# 2024年装修公司开业活动策划方案案例 广告活动策划案例方案(大全8篇)

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2024-09-15

*当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案的格式和要求是什么样的呢？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。装修公司开业活动策划方案案例篇一一、我国化妆品产业的现状：随着我国人...*

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

**装修公司开业活动策划方案案例篇一**

一、我国化妆品产业的现状：

随着我国人民生活水平的提高，人们对化妆品的需求也不断增加。在20世纪80年代前，我国化妆品生产厂家只有50多家，最高年销售额不足5亿元。1990年，全国化妆品销售总额也仅为40亿元。近年来，随着经济的迅速发展，化妆品产业获得了迅猛的发展。2024年底，全国化妆品行业的生产企业达3000余家，销售总额达217亿元。改革开放20多年来，我国化妆品市场销售额平均以每年23.8％的速度增长，最高的年份达41％，增长速度远远高于国民经济的平均增长速度，由此可见，化妆品是一个潜力巨大的产业。

正是因为发展前景诱人，化妆品市场的竞争也十分激烈。尤其是在我国入世后，中外企业竞争日趋白热化。根据入世协议，入世后，我国化妆品生产企业将面临全方位的挑战：外国化妆品进入我国的成本将会降低，外国高档化妆品具有更强的竞争力；一些中低档化妆品也将进入我国市场，中档化妆品将成为竞争的焦点，这将对以生产中低档化妆品为主的国内企业构成很大威胁。此外，入世后国内将会出现更多的外国个人护理连锁商店和私营批发公司。

二、国产化妆品的国际竞争力分析：

我国化妆品生产企业要想在入世后的国内市场上立于不败之地，并且进军国际市场，就必须正确认识自己与外国企业的差距，知已知彼，找到适合自己的发展道路，从而在竞争中取胜。

中外化妆品生产企业从整体水平上看差距较大，国产化妆品多集中在中低档水平上，多数产品品质不高，品牌知名度低，缺乏国际竞争力。从总体上分析。

国产化妆品的主要劣势是：

1.规模小，质量难以保证：

化妆品生产属于简单加工行业，一般只需一些搅拌反应器皿、灌装设施加化验手段就可完成。目前的化妆品生产企业中，许多是10人以下的小厂。虽然化妆品的生产相对简单，但对质量却有很高的技术要求。一些小厂由于资金少、技术落后，虽解决了生产问题但产品质量很差，对皮肤的伤害大，有的根本达不到国家的卫生检疫标准。此外，在经营机制上缺乏现代化的管理体制，不能为聚集人才创造必要的条件，当企业形成一定规模时，这些缺陷便成为制约企业发展的“瓶颈”。

2.品牌知名度低：

目前，我国的化妆品生产企业中，合资企业和外商独资企业有400多家，占全部化妆品生产企业总数的14％，但这14％的合资和独资企业生产的化妆品却在国内市场上占主导地位。这一方面是因为国外化妆品品质好，科技含量高，品牌知名度高。而我国的许多化妆品生产企业赋税和人员负担重，资金匮乏，在科研和宣传上的投入都相当低，从而严重影响了产品质量的提高、新产品的开发和企业知名度的提升。另一方面，外国化妆品生产企业一般都有几十年甚至上百年的历史，企业在形象塑造和宣传上具有丰富的经验，而国内的企业一般只有几年或十几年的历史，与外国同行相比，在经验和企业文化沉淀上都存在着很大的差距。即便是一些有影响力的国内品牌，同国外的知名品牌比较起来，在科技创新、国际知名度等方面也逊色许多。

在产品的成本等方面占有一定的优势：

1.成本价格：

国内化妆品生产企业同国外同业的竞争主要依靠的是价格策略。目前，在中外化妆品生产企业的竞争格局中，外国企业主要占据了高档化妆品市场，而国内企业多集中在中低档化妆品市场上。外国化妆品的价格一般高于同档次国产化妆品的数倍甚至数十倍，主要是以其优良的品质赢得市场，而目前国内品牌有能力与其竞争的很少。但国内高档化妆品的主要消费者是大中城市的高收人人群，这部分人约占城市人口的1％，市场容量相对较校中低档次的.国产化妆品价格更能适应国内消费者的消费水平，在城市和农村都有广阔的消费市常但这方面的优势，将随着我国逐步兑现入世的各项承诺而有所削弱。此外，随着关税的降低和对外资企业进入国内市尝在国内建厂等各种法规限制逐步取消后，外国企业的生产成本、各项“进入费用”等将会降低，价格也必然会有所下降。另外，还会有大量的外国中档化妆品闯入我国市场，中低档化妆品将成为未来中外企业竞争的焦点。

2.消费者偏好：

国内的一些老民族品牌，如美加净、郁美净等在国内市场上除一般的消费者外还拥有一个稳定的消费人群，这部分消费者以中等收入的中老年居多，他们对民族名牌有很强的偏好，其人数约占城市人口的2.5％。这种消费偏好上的优势在一段时间内，具有其他外国品牌无法比拟的优越性。此外，由于中外消费者在皮肤特点上的差异，外国化妆品生产企业进入我国市场要有一个适应期，这一适应期虽然很短暂，但却为国内企业赢得了宝贵的应战准备时间。

三、我们的市场战略目标：

我国已经入世，国外化妆品企业随着我国各项承诺的兑现也将加快进入我国市常国内的化妆品生产企业应采取积极的对策，迎接挑战。

1.进行正确的市场定位：

目前，中外化妆品竞争的主要市场为中高档化妆品，一些外国化妆品生产企业在品牌特征的塑造上，多把自己塑造成年轻白领或是时尚青年的理想品牌，产品价位比较高，远远高于我国工薪阶层的消费水平。国内企业应充分利用这个机会占领中低档化妆品市场，而且由于其自身资金、技术等条件的限制，也必须作出这样的选择。一旦国际竞争力提高了，再大举向其它市场发展。

2.注重品牌宣传：

广告宣传是提高企业知名度，树立企业形象，打造产品品牌的重要手段。目前，国内企业由于资金匮乏，在广告宣传上的投入很少，从而影响了产品知名度的提高，致使市场销售不畅，最终导致企业效益不佳。很多外国企业的化妆品价格高于同档次的国内化妆品数倍甚至数十倍，并非全在于技术含量和附加值高，广告投入在其中占了很大的比例。在化妆品产业，广告引导时尚，尤其是在化妆品品质差别细微的情况下，广告宣传已成为企业间竞争成败的关键。国内化妆品企业应该提高品牌意识，吸收国外企业的先进经验，建设良好的企业文化，扩大企业知名度，形成以品质为基础的品牌优势。

3.提高科技水平：

4.转变经营观念：

固定的消费群体与一些专业美容院的场地、网络、技术三大资源进行嫁接，打造出品牌、产品与服务一体化的营销模式。企业为美容院“打工”，美容院则利用企业的优势来服务大众，以达到双赢。

四、媒介策略：

（一）广告目标

1、使用较少费用最大限度覆盖招商广告的目标群体，并保持较高的接触频次。

2、扩大“诗雪”“百慕“和”碧妮“的品牌的知名度与美誉度。

3、树立北美化妆品公司品牌形象，巩固市场份额。

（二）广告市场：全国

（三）广告目标群

五、媒介目标：

1、在目标群和潜在的目标中迅速建立“诗雪”、“百慕“和”碧妮“的系列产品亲和力与知名度。

2、推动招商工作的全面开展与更大范围的渗透。

3、通过一定频次媒体暴露帮助提升北美化妆品公司的品牌知名度。随着互联网产业的飞速发展，中国网民数量爆炸式增长，据cnnic最新统计数据，国内网民数量已达到3370万人，其中45岁以下的网民比例高达67.8%，非常符合我们各系列产品的目标消费群，再加上网络广告费用的低廉，不失为物美价廉的载体，所以建议客户在适当时机选择网络媒体的投放。

六、招商广告媒体选择：

七、品牌广告媒体选择：

《女性大世界》《好主妇》《中国妇女》

《中国女性》《靓丽活肤志》《新娘》

八、媒体排期：

媒体名称规格mm刊例价格时间合计

3月4月5月

《中国之翼》600001期1期1期

《东方航空》400001期1期1期

《南方航空》550001期1期1期

《首都机场集萃》210\*285500001期1期1期

《中国化妆品》1期1期1期

《世界妇女博览》215\*285350001期1期1期

《女性大世界》2期2期2期

《中国女性》1期1期1期

一，前言

二，广告商品

三，广告目的

四，广告期间

五，广告区域

六，广告对象

七，策划构思

八，广告策略

九，广告主题表现及媒体运用

一，前言

根据分析，洗发水的市场虽然较大，但因竞争品牌众多，广告投资量大，欲争取较高的市场占有率，殊非易事。本公司建议明年度销售及广告诉求重点，应放在指名购买及衔接2024及2024年广告投资重点上，并以xx洗发水为主，以下即本公司根据市场及消费者心理各项因素所研拟的2024年xx洗发水广告企划案。

二，广告商品

xx洗发水公司——xx洗发水

三，广告目的

1，促进指名购买

2，强化商品特性

3，衔接11,12年广告

4，传播影响程度：不知名—知名—了解—信服—行动

四，广告期间

2024年6月——2024年6月

五，广告区域

全国各地区（以城市为主）

六，广告对象

所有居民用户

七，策划构思

（一）市场大小的变化情况的两种：

a，量的变化——随着人口的自然增减而变化。

b，质的变化——随着社会形态（如农业进入工业区）、价值观念、文化水准等而变化。

在这两种变化中同类型商品都会蒙受同样的影响，即厉害均沾，而且变化多是渐进的，也非单独某一品牌的力量所可左右的。

（二）旧市场占有率的提升（即袭夺其它品牌的市场）

（三）使用及购买频度的增加

就xx洗发水而言，因系属化妆生活用品，为个性之商品，与一些会导致冲动购买的商品不同，故“新市场之开发”甚为不易，只得利用旧有市场的互相告知，以增加新市场，而市场本身质与量的变化所扩增的市场也不可能独占。

2，促使洗发店老板主动推荐xx-x

八，广告策略

针对消费者方面—

1，针对各阶层消费者，运用不同媒体做有效的诉求。

业区（服务台）供人随意索取，也可夹于杂志页内，赠送读者。

4，除正式大篇幅的广告外，在报纸杂志上另可采用游击式的策略，运用经济日报的插排（孤岛广告）和联合、中时的分类广告版，不定期刊登小广告，一则省钱，二则可弥补大广告出现频次不够多的缺失。只要设计得简明、醒目，依旧有很大的效果，美商海陆公司即会运用此一策略。

九，广告主题表现及媒体运用

（一）卡片及广告牌的广告内容

好的头发，选择飘飘。

在广告牌上画一个美女，重点体现在他的头发上，还有xx品牌。在卡片上同样如此，不过可以附送试用品。让用户感受以下效果，让他们买的更放心。

（二）电视广告策划

在电视台的黄金时间播出：

（三）广播台

广播内容就是介绍xx，例如请嘉宾，做一个xx专访。

宝洁大中华区总裁施文圣（shannan stevenson）对世界纪录协会认证官说：我们申报世界纪录的目的很简单，就是培养员工创造世界第一的意识！

大到一个企业，小到一款产品、一个人，都必须要目光长远。这是当今企业主管应具备的“第一意识”。正如nba流传的一句名言：永远不要低估了一颗冠军的心!

世界最高峰是哪一座?——珠穆朗玛峰。

第一个登上月球的人是谁?——阿姆斯特朗。

那么第二位的呢？世界第二峰?登月第二人?——大多数人都回答不上来。

因为人们对“第二”向来是漠不关心的。记住：第二不是第二，第二什么都不是！定位理论告诉我们，所谓成为某一方面的第一，其实就是要让自己的品牌在消费者心智中排第一。杰克特劳特说：做第一胜过做最好！排在第一位就意味着第一个被选择，排在第一位的品牌机会最多、最大。

营销策划方案案例一：宝洁

录协会认证官说：我们申报世界纪录的目的很简单，就是培养员工创造世界第一的意识！

营销策划方案案例二：腾讯

腾讯游戏穿越火线是从零开始的，但他们一开始就瞄准了fps网络游戏世界第一的位置，尽管起步不算早，经过一年的努力，《穿越火线》于2024年3月21日下午3点，同时在线人数达到206万，腾讯以此数据向世界纪录协会申报该项目世界纪录成功，创造了世界纪录协会世界fps网络游戏同时在线人数最高世界纪录。将fps网络游戏世界第一的位置牢牢占据。

有了创造第一的意识，我们从7个不同的途径，打造第一品牌。

营销策划方案行业定位 做销量世界第一的第一品牌

如果企业的规模做到了行业最大，一定要让这个“最”突显出来，在消费者心目中形成印象，市场占有率最高、产能最大、员工最多、销量最大等等，这是企业在行业中的实力与地位，营销经典理论指出，“一个行业第一，胜过100句承诺”，行业第一，往往是消费者决定是否购买您产品的最有力的判断标准。

营销策划方案案例1：世界参与人数最多的电子竞技比赛——2024街头篮球全国联赛

到世界纪录证书颁发的湖南电视台现场直播，每一个环节都做足了功夫，第一个动作都成了媒体关注的焦点，把街头篮球联赛越炒越热，树立起世界最多人参与的电子竞技比赛的形象，也吸引了越来越多的人参加。

营销策划方案案例2：世界最大的小吃店——北京万丰全国小吃店

2024年5月开业的北京市丰台区万丰路北京万丰全国小吃店总店经营面积为16000平方米，北京万丰小吃城建成后，需要招商吸引全国各地的小吃经营者来小吃城经营，万丰经过周密策划，成功申报了世界纪录，万丰创下世界纪录协会世界面积最大的小吃店世界纪录的消息传出，引起轰动，成功招商，生意火爆。

营销策划方案功能定位 做细分市场世界第一的第一品牌

不可能每个企业都要是销量第一，不可能每个企业都是行业最大，如果您的企业还不是足够大，那么，就可以思考，是否能成为细分市场的最大。

营销策划方案案例一：烟台海港机械厂 世界最大的水下打捞抓斗

烟台海港机械厂不算是规模最大的机械厂，但是他把自己定位在水下打捞抓斗第一品牌，不断地制造世界最大的水下打捞抓斗，从130万吨，到500万吨，不断打破世界纪录协会水下打捞抓斗的世界纪录，创造了水下打捞抓斗的一个又一个世界第一，在消费者心智中，他成功占据了水下打捞抓斗世界第一的位置。

营销策划方案案例二：楼兰神 世界最甜的哈密瓜

哈密瓜很甜，世界上最甜的哈密瓜是什么？答案是楼兰神哈密瓜。楼兰神哈密瓜年年都举办拍卖会，一只楼兰神哈密瓜就可以拍卖出几万元，2024年，他们邀请世界纪录协会认证师现场测定，一只含糖量高达20.2的楼兰神哈密瓜，被认定为世界最甜的哈密瓜，当场拍卖30万成交，拍出了天价。楼兰神成了最甜哈密瓜的代名词。

营销策划方案技术定位 做技术世界第一的第一品牌

突出本企业本产品的强大的技术实力，是定位第一品牌的又一途径。做不了最大，就做最强，做技术方面的最强，这应该是第一品牌思考的方向！

山东华建建设有限公司承建的冀东集团多功能粉体大型钢板储库群于2024年8月竣工，储库单体储量为5万吨，创世界纪录协会世界上单体储量最大的粉体大型钢板储库世界纪录。

营销策划方案案例2、世界最大的厨刀——神州厨刀王

奇男子五金制品（浙江）有限公司于2024年7月8日打造完成的厨刀神州厨刀王，总长265cm，宽77.3cm、其中刀身长165cm、刀刃宽28.4cm，总重量达70kg，创世界纪录协会世界最大的厨刀世界纪录。

营销策划方案案例3、世界最大的热水器（单台）——100管阳港太阳能热水器

浙江阳港新能源有限公司于2024年5月生产的一台100支管的太阳能热水器，整机高度为1700mm，宽度为1700mm。创世界纪录协会世界最大的单台热水器世界纪录。

营销策划方案活动推广定位 创世界纪录，做第一品牌

借势大型活动，站在巨人的肩膀上进行活动推广，能产生事半功倍的效果。

案例1、世界最大的led显示屏——上海世博会开幕式最大led显示屏

中粮集团中宏生物工程有限责任公司于2024年3月至5月在中国200个城市同时举办的十万人签名横幅祝福上海世博会活动，签名横幅长度总计达700米，签名人数达17.5万人，创世界纪录协会世界上最长的签名横幅世界纪录。

营销策划旅游景点定位 游客要看的就是世界之最！

当四川兴文县的天然漏斗旅游景点埋没于纷繁复杂的媒体资讯中。景区重新精准定位为“世界最大的聚宝盆”力挽狂澜，并且得邀请世界纪录协会的认证师亲自前往认证，为其世界第一聚宝盆的定位找到支点，天然漏斗变为天然聚宝盆，帮景区占到旅游消费者心中聚宝盆旅游品牌第一位，仅仅一万多元的世界纪录申报费用，换来游客数量提高了6倍。

案例2、世界最大的蒙古包——清暑殿

清暑殿蒙古包位于河北省张北县中都原始草原渡假村，2024年8月1日建成，该包直径60.7米，穹顶高21.3米，檐口高度7.3米，总覆盖面积3180平方米，创世界纪录协会世界最大的蒙古包世界纪录。

营销策划城市定位 世界第一支撑起城市的名片

一个城市，能留在人心目中的印象是什么？不是在电视里千篇一律喊几句魅力某某城就可以成为城市的名片，它必须有自己独特的定位，而世界第一，可以成为这个城市最炫丽的名片之一。

案例1、世界最长的城市人字梯——云阳登云梯

云梯也因此成为云阳的城市名片。

案例2、世界最大的宴席——新平彝族磨盘宴

云南省玉溪市新平县于2024年7月31日在县民族广场举行的彝族“火把节”传统宴席“磨盘宴”，共有11360人在同一时间、同一地点的1136张桌子上用餐，创世界纪录协会世界规模最大的宴席世界纪录。

案例3、世界参与人数最多的接触类狂欢节——沧源司岗里“摸你黑”狂欢节

云南省沧源佤族自治县于2024年5月2日在沧源司岗里举办的接触类狂欢节——“摸你黑”狂欢节，现场参与活动人数达18900人。创世界纪录协会世界参与人数最多的接触类狂欢节世界纪录。

营销策划个人定位 我就是世界第一人！

三百六十行，行行出状元，也许您是一个不为人知，很普通平常的人，但您的某一项技能，某一项研究，某一项表演，特至是某一个想法非常独特，您就有可能因此成为这个方面的世界第一人！

世界几十亿人，没有两个人是完全一样的，关键就是您给自己的定位！

案例1：世界上学历最多的人——周宝宽

非常成功，一下子成了名人，连同他的生意都突然火起来。

案例2：世界上第一位创作原生砂石立体书法的人——杨天学

湖北的杨天学是一个邮局分拣员，他平时热爱书法、篆刻，但是要想在书法篆刻方面出人头地谈何容易，他另辟蹊径，用原生砂石做立体书法，开始做的时候，别人都笑话他玩石头，但是一边努力创作，一边向世界纪录协会申报世界最早创作原生砂石立体书法作品世界纪录，2024年10月申报成功，奠定了他世界原生砂石立体书法第一人的地位，作品价格直线上涨。

营销策划方案成功案例。

**装修公司开业活动策划方案案例篇二**

一、活动主题：

“回收塑料瓶，义卖献爱心”

二、活动背景：

现今社会上浪费现象严重，尽管有专人回收这些垃圾，但仍具有片面性，许多地方依然有零散分布的废弃塑料瓶，造成污染。

三、活动目的：

为焦作市建设卫生城市而努力，弘扬和宣传环保节约的精神，并为慈善事业做出一点贡献。

四、活动时间：

2024年11月份某周末

五、活动地点：

市英雄纪念碑旁小花坛处

六、活动对象：

焦作市各大街道地面及花园

七、举办单位：

主办单位：河南理工大学万方科技学院院团委

承办单位：河南理工大学万方科技学院能源与材料工程系、安全工程11-5班团委

八、前期准备：

1、如有条件可制作相关宣传横幅、印制宣传手册；

2、准备一张桌子和椅子以及一个回收箱，另外每人准备一个较大的回收袋；

3、在全校范围内做好宣传，联系校内新闻中心。

九、活动流程：

1、周日早上八点全部参与人员到市英雄纪念碑旁的小花坛处集合，清点人数；

4、最后由负责人将所卖的钱公开捐赠给当地慈善机构，活动结束，所有人员回校。

十、活动后期：

1、总结本次活动经验与不足，并加以改正；

2、每人可以写份感想；

3、如有可能可与当地回收机构进行长期联系，以后每年做一次该活动并逐渐扩大规模。

十一、注意事项：

1、活动期间注意安全，保管好各自的财物和学校的物品，另外不要阻碍交通；

2、每个人都不要怕苦怕脏，尽可能把所有能看到的塑料瓶以及易拉罐都收集起来；

3、进行环保节约宣传教育的时候要做到有耐心，语气要温和。

能源系安全工程11-5班团支书

2024年11月8日星期二

活动策划方案案例（一）

一、活动主题：

零甲醛真健康！

大铭装饰20xx零甲醛环保之旅拉开帷幕！

20xx年，家居装修正式进入环保时代。

面对市场纷纷扬扬的绿色装修宣传，谁敢真正承诺家装零甲醛？

4、1日，大铭装饰零甲醛环保之旅为您揭示真正的零甲醛健康！

二、客户征集

1、自营客户信息收集：4、1号开始大铭装饰店面开始搜集客户信息及确定意向客户信息；由专人负责与客户联系，告知促销活动。

3、络客户信息收集：4、1号启动络宣传及团购报名。

三、活动形式

签单无理由8、8折

活动期间，签单即可在原有报价基础上享受装修费8、8折超级优惠！

设计费全场3折

活动期间，签单即可在原有报价基础上享受设计费全场3折优惠！

铭牌享受订单有礼

活动期间，交定金送大礼！

交定金500元送名牌豆浆机一台！

交定金1000元送精品电饭煲一台

活动策划方案案例（二）

一、活动背景：

在中国农村有这样一个群体：他们的父母为了生计外出打工，为国家经济发展和社会稳定作贡献，但是作为子女的他们却被留在了农村家里，一年难得跟父母见次面。同样在内地城市也有这么一批儿童，他们的父母双双在外奔波，生理和心理正在成长需要父疼母爱的他们集中起来就变成了一个特殊的弱势群体———留守儿童。根据权威调查，中国农村目前“留守儿童”数量超过了5800万人。57.2%的留守儿童是父母一方外出，42.8%的留守儿童是父母同时外出。留守儿童中的79.7%由爷爷、奶奶或外公、外婆抚养，13%的孩子被托付给亲戚、朋友，7.3%为不确定或无人监护。

调查显示，由于父母均外出打工，与留守儿童聚少离多，远远不能尽其作为监护人的义务。而占绝对大比例的隔代教育又有诸多不尽人意之处，这种状况容易导致留守儿童“亲情饥渴”，心理健康、性格等方面出现偏差，学习受到影响。主要表现在内心封闭、情感冷漠、自卑懦弱、行为孤僻、缺乏爱心和交流的主动性，还有的脾气暴躁、冲动易怒，常常将无端小事升级为打架斗殴。由于“留守儿童”特殊的生活和教育环境，由此引发的生活、教育、情感、心理等一系列问题日益凸显。

随着农村外出务工人员的增多，农村“留守儿童”问题已成为当前基础教育的一个重要问题。“留守儿童”缺少父母的爱，在对他们的管教上很容易出现“三多”和“三缺”问题：隔代监护多溺爱、寄养监护多偏爱、无人监护多失爱；生活上缺人照应、行为上缺人管教、学习上缺人辅导。“留守儿童”问题成了为基础教育和社会存在的一个大问题。

开展各种相关志愿活动。为了解决“留守儿童”存在的问题，红十字会做了大量的工作，派遣相关人员深入其中了解实际情况，调查这些孩子问题的存在以及策划解决问题的相关办法。红十字会从多方面入手，积极展开相关活动，尽最大努力帮助这些孩子。红十字会积极组织青年志愿者以及当地红十字青少年与“留守儿童”开展结对帮扶活动，组织孩子们参观世园会、古城西安，让他们感受新时代的气息以及城市文化和城市生活；开展儿童趣味运动会以及儿童才艺比赛活动，让孩子们体味童年的快乐，享受生活的美好；到儿童们的家里送温暖，让他们体味爱的含义；组织厨艺大赛，培养孩子们的动手能力等等相关活动。

二、活动目的：

1、关爱农村民工子女及留守儿童，为他们提供力所能及的帮助

2、号召社会各界关注农民工子女及留守儿童

3、为社会有爱心的人士提供志愿服务的机会

4、通过志愿活动，给贫困地区的孩子带去新知识、新的思想、新的理念，给他们送爱心，送关怀，从而对他们的人生观，价值观起到正确的引导作用。

5、发扬红十字会的宗旨，从小培养孩子们的爱心，责任心，为他们将来做国家的合格接-班人而打好结实的基础。

三、活动意义：

1、是维护社会稳定的需要，是化解矛盾、促进和谐的很好举措。

2、是农村留守儿童作为祖国未来的特殊群体，必须特殊关爱。

四、期望效果：

在红十字会的统一组织下，倡导并组织青年志愿者及其他社会爱心人士对留守儿童提供全面的志愿服务，使他们得到关爱，接受心理方面的辅导，学习上取得进步，心理上健康，行为上端正，成为一个独立，自强，自信的人。同时也给志愿者们一个锻炼自我的机会。向社会展示红十字会的宗旨、当代志愿者的风采，吸引更多的社会人士来关注留守儿童的成长问题。

五、活动优势分析：

2、从物力资源上分析：招募社会上的志愿者，经费不需要很多，赠与留守儿童们的礼品可以通过有能力的个人或者企业厂家爱心捐赠，物质的支出可接受的，活动可行。

3、从社会现状上分析：留守儿童的问题越来越严重，社会上给予的关注越来越多，媒体的报道以及大众的参与将会使这次活动顺利达到预期目的，活动可行。

六、活动主题：

手拉手关爱留守儿童，心连心呵护祖国花朵

七、活动口号：

情寄留守，爱暖童心

八、主办单位：西安红十字会

承办单位：长安花公益联盟

九、活动宣传：

1、每次活动的策划都有关老师指导修改，形成规范的指导性文件，以投稿 的方式给相关部门，以便对活动提出相关建议，使我们的行动有实际意义。

2、在留守学校进行展板或者集会宣传，与当地学校校长做好联系工作。

3、尽可能的使用各种媒体形式，将我们的活动进行全面的宣传，引起社会的广泛关注。

4、借助各种媒体的力量发布征集志愿者的信息，以吸纳更多有能力的.爱心人士投身于关注留守儿童的活动中来。

十、活动前期准备：

1、与心理健康中心的相关专家取得联系，请老师就“留守儿童心理成长问题”对参加活动的志愿者们进行活动前的指导。

2、志愿者们做好与座谈会相关的材料准备，对参加活动的留守儿童的情况进行全面的了解。

3、每个志愿者分配一至两名留守儿童，负责照顾他们的生活起居和心理成长。

一、活动主题：我创新，同快乐

二、活动目的：为促进校园生活和谐，师生关系融洽，弘扬学生们的团队与创新的精神，提高学生的集体荣誉感，共创和谐校园。

三、活动时间：2024年12月31日

四、活动对象：全校学生

五、活动内容：（一）唱歌比赛

（二）舞蹈比赛

（三）小品演出

（四）舞台剧表演

六、活动流程：（一）唱歌比赛

活动对象：各班的代表者

具体安排：1.从各班选举，唱歌较为出色的同学

2.进行首次的比赛，采用淘汰制，选出较为出众的同学

3.评委老师进行相应的点评

4.进行复赛制，再次进行比赛，选出优胜者

（二）舞蹈演出

活动对象：每个班参加比赛的代表者

具体安排：1.安排各班的排练时间、地点

2.进行彩排，评委老师给予指导、纠正

3.进行比赛，选出优胜者

（三）小品演出

活动对象：每个班参加比赛的团体

具体安排：1.安排各班的排练时间、地点

2.进行角色分配、演讲、台词对练

3.进行彩排，评委老师给予指导和纠正

4.进行比赛，选出优胜者

（四）舞台剧表演

活动对象：有表演的团体

具体安排：1.安排排练的时间、地点

2.舞台背景布置，舞台角色扮演，台词练习

3.进行彩排，评委老师点评

4.进行比赛

七、前期工作：（一）前期宣传：

时间：12月20日

负责部门：校团委，文艺部

具体安排：在校园窗张贴文艺节的宣传单、文艺节的照片等

1. 成立一个活动专项小组

宣传组：负责前期的通知发布，活动中的摄影与录像

接待组：负责活动中礼仪人员的安排，接待宾客的来访

财务组：预算活动中的所有开支

后勤组：购买装饰材料，布置环境，活动的茶水供应与灯光设置，音响设备

2. 环境布置

1） 校园布置

2） 舞台布置

八、后期宣传：

时间：1月5日

负责人：学校团委老师

具体安排：（一）由宣传部将活动过程写成文稿，投至校报

（二）由宣传部成员将活动中所拍摄的照片与录影穿园网

九、经费预算：

宣传费：400元

资料费：100元

会场布置费：500元

人员劳务费：100元

舞美设计：500元

其他费用：1000元 合计：2600元

十、效果评估：

时间：1月8日

负责部门：校团委

活动对象：全体学生 采用方式：抽样调查法

**装修公司开业活动策划方案案例篇三**

一、 活动时间：20\_\_年3月28日(星期天)

二、 活动地点：青云山

三、 主办单位：福建中医药大学药学院广告部，科技部，生活 部，青年志愿者部

五、 前期准备：

1.提前做好宣传工作，确定参加人数。

2.副部长联系好旅行社，确定车和保险相关事宜(已确定)

3.购买食品、水及备用药品(由各部门自行决定)

4.参加人员应准备好各自所需物品。(如相机，拖鞋，备用衣物等)

六、活动过程：1.3月28 日早上7：20在福建中医药大学

3.活4.各5.结排注

动内容：爬山，玩竹排，观看景点等等 组负责人定时清点人数。

伴同行，安全第一，不擅自乱跑；玩竹 意安全，水深的地方绝对不能去。

6.大概在12：00大家在某地点集合清点人数并就餐

7.3：20在山脚集合并清点人数 8.3：30准时坐车回校

七、活动经费预算：

费用aa制，各部门预收每人50元，按实际发生费用多还少补。

八、注意事项：

1、本次活动为自愿参加的非赢利活动，活动期间各参加人员对自己的行为负责并承担后果，凡参加者均被确知并同意本次活动各项条款的约束。

2、结伴同行，安全第一，团队活动一切听从负责人指挥，约定出发时间务必遵守。请参加活动人员务必牢记。

3、提醒所有司机(车主)带齐证件备查，出发前加满油。车辆行驶过程中请所有驾车人员注意安全。

保持车速、车距，以防追尾，严禁强行超车，野蛮驾驶，不得脱队行驶，不得任意超车，所有车辆行驶中按顺序行驶。

5、请大家出发前带好卫生用品、备用衣物，相机、雨具、通讯工具等。

6、结伴游玩注意安全、相互照顾，不要单独行动。

总人数：60人

药学院广告部，生活部，

科技部，青协

20\_\_-3-26

辅导员意见：

签名(盖章)： 院 部 意见：

签名(盖章)：

**装修公司开业活动策划方案案例篇四**

\*活动定位：七夕，中国自己的情人节。

\*活动主题：七夕——中式传统情人节，浪漫携手。

\*活动对象：高素质、高收入未婚男女。

\*活动时间：七夕之夜。18:30--20:30

\*活动地点:：外滩风尚(河西区永安道)

\*报名人数：男、女各50人，共100人。

\*活动可行性分析：(略)

\*实施方案：

1：人员要求专科以上学历，薪金2024 ~ 3000元以上的男女情侣。

2：通过报纸、海报等媒介方式进行宣传，引起人们的认知度。

3：广告设计需新颖，视觉感给人耳目一新(建议用专业人士的构思)，宣传方面，体现本活动严肃认真的责任态度，提高本公司的信任感，展现与其它此类型活动的不同之处。

4：本活动侧重对象为中、高层次人员，所以在活动方面，场景的布局需淡雅、温馨，体现高雅、品位、水准，现场主持人(建议用专业人士)所营造的气氛轻松、愉快，同时能积极调动来宾的积极性，让他们有充分的机会展示自己，增加其吸引力，达到参加本活动的初始目的。

5：办公室人员负责应征人员的报名事宜和资料的管理。

6：此活动为保证其资料的真实性，减轻公司的审查力度，报名人员须以工作单位为主要载体。

7：客服人员用隐性的方式通过报名人员的工作单位验证其身份的可靠性，但须保证应征人员的隐私不泄露。

8：此活动所有人员的资格为后期活动的运作进行储备。

9：活动结束后，由客服人员进行电话回访，体现本公司的责任感与服务，对于应征人员提出的相关问题进行收纳，为周末晚餐计划奠定安排基础。

\*活动内容：

1：游戏互动

才艺表演(可以是情节表演也可以是唱歌或是其它的才艺)

情节表演的要求是演绎现代版的古代爱情故事(自找拍挡)。以牛郎织女的爱情故事为版本。参与演出的人员可获得纪念品。

2：百人穿针大赛

自找拍挡，要求是在规定的时间内，哪对组合穿的针最多，谁就赢得最终的胜利。可以获得现场大奖—— 一对钻戒。

此环节是根据古代南北朝时期民间为纪念织女的智、巧所举办的活动改变而来。本来的名称是“结彩缕穿七孔针”。可以体见情侣们的合作默契和女孩子的心灵手巧。

既然过的是中国传统的情人节，就应该有中国传统文化因素在内。此点可体见出中国女性的智、巧。

\*场地布置：

考虑到外滩风尚自身的场地环境，我们不做太多的花絮布置，只在现场用

彩带、纸鹤、鲜花、蜡烛做个简单的装饰，利用灯光营造效果。

彩带：用彩带在天花板上结个花球，伸展出四个架。在架上挂彩条、纸鹤、花瓣。

纸鹤：在花球的下面做两个花环，挂纸鹤。

灯光：纸鹤花环中挂一个小光源。因为场地本身的灯比较暗，需在用两盏射灯用于舞台效果。 鲜花：在场地醒目位置摆放百合花、兰花。

蜡烛：每桌桌面摆放一个蜡烛。烘托出浪漫的气氛。

\*活动所需设备

\*活动宣传

刊登报纸广告、海报。

具体的媒介可选《每日新报》或是《假日100》。

宣传的时间为一周左右。

\*宣传语

七夕，中国自己的情人节。

为了忘却的纪念

用行动缅怀那不老的传说。

案例1：某大学学院“宿舍文化节”策划方案

一、活动名称：某大学学院宿舍文化节

二、活动主题：营造文化家园、共创美丽人生

三、活动宗旨：

提高审美情趣品味，培养集体主义精神，树立团结进取意识，洋溢青春活泼气息。通过优秀文化宿舍评比和宿舍文化征文比赛等方式，体现出具有整洁、自律、高雅、向上等文化特色的充满文明、智慧、道德、艺术和创新的文化氛围，以及由此而表现出来的各种思想观念和精神风貌。让同学们在自我动手参与中去亲身体验和感悟人生哲理，从而树立了学生的团结意识、进取意识。

四、参赛对象及时间：

08级全体学生，时间为即日起至本月结束（具体时间另行通知）

五、 主办单位及协办单位：

某大学学院学生会生活部（主办）

某大学学院学生会学习部、宣传部（协办）

六、举办模式及奖励办法：

本届宿舍文化节分为“宿舍文化宣传活动”、“优秀文化宿舍评比大赛”和“宿舍文化征文比赛”三个阶段进行。奖励办法按各阶段具体奖励办法实施执行。

七、各阶段具体安排：

第一阶段：宿舍文化宣传活动

（1）目标：

通过各种宣传途径，有效的宣传本届宿舍文化节，让同学们懂得何为宿舍文化，为什么要建立良好的宿舍文化，以及怎么去建立优秀的宿舍文化，从而在大学校园里建立起一种和谐、团结、友爱、文明、健康、高雅的宿舍文化。具体体现在宿舍内务的设施布置、宿舍管理条例、宿舍成员的生活方式、闲暇活动和整体精神风貌，以及由此而表现出来的各种突出文化内涵的、具有创新意识的艺术形象。

（2）模式：

a、结合各班班委，召开班委工作会议，通过班委向各班同学宣传本次活动，有效地提高同学们的积极性和集体主义精神。

b、 配合团委图书馆举办的读书活动，开展“读书进宿舍”调查，调查同学们最喜欢的宿舍书籍，提高高雅的品味情趣，并将调查结果以板报或网站通讯的方式公布。

c、 结合学生会宣传部和通讯部，通过板报通知、网站通讯方式来达到最佳的宣传效果，以此来提高同学们的关注度和活动热情，增强同学们的集体荣誉感。

d、结合周三下午的政治学习，向各班发放“关于大学生宿舍建设的模式”材料，通过学习此材料，以深化同学们的宿舍文化意识，让同学们在实际参与中得到思想升华。（原计划由我部举办宿舍文化宣传讲座，但由于时间仓促，来不及准备，故改为此项）

第二阶段：优秀文化宿舍评比大赛

（1）参评要求：

a、内务布置：整洁、美观、合理、高雅，突出各宿舍的文化特色、艺术氛围和创新意识。其中平时卫生情况参考宿舍楼管老师的检查结果。

b、 文化特色：

“节约之家”——用最合理节省的付出，营造最温馨的家园；

“艺术之家”——洋溢青春的气息，把舍员的志向和兴趣融入主题中； “创新之家”——具有新创意、新思想。

c、摄影评比：全方位体现宿舍的审美情趣，用胶片留下最永恒的美丽。要求每个参赛的宿舍必须有摄影照片，包括整体照片和局部照片，以及必要的文字说明。只收黑白和彩照。

（2） 评比方式：

a、 各班首先自行进行内部评比，并推荐最优秀的宿舍男、女各一名到生活部参加下一轮评比。

b、 生活部组织有关人员对各班推荐出来的优秀宿舍进行综合评比，按分数高低取前几名进行奖励，并推荐最优宿舍参加校级的评比。要求各班推荐出来的宿舍必须以电子档案的形式上交办公室，电子档案内容包括宿舍号、宿舍成员名单、班级以及舍名、舍训、文化标语、摄影照片以及必要的文字说明。

（3）评分细则：

a、 各班进行内部评比，细则自定，力求选出最优秀的宿舍。

b、 学生会评比阶段，按参评要求（内务布置、文化特色、摄影评比、卫生情况等）进行评分。

（4）奖励办法：

a、 按分数高低，各年级评出优秀文化宿舍前6名（男3女3），进行荣誉奖励，申请个人量化加分，并将结果于板报或网站公布，进行摄影照片展览。

b、 推荐最优宿舍1名或2名。代表我院参加学校宿舍文化节评比。获奖者有校级奖励。

（5） 活动时间：

即日起开始，各班于11月12日之前结束内部评比，并将结果上报办公室；11月12日至14日进行学生会评比，公布结果，并向学校推荐最优秀宿舍。

第三阶段：宿舍文化征文比赛

（1）活动意义：

和谐校园首先应从和谐宿舍做起，宿舍关系融洽，就会给每个人一种归属感。如何处理宿舍成员之间的情意，如何真正做到真诚、独立、包容，如何让自己的大学生活留下永恒的回忆，都是值得我们抒情的体现宿舍的整体精神风貌、思想观念等的话题。

（2）征文要求：

以散文、诗歌、小说、杂文等文章题材，反映宿舍的有关事情，体现一种和谐、团结、友爱、文明、健康，高雅的宿舍文化情怀。自拟题目，字数不限。只收原创作品，严禁抄袭。要求参赛者以电子档的形式把作品上交办公室，内附姓名、班级和宿舍号。

（3）协办单位及时间：

学生会学习部协办，组织人员评出优秀作品，取前若干名进行奖励，将结果于网站公布并展示优秀作品。活动时间为11月12日开始，各班于11月20之前将征文作品上交办公室。并于11月23日之前公布结果。

结语：大学生是宿舍文化建设的主体。从根本上说，积极健康的宿舍文化是为大学生成长成才服务的，是大学生自己的文化，会增强同学们自身的修养，它的发展始终与大学生生活紧紧相连，没有大学宿舍生活也就没有大学宿舍文化。积极健康向上的宿舍文化对大学生成长具有重要的作用，有利于大学生学习科学文化知识，有利于大学生形成健康人格，提高素质，陶冶情操，使大学生树立正确的思想道德观念，有利于培养学生的集体观念和协作精神。通过此次宿舍文化节的举办，期望能够同学们在自我动手参与中学有所思、思有所获，从而真正体现出集体观念和协作精神，营造温馨的文化家园，让自己的大学宿舍生活成为永恒的回忆，为自己的大学生活增添靓丽的`精彩。

案例2：第一届澳门青年特色旅游节策划方案

活动名称：第一届澳门青年特色旅游节

活动主题：迎奥运全民健身、澳门特色旅游、生态环保、慈善、大学生友好交流活动

系列活动：

1、澳门－广州大学生骑行交流（外加途中慈善募捐）

2、澳门世界文化遗产骑车特色生态游（外加途中慈善募捐）

3、澳门世界文化遗产摄影比赛

4、户外运动，特色生态旅游，摄影知识讲座

5、清远慈善扶贫

一、活动背景及意义：

1. 迎奥运全民健身意义——

（2）发展普及澳门户外运动，向澳门市民传授户外运动知识。（相关活动有澳门世界文化遗产骑车特色生态游、户外运动、特色旅游知识讲座。）

2. 特色旅游意义——

（1）澳门历史城区申办世界文化遗产成功，需要打造以世界文化遗产为亮点的旅游产品品牌，吸引教师学生等高素质客源，扩大澳门世界文化遗产旅游的影响，改变澳门以往单纯的赌城形象。丰富澳门旅游产品结构和客源结构。

（2）澳门户外生态旅游活动起步较晚，相关户外产业不健全（甚至说落後），通过此次活动普及户外运动知识，顺应国内户外运动向户外特色旅游的潮流，赶上运动休闲的时代步伐。（相关活动有澳门世界文化遗产骑车特色游，澳门世界文化遗产摄影展）

3. 生态环保意义——

义的活动。我们可以借此次活动的推广之际在澳门举办类似每人每月少开一天车的大型环保公益性活动。（而且澳门市民的文化素质水品较高，接受有环保意义的活动能力较强，易於我们活动的展开）同样也可以在广州同步开展。

4.慈善意义——

（1）在澳门广州大学生骑行交流、澳门世界文化遗产骑车特色游活动进行的同时慈善募捐，部分善款用於清远扶贫活动。

（2）将办澳门世界文化遗产摄影展的收入全额捐给慈善机构。

5. 学生友好交流意义——

澳门各大学与广东各大学学生会向来就有相互交流增进友谊的传统，此次活动注入了更多的新意义，将本次活动的主题：迎奥运全民健身、澳门特色旅游、生态环保、慈善、学生活动友好交流等推广到广州各大学，并形成互动活动，有来有往最後形成澳门－内地大学生友好交流的传统活动项目。（同时扩大澳门旅游，体育，大学等行业在珠三角的影响力）向社会公众展现具有良好素质品德和环保意识的澳门大学生形象。

二、活动细则介绍：

1.澳门－广州大学生骑行交流（外加途中慈善募捐）

（1）澳门科技大学、澳门大学、澳门理工大学三校的自行车队作为澳门迎奥运慈善生态环保特色旅游的大使从澳门出发（澳科大为出发地）骑车北上广州，与广东学联，广州各大学学生会，户外社团友好交流。北上骑行途中宣传生态环保主题（拣垃圾），并在沿途做慈善募捐。在广州与南下的内地户外特色旅游团会合。

（2）自行车队组成：澳门科技大学15人，澳门大学10人，澳门理工大学10人

（3）在广州当地与广东学联、内地特色旅游团共同举办传达迎奥运全民健身、澳门特色旅游、生态环保、慈善、学生活动友好等主题的篝火晚会。

（4）与广州各大学的自行车队、内地澳门特色旅游团结伴骑行回澳门，做澳门世界文化遗产骑车特色游、澳门世界文化遗产摄影比赛的活动。

2. 澳门世界文化遗产骑车特色生态游（外加途中慈善募捐）

以澳门历史城区世界文化遗产为旅游产品制定旅游路线，与广州各大学的自行车队、内地澳门特色旅游团采用全程骑行的方式游遍澳门历史城区同时进行慈善募捐和澳门世界文化遗产澳门历史城区摄影比赛，宣传慈善生态特色旅游的主题。

3. 澳门世界文化遗产澳门历史城区摄影展

将澳门世界文化遗产摄影比赛的作品在澳门科技大学、澳门大学、澳门理工大学、澳门文化中心、澳门旅游局、广州各大学，西祠胡同网站做巡回展览，展览收入都将捐赠给慈善机构。活动宣传慈善生态特色旅游的主题，具有很大教育意义。同时将澳门世界文化遗产的旅游产品推广到珠三角各大学校园，还可以通过西祠胡同等媒体推广到华东及全国各地，吸引大批高素质客源（教师学生，都市白领，户外运动爱好者，摄影爱好者等）来澳门进行特色旅游。摄影展作品将装订成影集作为澳门世界文化遗产对外宣传材料。

4. 户外活动，特色生态旅游，摄影知识讲座

邀请国内外著名户外厂商、户外活动爱好者（老驴）、特色旅游举办者、摄影爱好者来澳门科技大学等知名院校做相关知识讲座，让更多的大学生和市民了解户外运动、特色旅游、摄影艺术。做到知识普及，有利於全民健身活动的推广。

5. 清远慈善扶贫活动

澳门科技大学、澳门大学、澳门理工大学、广州××大学自行车队骑行至广东清远山村小学。（途中同时募捐）

用澳门－广州大学生骑行交流、澳门世界文化遗产骑车特色生态游、澳门世界文化遗产摄影比赛筹集来的善款在清远的贫困地区小学扶贫，支援当地教育事业的发展。同时对当地学生进行生态环保教育。将本次“第一届澳门迎奥运慈善生态特色旅游节”活动的社会公益意义推至顶点。

活动安全性：正在拟定，自行车队章程，和引进安全装备

活动主办单位：澳门旅游局、澳门体育局、澳门慈善、澳门科技大学 活动协办单位：澳门大学、澳门理工大学、广东省学联、西祠胡同网站（全球最大的华人社区网站之一）、澳门日报、澳门科技大学攀登社、义工团、通讯社、美术学社、摄影学社 赞助商： 专案组联系方式:

**装修公司开业活动策划方案案例篇五**

20\_\_年元旦即将到来，为了展现公司丰硕成果，丰富职工生活，打造公司企业文化品牌，加强团队建设，以更好的精神风貌迎接20\_\_年，公司决定于20\_\_年\_\_月\_\_日（时间初步预定）举办元旦晚会。

一、活动主题

喜迎新年再创辉煌

二、活动目的

1、打造企业文化品牌，增加凝聚力。

2、加强各部门同事之间的联系与沟通。

3、增强公司员工的集体语言精神观念。

三、活动内容

参加人员：公司各级领导、公司全体员工。

活动时间：20\_\_年\_\_月\_\_日\_\_点（时间初步预定）

活动地点：公司几楼会议室

1、公司元旦聚餐

2、公司领导致词

3、文艺演出

四、前期活动准备工作

（一)、晚会策划及准备时间(时间节点），成立晚会筹备小组，本阶段主要完成宣传、节目收集、主持人确定。

1、通知各部门递交节目名单、节目类型，每个部门节目类型限，届时筛选。（报名截止时间）

2、所报节目参加人员确定。

3、晚会节目主持人确定。

（二)、晚会协调进展期(时间节点），本阶段主要完成节目的排练、节目单编排、舞台灯光音响设备、背景墙布置、物品购买等工作。

（三)、晚会倒计时(时间节点），本阶段主要完成晚会全过程（包括节目单）确定、彩排、末期宣传工作、对现场内外进行布置。

（四)、晚会正式演出期间(时间节点）。

1、安排演职人员以及后期参赛所有节目排练工作。

2、现场领导的接待工作、观众进出会场秩序。

3、晚会开始前后的现场秩序的维持工作及各项后勤保障工作。

4、晚会后的收尾工作。

五、元旦晚会内容

1、主持人开幕

2、请领导致词

3、由领导宣布元旦晚会正式开始

4、节目表演开始

5、活动结束

六、互动小游戏

可在节目中穿插互动小游戏，小游戏可由员工现场报名参加。参赛者均可获奖品一份，获胜者还可额外获得精美奖品一份。

游戏：步步为赢

游戏规则：请出5对男女共10人，2人为一组参加。站在报纸上，脚不可站在纸外面，2人都必须同时站在报纸上坚持15秒。胜利者继续下一轮。

七、表演节目评奖

由各部门分别推荐优秀员工作为节目评选嘉宾为参演节目打分，共10人，满分10分。分别设置一、二、三等奖七、幸运大抽奖（演出结束）

安排领导在抽奖箱中对参加晚会的全体员工进行“幸运大抽奖”活动。奖项共三项：一等奖1名、二等奖3名、三等奖5名。

**装修公司开业活动策划方案案例篇六**

活动时间：

12月23日(星期二)—1月5日(星期一)

活动主题：

相约圣诞之夜(圣诞狂欢夜、欢乐优惠在圣诞

活动说明：

每年的12月25日，是纪念耶稣诞生的日子，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节。而元旦节也是我们个的一大节日，我们可以参照以下的促销活动方案！

活动内容：

一、场境布置：

a.门口：一服务员妆扮成圣诞老人站在门口迎侯宾客，迎候语必须是‘merrychristmas！’遇上大约10岁以下的小客人则发一粒水果糖。

b.大堂：中央摆上圣诞树，圣诞树要大，要与大堂的空间协调一致，树上必须有闪烁的彩灯吸引客人的注意。

c.玻璃门窗：贴上圣诞画如：雪景，圣诞老人等(精品批发市场有现成的出售)

d.餐厅：服务小姐头戴圣诞红帽，给每桌客人先上一盘别致的圣诞点心，点心主要有蛋糕，饼干，也可以是平时很受欢迎的宾馆特色点心，周围摆上各式各样的糖果。还可以在盘中藏匿一有奖吉祥物，不同的吉祥物到服务台领取不同的圣诞节小礼物e.过道：用红纸扎成小巧的灯罩，每隔一米五挂一只，顺着过道挂两列。

二、卖场圣诞氛围营造

a、门前广场可设置这样一个场景造型：在雪地上矗立着一座别墅市的房子，房子周围是浓郁的圣诞树，并有着一个美丽的花园，整个房屋透着黄色的温暖的灯光，透过窗户可看到一家人的身影，正在欢快忙碌着准备圣诞晚会，精心布置圣诞树，圣诞老人正悄悄爬上烟囱，悠扬的音乐从圣诞屋飘出来。整个场景静谧而欢快，有动有静，栩栩如生、充满情趣。注：音乐必不可缺少的，给整个场景增加动感，可以播放一些经典的曲子。

b、服务员和收银员全部戴一顶红色圣诞小帽子，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

三、促销活动

(a)狂欢帽子节！展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子！让您在享受暖冬的同时，增添一抹靓丽的风采！操作说明：在寒冷的冬天，帽子是不可少的御寒用品，也越来越成为时尚年轻人着装的一大点缀。在帽子展出陈列上，可以突出红色的圣诞帽，一方面渲染节日氛围，另一方面也通过圣诞帽带动其他帽子的销售。

(b)定餐送手套，定餐满1200元，凭购物小票，赠送一双手套。

**装修公司开业活动策划方案案例篇七**

通过消防演练，进一步增强幼儿园师生消防安全意识，提高自救防范能力，做到在发生火警火灾时，能临危不乱，有序、迅速地按照消防逃生路线安全疏散，确保生命安全。

二、演练时间和地点

时间：20年11月9日上午9:00

地点：幼儿园操场

三、演练人员安排

总指挥：\_\_园长

组员：园所其他老师

1、协助指挥人员：

各班老师和保育员职责：分别到各自班级活动室，相互协助。负责演习前清点幼儿人数、带领幼儿撤退、到达安全地带后清点幼儿人数。

2、现场警戒小组：

保安、门卫职责：具体负责幼儿和其他闲杂人员进入警戒地带。

3、救护小组：

保健医生职责：具体负责演练疏散过程中发生的意外事故的应急救护和拨打119电话和120急救电话等。

4、撤退后幼儿安全管理

各班教师职责：清点幼儿人数，负责安抚幼儿情绪，保证幼儿火灾后的安全。(以上工作人员负责幼儿疏散时的撤离秩序、安全管理，严防拥挤事故发生。)

5、报警小组：

值班教师负责火警预报，向分管领导电话报警。

6、业余消防队：

后勤人员职责：负责拿灭火器灭火。

四、演练准备

1、疏散命令：

由应急总指挥根据情况发布疏散命令。

2、疏散铃声：

两短一长铃声为信号。铃声由总指挥发出。

3、疏散路线：

教师领队，幼儿排二列队伍下楼道，分班按路线疏散，一楼为先二楼为后，靠近楼梯班级为先远离楼梯班级为后。

如：第一组大一班、大二班、从东边楼梯下;与小一班走南门到操场。第二组中二班、中一班从西边楼梯下，与小二班走北门到户外。

疏散情况采取应急措施，选择最畅通的楼道疏散幼儿。

要求依次快速、安全下楼，不能抢先下楼，以免发生拥挤踩踏事故，操场以两列列队伍，按做操集合顺序。

注意：

具体疏散还要根据现场实际情况，听从疏散指挥教师的指挥。疏散通道必须保证时刻畅通。现场指挥应根据现场情况、人流密度、对疏散路线作选择或调整。

4、疏散引导：

疏散引导小组的任务是维护疏散秩序，指明疏散方向和路径。在拐角处应有人员引导，避免幼儿误入危险区域;要阻止幼儿逆向跑、窜、推搡、挤压情况发生;有人倒下，要立即扶起，防止踩踏事故发生。

5、撤离方向：

就近安全出口撤离原则。

6、集合地点：操场

7、人员清点：各班教师在集合地点对疏散的幼儿人数进行清点，并继续寻找滞留在事故现场的幼儿和受伤人员，帮助其安全撤离。疏散引导小组应及时向总指挥报告疏散情况。

活动开始前：

1、所有幼儿进入自己所在活动室;

2、各班老师清点幼儿人数;

3、清理警戒区;

4、各工作小组进入现场。

五、演练程序

1、总指挥：宣布消防演习与紧急疏散演习现在开始。

2、发现和确认火灾事故发生。

3、应急总指挥命令预警小组发布火警报告。(幼儿园迅速启动火灾事故应急处置预案)

4、紧急疏散：

1)在各层疏散引导人员的指挥下，全体幼儿在老师的带领下，按预定路线有序疏散，疏散时请靠楼梯左边行走，让出右边通道让消防人员赴救通行;用湿毛巾捂住鼻子，猫腰行走或匍匐前进，撤离到幼儿园活动场。

2)各班老师清点疏散人数，发现少人，迅速与疏散总指挥部联系

3)如发现有幼儿受伤，立即与现场救护小组联系，并展开紧急救护。

4)应急疏散负责人向现场总指挥汇报疏散情况。

报告：报告总指挥，全体幼儿现已安全脱险。

疏散前的注意事项：

a、关闭电、气设备，切断电源，关闭门窗。

b、为保证快速、有序、安全地疏散，任何人在疏散时不应携带个人物品，更不允许逆向跑窜寻找个人物品。

疏散时的注意事项：

a、提醒疏散的幼儿不出现惊慌与骚乱，确保他们安全撤出。

b、现场警戒小组确保消防通道的畅通和现场秩序稳定。

c、各工作小组本着对幼儿高度负责的态度，严肃认真地对待现场上出现的每一个突发情况。

七、演练总结

通过紧急疏散演练，巩固幼儿所学的安全防护知识，逐步学会有事不慌、积极应对、自我保护。让教职工掌握正确使用灭火器的方法及保护幼儿逃生的方法，提高抗击突发事件的应变能力。

**装修公司开业活动策划方案案例篇八**

在植树节到来之际，为使孩子们能够积极与环境“对话”，主动参与植树节的相关活动中策划了方案。下面是本站小编给大家整理的植树节

活动方案

，供大家参阅!

建绿色校园，树绿色理想

一、活动目的

3.12是每年植树节活动日，在这大地回春，世界万物呈现勃勃生机之际，校团委、学生以植树节契机，开展“创绿、爱绿、护绿”创意、实践体验系列活动。学校要求各班积极宣传、人人参与，将学习知识与劳动实践结合起来，增强环保意识，为创建省绿色学校添风采。

二、活动

口号

建绿色校园，树绿色理想

三、活动时间

20xx年3月10日-20xx年6月1日

四、活动内容与时间安排

1、“植树节”募捐

倡议书

(3月10日)

结合周一主题晨会，由值周班级光荣升旗手代表班级全体同学，发出倡议，然后以团委学生代表发表“植树节”募捐倡议书。

2、 绿色环保主题班会(3月11日)

各班在周二下午主题班会上，开展有关“建绿色校园，树绿色理想”为主题的班会活动，并以班级为单位进行“植树节”募捐，募捐方式要强调自愿原则。

3、 “植树节”募捐活动(3月12日)

3月12日，广播操期间，由团委、学生会组织完成“植树节”募捐仪式;募集的全部资金用于下面的班级绿化大赛;不足部分将由政教处向学校申请补足。

4、 室内绿色评比创意设计大赛(3月10日-3月21日)

以班级为单位，班级同学为各自班绿色布置做好设计，设计稿必须图文并茂，说明设计意图，书面或电子稿均可。我们将各班绿色创意设计作品发布到校园网网络，供教师、学生、网络游客进行网络投票，请专业老师评价，评出最佳创意奖、优秀设计奖若干名，给与奖励。

5、 室内绿色实践活动(3月22日-3月31日)

各班根据室内绿色设计，对班级进行绿色布置，通过购买花、草或者其它美化班级，但是班级布置不可花哨，要得体、美观大方、经济实惠。

6、 室内绿色实践养护(4月16日-5月30日)

请大家通过网络搜索养护绿色生命的知识，也可以通过咨询行家、有经验的长辈，增长呵护绿色的知识;保护好教室的环境;确保设计方案全面得到保护。

7、 室内绿化检查、验收评比(6月1日)

五、奖项设置

1、本活动分初一段、初二段、初三段分别评奖;

2、各段均设一等奖1名;二等奖2名;三等奖3名;鼓励奖6名。

20xx植树节活动主题标题设计四：绿色心愿，用心呵护，让心愿和种子一起成长

一、活动名称：植树节许愿活动

二、活动主题：绿色心愿，用心呵护，让心愿和种子一起成长

四、活动时间：3月12日(可以顺延)

五、活动地点：鲁东大学

六、活动对象：全体学生

七、活动内容：

2.植树节这天所有参与者手捧种有自己种子和心愿的花盆组成心形图案，同时进行诗歌朗诵，朗诵结束后摄影留恋。借此号召大家签署环保协议。

八、活动安排：

1、 与商家取得联系，争取赞助经费。

2、 制作看板介绍有关植树节的知识，普及环保知识，以及宣传此次活动。

3、 在餐厅门口发放宣传单

4、 现场征集报名参加者，到大一各班走班宣传征集。

5、 统计参加人数及资金

6、 购买种子(树苗)花盆，制作环保倡议横幅，邀请电台或信息部。

7、 到活动现场集合参与者，布置现场。

8、 组织参与者组成心型图形，寓意绿色心愿，用心呵护。

9、 发动同学在环保协议上签名。

10、摄影留恋。

九、人员配置

外联部负责联系花卉市场，争取赞助。

宣传部负责发放宣传单、走班等宣传活动

编辑部负责制作宣传海报

组织部负责订制横幅、指挥组织参与者组成心型，以及维持秩序。

其他人员负责诗歌朗诵。

十、活动注意事项

1、购买种子或树苗、花盆等费用由参加者支付的费用诗社只负责代收。

2、注意宣传力度以及现场控制。

十一、活动预算待定(略)

一、设计意图

在植树节到来之际，为使孩子们能够积极与环境“对话”，主动参与植树节的相关活动，亲身体验劳动的乐趣，感受美化环境的意义，增强每幼儿“人与自然和谐共处”的意识，小、中、大年级拟开展植树节—“我是菜地小卫士”的活动。让孩子们亲手播种一些在春季容易生长的农作物的种子，从而令孩子们在活动中体验成功的喜悦，增加对瓜果蔬菜生长的了解，增强环保意识，生态意识。

二、活动方案

(一)活动时间：20xx.3.12

(二)活动目标

1.认识、理解瓜果蔬菜与身体成长与健康之间的关系。

2.激发幼儿参与菜园种植活动及爱护保卫菜园的意识。

3.培养幼儿劳动技能，了解种植蔬菜才瓜果和保护菜园的益处，在集体劳动中学习与人配合、协作，增强团队意识。

4.给予幼儿亲近自然的机会。

(三)活动准备：轮胎、剪好的雪碧瓶，铲子，各种蔬菜种子、爬山虎枝条、菜名牌。

(四)活动地点：幼儿园四周轮胎及阳台绿化。

(五)活动具体内容

1.向幼儿讲解活动意图，了解活动意义。

2.观察分辨菜苗与杂草的区别。

3.带领幼儿到种植园，各班划分包干区域。

4.播种春天易生长的蔬果种子、埋上爬山虎的枝条。

5.贴上菜名牌。

(六)活动注意事项

1.各班按时到达指定地点。

2.区分菜苗与杂草的区别。

3.注意安全，认真负责地完成这项活动。

三、活动反思

在植树节到来之际，我园各班组开展了植树节—“我是菜地小卫士”的活动。旨在使孩子们能够积极与环境“对话”，主动参与植树节的相关活动，亲身体验劳动的乐趣，感受美化环境的意义，增强孩子对于“人与自然和谐共处”的意识。

在班级老师的带领下，孩子们认认真真的将种植园地中的杂草一一拔除，并亲手播种一些在春季容易生长的农作物的种子和爬山虎。在活动中，孩子们体验成功的喜悦;在播种时，促进了孩子们对瓜果蔬菜生长的了解，逐步形成绿化的概念，增强了孩子的环保意识和生态意识。

许美好愿望、献绿色爱心

一、活动主题：许美好愿望、献绿色爱心。

二、活动目的： 美化环境，保持生态平衡，提高大家爱护花木，珍惜绿色的责任心。

三、活动时间：三月十四日

四、活动地点：x学院

五、活动宣传：海报，展板

六、活动过程：

1、 由院青志协负责向院团委提出申请，并购买树苗和花种，铲子和水桶。

2、 由院青志协向全院征集志愿者，将统计全院所有参加活动的人，并交代注意事项(每个参加者务必准时集合不得迟到)

3、 由院青志协联系各系青志协，给予支持和配合。

4、三月十二日举行“绿化环境，从我做起”的签字仪式

5、活动内容：

(1) 院青志协征集的志愿者可以组成亲情组、友情组和爱情组，进行植树活动。(同学们在植树的过程中既绿化了环境，又增进了彼此的感情)

(2) 志愿者们分组后，分别由院青志协充当小队长负责。

5、 注意事项：

a) 植树过程中注意合理利用工具，节约用水。

b) 植树时应注意方法和安全

c) 活动完毕，合影留念。

七、活动经费：

树苗和花种：100元

铲子：30元

水桶：20元

总计：150元

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