

# 超市促销活动分析总结 超市促销活动总结 (大全9篇)

对某一单位、某一部门工作进行全面性总结，既反映工作的概况，取得的成绩，存在的问题、缺点，也要写经验教训和今后如何改进的意见等。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 超市促销活动分析总结篇一

xx超市。

“五一”回报社会大赠送。

据工作人员介绍，效果显著，每天平均三百人次。

xx超市是xx市的一个大型连锁超市xx超市是它的一个子超市，拥有员工二百多名，这次“五一”黄金周，超市搞了一个大型的促销活动，把全体员工的三分之一投入这个“五一”活动中，据负责人介绍，超市想利用这次的活动提高在消费群体的口碑，同时想把握这个黄金周的’大量销售额，在和百一等超市竞争中取得有利的主动权。

(一) 本次的促销活动主要分为三大类：

### 1、现场特价销售：

现场销售品有五大类，其中有化妆品，日常生活用品，电器，饮料，家具。化妆品主要是厂商直接派促销人员和超市员工负责，日常生活用品是明码标价，电视，空调等家电进行降价和赠送副带品，各种饮料都比平时价格要低，家具全部打8折。

## 2、游动宣传赠货品。

超市利用各赞助商的车加上超市名进\*派送广告品（化妆品和日常生活用品）和宣传单。

## 3、现场抽奖活动。

抽奖的办法和奖品比较灵活，中奖率100%，利用变形促销各类产品。

### （二）不足的地方。

#### 1、广告宣传。

在广告宣传的用词和出发点不是很好，应该改成以消费者的角度出发，广告的衫底音乐也应该适合大部分消费者的心里，经过不同的街口就要放不同的音乐。

#### 2、员工积极性。

“五一”黄金周的客量增大，工作时间会加长，就会出现一些员工的消极性。应该安国家规定增加员工三倍的补助金，据员工说，只是按平时的工资加工费，还有就是包吃一餐。所以，员工的积极性直接影响到促销效果。

#### 3、增强竞争力。

a□建立创新制度，加强自身素质建设，做到硬件过关、软件到位。

b□健全管理体制。好的管理体制是超市各种策略、方案顺利实施的保证，也是企业不断成功的保证。力求做到超市分工至细、权职分明、监督有效。

c□完善培训制度。现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

d□充分运用营销理念。解除员工思想包袱，把握好顾客投诉的接待与处理，积极开拓市场、巩固市场。

## 超市促销活动分析总结篇二

为了更好的迎接中秋节这个中华民族的传统节日和20xx年建国六十四周年，我超市为与广大消费者共迎佳节，让新老客户在本超市拥有欢乐购物的体验，特制定以下商品促销活动方案：

任何活动都要在实施前形成宣传效应，这样，当别人事先知道活动的时间和地点后，总有一种参与的冲动。作为我们华润苏果超市，超市的规模也不算小，老客户也应该很多了。所以前期的宣传显得至关重要。对于宣传工作，特此做出如下建议和意见：

第一：尽快制作出超市节日活动的宣传彩页，彩页的设计一定要明确确立主题，在语言描述上能充分激起消费者的购买欲望，同时，对参加活动的特价商品还有各项活动要一一列举，一定突出两点，一是最实惠的价格，二是最有乐趣的购物体验。

第二：在节日前展开宣传，可以将彩页放到收银台处，对购物的每一个客户发放。也可以在周边小区和银行等人最多的地方散发。把活动的声势先搞起来，相信很多客户会有所期待。

第三：如果市区有相关的报纸，可以花很少的钱去做个活动的广告，主要是面向全市的消费群体，让更多人知道超市总

会吸引客户的。

第四：不间断在市区相关的qq群和论坛等发布超市的相关活动广告，要求说清楚超市的规模和活动内容，以及详细的地点和坐车路线等。

总之，还有其他的宣传方式，就多宣传，活动之前的宣传工作至关重要！

第一：限量销售，从一早上就吸引客户排队争抢。

这一招在活动期间非常管用。超市可以推出这样的活动，比如每天早晨9点超市开门营业，要求每天早上在营业前50名购物的客户，都将获得由超市送出的超值月饼或者其他物品，或者获得在活动期间所有物品8折的超值优惠。这样一种促销方式有个很大的好处，就是会吸引一大批老头老太太很早来超市排队。不但每天有一个良好的开端，更让他们做了广告，因为老头老太太一天在一起的很多，往往能把广告做出去。

第二：商场所有特价商品实行限时购买，形成争抢效应。

先将超市需要做特价活动的商品归类下，在中秋节和国庆节期间，马上推出限时销售。打个比方，月饼和其他物品的销售，我们规定，中秋节当天购物的客户享受超值优惠，超市不赚钱，打6折扣，第二三天购买的打7折扣，后续购买的不打折；一直到国庆节，推出新的商品促销，也是当天购物的打6折扣，第二三天购买的打7折扣，后续购买的不打折。这样一种限时购物的形式能极大提高客户购物的积极性。一想到后续不打折，而活动期间打折很大，会出现争抢的局面。到时候，超市要确定好商品的价格。

第三：多种乐趣活动吸引客户，参与活动有惊喜礼物好多人其实很喜欢超市愉快购物，有意外惊喜往往乐此不疲。活动一定要推出更多让客户参与的活动项目，通过活动，让他们

获得更多意外的收获。特此，我思考如下几个活动，请选择使用。

第一个活动：所有购物的客户，在购物前和购物后，都可以免费参加抽奖活动。购物前，超市可以设置好几个抽奖的平台，由专人管理，比如以乒乓球抽奖为例，放置好多乒乓球在大箱子里，里面的中奖项目有：免费赠送购物袋；一楼商品打折；二楼商品打折；赠送其他各种小物品等。没有抽的客户就显示购物愉快，下次再来！这样，有个很大好处，好多客户购物前，总要试试运气，能拿到相关的优惠，对他们来说将非常高兴。超市要严格限制抽奖的几率，主要是吸引客户。购物后的抽奖会更有意思，可以这样设置，凡是购物达到x元消费的客户，均可参加人人有奖的抽奖活动。对购物达到一定消费的客户都可以赠送购物袋或者小礼品等，设置少量的奖项赠送饮料或者其他物品。

第二个活动：乐趣多多，游戏多多。建议在超市开出一个小的区域来，专门吸引人做游戏。游戏的规则很简单。在地面上，一头放置一个带“球门”的椅子，由客户在另一头用脚轻轻把球踢进球门，连续5次全部踢进的就赠送小孩子喜欢的小物品。这个游戏很简单，但是可以吸引好多孩子们来参加，孩子们往往会告诉其他孩子，这样家长就会带孩子来购物，形成口碑效应。

下面再提供一些活动策划需要注意的资料：节日营销须知事项：

一是准确的定位。

主要表现在主题鲜明，明确是传达品牌形象宣传还是现场售卖，不要陷入甩卖风，折价风的促销误区。另外也需要了解竞争对手的动态，特别是在几个大的节假日，竞争对手最新的促销意图，比如新品状况，折扣情况，赠品分派，新产品引进等。

二确定最佳的行动方案。

除了事前周密的计划和人员安排,还要有一个好的方案,发挥团队作战优势,团结一致,齐心协力方能做好工作;其次是有较强的执行能力,再者所有的活动安排和物料准备要紧扣活动主题,总负责人要清楚活动的每个环节,了解各块的进度,及时发现和解决活动现场出现的新问题;要对参与活动的人员进行详尽的培训,把活动的目的和主旨深入传达到每个人心中,充分调动每位员工的积极性和主人翁责任感。

三确定时间安排和规划预算。

卖场促销时间宜早不宜迟,特色活动最好比对手早三四天,以免被对手抢先.再好的策划,再好的时机,如果没有完整准确的规划预算,届时产品不充足,促销品不到位,顾客该买的买不到,该拿的拿不到,也必定影响整体活动的效果。

四是现场氛围营造。

节日活动气氛包括两部分,一是现场氛围,包括气氛海报,pop张贴,装饰物品的布置,恰到好处的播音与音乐,这些将会在很大程度上刺激顾客的购买欲望.具体而言,做好主题广告宣传,从色彩,标题到方案,活动等均突出节日氛围,以主题广告营造节日商机;另外一种氛围就是员工心情,这就要看组织者是否能够调动员工的积极心态.其中最有效的方法就是制定一个恰当的任务与销售目标,活动结束后按照达成率情况进行奖赏。

五是严格控制促销成本。

理性预测和控制投入产出比,切不可盲目跟谁,挥金如土;尽量不要和强势厂家正面对抗,尤其是不要和强势对手大打价格战,应该独辟蹊径,突出自己的优势和卖点;事实上,节日促销活动的的设计,要“因己制宜”,这样才能取得好的效果.六是评估总结每次节日营销整体活动都需进行一番很好的评估总结,才能提

升节日营销的品质和效果. 比如本次活动销量情况, 执行有效性, 消费者评价比, 同业反应概况等. 分析每次活动的优点和不足; 总结成功之处, 借鉴不足教训. 评估总结的目的, 就是为今后规避风险, 获取更大的成功.

## 超市促销活动分析总结篇三

三月女人天, 亮丽妇女节

刺激和诱导顾客消费, 回升消费热情, 提高总体的销售额。

家庭好“煮”意

目的: 以目前的' 影视娱乐新闻来刺激消费者, 尤其是目标顾客群, 以达到与顾客联络情感, 培养忠诚度的目的。

活动时间: ×月×日-×月×日

活动期间, 商场向广顾客收集家庭好“煮”意, 无论是你学来的, 还是你亲身体会的; 不管是炸、炒、滚, 还是煮、焖、蒸, 题材不限, 你都可以把你的好“煮”意写下来, 并投到商场家庭好“煮”意征集箱内, 凡参加活动的顾客均可领取小礼品一份(店内库存赠品), 每天限×份, 送完为止。商场将于×月×日邀请店内专业厨师从中评选出创意奖×名, 最佳“煮”意奖×名和优秀“煮”意奖×名。

商场将于×月×日将评比结果公布于正门宣传板上, 并附上好“煮”意的菜谱, 中奖的顾客于×月×日前凭有效证件到商场服务中心领取奖品, 逾期作废。

最佳“煮”意奖: 奖价值×元的商品(×名)

优秀“煮”意奖: 奖价值×斤米×袋(×名)

备注：评奖结果如有一人获多个奖项时，只赠送顾客一份奖品。

## 超市促销活动分析总结篇四

在天时人和方面我们也占到了肯定的优势，周年活动起先天气突然转凉使原本快讯安排中的季节性商品热销，人气鼎沸。这和我们分析和组织商品的前瞻性分不开的，最终真的连老天都帮我们，再加上我们的勤奋努力和较好的分析执行实力，还有做不好的事情？但是我们在工作的安排、组织支配和活动限制过程中，仍旧存在着很多不足之处：在本次周年活动中，有一些关于促销安排、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

- 1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。
- 2、监督表格没执行，是本次周年的一个缺憾。
- 3、门店的现场执行力度不够，
- 4、门店的刚好跟踪检讨没有做到位。
- 5、门店在人力支配方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。
- 6、新商品/敏感性商品开发，选购没有充分的执行，是本次周年最大的缺憾。
- 7、门店在周年活动中，在一些商品的创意陈设方面明显不足，有待改进。
- 8、门店在周年商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。



9、门店在周年活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有刚好跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在周年活动中，部分敏感性商品缺货严峻，影响了消费者的购物心情，这是生意中的大禁。要仔细反思!总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的快讯工作作好。我们希望以后能够把整个快讯营销的方案作得更好、落实得更好。

## 超市促销活动分析总结篇五

随着市场经济的发展及人民生活 and 消费水平的提高，超市已经成为社会上不可缺少的一个行业，与人民大众的生活关系也越发的密切。大大小小的超市也争先恐后的出现在市场上，因而增加了各大超市间的竞争。

为感谢广大消费者一直以来对家乐超市的支持，家乐超市在国庆七天进行优惠活动。活动期间部分商品打折出售，还有买多赠送的活动。

本次活动本着以“欢度国庆感恩回馈真情放送”为原则，让广大消费者在超市消费买的放心，用的放心。

### 促销活动内容

#### 活动一：商品优惠

(1)活动期间超市部分商品优惠出售，同时部分商品采取买三赠一，买五赠一的优惠。例：凡一次性购买五袋方便面者，即可获得火腿肠或者榨菜，让消费者的伙食不再单调。

(2)与生产厂家协商，采取买一赠一的销售方式，对部分商品进行促销(例如买洗发水送护发素等)，这样生产厂家既可以

增加知名度，超市也可以在促销中吸引消费者，增加消费者对超市的认可度和关注。

(3)快乐竞答：凡购买参加活动的顾客，可有机会参加有奖竞猜活动。活动主办方在活动前准备好问题，内容涉及娱乐、时政等多方面。参加竞猜的顾客在题库中任意挑选一道题目，答对者有机会得到精美小礼物一份。

(4)有福同享：在上一环节答对题目的顾客可选择另一名顾客同时进行下一环节，如能再次获胜，两人同时得到一份精美礼品。

(5)活动意义：此次促销活动主要通过丰富多彩的活动组织，从而吸引顾客与顾客间建立信任度，消费者将更倾向于去家乐超市购买商品。

## 活动二：推行会员制

(1)活动目的：由于家乐超市之前已经推出会员卡制度，所以对于已经拥有会员卡的消费者的优惠幅度将会更大。同时推出一项新业务，消费者可以预存消费金额，通过消费者预存消费额赠送一定金额的方法吸引顾客，让顾客感受的“加”的温暖与实惠，从而提升超市的顾客回头率，提高超市收入。

(2)对于没有办理会员卡的顾客，在活动期间可以优惠办理。

一次性消费300元，可办理会员卡一张，每人限办一张。持会员卡在超市消费，可享受店内一些商品消费折扣优惠，并获得相应积点，优惠幅度详见店内各品牌明示(特价、特卖商品除外)。积点可反礼、不定期满额赠礼。

## 使用须知

1、本卡是您尊贵身份的象征；

- 2、本卡可充值消费；
- 3、凭此卡在家乐超市消费可享受会员价优惠；
- 4、结转前请出示此卡，享受专属会员价；
- 5、持卡可享受超市为会员准备的一切会员礼遇；
- 6、此卡只限本超市使用；
- 7、此卡不挂失、不兑现、请妥善保管；8本超市保留此卡在法律允许范围内的一切解释权！

## 预期效果分析

通过这次以“欢度国庆，真情放送”为主题的营销活动，主要塑造家乐品牌，使本地的消费者认同家乐，并且喜欢家乐，提高家乐的美誉度与信任度，从而建立北辰市场稳固基础。同时此次活动采用不同形式使参与活动的消费者享受到活动的多样化与丰富化，有利于家乐超市稳固好客源，进一步保持营业额的稳步提升。促销活动从实际活动中对消费者进行心理干预，使得其提高对家乐的赞誉。最后活动将会员制度作为家乐超市以后长期经营的份额手段，以求长远发展。不仅赢得较高的美誉度，同时也拉住了客源，做到了一举两得。同时，此次活动以“欢度国庆，真情放送”为主题，从各个超市的销售市场来看，能够抢占先机，进而提高家乐在北辰的市场份额。

## 安全预案

- 1、活动安全组在活动前安排好安检人员，活动中要有专人不定时安检，对活动中存在的安全隐患要立即排除，对于不能排除的安全隐患要迅速向组委会报告，宣布活动暂停。

2、活动安全组要组织好工作人员不断地对电路进行维护与管理，一旦发现电路上出现安全隐患有权停止一切活动。

## 超市促销活动分析总结篇六

良好的计划和责任落实可以避免现场失控的局面。参与促销的所有人员。每个人都应该拿到自己的岗位职责说明，对自己所扮演的角色、在活动期间的工作，做到细分到每天、每小时甚至每句话的培训，明白自己担负的具体责任、活动期内每天的细分工作流程以及要填报的信息表单、相应的奖罚方法。各司其职才能保证整个活动如期顺利展开。

2、人流量大。形象好，地理位置好；

3、超市定位及其商圈的顾客群，与促销产品的定位、目标消费群一致。

1、师出有名。以节庆贺礼、新品上市之名打消变相降价促销的负面影响；

2、尽量不做同产品搭赠（如“买二送一”），避免降价抛货之嫌，否则结果可能“打不到”目标消费者，反而“打中了”贪便宜低收入的消费群。

4、注意与重点超市联合促销。既促销产品，又增进客情。如买本公司产品xx元。赠该超市购物券一张；买该超市商品xx元，赠本公司产品一份。

5、面对消费者的促销政策坎级不宜太高，而且要提供多种选择。

1、广宣品设计原则

2、广宣品风格应与目标消费群心理特点一致。如运动饮料宣

传品基调——与体育赛事结盟、活力、迅速补充体力；中低价食品宣传方向——更实惠、更大克重、更营养；儿童用品宣传风格——产品好吃/好用、赠品好玩、卡通化的诉求方式。

3□pop上促销价与原价同时标出，以示区别；尽可能减少文字，使消费者在3秒钟之内能看完全文，清楚知道促销内容。

4、师出有名。冠以新品上市、节庆贺礼等“藉口”。

5、写清楚限制条件。如限购5包/人、周末促销、限量销售、售完为止□xx号之前有效等。

1、尽可能是实惠而新颖的常见用品（太“生僻”的赠品，消费者不知道用途或用途太窄，难以接受）。

2、高形象。低价位。如挂表、围裙□t恤、计算器等。

3、有宣传意义。如围裙、丁恤、口杯。

4、与目标消费群的，肝理特点及品牌定位相符。如运动饮料赠奥运小纪念品、中低价方便面赠味精、某知名饮料赠变形摩丝、透明钥匙包等。

促销方案的制订必须包含效果预估和费用预估两方面内容：效果预估——根据所选超市的历史销量，综合考虑促销政策对产品流速带来的影响作出促销期间销量的预估；费用预估——根据销量预估配备相应的物料（广宣品、礼品）并根据所选超市的规模和促销期长短、预估销量，准备相应的促销人员预算。

如果促销期大于1天，那么及时补货、陈列、保证场内货品充足、陈列整齐标准就成了很容易疏忽、也很容易出问题的的工作。所以有必要在促销方案中将产品的备货、陈列、广冒品布置落实到具体人身上（促销小姐、理货员、业务员）。规

定责任人保持对促销商场的高频回访率。完成接单、上货、陈列工作以保证促销效果。

以上各项工作落实后，接下来就进入了实质性的准备工作，为避免某项工作出现疏漏而影响整体进程，需将准备工作细分责任，落实到人，规定完成时间。

例：某乳品企业计划于10月1日—7日在xx超市做买乳品赠礼品的促销活动，活动方案已制订审批通过，并设有专项促销活动组，包括项目经理1名、活动组人员2名、促销主管1名（为突出此次促销活动的效果，礼品、广宣品专案单独订购制作）。

## 超市促销活动分析总结篇七

端午节当天，超市将以全新的活动版块及其内容，为您及家人提供一个温馨的购物场所，让您感受一个难忘的端午佳节。

一、超市的播音室于当天将适时推出为亲友送歌的免费业务，以带去您对身边亲友的祝福与节日的问候，让舒适的购物场所更添温馨的氛围。

二、超市将设立老公寄存处，不爱逛街的老公被老婆寄存此处，看书、喝喝咖啡、吸吸烟，逃却逛街之苦，不亦乐乎。

三、当天购物金额数每满xx元可获赠超市提供的优质粽子一个，依此类推，多买多送。

四、推出六六顺金球制胜法的摸奖活动。

细则如下：消费者凭xx元以上的购物小票即可参与摸奖。摸奖时，每次只能摸出一球，购物额每xx元可摸奖一次。

摸奖箱内将设有xx个白色乒乓球与x个黄色乒乓球，其中，黄

色球为中奖球，奖金值为每球xx元。

超市每隔一小时将取出一个白色球，并再放进一个黄色球，直至有黄色球被消费者摸出为止。

参与摸奖的消费者，只要能摸出箱内的任一黄色球，则箱内所已经投放的黄色球一并视为归其中得，并可当场兑换与黄色球数相应的奖金额。

此端午节热庆活动，既体现了超市的人文关怀，也同时以巧具匠心的独特摸奖形式，而给消费者一个全新的感受，即：新颖、刺激、吸引力强。

通过此次活动，将有利于树立超市在消费群体中的良好形象，并最终服务于超市销售额的增长与延续。

## 超市促销活动分析总结篇八

xx超市。

“五一”回报社会大赠送。

据工作人员介绍，效果显著，每天平均三百人次。

xx超市是xx市的一个大型连锁超市xx超市是它的一个子超市，拥有员工二百多名，这次“五一”黄金周，超市搞了一个大型的促销活动，把全体员工的三分之一投入这个“五一”活动中，据负责人介绍，超市想利用这次的活动提高在消费群体的口碑，同时想把握这个黄金周的大量销售额，在和百一等超市竞争中取得有利的主动权。

（一）本次的促销活动主要分为三大类：

1、现场特价销售：

现场销售品有五大类，其中有化妆品，日常生活用品，电器，饮料，家具。化妆品主要是厂商直接派促销人员和超市员工负责，日常生活用品是明码标价，电视，空调等家电进行降价和赠送副带品，各种饮料都比平时价格要低，家具全部打8折。

## 2、游动宣传赠货品。

超市利用各赞助商的车加上超市名进x派送广告品（化妆品和日常生活用品）和宣传单。

## 3、现场抽奖活动。

抽奖的办法和奖品比较灵活，中奖率100%，利用变形促销各类产品。

### （二）不足的地方。

#### 1、广告宣传。

在广告宣传的用词和出发点不是很好，应该改成以消费者的角度出发，广告的衫底音乐也应该适合大部分消费者的心里，经过不同的街口就要放不同的音乐。

#### 2、员工积极性。

“五一”黄金周的客量增大，工作时间会加长，就会出现一些员工的消极性。应该安国家规定增加员工三倍的补助金，据员工说，只是按平时的工资加工费，还有就是包吃一餐。所以，员工的积极性直接影响到促销效果。

#### 3、增强竞争力。

a□建立创新制度，加强自身素质建设，做到硬件过关、软件



到位。

b□健全管理体制。好的管理体制是超市各种策略、方案顺利实施的保证，也是企业不断成功的保证。力求做到超市分工至细、权职分明、监督有效。

c□完善培训制度。现代企业以人为主，优秀的员工是企业得以生存和发展的关键。超市应完善员工的教育培训及福利待遇制度，确立员工入企业先培训制度，和员工进行有效的沟通，做到人无贵贱、事无巨细、教育及时、奖惩分明。

d□充分运用营销理念。解除员工思想包袱，把握好顾客投诉的接待与处理，积极开拓市场、巩固市场。

e□做好日志、月志工作。管理人员必须每日书面汇报工作状况及突发事件的发生与处理。超市还应定期举行员工大会，总结经验，进行员工激励，制定发展目标等。

## 超市促销活动分析总结篇九

3月5日至3月8日

女性是商场的主流，抓住妇女节举行促销活动，营造卖场气氛，推动商场销售。

xx超市各店

1、在活动期间购物每满38元，可现场摸奖，凡是摸到带有数字3或8的幸运号码，可在本超市领取价值3.8元的精美礼品（或购物券）；如果摸到“38”两个数字顺序连在一起的幸运号码，赠送价值38元的购物券。每张小票最多只能摸5次。

2、操作：在38个乒乓球上分别标示1至38个数字，放入箱子内，由顾客自己摸小球，购物满38元可摸一次，一次摸一个

小球，根据小球上得数字，现场领奖。

凡在3月8日一次性购物满38元者，在3月9日、10日凭3月8日单张购物小票在本超市购买妇女用品可以享受95折特别优惠（特价商品除外）。

今年38岁的女性朋友，或生日在3月8日的女性朋友，持本人身份证可以免费参加本超市“幸运大摸奖”活动。

## 1、新女性讲座

讲座主题可以为个人色彩讲座（个人色彩选择、服饰搭配技巧）、婚姻讲座（婚姻质量、家庭和谐）、女性和事业等不同主题。时间为3月9日，凡3月5日至8日购物的顾客都可以获得讲座入场券。

## 2、画展/摄影展

和当地妇联联系，请其介绍一位当地杰出的女性画家或摄影家举办展览，时间为38节前后，为期一周。地点可在商场入口处或广场上。

注：活动（一）和（二）不能重复。