

# 2023年家具策划活动方案 家具促销活动 策划方案(优质8篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。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。

## 家具策划活动方案篇一

### 一、前言：

经过市场调查统计及多年的专卖店零售经验所得，目前我们绝大部分是刚购房或新装修的顾客。但是现在平均每间志达终端零售店占有该市场份额不到10%，仍然有许多潜在消费者没有去过志达家居布艺专卖店。因此，本次推广活动有的放矢地针对刚购房的消费群，利用精美礼品吸引他们过来专卖店，再用“超值大套餐“提升他们购买欲望，最终交易成功。

### 二、活动的时间：

20xx年x月x日-x日

### 三、促销活动的目的：

- 1、快速让消费者认识，接触xx家居专卖店。
- 2、提升xx家居专卖店的销售业绩。
- 3、提升xx家居品牌的知名度及美誉度。
- 4、宣传“家居配套专家”的品牌核心价值。

#### 四、活动主题：

XXX

#### 五、促销活动的对象：

- 1、活动针对的目标市场：新楼盘、婚纱影楼。
- 2、促销的主要目标：正在装修的房子、刚拿钥匙的新房、结婚新房、常介绍新客户消费的旧客户。

#### 六、促销活动步骤：

- 1、专卖店把宣传单及赠券派给新楼盘业主
- 2、新楼盘业主凭赠券及任何的业主证明文件到专卖免费取得精美礼品一份
- 3、业主填写一份资料档案表
- 4、填写完毕，由营业员介绍本专卖店概况、产品情况。

#### 七、促销活动单张内容：

- 1、凭赠券可到当地志达家居布艺专卖店免费领取价值xx元的“xxx”一套。

提示：领取时请出示本楼盘购房合同复印件。（时间20xx年x月x日~x月x日）

- 2、顾客凭促销单张或xx家居的服务存折，可享受折价后再xx折的优惠，特价产品除外。

注意：参加促销活动的专卖店，必需让领取赠品的客户填写

好调查问卷并回传公司。感谢您的支持。

## 一、活动目的：

充分利用节日契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达xx家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

## 二、活动主题：

活动主题□xxxx

活动口号□xxxx

## 三、活动思路

充分利用xx节两大契机，通过秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展xx的品牌影响。

## 四、活动时间：

20xx年x月x日-20xx年x月x日

## 五、活动地点：

xxx家具广场

## 六、活动内容：

- 1、“秒杀”更劲爆！
- 2、预订套装家具更惊喜！

3、套装组合家具更超值！

七、活动注意事项：

1、每场活动抽出x位幸运顾客，且有顾客自己抽取，以免引起质疑；

3、活动开始前及结束后，合美嘉员工多注意引导顾客光临合美嘉卖场，推荐特惠活动；

## 家具策划活动方案篇二

一、前期预热

活动前一个月开始纸媒、电媒、门户网站等各媒介进行活动大肆宣传。制作高端邀请函□dm广告单发放与高端房地产、珠宝行、高端会所合作，放置活动宣传易拉宝及在其客户短信平台，发送邀约短信短信及活动宣传内容。

一、客户定位

1、政府：政府领导

2、企业：品牌受用方、品牌输出方；本次活动合作企业的阶层领导

3、各界名流

4、大众：中高层阶层人群

5、红木厂商的`合作大客户

二、活动定位

展会全程均已中国古典文化为展会背景，高度衬托出红木家具的典型文化价值，展会流程与布展搭配及活动内容的设置，增强互动性、人文交流性、视觉享受性，给客户、嘉宾留下深刻印象，提升客户、嘉宾的活动期待值。打造国际红木家具第一展会，让世界仰望中华文化。

### 三、展会布置

#### 1、会场外围：

(3) 展厅入口安排礼仪小姐，负责嘉宾指引；

#### 2、展会区：

(1) 设立展会介绍栏(参展厂商名称，展区位置)，方便参展者找到正确位置

(3) 会展区过道也铺设红地毯。

## 家具策划活动方案篇三

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达嘉家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。

活动主题：5600元套装组合家具 一元秒杀

活动口号：十一买家具 就来嘉

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展嘉的品牌影响。

x年9月10日—x年10月5日

郑汴路凤凰城嘉家居自选商场

- 1、嘉 一元“秒杀”更劲爆！
- 2、嘉 预订套装家具更惊喜！
- 3、嘉 套装组合家具更超值！

活动一“嘉·一元“秒杀”更劲爆” 执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

x年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：

持有嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、9月10日—10月5日期间，至嘉家具自选商场认购秒杀券；
- 2、10月1日—10月5日期间，在凤凰城嘉一元秒杀券认领处认购；
- 4、9月10日—10月5日期间，预订嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：某某晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；
- 3、小区推广：嘉指定小区由某某晚报发行人员有针对性的目标客户推广；
- 5、媒体推广：嘉报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

嘉的客群主要以某某消费者居多，要把活动推广好，首先要影响某某的人群，要影响某某人群就要选择能够影响某某人群的媒体。某某晚报主要发行某某市区及周边市县区，办报60多年，在某某老百姓心目中有着良好的口碑，在某某市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与嘉客群吻合，选择与某某晚报合作更适合。

媒体合作形式：

- 2、以“预订嘉套装组合家具，送某某晚报和某某手机报”的形式进行目标顾客的收集。
- 3、以“某某晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

## 顾客组织：

- 1、某某晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；
- 2、嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；
- 3、嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；
- 4、活动期间，到嘉店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

## 活动道具：

- 7 照相机或摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的顾客查证；
- 8 秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、体健貌端的人为宜，需一人；
- 9 公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；
- 10 颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

## 活动规则：

- 1 参加嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；
- 4 一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；



7 如有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的，嘉保留相关法律权利；

8 在法律许可的范围内河南xx家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

秒杀活动开始前，组织嘉员工在活动现场摆设一元秒杀券售卖台，进行秒杀券的售卖；

2上午8：00 下午3：00

3上午8：00—9：50 下午3：00——16：50

4上午9：50 下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00 下午17：00

6 上午10：10 下午17：10

请嘉领导讲话，介绍嘉及嘉企业文化、经营理念等；

7 上午10：20 下午17：20

随机请一位现场的顾客上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否完整及有无猫腻存在；

8 上午10：25 下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；（第一场活动请嘉领导抽取第一个顾客）

9上午10：28—10：48 下午17：28—17：48

10 上午10：50 下午17：50

11上午10：55 下午17：55

嘉员工引导顾客光临嘉卖场；

12上午11：00 下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

活动注意事项：

- 1 每场活动抽出五位幸运顾客，且最好有顾客自己抽取，以免引起质疑；
- 3 活动开始前及结束后，嘉员工多注意引导顾客光临嘉卖场，推荐特惠活动；
- 5 每场秒杀活动的幸运顾客，主持人当场进行身份核实并当场公布。

## 家具策划活动方案篇四

活动时间：5月18日至19日(周六至周日)

活动地点：

一、活动目的

针对五一过后，整个家具市场还处于销售淡季，在别人还没有开始的时候，我们将“优惠”的口号喊响，抢占当地市场，有针对性地根据当地市场制定相关的促销活动方案。

## 二、活动策略

根据活动时间的季节特点，推出购物有礼的活动，提升商业活动的附加值，增加娱乐性和亲民性元素，强化活动吸引力。

## 三、活动主题

剑桥家私促销巨惠上献

——迷人初夏，剑桥家私心动价清凉登场

## 四、活动内容：

- 1、进店有礼，凡在活动期间活动当天光临店面的前20位顾客均可获精美礼品一份。(洗衣粉450袋);活动期间，购物满元即可参加抽奖一次，依此类推。
- 2、特价套房(1.8米)大床+四门衣柜+两个床头柜+双功能床垫《3380元》(需形象照片)
- 3、1+2+3布艺沙发《1880元》(需形象照片)
- 4、特价餐桌《2080》(需形象照片)
- 5、特价电视墙《2880元》(需形象照片)
- 6、儿童特价套房1.2米床+两门衣柜+一个床头柜+电脑桌直台《3180元》(需形象照片)
- 7、儿童床1.2米《560元》(需形象照片)

8、双功能床垫现场拍卖1元起拍

3等奖3名1288元的奖品未定

幸运奖若干名多功能指甲刀一把

## 五、活动促销流程

(一)前期操作：(可于活动前三天)

1、短信广告：在活动期间发短信3次。

短信内容：迷人初夏，剑桥家私心动价清凉登场!诚邀您亲临xxx地方鉴赏，重重惊喜等着您!活动地址：店铺地址：电话：。。。。。

2、自行车队：10辆自行车，在车子后座上插上竖排，双面都可以贴广告画面。另外再招聘10个临时工，每人骑一辆车，按照计划好路线巡游全城。

3、举牌：雇请15-30个人按身高排成一支队伍，最好是学生，着统一服装，每个人手中举着广告牌，沿街道行走，由于人行走的速度较慢，留给路人观看的时间较长，易于为人记住。

5、宣传车(雇小型微货或面包车车身四周捆扎宣传牌)游街。广告用词可参照横幅内容或直接在上面宣传优惠活动的內容。确定路线后，通过扩音器播活动信息，行车速度不超过25码/小时，专人跟车，早上以7：30-9：30为主，下午以4：30-5：30人流高峰期为主。

6、聘女生(形象气质佳)与热闹繁华路口举宣传牌(事先打听城管是否干涉);或者穿旗袍作绶带(特制宽幅绶带，上写：\*\*\*家私5、18特惠;热询电话88888888)两人一组并立于路口。注意：旗袍美女必须身高五官佳并化妆，以在路上引

来回头率为标准。

## (二) 中期操作

### 物料准备

活动前期物料：广告宣传物料准备(详见附后)

## (三) 后期延续

(1) 物料的跟踪与确定。

(2) 活动前两天开始布置现场，对专卖店全部产品定价并填写好价格牌(“出厂价”专用价格牌)

(3) 活动前一天开始对参与人员进行活动方案讲解。

## 七. 活动前商场内部准备：

### 1. 接待组：(4人)

做好整个活动的接待安排工作。并做好促销活动商场服务台的组织协调工作。礼品的采购，分类，包装，以及活动现场负责礼品的发放。

## 家具策划活动方案篇五

1、先在商场内把家具摆放整齐，或者是比较有创意的摆放更能吸引消费者，价格标签放好，能够一目了然，家具销售活动方案。

2、每款家具的材质和功能特点可以写成小的海报，放在家具旁边或价签旁边，可以让顾客在看家具的时候能看到这些家具的特点，俗话说眼见为实，比一直在旁边解说，更容易使

顾客产生信任。

3、在商场的门口醒目位置贴上本品牌家具上货的大海报，进门的地面上可以贴上地标，指引顾客来到本家具专柜。

4、名片是少不了的，亲朋好友先发个遍，然后有人来看就发，不要怕发名片，名片是一种潜在的宣传，顾客不一定当时马上就用，但是以后有需要会第一个想起你的。

5、如果想做低成本的宣传，可以印些宣传单页，打些特价家具，吸引潜在客户，发到每家每户，扩大宣传，让当地更多的人了解知道本品牌的家具进入这个市场了。也可以推出某些系列，比如新婚送祝福，价格更优惠，买得更实惠，找准定位，切入市场才容易些。

6、还有些成本也不太高的，可以做些宣传广告在当地电视台轮播，或者做字幕广告（不太醒目），宣传到位，让当地以买本品牌家具为荣更好。

7、多主动联系业务，去某些单位看看领导们的子女是否有快结婚的，提前和领导们熟悉一下关系，可以推荐他们到这来买家具，提供最优惠的价格，有面子又方便。

一、产品：进行产品的.定位。

1、档次：豪华款、经济款、实用款。2、风格：简约风格、浪漫风格、都市风格、自然风格、奢华风格。

二、组织：组建普纳小区团购活动小组，形成由总负责人、公关、设计、销售、服务构成的完整班组，便于协调行动，有针对性地在各小区展开工作，规划方案《家具销售活动方案》。

三、宣传：

2、现场：形成小区团购宣传品□a.统一部分：宣传单页b.独立部分：针对不同小区制作的宣传板（一块），条幅（一幅）拥有单独的专门宣传台（室内或室外）普纳小区团购设计小组：

d.对非普纳厨柜的用户给予解决非材料性问题的免费服务□e.开展改造旧厨房活动，对补充的部件、柜体的项目进行收费。

3、媒体发布□a.报纸软文：普纳厨柜小区巡回服务连续报道b.报纸广告：普纳厨柜走近你身边。

四、销售：

1、政策：

a.价格优惠的强烈对比；

b.周到服务非常全面；

c.普纳俱乐部制，对再购普纳产品提供优惠。2、时间：，周末全天，每个小区在1—2周。平时下班时间（下午4时—7时）另案：如未能与各小区取得一致意见，可免于小区内的现场活动，各项政策同样有效。

## 家具策划活动方案篇六

充分利用十一长假契机，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达合美嘉家具的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升，家具促销活动方案。

活动主题：5600元套装组合家具一元秒杀

活动口号：十一买家具就来合美嘉

充分利用中秋节和国庆节两大契机，通过一元秒杀、特惠套装组合家具等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展合美嘉的品牌影响。

20xx年9月10日—20xx年10月5日

郑汴路凤凰城合美嘉家居自选商场

- 1、合美嘉一元“秒杀”更劲爆！
- 2、合美嘉预订套装家具更惊喜！
- 3、合美嘉套装组合家具更超值！

活动一“合美嘉·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

活动时间：

20xx年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

活动商品：

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

参与顾客资格：



持有合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的顾客。

如何获得活动资格：

- 1、9月10日—10月5日期间，至合美嘉家具自选商场认购秒杀券；
- 2、10月1日—10月5日期间，在凤凰城合美嘉一元秒杀券认领处认购；
- 4、9月10日—10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

活动推广：

- 2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；
- 3、小区推广：合美嘉指定小区由郑州晚报发行人员有针对性的目标客户推广；
- 5、媒体推广：合美嘉报广□dm□大屏进行活动推广。

选择与媒体合作：

合美嘉的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的'媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合美嘉客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

媒体合作形式：

2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标顾客的收集。

3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达，规划方案《家具促销活动方案》。

顾客组织：

1、郑州晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模顾客召集；

2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

3、合美嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行顾客组织；

4、活动期间，到合美嘉店咨询或有购买意向的顾客，进行零散客人的组织。

活动道具：

7照相机或摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的顾客查证；

8秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、

体健貌端的人为宜，需一人；

9公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；

10颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

活动规则：

1参加合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；

4一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；

7如有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的，合美嘉保留相关法律权利；

8在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

秒杀活动流程：

1上午8：00——下午5：00

秒杀活动开始前，组织合美嘉员工在活动现场摆设一元秒杀券售卖台，进行秒杀券的售卖；

2上午8：00下午3：00

3上午8：00—9：50下午3：00——16：50

4上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5上午10：00下午17：00

6上午10：10下午17：10

请合美嘉领导讲话，介绍合美嘉及合美嘉企业文化、经营理念等；

7上午10：20下午17：20

随机请一位现场的顾客上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否完整及有无猫腻存在；

8上午10：25下午17：25

随机请一位顾客上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该顾客当场公布秒杀券编码及顾客信息，然后请上抽中的顾客上台；（第一场活动请合美嘉领导抽取第一个顾客）

9上午10：28—10：48下午17：28—17：48

10上午10：50下午17：50

11上午10：55下午17：55

合美嘉员工引导顾客光临合美嘉卖场；

12上午11：00下午18：00

登记幸运顾客信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

## 家具策划活动方案篇七

庆中秋，迎五一荣辱与共，爱在广东

### 二、活动时间

(1) 如有条件，建议活动分为两波。

(2) 选择活动时间为3天的经销商必须具备以下条件：

具备良好的市场基础；具备优良的市场口碑；拥有较强的执行能力。

### 三、活动内容

2抢相因(限量)抢相因(限量)广东精品餐边柜298元；精品沙发2188元。

### 四、公司支持

### 五、活动宣传

### 六、广告费用核销

### 七、活动注意事项

(2)关注竞争对手动态；

(4)广告宣传必须在活动前一周全部投放，否则追究相关责任人责任；

(5)强化促销活动的店内气氛布置。

备注：

(1)活动事项及相关物料设计不清楚请与片区业务人员联系。

## 家具策划活动方案篇八

让公司在农村以及乡镇市场上形成一个讲诚信、提供优质产品和服务的家具产业。更好的在农村以及乡镇市场上站稳脚跟，并结合市区家具市场，实行家具明码标价经营，整合成一个庞大的家具市场，只有这样，我们的家具市场才能有更大的发展空间。

### 一、活动主题：

劳动节感恩回报

xx家具下乡、明码标价惠市民

二、活动时间：

20xx年4月20日至5月20日

三、活动地点：

xxx

四、市场分析：

综合xx市周边县、乡镇以及农村家具市场的整体分析有以下几点情况：

- (1) 各县区，家具市场不完善，价格偏高。
- (2) 各乡镇以及农村市场家具市场基本上处于空白状态。
- (3) 各县、乡镇以及农村的客户群到市区采购不方便。
- (4) 市区各家具卖场价格不完善，存在价格差异。
- (5) 再者地方消费者对于产品和品牌的信息来源较少。

由此可见，各县、乡镇以及农村市场具有极高的开发价值。

五、客户分析：

消费者主要有如下特点：

- (1) 消费者对产品价格持怀疑态度，对产品质量不放心。
- (2) 县、乡镇以及农村的广告宣传不杂乱，在宣传的时候容易取得效果。

(3) 县、乡镇以及农村需要一个方便实惠的购物环境。

(4) 县、乡镇以及农村对市区的产品信任度较高。

## 六、创意方案：

针对前面我们所分析商家和消费者的特点和问题，我们从两者的角度出发，从双赢的角度出发，特提出如下敢为人先的创意方案：

(1) 家具送下乡，让地方消费者能享受到方便实惠的统一消费。

(2) 实行部分商品明码标价式经营，让消费者不再为价格烦恼。

(3) 抽取现金大奖，刺激消费者消费。

## 七、运作方式：

### 1. 五. 一家具下乡真情回馈活动

#### (a). 进店有礼活动

凡在活动期间光顾兴伟家具城的顾客都有由兴伟提供的精美礼品一份，数量有限，赠完为止。（凭农村身份证件领取）

#### (b). 家具下乡补贴

买家具享受家具下乡补贴：所有乡镇、以及农村户口可凭有效证件最高可享受家具下乡补贴10%，以最终成交价为基础。（补贴10%的含义：活动期间所以家具上浮7个百分点，真正让利3个百分点，共计让利10个百分点）

#### (c). 你购物，我买单

五. 一活动期间，特设立两个厅进行商品明码标价、平价惠市民，分别是儿童及休闲专厅。

### 3. 抽奖活动

抽奖可设为每3000元以上抽一次;8000元两次;13000三次，以此类推。活动设有：一等奖一名：现金奖5188元。

二等奖两名：送价值3188元的休闲沙发一套(按元每套成本计算)。

三等奖五名：送价值588精美衣帽架一个(按100元每套成本计算)。

幸运奖一百名：送公司提供的精美礼品一份。

### 八、活动宣传：

单页的发放。

2. 黔中早报的宣传。

3. 车身广告。

4. 乡镇张挂布标。

### 九、经费预算：

1□dm单页□a3\*50000份\*0.28元/份=14000元

2、半版报纸广告宣传：2000元/每期\*2期=4000元

3、车身广告费用：15平米/每车\*4车\*10元/平米=600元

4、活动奖品费用：9688元



6、抽奖卷：500张\*0.1元/张=50元

8、出差车费：1824元

合计：38674元