

中秋节吃月饼活动方案 中秋节月饼活动方案(汇总9篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

中秋节吃月饼活动方案篇一

为庆祝此次佳节的'到来，我商场决定开展一次促销活动，在提升销量的同时扩大名气，本次活动内容如下：

1、买中秋月饼送可口可乐

买90元以上中秋月饼送355ml可口可乐2听（价值3、6元）

买200元以上中秋月饼送1250ml可口可乐2瓶（价值9、2元）

买300元以上中秋月饼送20xxml可口可乐2瓶（价值13、6元）

2、礼篮：分别为298元、198元、98元三个档次

298元礼篮：××香烟+××乐事+价值80元中秋月饼+××××

198元礼篮：××香烟+××干红+价值60元中秋月饼+××××

98元礼篮：价值40元中秋月饼+20元茶叶+加州西梅

3、在促销期间（××——××）在卖场凡购满300元者均可获赠一盒精美月饼（价值20元/盒）

1、媒体

在音乐交通频道隔天滚动播出促销广告××—××每天播出16次15秒/次

2、购物指南

在××——××“购物指南”上积极推出各类促销信息

3、店内广播

从卖场上午开业到打烊每隔两个小时就播一次相关促销信息广播

4、卖场布置

(1) 场外

a□在免费寄包柜上方制作中秋宣传；

b□在防护架上对墙柱进行包装贴一些节日彩页来造势；

c□在广场有可能可悬挂汽球拉竖幅；

d□在入口挂“××购物广场禧中秋”横幅

(2) 场内

a□在主通道斜坡墙上用自贴纸等来装饰增强节日气氛；

b□整个卖场上空悬挂可口可乐公司提供挂旗；

c□在月饼区背景与两个柱上布“××月送好礼”宣传；两边贴上可口可乐促销宣传；

d□月饼区上空挂大红灯笼

5、其他支持

保健品进行让利15%特价销售

团体购满3000元或购买月饼数量达20盒可享受免费送货

中秋节吃月饼活动方案篇二

金秋佳节是中国传统的节日，每年这个时候，月饼成了馈赠亲友，表达祝福的最佳礼品，所以许多商家会进行月饼促销活动。下面本站小编整理了中秋节月饼活动方案，供你参考！

一、促销目的

以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。预计日均销量在促销期间增长10%—20%。

二、促销内容

1、买中秋月饼送可口可乐

买90元以上中秋月饼送355ml可口可乐2听。（价值3.6元）

买200元以上中秋月饼送1250ml可口可乐2瓶。（价值9.2元）

买300元以上中秋月饼送20xxml可口可乐2瓶。（价值13.6元）

2、礼篮：分别为298元、198元、98元三个档次。

298元礼篮：七星香烟+加州乐事+价值80元中秋月饼+脑白金

198元礼篮：双喜香烟+丰收干红+价值60元中秋月饼+脑轻松

98元礼篮：价值40元中秋月饼+ 20元茶叶+加州西梅

3、在促销期间(9、3——9、12)，在卖场凡购满300元者，均可获赠一盒精美月饼(价值20元/盒)。

4、在9月10日的“教师节”，进行面向教师的促销：凡9月9—10日两天在购物与消费的教师，凭教师证可领取一份精美月饼或礼品(价值20元左右的)。

三、整合促销

1、媒体 国际广告网 营销策划 品牌策划

在音乐交通频道，隔天滚动播出促销广告，时间8、17—9、12，每天播出16次，15秒/次。

2、购物指南

在9、段落样式、字体13的物指南”上，字号的促推出销信息100%。

3、店内广播

从卖场的上午开业到打烊，每隔两个小时就播一次相关促销信息的广播。

4、卖场布置

(1)场外

a□在免费寄包柜的上方，制作中秋宣传；

b□在防护架上，对墙柱进行包装，贴一些节日的彩页来造势；

c□在广场，有可能的可悬挂汽球，拉竖幅；

d□在入口，挂“购物广场 禧中秋”的横幅。

(2) 场内

a□在主通道，斜坡的墙上，用自贴纸等来装饰增强节日的气氛；

b□整个卖场的上空，悬挂可口可乐公司提供的挂旗；

d□月饼区的上空挂大红灯笼。

5、其他支持

保健品进行让利15%的特价销售。

团体购满3000元或购买月饼数量达20盒，可享受免费送货。

四、促销费用

媒体广告费：1、2万元

可口可乐系列赠品：6万

场内、场外的布置费：0、6万

月饼费用：6万

共计：13、8万人民币

五、具体作业

1、交通频道的国际广告网15 广告制作，在广告合同中应当明确不同阶段的广告内容；预定在8月报16日完成。（营销策划 品牌策划）

2、购物指南由采购部负责拟出商品清单，市场部负责与**晚报印刷厂联系制作；具体见该期的制作时间安排。

3、场内广播的广播稿由市场部来提供，共三份促销广播稿，每份均应提前两天交到广播室。（段落样式 字体 字号 100%）

4、场内、外布置的具体设计应市场部、美工组负责，公司可以制作的，由美工组负责，无能力制作的，由美工组联系外单位制作，最终的布置由美工组来完成。行政部做好采购协调工作；预定场内布置在8月18日完成。

5、采购部负责引进月饼厂家，每个厂家收取500元以上的促销费。同时负责制订月饼价格及市场调查计划，在8月5日前完成相关计划。

6、工程部安排人员负责对现场相关电源安排及灯光的安装，要求于8月10日前完成。

7、防损部负责卖场防损及防盗工作。

8、生鲜部负责自制精美月饼的制作。

六、注意事项

3、市场部应进行严格的跟踪，对出现的任何异样及时进行纠正。

一、 活动背景：

金秋佳节是中国传统的节日，每年这个时候，月饼成了馈赠亲友，表达祝福的最佳礼品，可是由于很多原因，如加班、临时有事、面子问题、要送的人数太多亲自赠送很麻烦等，人们即使很想也只能放弃这份祝福。现今地区各大超市都几

乎实行一贯的打折降价或加送其余礼品等促销活动，顾客已经对此失去兴趣。直接面对面的馈赠对于有些人很难表达其情感。

二、 活动主题：

中秋送礼不用愁，**大使帮你亲自送到家。（商场中秋大使为你亲自送上对亲友的祝福，为你解决送礼忧愁）

三、 目标人群：

因各种原因无法对亲友进行馈赠的人群。

四、 活动目的：

- 1、通过此活动增加月饼销售利润，并增加其销售额。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

五、 活动内容：

- 1、时间：*月*日---中秋前一天
- 2、地点：活动仅限惠城区
- 3、活动准备：

- 1、安排一定量的运输车与“中秋大使”。
 - 2、驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。
 - 3、对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。
 - 4、对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。
 - 5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。
- 4、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

六、 注意事项：

- 1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和最佳运送时间段，最好能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。
- 2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。
- 3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。

4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。

5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。

6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。

7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。

*此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

七、喜拍“全家福”

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天)

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

操作说明：

*可现场布置一个场景，或搭建一个亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

*最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

八、特别服务措施：

对于很多顾客来说，月饼都是要买的，各个商场的月饼种类、价格都差不多，因为一般顾客选择就近购买，那样比较方便。如何让顾客更方便，怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢，就需要推出有特色的服务措施。

1. 月饼电话订购：提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话，凡购买月饼满100元以上，直接送货上门，单位集体购买可享有九折优惠。

2. 月饼定做：跟厂家合作推出月饼定做服务，公布定做电话、具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同，也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求，月饼定做既是商场服务内容的一种拓展，也体现了商家从细节处为顾客着想。

4. 月饼代送、代寄：凡在市区的，直接代送到家；凡是外地的，通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费，如加收10元。生活在都市中忙碌的人们，也许您有种种原因，无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友，商场将为您代劳，将您的礼品转交给他们，并送上真挚的祝福。

九、其他活动简要：

一、活动背景：

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

二、促销目标：

1. 以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

三、商品促销环境分析：

(一)宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

1. 人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。

2. 经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。

3. 社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

(二)“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

2. 消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的市场优势。满足需要提高服务水平。

3. 消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其最大需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4. 消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中最大限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

(三)现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1. 竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2. 竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3. 竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广；劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4. 竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，

能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

(四) 内部环境分析

1. 资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。
2. 竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。
3. 物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。
4. 生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

四. 广告分析：

1. 广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。
2. 广告费用：1000元
3. 广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。
4. 广告媒体：报纸和宣传单
5. 广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识；进一步宣传稻香村老字号企业文化！

五、具体促销方案□

1. 人员推销

针对稻香村月饼通过上门推销、柜台推销、会议推销等形式的人员推销基本形式进行产品促销。对完全不熟悉的对象可以针对居民区、生活区等人流相对集中地方进行上门推销；通

过组织参加展销会、订货会等进行会议推销;通过商店的营业员向光临顾客销售商品进行柜台推销。

2. 超市促销

在保定市四所大型超市促销，选择专门的促销区域，具体如下

活动第一天买够100元，凭购物小票赠送中秋团圆大礼包;买够10盒赠价值20元精美小礼品一个活动第二天买够200元，凭购物小票送价值88元的精美中秋送礼套包，买一箱(50盒)送10盒，赠送礼品盒活动第三天，活动现场抽奖。买够100元凭购物小票参与抽奖，17% 中奖概率，中奖奖品是价10盒精美稻香村月饼。

3. 宣传册发到居民区、各商业区、学校等人流相对集中的地方

4. 报纸

选择《莲池周刊》媒体进行三天宣传

六、部门协调工作：

一、部门分组情况：

促销组：

组长：销售部副经理

组员：销售部成员

宣传工作组：

组长：广告部副经理

组员：广告部成员

货物采购工作组、促销工作组：

组长：采购部副经理

组员：采购部成员

货物配送组、余货处理工作组：

组长：配送部副经理

组员：配送部成员

安保应急小组：组长：安监部副经理

组员：安监部成员

总结工作组：组长：办公室副主任

组员：办公室成员

二、各职能小组及分工：

1、宣传工作组：促销的宣传工作由广告部组成宣传工作组负责，包括前期的广告宣传工作，活动时期的促销工作以及活动后期的宣传物整理工作。

2、货物采购工作组：促销产品的采购工作由采购部组成采购工作组负责，货物采购工作最多以天为周期，每天的采购标准、采购数量、采购品质质量检验以及与相关厂商协调工作均由该小组分工合作，保证采购品的质量和按时供应。

3、货物配送工作：促销产品的货物配送工作由货物配送部组成货物配送小组负责，货物采购工作结束后，由配送工作组

及时快速地将货物进行分类、拣选、包装、装箱和运输工作，保证已采购好的货物能够及时地到达制定促销地点进行促销。

4、安保、货物整理及收银工作：该项工作由安检部组成安检工作小组负责，货物运输到指定促销地点后，由该小组及时进行产品的装卸、搬运，产品安检，确保促销产品安全、品质均无问题之后进行货物上架和整理工作，保证产品能够及时、快捷地被顾客感知和购买。

5、货物促销工作：该工作由宣传工作组负责，由促销工作主管安排促销员在指定的促销地点进行宣传促销工作，促销追求最大限度地利用现有资源进行促销，同时保证促销工作的合理有序地开展和管理，促销活动中的突发性事件由该组协调管理。

6、后期余货处理工作：该工作由货物配送工作组负责，主要处理促销后余货的整理、回收再利用和现场清理等工作，保证促销工作能够有始有终的完成。

7、促销总结工作：该工作由办公室负责，主要整理促销工作的资料，为本次促销做工作总结，总结经验，指出不足，为下一步组织销售及促销工作积累经验。

七、促销预算：

1. 成本预算

2. 销售预算

3. 收益预算

八、促销效果评估：

根据我们粗略预测，本厂商将达到预期的目标，预计日均销

量在促销期间增长20%-30%。

九、活动效果评估

1. 活动效果评估：

(1)通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。

(2)促进销售活动的开展，扩大了影响面，提高了知名度，这些无疑对销售都起到了很好的促进作用，同时也增强了客户的信心。

中秋节吃月饼活动方案篇三

在中秋节到来之前，让我们自己动手做一个中秋月饼吧！在举办这次活动前，一份好的中秋节做月饼活动策划是必不可少的，让我们大家一起阅读中秋节做月饼活动方案，学习怎么书写活动策划案吧！

目标：

- 1、了解中秋节的来历，知道基本的文化习俗。
- 2、通过观察、记录月亮的变化，知道节日与月亮的关系，引起幼儿对天文现象的兴趣。
- 3、通过各种各样的月饼，培养幼儿对数概念的理解、认知及对图形的分类、比较。
- 4、通过搜集资料、讲述，发展幼儿口语表达能力。
- 5、创编“月亮和月饼”的儿歌，欣赏和表演相关的歌曲。

6、动手操作能力的锻炼。

活动1———会变的月亮 活动目的：1、 活动过程：

1、 从阴历的八月初一开始，要求孩子在家和家长一起观察记录月亮，孩子用绘画的形式记录，讲述自己的发现，家长用文字记录下来。

第二天早上来园后，互相讲述自己的观察发现。

2、 十五过后，将自己的记录带到幼儿园，挂到指定的地方，互相看，寻找月亮变化的规律。

3、 从十六开始，晚上观察后，早上来园后将自己的观察记录下来，互相讲述。

4、 坚持记录一个月后，引导幼儿总结、表述月亮的变化规律，激发幼儿对科学现象的兴趣。

活动反思： 家长的配合意识有待提高，只有金纯、郑杨等几个孩子记录的很完整，很仔细，其他孩子的记录有些只有大人的文字，孩子只是讲述，参与的感官太少；还有一部分家长可能觉得这件事对孩子的发展无关紧要，所以孩子要求后，并不主动配合，没有和孩子一起观察月亮，所以当老师让他讲述发现的时候，孩子无可奈何。

家长的教育观念有待改变。

活动2—————制作月饼(亲子活动)

活动目的：

1、 活动要求：

1、 在活动中，家长放手让孩子去做，家长只是起帮助指导的

作用。

- 2、进入活动室，要小声说话，以不影响他人为原则。
- 3、活动结束后，整理好所有的东西，物归原处。
- 4、准备好制作月饼的材料(擀面杖、面板、模子、月饼馅)，油面和水面统一准备。

活动过程：

- 1、 孩子和家长一起制作月饼。
- 2、 将做好的月饼放入烤箱中。
- 3、 户外传统游戏——贴膏药、切西瓜，共同参与。
- 4、 室内游戏——抢椅子，家长和幼儿分开游戏。
- 5、 品尝月饼。

延伸活动： 十五过后，可以将月饼的包装盒带到幼儿园，举行月饼包装展，参观欣赏美丽的包装；设计制作包装容器，充分发挥幼儿的想象力和创造力，及对美的感知、理解和表现力。

三、活动地点：宽城区北亚泰大街与东天光路交汇处，麦啡烘焙工坊

四、活动准备：麦啡——活动场地、指导操作人员□diy月饼原材料，小礼品，包

装盒，当日购买月饼或店内其它食品是否享受优惠。

礼都——活动签到本、笔、气球、呼啦圈10个、红丝带一根、

圣诞树2棵、纸质月亮若干、线绳若干、筐2个、音响设备。

要求：1、留下宝宝基本资料(宝宝姓名、出生日期、联系方式、到场人数)

2、所要制作月饼数量/单位：块

3、报名后直接支付活动原料费，凡报名未支付原料费者报名无效

七、付款方式：支付宝付款/钻石礼都幼儿园小太阳早教中心付现金，

地址：宽城区北亚泰大街与一匡街交汇1598——8号，钻石礼都小

区a18栋 电话：88606766

八、活动流程：

1、介绍中秋节、月饼的由来

农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。

八月十五恰在秋季的中间，故谓之中秋节。

中秋节起源的另一个说法是：农历八月十五这一天恰好是稻子成熟的时刻，各家都拜土地神。

中秋可能就是秋报的遗俗。

中秋节的传说是非常丰富的，嫦娥奔月，吴刚伐桂，玉兔捣药之类的神话故事流传甚广。

中秋节时，云稀雾少，月光皎洁明亮，民间除了要举行赏月、祭月、吃月饼祝福团圆等一系列活动，有些地方还有舞草龙，砌宝塔等活动。

除月饼外，各种时令鲜果干果也是中秋夜的美食。

在很久很久很久很久以前，月饼就在我国出现了。

而“月饼”这个名字的由来，据说，是在某年中秋，唐玄宗和杨贵妃赏月吃胡饼(胡饼，月饼的“曾用名”)时，玄宗嫌“胡饼”不好听，而玉貌绛唇的杨贵妃仰望明月，思绪涌动，随口而出“月饼”二字。

此后，“月饼”便代替“胡饼”在民间流传开来。

月饼的另一种说法是

中秋节吃月饼相传始于元代。

相传朱元璋就是将纸条藏于饼中通知各路好汉起义的消息，并取得了成功，朱元璋高兴得连忙传下口谕，在即将来临的中秋节，让全体将士与民同乐，并将当年起兵时以秘密传递信息的“月饼”，作为节令糕点赏赐群臣。

此后，“月饼”制作越发精细，品种更多，大者如圆盘，成为馈赠的佳品。

以后中秋节吃月饼的`习俗便在民间流传开来。

月饼大家是见的多，吃的多，这个专业的做法恐怕知道的人就不多了吧~~~

(1)、在工作人员的引导下开始按照自己所报的月饼数量来做月饼(人员要求，

准备：小呼拉圈10个，共5组，每组3人，呼啦圈2个

规则：每个家庭派出一个小孩和两个大人，三人排成一列纵队，第一个圈套在前面两人身上，第二个圈套在后两人身上，比比哪组跑完规定路线，为了增加难度，可在路线上设置独木桥、山洞等障碍物。

(2)、摘月亮

准备：纸质月亮若干，线绳若干、圣诞树2棵，呼啦圈10个

规则：分两组，每组5名家庭，以接力的形式穿越障碍，家长抱起宝宝摘下挂在树上的月亮返回起点放在本组的筐里面，看最后哪组摘得的月亮最多为获胜。

(3)、月亮月亮哪里跑

准备：红丝带一条，黄色气球一个，

规则：把所有的家庭分成两组，抱起宝宝分别站在丝带的两侧，老师向天空抛起黄色的气球，家长用宝宝身体的任意部位去碰触气球，如果气球在哪一侧掉在了地上，哪组就输了。

5、月饼取出进行包装

中秋节吃月饼活动方案篇四

为拉近和广大新老客户的距离，提升公司在客户心中的美誉度，借此中秋之际利用中秋佳节亲友间互送月饼的习惯，向广大新老客户赠送月饼，以表对他们的牵挂和感谢，从而增进客户和经销商之间的感情，稳固营销网络，进一步提高客户对我公司的忠诚度，有效促进产品销售，具体方案如下：

一、目的：

- 1、稳老抓新，提升联动公司在客户心中的美誉度。
- 2、促进重点意向客户签单。

二、赠送对象和条件：

本次活动主要针对广东地区客户，赠送对象主要有以下四大类：

- 3、重点购机意向客户，由客服助理和业务员申请(如下表)，交客服经理和销售经理审核统计，交企划部最终审核落实。

初步拟订200家左右，预计200人；

中秋节送礼申请表

客户类型 客户姓名

地址

联系电话

- 4、上门看机客户：凡农历8月5日至8月14日到我公司看机客户均赠送礼品一盒，预定20家，预计 $20 \times 3 = 60$ 人。

业务助理须提前向企划部申请，由企划部安排；

三、赠送方式：

为了给客户一个意外的收获和惊喜，提高本次活动的效果，决定事先对客户保密，在集中的时间内统一送达，经与邮政局联系后，由邮政局统一送达。

四、礼品组成：

1、月饼：月饼分为两个档次，分别为中档和高档，对于重点客户，赠送高档月饼，对于一般客户送普通档次月饼。

2、如果单纯送月饼，不论月饼的贵与贱，都显得落于俗套，没有创新，经过深入思考，决定礼品由两部分组成：价值xx元(或xx元)的精美月饼一盒，价值3元的精美贺卡一张(贺卡上统一印上：“感谢您对我们的支持，中秋佳节之际，请接受全体联动员工深情的谢意和诚挚的祝福，愿您心想事成，财源滚滚!”)。

五、礼品筹备：

月饼由企划部或物控部统一从邮政局采购或订做，贺卡由企划部精心挑选并印制贺词。

六、礼品投送时间、方式：

时间：9月22日，即农历8月9日，最迟于9月26日即农历8月13日晚6点前送完。

方式：我司将客户姓名、联系电话、详细地址、月饼及贺卡最迟9月21日即农历8月8日交给邮政局，由邮政局统一送达。

要求：业务员和业务助理务必如实上报，所送客户必须是确定的‘意向客户，所送之人必须是客户中有一定的决定权或具有很强影响力的人士。

七、费用预算：

本次活动总计客户数量380位。

其中：

重点客户150家，即 $150(\text{人}) \times \text{xx元/份} = \text{元}$ ；

一般客户230家，即 $230(\text{人}) \times \text{xx元/份} = \text{元}$ 。

合计：元+元=元。

八、本活动由企划部监督执行。

活动简介

海浪拍回岸的怀抱，天涯共赏一轮明月。

今世的冰轮可否记得古时的欢乐，婀娜的女子，翩翩的公子，共立一盏灯下，品一句灯谜，孕育一段再也不会忘记的记忆。

也许今日不能点百盏灯，也许再也没有意味深长的邂逅，但至少，猜灯谜的趣味依然在。

小小的一句灯谜，亦庄亦谐，是中国古老的文字游戏，是中国深沉的智慧，是中国最睿智的文学，怎么能让人不怀念。

这个傍晚，在他乡的中秋不寂寞！活动具体操作

1 在两站路灯间拉一根绳子 2 在绳上粘贴二十个灯谜 3 对每个灯谜编号

4 猜谜者撕下选中的灯谜 去旁边的兑奖桌告诉工作人员编号及答案

5 工作人员对照手头的答案纸，判断正误，如果正确划去该答案，并赠给猜谜者一个月饼(或其他小奖品一件)

如果错误，工作人员收回谜面，交给另一个工作人员重新粘贴到绳子上

6 每条绳子有两名工作人员负责维持秩序和补充空缺的谜题

活动人员安排

(一) 2名 负责绳子处的秩序及补充谜题 (两地共4名)

(二) 3名 负责校对答案 (两地共6名)

(三) 3名 负责兑换奖品及将猜错的谜题送回绳子处 (两地共6名)

活动道具

1 两地各三张桌子，共六张 2 两条绳子

活动流程 活动意外设想 没有足够的人参与 对策

中秋节吃月饼活动方案篇五

昨天傍晚，我和弟弟跟着阿姨来到绍兴月饼坊，亲手学做月饼。

来到月饼坊，望着橱窗里的各色包装鲜美的月饼，我和弟弟馋得直咽口水。我们先洗手，戴手套，再学着阿姨的样子将面粉揉成一个个圆圆的小球。然后将小球放入手中使劲一压，一个圆圆的小球立马就变成了一个扁扁的圆饼了。我拿起勺子，舀了满满一勺豆沙馅放到圆饼的中间。我一边放一边还在想着阿姨的话：“馅不能放得太少，也不能放得太多，刚刚好就可以了。”最后，我派出我的十个手指兄弟抓住饼的四周，努力往中间挤去，豆沙馅就被包在了里面。就这样，经过我的努力，一个又一个月饼就成功出炉了！

看着这些我的劳动果实，我的脸上洋溢着自豪的笑容！

中秋节吃月饼活动方案篇六

如果你是外表内敛温和、内心热情冲动的性格，不妨试试“榴莲叔叔”今年推出的榴莲燕窝冰心月。

冰心月外表晶莹剔透，口感q弹。馅料则选用了马来西亚的盏形燕窝与猫山王榴莲。燕窝的爽甜清新与猫山王榴莲果肉的香甜馥郁，一柔一刚，细细品味才能发现其中独特的韵味。

佛跳墙月饼

如果你平常喜欢外表朴实而内心“富有”的事物，佛跳墙月饼就属于这一类了。

佛跳墙是福建的名菜，原料包括鱼翅、鲍鱼、海参、干贝等20多种名贵食材。“广州四季酒店”的师傅们将这些食材做成佛跳墙蓉，作为月饼的馅料，可以说是相当名贵了。

至尊金翡翠月饼

既喜欢追求新鲜事物，又看重传统，这类人可能会喜欢“南海渔村”的至尊金翡翠月饼，它正是将传统与创新相结合的追求。

这款月饼的前身，是“南海渔村”于上世纪90年代首创的“至尊班兰月”。班兰是来自东南亚的一种天然植物，有独特的芳香，能为食物增添清甜的味道。今年，南海渔村再接再厉，推出了“至尊金翡翠”月饼，将班兰这款食材的独特味道演绎到极致。

师傅通过提取班兰叶汁与湖南湘莲做成独有的班兰莲蓉，再配以油润起沙的咸蛋黄，组合成特别的口感，甜而不腻，齿颊留香，特别受欢迎。

蔓越莓流心月饼

喜欢追求甜蜜而踏实的味觉体验？“四海一家”的蔓越莓流心月饼提供的正是这种感觉。

甜而不腻的水果月饼近年来一直是月饼界的宠儿。而这款蔓越莓流心月饼更加称得上是月饼界中的小清新。浆果红色的外皮，精致讨喜。轻轻咬一口，酸酸甜甜的蔓越莓流心就会倾泻而出。

苏式蟹月饼

“成隆行”的苏式蟹月饼，无论是考究的“小包酥”做法，还是精致的“六月黄”馅料，都特别符合对有食物低调奢华要求的人。

蟹月饼由上海师傅人手起酥，在酥心里掺入蟹油和猪油，令饼皮带有浓浓的蟹香。月饼的馅料则选用了五花腩和腿肉，再混合了现拆的六月黄蟹肉，另加入切碎后烘干的姜末和葱白，手打而成。咬一口，肉汁澎湃，值得一试。

粒粒豆沙水晶月饼

追求完美，挑剔又讲究？“炳胜”今年新创的粒粒豆沙水晶月饼，细选上等红豆，原粒饱满呈现，豆粒分明，馅料醇厚，口感清甜不腻，经得起严格考验。

除了月饼坚持100%纯手工制作之外，月饼的包装盒也体现出心思独到之处。内盒外部是从月牙到满月的四幅插画，代表中秋佳节人圆月圆。将内盒取出，精致的外盒即化身为小灯笼，泛黄的烛光透过窗花，节日气氛油然而生。

双黄白莲蓉月饼

性格平和，有着厚重传统情结的人，其实更爱广式月饼的经典——双黄白莲蓉月饼。

“莲香楼”素以莲蓉制品为招牌，其对莲蓉的制作，自有胜人一筹之处。不仅只采用优质湘莲子，对莲子的颗粒大小也有一定的要求，还会安排专人逐粒去除莲芯。

流心奶黄月饼

若你喜欢有意外惊喜，期待一咬下去有特别的口感，那么流心奶黄月饼或许可以给你点点乐趣。

流心奶黄月饼是近两年月饼界的大红人，其中又以“美心西饼”的出品最受年轻人欢迎。美心独有的双重烘焙技术，使得月饼中的奶黄，一经切开即可自然流出。奶黄夹着甘沙咸蛋黄，咸甜融洽。

松露培根月饼

表面看不出乾坤，里面各有风骚，这种外冷内热的人，建议试试松露培根月饼吧，它将珍贵的野生黑松露和香浓的烟熏培根搭配，口感丰富细腻。

包括松露培根在内，“广州香格里拉大酒店”今年一共推出19款口味的月饼，荟萃了广、潮、京、苏、滇五大中国月饼派系，其中苏式椒盐乌麻酥、京式自来红、滇式玫瑰云腿、川式香辣牛肉等口味在本地月饼市场并不多见。

潮式月饼

沉稳谨慎，务实、进取、低调，和广东潮汕人的处事风格极其相近的是潮式月饼。

在“潮皇食府”，你可以买到最经典的、蛋黄豆沙馅口味的

潮式月饼。和面的软硬，擀皮的厚薄，卷皮的拿捏，包馅的圆滑，都完全靠师傅一双手的感知。那像牡丹花一样层层绽放的酥皮，一碰即落，入口即化。

星空月饼

拥有天马行空的想法，最喜欢搞创新和个性的人，就不要错过“点魔坊dimcube”的星空月。

这款星空月以人类登陆月球为灵感来源。月饼盒子是登月火箭的造型，充满科技感。内包装则模拟太空金属的质感，将精致的星空月藏于其中。星空月采用了分层水晶皮的制作工艺，外观晶莹透亮，馅料则选用蓝莓搭配低脂轻芝士。

美龄月饼

大部分温柔细腻的人都会爱上南京的传统名菜——美龄粥。它是由豆浆、糯米、山药、百合、枸杞等食材做成，既清淡简朴，又营养丰富。

以金陵菜为特色的“南京大牌档”更推出了以美龄粥为蓝本创制的美龄月饼。美龄月饼以上等白凤豆为主料，辅以牛奶制品作为馅料。饼皮的松嫩和馅料的清甜融合在一起，有着和美龄粥一般的风味，轻盈淡雅。

中秋节吃月饼活动方案篇七

一个夏日炎炎的下午，王老师带我们去做冰皮月饼，我们大家欢欣鼓舞，之后就进入了食堂。

进入食堂后，热情的“美食妈妈团”正在欢迎我们。然后王老师让我们按小队形式来排座位。排好后，“美食妈妈团”的殷语童妈妈给我们讲一下怎么做冰皮月饼，讲完后，我们马上开始了。

首先，我均匀地把冰皮分成四份，再把它搓成圆，并把它压平，然后把馅儿也搓成圆，裹在冰皮里。最后再把“半成品”放到模具里，把它压一会儿，冰皮月饼就做好了。可是我包第一个时，吴明泽已经包好两个了，所以我也不甘落后。

快到中午了。每个人都很满意自己的“成就”，并且还给别人看一看呢！呵呵！

中秋节吃月饼活动方案篇八

“啊！月饼真香。”咦，是从哪传来的声音呢？哦，原来是在做月饼！

我们准备了饼皮、馅料、模具。一开始老师给我们发了饼皮，老师先让我们把饼皮揉圆，再让我们把饼皮压扁，然后再发了馅料，我拿了甜甜的凤梨再把馅料包住，像在帮小宝宝盖被子。再把小宝宝放在了模具里，我把模具反了过来，然后我再把模具轻轻的按了12秒，我拿起来看了一下，不怎么好，于是我又把它揉圆，再用模具重新按了一下，拿起来一看，终于按好了。

啊！今天的月饼做起来的味道应该很好吃。

中秋节吃月饼活动方案篇九

一、活动背景：金秋佳节是中国传统的节日，每年这个时候，月饼成了馈赠亲友，表达祝福的最佳礼品，可是由于很多原因，如加班、临时有事、面子问题、要送的人数太多亲自赠送很麻烦等，人们即使很想也只能放弃这份祝福。现今地区各大超市都几乎实行一贯的打折降价或加送其余礼品等促销活动，顾客已经对此失去兴趣。直接面对面的馈赠对于有些人很难表达其情感。

二、活动主题：中秋送礼不用愁，**大使帮你亲自送到

家。(**商场中秋大使为你亲自送上对亲友的祝福，为你解决送礼忧愁)三、目标人群：因各种原因无法对亲友进行馈赠的人群。

四、活动目的：1、通过此活动增加月饼销售利润，并增加其销售额。

2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。

3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。

4、为顾客传达情感。

5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。

6、增加企业竞争手段，做出差异。

五、活动内容：