌在当地拥有一定的口碑和客户群

2.由于“吉利”汽车一直贯彻“性价比标杆”这一思想还不足以深入普通老百姓生活。根据品牌定位，深入基层，走进老百姓生活这一理念必须起到实质性的效果。所以这次的活动的意义就在于此。

3.通过全民家庭的参与，提升帝豪汽车的品牌知名度

4.通过活动，让更多的人知道，“帝豪”汽车不光在价钱上为普通老百姓考虑，而且在安全性能上，实际操作上，实用性方面都是处于国内领先水平，真正意义上的中国自主汽车的“性价比”标杆。

5.通过此次活动力争让“帝豪”汽车能够普遍进入大众家庭或者部分中小企业

7.把”实用性家庭轿车”的理念推广到当地,从而为本公司产品赢得市场先机。

本次活动是通过与巴州文化文体局、巴州民政局等政府职能部门的.合

作，打造巴州最具影响力全民幸福家庭评比活动。此活动的影片将在巴州文体宣传部门进行展示。活动通过借助政府影响力，制造全城轰动的事件，以此提升帝豪汽车在巴州的品牌形象，树立巴州新普张帝豪4s店的社会公益形象。从而造就帝豪汽车成为巴州普通家庭购车的首选品牌之一。

：欢快祥和浓烈积极

由甲方单位自主操办媒体宣传工作,与乙方单位无关.

（1）报名时间：7月1日——7月22日

（2）报名条件：所有以家庭为单位参赛的队伍均可报名

（3）报名要求：所有参赛队伍，必须上交一张各自认为各自

家庭最具代表性的一张照片，并以文字形式诉说照片背后的故事、(注照片形式实物或电子版)

2、参加活动者可以通过网上报名填写网络电子报名表。

3、在指定商场设置咨询台现场填写报名表商场设有海报、易拉宝进行产品展示与活动宣传。（汇嘉、天百、亿家、金三角、小康城）

（1）海选：由大赛组委会根据参赛队伍上交的资料，进行初步

淘汰。选出最感人，最具代表意义和幸福感最高的家庭晋级20强的决赛。

（2）决赛：

1.各种趣味活动（如三人四足，你比我猜等）来判定家庭默契程度，协作能力等，选出五组优秀家庭进入最后总决赛。

2.总决赛通过家庭才艺比拼，有奖知识问答等决出前三名。

（1）海选：由公司相关部门负责筛选

（2）总赛：由公司相关部分分派人员进行现场考核打分

：当地地方电视台以及当地知名报纸进行跟踪报道（由甲方负责）

：海选：7月15日——22日

：7月28日

：8月4日

（1）冠军：奖励帝豪5000元打折卷+车载gps定位系统

（2）亚军：奖励帝豪4000元打折卷+车载冰箱一台

（3）季军：奖励帝豪3000元打折卷+车载mp3一部

（4）所有参与本次活动并且进入前20名送纪念品加一张购帝豪送

3000装修大礼包（前三名除外）

（5）所有参与本次活动进入前20名的家庭，都有帝豪提供的3000

元购车折扣券，同时他们的家庭故事都将刊登到当地报刊（共十期，每期刊登两组家庭）

（6）凡报名参与本次活动的家庭，均有丰厚礼品相送。

（1）海选：巴州文化局

（2）决赛：巴州文化局

（3）总决赛：孔雀河风帆广场

活动流程细节：活动海选前期、活动海选期间、活动决赛期间、活动总决赛期间

海选活动期间：20xx年7月1日—7月22日

海选活动筛选方式：第一步,家庭代表成员才艺展示，；第二步，成员中每人关于家庭中最难忘的事描述；第三步知识测试；选出20位家庭参加决赛。

活动决赛期间：

1.时间安排

2.活动流程

3.人员配置

4.后勤保障时间：20xx年7月28日上午10.30---12.30

活动流程：

上午：

09:30统一各岗位服饰，各岗位人员分工，迎宾礼节排演，

10:00各岗位人员到岗，活动场地人员到岗、停车场地人员到岗音效负责人放音乐

10:50分组比赛开始，每小组参赛游戏活动一致

**活动策划方案案例篇二**

只有对楼盘进行充分的调研，才能找出了自身的弱点和优点，审视产品，摆正了迎战市场的恰当位置。这样，我们才能对症下药，才能在理性的\'基础上，充分发挥产品的优势点，策划才能行之有效。

(1)物业的定位;

(2)建筑、配套、价格的优劣势分析;

(3)目标市场的分析;

(4)目标顾客的特征、购买行为的分析;

2、市场的调研

或许有人讲，搞房地产项目靠的是经验，但须知，市场调研的目的是从感性的经验，结合不断变化和细分的市场信息，提升到理性的层次，科学地对所有在规划、推广过程中将出现的问题进行有效的预测。

在市场经济的竞争下，闭门造车或迷信经验终究是不行的。

(1)区域房地产市场大势分析;

(2)主要竞争对手的界定与swot的分析;

(3)与目前正处于强销期的楼盘比较分析;

(4)与未来竞争情况的分析和评估。

3、企划的定位

定位是所有广告行为开展的一个主题，就像一个圆心，通过项目的调研，制定楼盘定位，提炼usp(独特的销售主张)，提出推广口号，使楼盘突现其与众不同的销售卖点。

寻找最能代表目标顾客对家庭和生活方式的理解作为创作原素，以此作为广告的基调，并以艺术的方式放大，使广告更具形象力、销售力。

4、推广的策略及创意的构思

房地产广告，有的决策者是去到哪里，做到哪里，既没有时间安排，更没有周期概念。当楼盘无明显优势时，竞争显得激烈，则手忙脚乱，怨声载道。

房地产广告必须以有效、经济为原则，讲究策略性、计划性

5、传播与媒介策略的分析

有人说，广告费花在媒体上有一半是浪费的。确实，只有发挥好媒体的效率，才能使有限广告经费收到最大的经济效益，广告公司为客户选择、筛选并组合媒体是为客户实现利润最大化。

整合传播则是围绕既定的受众，采取全方位的立体传播，在最短时期内为楼盘树立清晰的形象，并以持续一致的形象建立品牌。

(1)不同媒体的效应和覆盖目标;

(2)不同种类、不同时间、不同篇幅的报纸广告分析;

(3)不同种类、不同时间、不同篇幅的杂志广告分析;

(4)不同电视台、不同时段、不同栏目的电视广告分析;

(5)不同电台、不同时段、不同栏目的电台广告分析;

(6)不同地区、不同方式的夹报dm分析;

(7)户外或其他媒体的分析;

(8)不同的媒体组合形式的分析。

6、阶段性推广总体策略

房地产广告，有的决策者是想到哪里，做到哪里，既没有时间安排， 更没有周期概念，面对激烈的市场竞争，则始终处于被动状态， 只能叹怨广告无效。

规范的市场营销对楼盘的推广是一套系统工程，根据市场反映结合施工进度， 针对竞争对手，形成一套有效、经济的阶段性策略尤为重要。

7、阶段性广告和媒介宣传

房地产阶段性广告创作要挖掘记忆点、找准利益点、把握支持点，以阶段性目标为指导，全方位地实施强有力的广告攻势，合理运用户外媒体，印刷媒体和公共传播媒体这各具优点的三套车纵横交错，整合传播。

(1)广告的重点;

(2)广告的主题和表现手法;

(3)各类媒体广告的创意与制作;

(4)媒体的发布形式和频率;

(5)整合传播的策略;

(6)媒体发布的代理。

8、阶段性促销活动的策略

促销的最大目的是，在一定时期内，以各种方式和工具来刺激和强化市场需求，达到销售促进的目的。

(1)促销活动的主题;

(2)促销活动的计划和实施监督;

(3)促销活动与销售执行的引导、建议;

(4)促销活动的效果评估和市场反映的总结。

9、阶段性公共关系的策略

善于借用各种社会事件制造楼盘的新闻噱头，并利用新闻媒介进行报道、炒作，使楼盘得以宣传，并能树立独特的形象。

10、定期广告效果跟踪和信息反馈

广告效果监测是对广告行为产生的经济效益、社会效益和心理效益的一项检测。而市场反馈信息同时也对下一轮广告行为的修正，以适应日益变化的市场，一条道，走到黑往往是要走死胡同的。

11、定期跟踪竞争对手的广告投放

所谓知已知彼，百战不贻。在市场推广中，要及时地监测竞争对手的一举一动，对于营销竞争既能做到把握对手动向，防范于未然，也能对于对手的营销变数能及时地反应和应对。

12、推广成本预算和费用监控

**活动策划方案案例篇三**

9月16日，漫步在乐陵市枣园，一望无际的枣林让来自北京海淀区的张鹏羡叹不已：“从微信朋友圈看到大伙儿分享的乐陵图片后，就带着全家过来了，来了发现这里比图片上还要美。”最近，一条“千万不要来乐陵，你会迷上这里的点点滴滴!”的消息在微信朋友圈里被转发。景点、美食、娱乐……微信中一幅幅图片向人们展示了一个美丽好客的“枣乡乐陵”。在冀鲁边区革命纪念馆，边区军民波澜壮阔的革命历史让来自济南的刘晓丽一家感到震撼。“带孩子来这里，不仅能亲近自然，还能了解红色历史，无论是对孩子还是大人，都有很好的教育意义。”刘晓丽说，她正是看了微信上乐陵的旅游宣传后，组织了这次家庭自驾游。

旅游业的发展，离不开旅游宣传营销的推动。近年来，该市依托50万亩枣林等独特资源，深入挖掘枣文化，新建了枣乡红韵主题公园、金丝小枣文化博物馆等一大批枣文化旅游景点。“虽然我们有着丰富的旅游资源，但由于在营销方式上相对传统，一定程度上限制了乐陵旅游实现更大的突破。”该市旅游产业办主任李新平介绍说。一直以来，该市都是在京沪、滨德等高速公路沿线投放大型广告宣传牌、在济南国际机场显要位置设置宣传台、在央视主要频道播放宣传片等。随着新型媒体的发展，今年，该市开通了旅游官方微博和微信，实时发布旅游景区路线、交通、餐饮、住宿等信息;在乐陵旅游网站开辟枣博会专题旅游攻略，依托乐陵旅游网推广旅游二维码，在德州及乐陵市区各主要路口设置印有二维码的旅游宣传广告牌，并策划推出了“免费游千年枣林，品金丝小枣”的微信营销方案。

“利用微信等媒介营销，突破了地域限制，传播速度快。”李新平说，仅枣博会5天时间，通过“微营销”来乐陵旅游的游客就达到了2万多人次。统计显示，今年以来，该市已接待游客100多万人次，实现旅游综合收入2.45亿元。

**活动策划方案案例篇四**

i do品牌致力于对钻石文化的建立和传播，代表爱，引领潮流，已处于中国钻石行业的领航地位。爱是人类最珍贵的情感，i do是珍贵情感的代言，它是有关于“真爱”的信仰。它不仅仅钻石，更是同生命一样长久的承诺。就如同它的品牌主张一样——“用珍稀的，为珍惜的”。

秉持品牌追求极致的审慎态度，i do追求精工品质的制作工艺，不断创新，已拥有多项工艺技术和设计专利，力求最大限度提升产品的独特性与舒适性。内弧工艺的运用，使戒壁如丝般顺贴、舒适，如爱人般贴心，长时间佩戴也不会留下印痕。i do秉持对爱的坚持和责任，为消费者提供安心、持久的优质服务，让顾客享受愉悦的购物体验和细腻的情感体验。i do集结强大的媒体资源和公关力量，建立了较高的品牌知名度和美誉度，成功地塑造了珍贵情感的珠宝品牌形象。名人明星亲历助阵、电影电视联合推广、新媒体的强势出击等，使品牌得到时尚界、媒体、专业人士的高度认可，并荣获中国杰出营销奖、中国品牌建设案例等诸多奖项，成为中国珠宝行业的翘楚。2024年即将到来，为展现公司日新月异、蓬勃发展的良好风貌，增进友谊、增强凝聚力， 公司决定于2024年1 月 10日举办一场联欢会来答谢各位员工一年来辛勤的工作与默默付出。

追求完美，创造卓越(i do公司年度年终总结会以及公司新年的发展方向)

1、增强区域员工的内部凝聚力，提升i do的竞争力;

2、对2024年区域营销工作进行总结，对区域市场业绩进行分析。制订新年度区域营销工作总体规划，明确新年度工作方向和目标。

2024年1月10日下午14点30分至22点00分

会议时间：14:30——18:00

晚宴时间：18:30——22:00

长春益田喜来登酒店宴会厅

i do公司

1、13:50 全体参会员工提前到达指定会堂，按指定排座就位，等待员工大会开始;

14:00—15:30 大会进行第一项，各部门及各项目负责人上台分别做年终

述职报告

。

15:30—15:45 大会进行第二项，由行政人事部负责人上台宣读公司各部门及项目，主要负责人人事任命决定书。

15:45—16:00 大会进行第三项，副总经理宣读2024年度优秀员工获得者名单;优秀员工上台领奖，总经理为优秀员工颁发荣誉证书及奖金;优秀员工与总经理合影留念;优秀员工代表发表

获奖感言

。

16:00—17:30 大会进行第四项，总经理做总结性发言。

17:30 大会结束，员工散会休息，酒店布置晚宴会场

2、晚宴安排

18:00 晚宴正式开始，晚宴主持人引导大家共同举杯，祝福大家新年快乐，祝愿公司的明天更加美好。

18:00—19:00 用餐时段：公司领导及员工到各桌敬酒，同事间交流沟通，拉近彼此距离。

19:00—21：00 娱乐时段：

1、文艺节目(6—8个节目)

要求：年会节目要求：

1、歌曲类：(1)喜庆、祥和、热烈的歌曲;

(2)青春、阳光、健康、向上;

(3)与以上主题相关的原创歌曲。

2、舞蹈类：

(1)积极向上、寓意深刻的艺术性舞蹈;

(2)具有高科技时代气息的创意性舞蹈。

(3)喜闻乐见的街舞。

2、游戏：

游戏1：坐气球比赛，用具：3把椅子、各装20支气球的3个箱子;

游戏2：抢凳子; 用具：5把椅子，围成一圈;

游戏3：筷子运钥匙链;用具：12支筷子、2个钥匙链; 游戏规则：6个人一组，分为两组，每个人嘴里叼一只筷子，将 钥匙链挂在第一个人的筷子上，第一个人将钥匙链传给第二个人，必须用筷子传，不能用手，哪个组最先将筷子传到最后一个人的筷子上，为赢。

游戏规则：分为两组，一组5个人，每个人球上绑10个气球，主持人限定时间3分钟，互相踩对方队员腿上的气球，3分钟后，看哪个组队员总署气球省的多，就胜出。

3、抽奖

幸运抽奖活动：用具：抽奖箱、卡片49张、乒乓球49个 每个人手里有一张带数字的卡片，将乒乓球上写上相应的数字，放进抽奖箱，指派专人分别来抽一至四等奖。 最后主持人邀请全体员工上台合影留念。

八方欢聚汇一城——精美江南八冷碟

国安荣耀传神州——松茸虫草花辽参

中超一球定乾坤——百花粒粒靓虾球

牛气冲团壮山河——皇家庄园烤牛排

壮志飞渡佩金星——私房兰度炒澳带

猪年京城美名扬——京味传统烧羊肉

琼浆玉脂乐万家——农家白菜炖豆腐

傲视群山竹报喜——蒜子支竹野猪肉

金牌喜得笑开颜——金丝酥皮鹅肝卷

纵横四海吉星照——清蒸深海加吉鱼

绿茵常青盖无双——橄榄油炒盖菜丝

球场片片寄深情——特色香河牛肉饼

好运连连香满园——菠萝什锦炒香米

锦绣前程播佳音——枣香杞子炖雪莲

群星来年再夺魁——精美时令水果盘

(一) 年会的通知与宣传：公司办公室于今天向机关各部门及各项目部发出书面的《关于2024年度年终总结会的通知》，对本次年会活动进行公示和宣传，达到全员知悉。

(二) 条幅的制作

(三) 物品的采购：抽奖礼品、生肖礼品、游戏奖品、大会席位人名牌(会议用)、笔、纸、员工席位卡(晚宴用)、会场布置所需用品、游戏所用物品、抽奖箱;会议所需矿泉水、晚宴所需酒水、各类干果小食品。

(四) 现场拍照人员安排，做好大会以及活动拍摄工作

1、会场总负责： 主要工作：总体工作协调、人员调配。

2.策划、会场协调、邀请嘉宾：主要工作：年会策划、会议节目安排、彩排、舞台协调;对外协调、现场资讯采集。

3、会议阶段主持人：主持公司会议

4、晚宴阶段主持人：主持整场晚宴，调动现场气氛

5、会场布置 会场内：

1、舞台悬挂烘托气氛的红灯笼;四周墙壁挂烘托节日气氛的装饰

2、舞台两侧放置公司简介海报，宣传公司

3、布草选择搭配：根据公司特点和宴会的特色台布全部选用粉色桌布为台低，在其上面覆上白色的台布，整套组合相得益彰，让人看了身心舒畅，餐巾和台布选择同一款色系，既增强了美感又符合了主题。

餐具、酒具搭配：餐具选择了光泽度较好陶瓷，陶瓷上镶嵌有金色的竹叶，竹子四季常青象征着顽强的生命、青春永驻，配上晶莹剔透的高脚杯，提升了整场宴会的档次，使宴会显得格外高雅。

餐巾折花：餐巾全部采用钻石折花，既突出了公司的形象特点又彰显了宴会的特色，装饰美化了餐台的气氛。

4、大厅灯光设置：舞台灯光由专业人员调制，用餐区的灯管则是设置成暖色调，让顾客感到温暖，不会有约束感，使整个气氛显得格外和谐、融洽、自然、轻松。

5、嘉宾接待、签到：门口放置签到桌，以记录都有哪些客人到来

6、音响、灯光：，会前半小时检查音响、灯光等设备。

7、物品准备：主要工作：礼品、奖品等物品的准备。 会场外：

1、充气拱门放置宾馆大门外主要通道;

2、宾馆入口处挂红布幅;

3、宾馆内放置指示牌;

4,、设置迎宾员进行引领

1、 2024年12月 1日 至2024年 1月 5日

1)

活动方案

的申报办理

2) 活动请柬的设计寄发

3) 活动场所的设计落实布置

4) 活动节目的征集和申报

5)有关新闻资料和新闻报道的编写

6)物资采购

2、活动现场工作 2024年 1 月 10日

( 1).活动全过程的接待(正式宴会开始前的准备工作之一,就是要安排席位。每个席位上放置好席位卡,每个席位卡上写上不同钻石的名字，突出公司特点，这样既方便宾主入座、服务员上菜,也有利于宴会的统一管理。宾客入场时,宴会厅门口的领台员要热情上前引导入座。

宴会结束后，站在指定位置使用敬语，送客人。

( 2).活动全过程的监控和具体事物协调

( 3).现场摄像摄影及现场制度

( 4).现场各节目人员的落实

( 5).物资调配礼品和奖励的发放

( 6).现场的清理和保管 十四、善后处理

时间2024年 1 月 11日 至1 月12 日

( 1 ) 活动全部文字和图片的整理

( 2 ) 活动新闻报道的搜集整理

( 3 )

工作总结

和效果评估 以上工作中，工作有主办单位落实。

总结过去，展望未来。

1、表彰20xx年度优秀员工;

3、增强公司员工的内部凝聚力，加深员工对企业的感情，增进员工之间的沟通，交流和团队协作意识，丰富企业文化和党建工作，提升公司的综合竞争实力。

1、活动概况：

活动时间：20xx年1月1日，下午14:30 --- 20:00

活动场地：会议厅

参与人员：公司全体员工

2、流程规划：入场—董事长讲话—优秀员工表彰—职工表演与互动游戏—晚宴—结束

3、流程细化：

13:30-14:30，全体参会员工在公司门口集合，各部门负责人带队乘坐大巴去酒店，到达指定地点后，入场并签到，部门负责人安排清点人数并保持良好秩序。

主持人引领大家进行第一个游戏“口口相传，最后获胜的团队(本游戏每个团队有8

人)为本次年会三等奖得主，并颁发奖品。

主持人引领大家进行第二个游戏“一块五毛”，最后获胜的团队(本游戏每团队有5人)为本次年会二等奖得主，并颁发奖品。

国庆中秋方案中有一个游戏很好加到这里来。最后获胜的小组(2人)为本次年会的一等奖共计2名，并颁发奖品。主持人引领大家进行第三个游戏“快乐呼啦圈”，最后获胜的前三名为本次年会的一等奖共计3名，并颁发奖品。

主持人引领大家开始最后一个游戏“谁是短信王”，由此游戏产生年会的特等奖共计1名，并颁发奖品。

要求：

1、注重礼节礼貌，当领导进入会场时全体起立并鼓掌;

2、各部门领导教育员工要听从现场指挥;

3、宴会时饮酒要适量，严禁酗酒和酒后闹事。

制定：

审核：

**活动策划方案案例篇五**

广东外语外贸大学国际经济与贸易学院勤工俭学会，简称经贸勤俭，以为学院学生，提供一个服务平台与心灵家园为宗旨，积极协助勤工俭学生的生活学习。

我们有一个专门的人才库，运行高效合理，可以为这次\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛召集许多人才，提供许多优秀的公益活动方案。

经贸勤俭的口号是:strivefordreams!一直以来，经贸勤俭保持着开展优良精品活动的传统:20xx年11月，响应学院\"学会感恩、学会感动\"的精神，组织了经贸学院\"情暖心灵,感动广外\"班级感恩文化建设系列大赛，引起了校内外广大的关注，且该活动以每年一届的形式开展至今。20xx年5月经贸勤俭与国泰君安证券有限公司、中国人寿广州分公司、中德安联人寿保险有限广州分公司、美国友邦保险有限公司广州分公司、建设银行等十多家公司和机构合作，举办一场广外大实习兼职招聘会，为勤工俭学的同学们提供实习兼职岗位，落到实处，帮助到有需要的同学。20xx年11月，顺迎经贸学院第一届校友会的成立，协助学院举办\"对话企业高层--论当代大学生所需素质\"的经贸校友论坛，邀请了包括美国总统圆桌会议议员徐耀良先生等经贸学院尊敬校友与同学们展开了关于大学生发展的多元交流，响应热烈。在汶川大地震发生半年后，勤俭举行了一场哀悼逝者、同时激励人心的\"汶川大地震半年祭\"。20xx年11月，我会承办了校级性的大型活动\"南湖国旅马尔代夫杯\"，体现了经贸勤俭活动的多样性，提高了学会的影响力和知名度。20xx年3月开始的面向勤俭服务对象进行的访谈调研活动立会至今，经贸勤俭多次与多家知名商家成功地交流与合作，开展过诸如讲座、展销等形式的活动，获得了诸多好评，规划方案《公益活动方案招商策划书》。

二.活动背景:

改革开放以来，中国的经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。然而还有一群人，他们孤独，他们无助，他们需要我们的帮助。他们是社会的弱势群体--失学儿童，孤独老人等。同时，经济迅速发展也带来了很多环境问题，由于环境恶化引起的各种灾祸也严重影响了很多人生活。

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会本着\"勤俭永远站在需要帮助的人身边\"的宗旨，开展此次主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，希望能够唤醒大家做公益的想法，并让他们付诸行动，帮助更多需要帮助的人。

三.活动目的:

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会希望能够通过开展照片展以及主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，使大家更加关注公益活动，并且付诸行动，投入到公益活动中来，在大学中兴起一股做公益的风气同时帮助身边需要帮助的人。另一方面，在这一次活动中，既能提高贵公司的知名度，也能为贵公司树立良好形象。

四.活动主题:

\"我们在一起\"公益活动方案征集及评选

五.活动形式:

(1)照片展宣传公益活动

(2)征集公益活动方案

(3)公益活动方案初赛

(4)公益活动方案复赛

(5)执行胜出者的公益活动方案

六.活动地点

校道(照片展及宣传)课室(复赛场地)

七.宣传方式

(续上表)

八.市场分析

改革开放以来，中国的经

经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。于是，在物质生活相对稳定的情况下，人们开始更多地关注慈善事业。商家如果从慈善事业入手，在群众中树立优秀的品牌形象，积极进取的公司文化，这样会更容易被消费者所接受。消费者也会更有意愿选择形象良好的商家的商品。商家的无形资产就会显著增加，在与激烈商业竞争中更有优势，为商家的长远发展打下了牢固的基础。

(1)主办方可行性:

我们经贸学院是广外中的，人数最多的一个学院。并且学院里各部门都很活跃，总是能带动整个学校一起活动。并且，我们与大学城其他高校的联系颇为频繁，到时候能邀请外校部门的同学们参与其中。况且，这次我们举办的这个活动这么有意义，届时活动参与人数上万不是问题。

(2)时间可行性:

如今正是新学期伊始，大家的课余时间很宽裕，有充分的时间关心学习以外的活动。并且能积极地参与到其中。并且正是因为课余时间很多，学生此时的消费能力是很强的。商家在这时候做宣传，宣传的效果很快就能体现出来。

(3)活动形式可行性:

这次我们举办的这个公益活动策划大赛，是迎合社会发展的需要。商家也能从中获得无形资产，为商家占领消费者市场提供便利。

总而言之，这次活动，商家能从中获得的收益，是远远大于付出的。可见这次活动是可行的。

九.经费预算

十.备注

(1)策划书中涉及的对其他物资的赞助，可与贵公司协商后决定赞助方式;

(2)在活动期间，贵公司可派负责人到现场视察宣传工作的进程和效果;

(3)活动结束后，如商家需要，可为贵公司提供宣传工作反馈;

(4)若贵公司对本次活动的细节有不清楚的地方，我们将由专人向贵公司提供详细解答

十一、联系方式

地址:广州市番禺区小谷围大学城广东外语外贸大学

单位:广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会

**活动策划方案案例篇六**

一、活动主题：

品味生态食材，鲜香时尚的美食，感受生态与健康，人性服务，亲情接待，营造完美的“金秋11月茶山(国际)美食节”

二、活动内容：

20xx年“金秋11月”茶山(国际)美食节拟在生态食品城举办，营造餐饮文化。届时，将通过美食节的舞台，汇聚广东及全国各种风味特色小吃，包括本地特色、各地知名企业、小吃和名优产品，以及异域风味美食，集中展示，聚拢人气。拟定邀请参展名企名吃如下：(仅供参考)

大连、广东等地方特色小吃：万和春、流亭猪蹄、小倩倩馄饨、台东大煎包、青岛锅贴、青岛大包、波尼亚猪头肉、满口福饺子、心连心豆腐脑、外婆桥瓦罐粥、大老李汤圆、海鲜烧麦等。让消费者融入其中，从高档到时尚到健康真正达到“食以人为本，节以人为乐，用我的手造福你的口，让美食填充你的胃”的效果，提前营造出“金秋美食”的气氛!

三、活动时间：20xx年11月28日到12月6日

四、活动地点：生态食品城广场

五、主办单位：茶山镇上元商贸区(国际)生态食品城 协办单位：上海荣业展览有限公司

六、活动操作程序：

(一)筹备

1、诚邀各地美食商家、各大酒店，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施;

3、加强对外联络，协调合作关系，解决食品原料来源，确保原汁原味。

(二)举办

主题：有滋有味，色、香、味、形。 方式：设固定的展区，制作成品展示。

形式：通过“金秋11月茶山美食节”体验，展示品牌及其文化形象。

七、活动组织:

1、开业前通知各美食节小组开始时间及各类注意事项：宣传部门做好安全工作;工作人员维持现场秩序、场地整理和卫生等工作; 让消费者在一种良好的氛围和气氛下就餐。

2、对外宣传(活动前一个月开始布置中心广场广告位)宣传单、指示牌、台卡、灯箱广告电视(纸巾小票10万张)邀请餐饮杂志采访，报道美食节实况。短信群发,消息散播。

八、环境布置:

挂条幅2条，停车位1条，展示柜上方1条; 广场口前放置升空气球条幅2个;广场周围挂用气球或是金布包裹; 广场门口搭建龙门架。

九、展位及细节

1. 按地域和小吃特色布展，拟设烧烤区、手工面食区、冷食区和地方特色小吃区等区域。共60个展位，每个展位按标准航架搭建，(规格：2.8m×2.8m，)设置电源、照明设施和水源，整个活动区域配备大型垃圾桶，做到全程保洁。

2. 具体时间安排：9：30 之前 各区域工作人员到位，现场铺设红地毯。 9：30—10：00 领导到场。10：00—10：15 领导讲话，宣布美食节开幕，进行剪彩。 10：15之后 各位领导参观美食节会场，媒体进行采访报道。

3. 安排专区重点展示中国台湾、大连、内蒙、广东地方特色小吃，外埠风味小吃集中展示。

**活动策划方案案例篇七**

广东外语外贸大学国际经济与贸易学院勤工俭学会，简称经贸勤俭，以为学院学生，提供一个服务平台与心灵家园为宗旨，积极协助勤工俭学生的生活学习。

我们有一个专门的人才库，运行高效合理，可以为这次\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛召集许多人才，提供许多优秀的公益活动方案。

经贸勤俭的口号是:strivefordreams!一直以来，经贸勤俭保持着开展优良精品活动的传统:20\_\_年11月，响应学院\"学会感恩、学会感动\"的精神，组织了经贸学院\"情暖心灵,感动广外\"班级感恩文化建设系列大赛，引起了校内外广大的关注，且该活动以每年一届的形式开展至今。20\_\_年5月经贸勤俭与国泰君安证券有限公司、中国人寿广州分公司、中德安联人寿保险有限广州分公司、美国友邦保险有限公司广州分公司、建设银行等十多家公司和机构合作，举办一场广外大实习兼职招聘会，为勤工俭学的同学们提供实习兼职岗位，落到实处，帮助到有需要的同学。20\_\_年11月，顺迎经贸学院第一届校友会的成立，协助学院举办\"对话企业高层--论当代大学生所需素质\"的经贸校友论坛，邀请了包括美国总统圆桌会议议员徐耀良先生等经贸学院尊敬校友与同学们展开了关于大学生发展的多元交流，响应热烈。在汶川大地震发生半年后，勤俭举行了一场哀悼逝者、同时激励人心的\"汶川大地震半年祭\"。20\_\_年11月，我会承办了校级性的大型活动\"南湖国旅马尔代夫杯\"，体现了经贸勤俭活动的多样性，提高了学会的影响力和知名度。20\_\_年3月开始的面向勤俭服务对象进行的访谈调研活动立会至今，经贸勤俭多次与多家知名商家成功地交流与合作，开展过诸如讲座、展销等形式的活动，获得了诸多好评，规划方案《公益活动方案招商策划书》。

二.活动背景:

改革开放以来，中国的经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。然而还有一群人，他们孤独，他们无助，他们需要我们的帮助。他们是社会的弱势群体--失学儿童，孤独老人等。同时，经济迅速发展也带来了很多环境问题，由于环境恶化引起的各种灾祸也严重影响了很多人生活。

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会本着\"勤俭永远站在需要帮助的人身边\"的宗旨，开展此次主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，希望能够唤醒大家做公益的想法，并让他们付诸行动，帮助更多需要帮助的人。

三.活动目的:

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会希望能够通过开展照片展以及主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，使大家更加关注公益活动，并且付诸行动，投入到公益活动中来，在大学中兴起一股做公益的风气同时帮助身边需要帮助的人。另一方面，在这一次活动中，既能提高贵公司的知名度，也能为贵公司树立良好形象。

四.活动主题:

\"我们在一起\"公益活动方案征集及评选

五.活动形式:

(1)照片展宣传公益活动

(2)征集公益活动方案

(3)公益活动方案初赛

(4)公益活动方案复赛

(5)执行胜出者的公益活动方案

六.活动地点

校道(照片展及宣传)课室(复赛场地)

七.宣传方式

(续上表)

八.市场分析

改革开放以来，中国的经

经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。于是，在物质生活相对稳定的情况下，人们开始更多地关注慈善事业。商家如果从慈善事业入手，在群众中树立优秀的品牌形象，积极进取的公司文化，这样会更容易被消费者所接受。消费者也会更有意愿选择形象良好的商家的商品。商家的无形资产就会显著增加，在与激烈商业竞争中更有优势，为商家的长远发展打下了牢固的基础。

(1)主办方可行性:

我们经贸学院是广外中的，人数最多的一个学院。并且学院里各部门都很活跃，总是能带动整个学校一起活动。并且，我们与大学城其他高校的联系颇为频繁，到时候能邀请外校部门的同学们参与其中。况且，这次我们举办的这个活动这么有意义，届时活动参与人数上万不是问题。

(2)时间可行性:

如今正是新学期伊始，大家的课余时间很宽裕，有充分的时间关心学习以外的活动。并且能积极地参与到其中。并且正是因为课余时间很多，学生此时的消费能力是很强的。商家在这时候做宣传，宣传的效果很快就能体现出来。

(3)活动形式可行性:

这次我们举办的这个公益活动策划大赛，是迎合社会发展的需要。商家也能从中获得无形资产，为商家占领消费者市场提供便利。

总而言之，这次活动，商家能从中获得的收益，是远远大于付出的。可见这次活动是可行的。

九.经费预算

十.备注

(1)策划书中涉及的对其他物资的赞助，可与贵公司协商后决定赞助方式;

(2)在活动期间，贵公司可派负责人到现场视察宣传工作的进程和效果;

(3)活动结束后，如商家需要，可为贵公司提供宣传工作反馈;

(4)若贵公司对本次活动的细节有不清楚的地方，我们将由专人向贵公司提供详细解答

十一、联系方式

**活动策划方案案例篇八**

放松心情、全员参与，过一个祥和、快乐的平安夜

活动分两大版块

（一） 公司聚餐

（二） 元旦/圣诞晚会

20xx年12月 日 ：

—— ：

舞台（宽：

；

长：

，面积）

所需物品：

1.背景红布（内容：钟式图标、晚会名称）

2.装饰灯光（旋转舞灯，闪光灯及其它装饰灯）

3.汽球、彩带、荧光棒

4.高性能组合家庭影院一套

5.高频度麦克风两支、无线话筒两支

1.茶水供应/啤酒、饮料

2.特色水果、糖果、花生、瓜子等

3.抽奖礼品

4.各种游戏道具（祥见具体游戏规则）

：

1、开场热舞 表演者：

2、持人上台宣布晚会开始并致开场白

3、总经理致词

4、介绍特约嘉宾

5、娱乐文艺节目：

1） 舞 蹈 名称 表演者：

2） 女声独唱 曲目 表演者：

3） 男声独唱 曲目 表演者：

4） 魔术表演 名称 表演者：

5） 游戏：

最佳情侣——我猜、我猜、我猜猜猜 凡参与者皆有礼品赠送

规则：

由主持人在现场组成四个小组，每组上来两人必须是一男一女，共8人。在8人中分发提前写好的情侣人名的纸条，如杨过和小龙女、林黛玉和贾宝玉、梁山伯和祝英台、罗密欧与朱丽叶等，男女分别抽取，然后根据人名速配成对，进行表演，女方表演生气的样子，男方要对女方讲一个笑话或者别的，直到把女方逗笑了为止，在3——5分钟之内不能把女方逗笑者，即视为男方努力失败。如果女方故意笑（此处判断标准以全场观众的标准为准），则判犯规。

对于失败者和犯规者，主持人可以事先准备一叠纸条，每个纸条上写一个节目名称，如成语肢体表演名称（如抓耳挠腮、鸡飞狗跳等），或唱一首流行歌曲，或声情并茂的朗诵一首诗，或大声说出自己亲身经历过的最丢人的一件事等等，让其抽出一张纸条根据纸条上的节目名称进行表演。其中成语肢体表演必须由他（她）用肢体语言表演出来，不得用语言或是其它的暗示提示观众，最后由他（她）所属的组来猜，直到猜出来为止。

道具：

8张4对人名纸条，事先写好的若干节目名称纸条

6） 女生个人才艺展示 名称 表演

7） 最新流行歌曲放送 名称 表演

8） 情歌对唱 名称 表演

9） 交谊舞 伴奏音乐

10） 游戏：丑小鸭赛跑 凡参与者皆有礼品赠送

规则：

由主持人在现场选人组成四个小组，每组上来两人必须是一男一女，共8人。每组两人一人绑左脚，一人绑右脚，分别用膝盖夹住气球，规定在5分钟内，球不能落地，不能夹破，哪组走路最远者胜。

道具：气球、布绳若干只。

11） 男生个人才艺展示 名称 表演

12） 金唱盘——《经典老歌》 名称 表演

13） 美少女合唱组 名称 表演

14） disco 热舞 伴奏音乐

15） 相声 名称 表演

16） 嘉宾节目名称 表演

17） 英文经典 名称 表演

18） 校园民谣 名称 表演

19） 说唱/摇滚 名称 表演

20） 疯狂街舞 名称 表演

21） 游戏：八仙过海——吹牛皮大赛

规则：限时在一分钟内吹气球，不能吹爆，以气球最大者取胜。

道具：气球若干只。

人员：八仙扮演者：汉钟离、张果老、韩湘子、铁拐李、曹国舅、吕洞宾、蓝采和及何仙姑

22） 小品 名称 表演

23） 吉他弹唱 名称 表演

24） 老帅哥合唱组 名称 表演

25） 刘三姐情歌大对唱：

参加晚会的所有人按男女分为a、b两大组，每组选出八位情歌对唱代表，然后a组或b组（具体由主持人视晚会现场情况而定）开始任意选一首歌由某组员演唱，则另一组必须以第一组所唱歌曲的最后一个字为头开始唱一首歌（可唱出一句也可唱一段），然后再由第一组接唱（组内任何人都可以接），如此循环下去，每个小组对歌的时间不得超过15－20秒钟，否则以本轮输于对方算；

紧接着开始下一轮，共计三轮（或五轮，具体由主持人视晚会现场情况而定）的时候定出输赢，然后由赛输的组推选一位代表表演一个节目，游戏至此由主持人视晚会现场情况而定是否再来一个回合。

26） 晚会颁奖：（颁奖小姐：部门文员）

a） 颁发最佳男/女金曲奖；

奖品：

b） 颁发最佳游戏组合奖；

奖品：

c） 颁发最佳才艺展示奖；

奖品：

d） 颁发最佳个人/组合搞笑奖；

奖品：

27） 等待平安夜钟声的敲响 （若时间间隔过久可安排歌曲）

28) 迎新年幸运大抽奖/迎圣诞幸运大抽奖

一等奖：

二等奖：

三等奖：

道具：抽奖箱、编有号码的纸条（视晚会人数而定）

29） 难忘瞬间——公司人员集体合影

30） 晚会结束 大合唱《难忘今宵》

**活动策划方案案例篇九**

主题：今天的我

画面：

1、镜头逐渐推向一部打开显示屏的电脑。

2、(特技)镜头进入电脑里。

3、在推进的过程中，快速、变化无穷的新闻照片、图片、标题、纷纷闪过。伴随着各种语言的新闻播音声。

4、(特技)镜头继续快速推进。出现一个电子和中子围绕一个圆球快速旋转的画面。

5、(特技)圆球变成了小小的地球，(象征着科学的)电子和中子仍然围绕着地球在快速旋转，小小地球不时出现一些爆炸，升起一些小小的蘑菇云来。

6、镜头移开，我们发现这个小小的地球，被一个一身西装的年轻人托在手里，他在观察和注视着这个地球。

7、年轻人抬起头来注视镜头。

8、镜头变黑(象有人关掉荧光屏一样)推出字幕，主题语“今天的我”，

9、再次推出字幕(黑底红字)“北京青年报”。

公益广告创意之“学习篇”

创意思路：

第一部分：

画面表现内涵：当今是一个知识爆炸的时代。

画外音(旁白)：当今是知识和信息爆炸的时代。知识每天都在更新，我们如果不注意学习就会落在时代的后面。

第二部分：

记实采访形式。

采访对象：夜大学、职工大学的已经工作后，又来参加学习学生。年龄大的学生更好，以他们的现身说法为主。

采用随机采访形式。

采访题目：

既然已经工作了，为什么还要花业务时间来参加学习？

希望得到的答案或大概意思：

主要是为了提高自己，不然跟不上时代的脚步，后落后于时代的。

采访时，同步在屏幕上打出被采访者的年龄、职业、正在参加什么课的学习。

采访时最好不出记者镜头，不直接问出问题，由被采访者直接回答。

第三部分：

采方完后，随着被采访者离去。画面变虚。推出字幕并伴有相同的画外音：

好好学习，天天向上。

本片主题固定，但采访对象可以反复变换，所以片子随时都可以有新东西播。给人的感觉可以是很新的。

将采访时被采访者的画面固定，就能单独做为平面广告。

公益广告创意之“美容篇”

一副大的少女素描画占据并铺满整个画面；

画上的少女十分清秀，紧闭着嘴；

但形象很难看；光头；没有头发；

蒙着一只眼睛；脸上满脸黑点；

有大小疙瘩；也有伤疤；

还贴着胶布；鼻子上有脓包。

一只手伸入画面；拿着橡皮和笔；

不停的在修改这个画面；擦掉难看的部分；

加上飘逸的头发，使少女的轮廓更加突出，

形象更加完美；画面上少女也开始露出笑容了；

最后，画面上的少女变的十分漂亮，

由动画人物，变成了真实人物；

镜头拉开。

这是在某个漂亮、干净的街道上，一个人正在为一个少女画素描。

镜头继续拉开，

我们看

到少女的身后不远的地方：

一个环卫工人正在清扫地面；

在她旁边的草坪上，一个绿化工人正在整理草坪；

镜头掠过少女；

渐渐的推向正在工作的绿化工人和环卫工人；

这时旁边传来少女清脆的笑声；

少女举着画好的素描画跑开了；

画像随着追去；

两人跑出画面；

正在扫地的环卫工人和绿化工人；

看着跑开的少女露出笑容；

二人继续低头工作；

镜头变虚：

推出字幕，同时伴有画外音：

**活动策划方案案例篇十**

20\_\_年x月x日——x月x日。

二、活动地点

x大酒店。

三、活动主题

金秋重阳花似锦，健康养生知遇父母恩重阳节在我国是国家指定的“老人节”，“岁岁重阳，今又重阳”，既指节日，又可寓意老年，因此活动的主题应该体现出对老年人的关注点，也就是宣传的诉求点健康养生，同时结合重阳节传统的习俗，所以活动的主题特别体现“老人”“金秋”、“菊花”和“健康养生”，树立起\_\_\_\_大饭店是一个既能让顾客享受尊贵美食又注意顾客健康养生的一个具有高度社会责任感的企业。

四、活动目的

1、宣扬中华民族尊老敬老的优良传统美德。

2、通过组织员工到敬老院看望孤寡老人，倡导全社会关注空巢老人，关注老人。树立x大酒店负责任的大企业形象。

3、通过酒店活动的举办，让更多的人亲身感受到x大酒店健康的美食。

五、活动内容

1、健康养生讲座：九九重阳节是我国的老人节，关注老人，关注健康已经成为一个社会主题。主办健康养生讲座，结合酒店的健康养生美食，现场邀请健康专家讲授，宣扬尊老敬老的优良传统美德，同时推介酒店美食养生理念，树立企业健康形象;讲座后举行通宝健康午宴活动，菜单重点推出适合老年人、妇女、小孩的菜谱，自由上台表达对亲人的祝福，也可现场点歌;活动现场整体拍摄，制作光碟赠送客人;同时设简单舞台和音响，配备主持人，演唱《九九重阳》(原唱：杭天琪/刘欢)，代表酒店给客人送上重阳的祝福;现场献歌《最美不过夕阳红》;同时可让客人自由上台表达对亲人的祝福;活动现场整体拍摄，制作光碟赠送客人。

2、组织员工到敬老院看望孤寡老人，帮敬老院打扫卫生、陪老人聊天、给老人表演节目同时邀请运城电视台等新闻媒体予以播报。

4、优惠当日，康乐项目半价;重阳节推出适合老年人口味的菜收集整理点，时逢秋季养生的好时机，酒店推出了养生佳品，及各色重阳套餐。重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。当天过生日的宾客凭本人有效证件可获赠长寿面一份。推出重阳节特价房，凭老年证住房\_\_元/标间/夜(以住满为限)，客房均赠送果盘)一份。金婚夫妇持结婚证等有效证明文件可获赠送蜜月套房一间一晚，限10对夫妇。

六、销售策略

七、重阳节餐厅氛围

1、为配合重阳节的气氛，在正门外摆放大型菊花花坛，并在门外的两棵立柱之间悬挂“菊品为尚，情浓重阳x餐厅赏菊会”的主题横幅。

2、在正门入口处堆放九层的大型“重阳糕”，配放小装饰“灯”，取“步步登高”之意。

3、餐厅内张贴重阳节主题吊旗。

4、在各楼层显着位置摆放不同品种的名贵菊花，供人赏闻。

**活动策划方案案例篇十一**

奇力日化有限公司是一个新兴企业，组建于xx年，公司固定资产120万元，投资总额430万元，目前拥有员工1200多人，其中，中专以上学历占员工总数的四分之三，研究生学历24人，员工整体素质比较高，公司在组建以来主要生产日化产品，主要有奇力的一系列洗发用品，系列厨房和卫生间清洁用品，在市场也有了一定的份额，目前公司还在发展阶段，时刻都注视着市场动态，由公司企业策划部提出，市场开发门研制开发的奇力特效洗衣粉准备投放市场，这对公司占领中国日化市场增加了机会点。

目前，洗衣粉市场产品是几乎趋于同质化，你有的功效，他的产品也会有的，但是几个巨头品牌还是牢牢的占据着大部分市场份额，奇力公司迫于导入压力委托本广告公司进行广告代理，加大广告宣传，据奇力公司目前形势，确定了本次广告的目标，为使本产品顺利导入市场并占有一定份额而进行广告宣传。

本次广告策划的大概内容包括对洗衣粉市场总体分析，对本产品竞争和竞争对手产品特性进行分析，找出市场空隙，确定目标消费者，进而进行广告诉求。

洗衣粉是中国本土品牌最早面对国际品牌竞争的行业之一，也是竞争最激烈的行业之一，到目前为止，其品牌格局的演变大致经历了四个阶段。

第一阶段：(1983年以前)白猫独秀

计划经济体制下，厂家只负责生产，销售则由国家统一实行配给。\"白猫\"洗衣粉则成了这一阶段国家在洗衣粉配给中的主要产品，从而也奠定了它在消费者心目中的重要地位。

上世纪80年代初期，\"活力28\"超浓缩无泡洗衣粉的问世，开创了中国洗衣粉历史的新纪元，同时\"活力28\"也敢为天下先，在当时企业广告意识不强的情况下，在中央电视台不间歇的播放\"活力28\"的广告，一时间\"活力力28、沙市日化\"的广告语和\"一比四、一比四\"的广告歌走进千家万户。\"活力28\"从此天下扬名，一跃成为国内洗衣粉行业的大哥大。同时，海鸥、熊猫、桂林、天津等地方品牌开始雄踞一方。

第三阶段：(1994——1997年)外资四大家族主导

这一时期，外资洗衣粉开始在中国控股合资或直接设厂生产。凭借丰富的促销手段、高密度的广告宣传、不断的技术革新，它们在市场上取得节节胜利，在强大的外来攻势下，许多国内品牌要么选择了与外国洗衣粉厂合资，要么无奈的退出市场。市场基本由联合利华、汉高、宝洁、花王四大外资集团所主导。

第四阶段：(1997-今)本土品牌成功阻击四大家族

由于成本过高，外资洗衣粉一直未在中国市场有好的盈利表现，所以广告、促销力度渐渐减弱，再加上国内一段时间内消费低迷，消费者也渐渐转向购买价格低廉的国有品牌。而一些国内品牌借此机会，凭借价格和广告优势，确立了自己的地位，如奇强、立白等，而雕牌纳爱斯更是在中低端市场独霸天下。

洗衣粉是中国快速消费品市场充分竞争的领域。洗衣粉行业品牌众多，产品林立。有以量取胜的雕牌、立白，有跨国巨头宝洁、联合利华、日本花王等，也有盘踞一隅的地方性品牌，整个行业充满了变化与变革的契机。

(1).市场渗透率分析

进入21世纪后，雕牌在洗衣粉市场上演了一出从北到南，由西向东横扫天下的好戏。

全国30城市市场渗透率变化图洗衣粉作为家庭日常必需品，其市场渗透率近乎100%，市场容量已经基本饱和。另一方面，尽管人们的洗衣频次似乎有所增加，但趋势依然不明显。所以任何品牌的增长都以蚕食其他品牌的地盘为代价。全国洗衣粉市场竞争中，只有两个品牌在增长：雕牌一枝独秀，大幅上升；立白避其锋芒，小幅上涨，其他品牌均呈败退之势。

截止xx，洗衣粉市场大盘已定：

(1)华北区雕牌急剧增长，xx攻下华北。奥妙勉力坚守第二阵营，活力28一落千丈，与其它品牌共同据守第三阵营。

(2)华东区奥妙一直雄霸第一，白猫第二。但xx年，雕牌一举攻下华东，坐上华东区头把交椅。

(3)华南区品牌竞争尤酣，立白、汰渍、雕牌均全力攀升，甚至xx已呈颓势的奥妙也在奋力上扬。尽管雕牌依然表现出最强劲的上升幅度，但鹿死谁手？犹言过早。

(4)雕牌xx攻下华西，奥妙和汰渍在第二阵营竞争，但似乎汰渍率先开始动作。

(5)东北区雕牌一马当先，其他品牌一泻千里，溃不成军。汰渍微弱地反抗成功。

(2)品牌忠诚度分析雕牌较高的忠诚度为其一马平川奠定了坚实的基础

，或者说，雕牌之所以能在全国范围内所向披靡，得益于其较高的品牌忠诚度。

1.雕牌

雕牌的成功，除在区域市场的运筹帷幄、各个击破外，其对于自身的品牌定位及对核心消费人群的诉求，是其制胜的另一法宝。

作为家庭必需品的洗衣粉，价格不能不是一项考虑的因素。尤其是洗衣频次高、洗衣粉消费多的家庭，对价格越敏感。雕牌采取了走中低端路线、瞄准家庭主妇的方法，不仅瞄准了最核心最大量的消费人群，而且为自己开辟了一块广阔的天地。

此外，从雕牌消费者的心理定位看，雕牌依然瞄准比较传统、保守，具有奉献精神的那部分家庭主妇的心理，而她们，是家庭主妇的主流和主体。相反，象奥妙的消费者，则倾向于追求自我，具冒险精神，更具职业女性的态度。而职业女性，注定不会成为洗衣粉市场的消费主力。

2.奥妙

1999年，经过多年摸索后的联合利华，向宝洁发起总攻，当年11月，联合利华将两款新推出的\"奥妙\"洗衣粉——奥妙全效和奥妙全自动洗衣粉全面降价，降幅分别达40%和30%，400克奥妙洗衣粉的价格从近6块钱一下落到3.5元，这个价格当时仅相当于宝洁产品价格的一半左右。由于奥妙精心营造的高档形象已深入人心，老百姓突然能够买得起以前买不起的高档洗衣粉了，市场由此洞开，奥妙也得以超越宝洁的汰渍。这种局面维持到今天。

3.汰渍

作为宝洁旗下的主打品牌，在进入中国市场之初，凭借丰厚的财力及自己准确的产品诉求，在短时间内成为市场的领导品牌，虽然这几年由于营销力度减弱而出现市场分额下降的情况，但它在消费者心目中还是有较强地位的。

4.立白

1994年进入洗衣粉行业的立白，在一开始，就选择了农村包围城市的策略，在每个县找经销商，和每个经销商探讨立白的销售与经营，在双方的共同努力下，立白站稳了根基。

1规格：500g600g700g

2特性：x超强去污配方，能快速去除顽渍，防止污垢回渗

x含有除菌配方杀菌有特效

x低泡配方漂洗容易更节水

x不含漂白剂和其它腐蚀剂对皮肤海参没有刺激

3香型：国际香料

家庭装

1、规格：300g400g500g

适合洗家人贴身衣物及棉麻等高档织物。

儿童装

1、规格：400g500g

2、特性：洗护二合一的雕牌天然皂粉以天然油脂为起原料独特的绿色无磷安全配方清香刺激是人性化，生态化的环保产品。

高效加酶

1规格：400g800g1200gxxg

2特性：高效加酶是最新研制无磷的高性能全新配方结构，使无磷洗衣粉的性能大为提高无须费力搓洗就能瓦解衣领袖口。

立白除菌低泡洗衣粉

1、规格：500g

x高效除菌，预防细菌侵蚀，呵护你的和家人的健康

x低泡易过水，节水省时省力，适合机洗，手洗效果更佳

立白除菌超浓缩洗衣粉

1规格：400g700g

x采用高效表面面活性剂，不刺激皮肤，能保持衣物鲜艳亮泽

迅速溶解：冷水中都能迅速解，释放洁净动力

持久清香：不仅洗衣时感受清爽香味，衣物晒干后仍有怡人的清香，干净也能闻得到

污渍油渍不留痕迹

性：采用高效配方，富含高效表面活性剂，多功能清洁剂和高效生物活性酶，洁力超强

家庭大量的衣服是家庭主妇来洗的这指的是一些“年青家庭”指孩子在18岁以下的家庭，平时买洗衣粉也是由家庭主妇购买的，所以家庭主妇是很大目标消费群体，这是一种情况，但是对于那些孩子成年了生活上能自立了这样的家庭来说洗衣服的工作则不一定是家庭主妇的事了，一些青年在外地上学，衣服是自己洗的，在外地打工的青年也是自己洗衣服的，还有一些没有离家但是已经有了工作了的青年也自己洗衣服，他们自己洗衣服必然会对一种或几种品牌的洗衣粉情有独钟，因些这部分消费群体也是十分庞大的，而且这部分青年已经在生活上自立了，他们也一直向往能有自己的生活，不喜欢父母来干汲他们的生活。

雕牌汰渍奥妙立白等产品销售都是针对家庭的，目标消费者是家庭主妇

(一)诉求对象：雕牌汰渍奥妙立白等产品的广告的诉求对象都是家庭主妇

而且广告诉求是针对产功效上的，说服家庭主妇为家人着想的

(二)媒介选择：雕牌汰渍奥妙立白等产品的媒介大都选择电视

(一)营销决策

从市场分析中可以看出雕牌汰渍奥妙立白这四大品牌在市场上是占相当一部分份额的，一些其它的小品牌平分了剩下的一部分份额，由此确定营销目标为抢占市场份额，从产品分析上可以清析的看出奇力洗衣粉在特性上远不如其它产品，从这看出要想在产品特性上取胜是难上加难了，退一步说，如奇力洗衣粉在功能不亚于其它产品，也就是说其它产有的性能本产都具有，就算这样，在诉求强调本产品性能如何如何也是无法突显来的，是不能使消费者注意到你的，尚且本产品在性能上还不如其它产品，这种策略显然是更不通了，也就是说产品在实体上定位是不行的了，那么我们就在观念上进行给产品定位，另外，从上面分析得出雕牌汰渍奥妙立白等这些产品把目标消费者定在家庭主妇上，针对的是家庭消费，在消费者分析中可以看到，还有一个庞大的市场尚未有洗衣粉市场注意，这是个具大的消消费群体，需求量是很巨大的，刚才提到本产品要进行观念上的定位，我们何不倡导青年人要自立，要有自己的生活，这也恰恰迎合了青年人的心里，他们想立，不想父母干汲他们的生活，以些为诉求点进行诉求应该是有力度的。

(二)目标市场：单身青年(包括在外在上学的青年学生，外地打工的，和在家有固定工作的青年群体)

(三)定位策略：青年人用的洗衣粉--------”我自立，我用奇力”

(四)定价策略：由于这部青年人有一部分是学生，还有一部分是刚刚工作的，经济上都不宽裕，因些本产品采低定价。

(五)分销渠道：全国各大超市，商场；各高校校内超市

1广告主题：“我自立我用奇力”

2诉求对象：单身青年

3广告口号：“我自立，我用奇力”

4广告类别：平面广告(系列一：打工篇，系列二：学生篇，系列三：长大篇)

标题1：在他乡有奇力帮我

标题2：离家的日子，没有它我真不知怎么办

标题3：我长大了

电视广告(脚本)

1印刷媒体

a报纸

a专业：《生活报》《中国青年报》《就业报》

b综合：省报，地区报

b杂志

a专业：《大学生周报》《金融经济报》《就业报》

b综合：《读者》《意林》《少男少女》

2电子媒体

a电视

cctv5cctv6cctv3

时段：5点-----11点

3其它

在各高校的开水票背面做广告

报纸100000元杂志150000元

电视250000元其它xx0元

(一)目的：提高企业知名度树立企业形象

(二)对象：高校学生

(三)对象分析：各高校平时搞些文体活动如文艺晚会，演讲比赛，各种球类比赛。

(四)活动策划：

1在高校协办文艺晚

2在学校协办蓝球比赛“奇力杯”

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