

# 最新现场抽奖活动宣传语(精选9篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 现场抽奖活动宣传语篇一

活动目的：这次在校园促销推广活动不是以单纯的销售为目标，最终的目标是为情人节过后的市场淡季期间，树立售点信心获取售点支持形成销售增长。所以在活动的设计上更多是要考虑吸引注意，促进记忆，达到好感，因此这次活动一定要达到红红火火过新年的热闹喜庆市场宣传气氛。

活动时间□xx年1月21日至2月14日

活动场所□xxc5楼下

具体项目□xx德芙巧克力专卖店为了迎接2月14日情人节的到来，该店的推销员很好的与广东海洋大学寸金学院学生会的学生商量，商量对德芙巧克力推销工作进行缜密的策划。希望在校园的推销活动中达到预期的结果。

一、在开始促销当日(1月21日)晚上在广东海洋大学寸金学院的综合楼前举行一个“缤纷浪漫情人节”活动。

2月14日是一年当中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒的火花。在这样一个浪漫的日子了，我们以实际行动送上真诚的祝福，开展一个特别的“缤纷浪漫情人节”活动，从而使情侣了解到德芙巧克力是最好传达感情的情人节礼物。

二、在广东海洋大学寸金学院的c5楼下，进行摆摊，从而把德芙巧克力推销出去给热恋的情侣们。

方式有买赠：购买的价格是以优惠促销价格为标准，送礼物纸包装外盒；凡在最后一日购买德芙巧克力的，可以加送上一枝纸玫瑰。

三、并在每天促销的摆摊旁边陈列一些有关德芙巧克力不同种类的介绍和xx德芙巧克力专门店的介绍。

四、并在促销期间派出有关德芙巧克力种类介绍的宣传单。

## 现场抽奖活动宣传语篇二

为活跃公司氛围，奖励员工做出好成绩，起9月1号至9月30日止为评比月，9月30日设抽奖活动，希望全体员工能在激动人心的抽奖活动中感受到幸运之神降临的美好时刻；具体活动细则如下。

1、本次抽奖采取“机会均等、永不落空”制；

2、相关得奖员工抽取；

1、评比原则：公开、公平、公正；

2、评比名称：新增有效客户奖、达成目标奖、方案奖、成交奖、优秀员工奖；

a□新增有效客户奖：以日为单位，有效客户新增数量多者获胜，抽奖一次，月累计；

e□达成目标奖：以周为单位，新增有效客户目标达成获胜，抽奖一次，月累计。

b□方案奖：客户主动提出做方案为基准，一个方案抽奖两次，月累计;c□成交奖：一万以下抽奖四次;一万~两万抽奖六次;两万以上抽奖八次，月为单位;抽奖活动方案范文d□优秀员工奖：以周为单位，以准时、每天工作计划按时制定、乐于助人、精神面貌佳为评比基准，周评投票表决，经理两票，员工每人一票，抽奖一次。

1、凡被评比名称内获胜者员工可凭参加抽奖，得奖次数与抽奖成正比;

2、中奖奖票抽中后不再投入抽奖箱中。

1. 9月1号起至9月30日止，评比结束，宣布评比结果;

2. 得奖员工依次抽奖，分发礼品;

3. 抽奖活动中中奖员工合影。

补充说明:

(一)关于抽奖券：抽奖券且盖有公司的'有效公章。

(二)关于兑奖：此次抽奖实施现场开奖，兑奖、领奖制。

## 现场抽奖活动宣传语篇三

“浪漫缤纷情人节”活动中用去的费用有：一、活动当中用的领带有4条，用去的费用是80元(20×4条)二、活动当中用去的报纸费用为10元三、活动当中需要颁发的奖项的费用为180元(60×3份)

陈列的海报需要用到的费用为：200元(20×10张)

宣传单的费用为：150元(0.03×5000张)

## 现场抽奖活动宣传语篇四

### 1、婚礼主色调

根据婚礼策划方案的调查显示，大多数新人都比较偏爱粉紫色，所以整场布置用粉紫色营造甜美浪漫的氛围，粉紫色的仪式亭立于场地中央，庄严而神圣，灯光闪闪又不致呆板，增加了现场的活泼感觉。led祝福树虽然是比较熟悉的装饰手段了，但卡片的设计却可以随意变化，与主题配合到位。

### 2、婚礼花艺风格

婚礼上采用什么样的花材和设计很重要。为了突出西式婚礼的氛围，可以在拱门下挂上一个花钟，仿佛能够感受到婚礼钟声响起喜悦。

### 3、多彩烛光

蜡烛的品种很多，使用方便，但如果要突出烛光营造的气氛，与蜡烛搭配的烛台就非常重要，这一次，我们使用“水晶烛台”，“银器响铃烛台”，“小蜡杯”等，让烛光摇曳的浪漫感觉浓得化不开。

小品式个性婚礼策划方案第一幕：诙谐出场

(主持人开场白)

新郎(牵着/扛着新娘从红地毯上走向舞台)：各位朋友你们好吗?今天我有媳妇了!小娘子，给大爷我笑一个。不笑?!那大爷我给你笑一个!

主持人(走上舞台)：住手!你这媳妇哪来的?

新郎：我抢来的!

新郎(掏出婚戒给新娘戴上): 在我们那里, 戴上这个就是自己家的了, 瞧我们这是一对儿!

主持人: 哪有这种道理?到哪也说不过去埃

主持人: 对啊, 得有合同, 谁能证明你们合法啊?

证婚人(跑步上台): 我能!

(主持人介绍证婚人)

小品式个性婚礼策划方案第二幕: 证婚仪式

(证婚人举起结婚证书)

证婚人: 21世纪什么最重要, 结婚证书——这是婚姻合法的唯一证明, 虽说这姑娘是你费了九牛二虎之力才抢到的, 但是为了说明你们部落的进步程度, 也必须讲究文明结婚, 得问问人家姑娘愿不愿意嫁给你。

新郎: 我本将心向明月, 明月是否照我心?(含情脉脉看着新娘, 新娘不搭理)

新郎: 哎, 奈何明月照沟渠。来点狠的。

(拿出准备的礼物——新郎收藏两人一起做的工艺纸花, 现场求婚, 新娘事先不知情。)

新郎: 一直没有机会向你正式求婚, 今天在大家的见证下, 我请你嫁给我。在我们的部落里, 我是酋长, 你就是我的. 酋长夫人, 嫁给我, 我就是世界上第二幸福的人, 而你将会是世界上最幸福的人。

(单膝跪地, 新娘接受新郎的求婚)

证婚人：好，新娘同意

了!!!

(证婚人语气庄重)

证婚人：于笑津、王昱现在我宣布：从此刻起，你们正式结为夫妻，你们的婚姻真实合法有效，恭喜你们!

(把结婚证书交给新人后下舞台)

(婚礼进行曲响起)

主持人：咱们也要好好的庆祝一番吧!

(在浪漫神圣的音乐和气氛下，完成婚礼仪式)

## 现场抽奖活动宣传语篇五

经过校园的调查表显示，选择巧克力作为情人节礼物，居第一位。因此将德芙巧克力在校园里推销是一个很好的计划。用金帝德芙巧克力给最爱的人一份勇敢的宣告、真挚的表白!浪漫的日子，伴随着德芙巧克力的浓郁香醇，与最爱的人一起，分享美丽、分享爱。德芙小礼品巧克力，以温馨浪漫为基调，或配合流畅的音符，演奏爱的温柔乐曲;或用美丽的玫瑰，宣告爱的坦诚与浪漫。小心翼翼地打开每一颗金色巧克力，心型的榛子浆夹心巧克力闪耀爱的光泽。细细品味，可可的醇香、榛子浆的柔滑，一如美丽的爱情，浓郁的醇香中充满着无限的温柔。发现有种味道在心里，叫做、爱情??德芙巧克力，只给最爱的人。

## 现场抽奖活动宣传语篇六

希望通过活动贵公司将对对我系有进一步的了解，商机无需置

疑。我们坚信通过必要的合理宣传手段，必然会让贵公司在  
我校的占有率更高，并创下非常可观业绩。

(ps□进入决赛的人数由参赛人数多少决定)

信管系学生会社会实践部

xx年3月6日

## 现场抽奖活动宣传语篇七

1、围绕主题，根据所给的话题或命题进行创作，体裁不限，  
字数800—20xx字，诗歌15行。

2、谁不想采撷最美的花朵？谁不想让个性自由翱翔？谁不想  
拥有动人的瞬间？谁不想拥抱明天的朝阳？要坚信：你自己  
独一无二，你的作文与众不同。因为一人一个性、一文一特  
色！欢迎广大文学爱好者积极参与！

最后预祝本次大赛圆满结束！

联系人□xxxx

本活动最终解释权归宏光文学社所有

## 现场抽奖活动宣传语篇八

优秀作文推荐！随着市场竞争的加剧，白酒品牌市场的逐步  
细分，婚庆用酒作为一个用量大、口碑传播较为广泛，互动  
影响较强的一块大蛋糕，越来越被众多的白酒企业所看重，  
甚至被一些中小型白酒企业看作是启动区域市场或团购市场  
的利器，一时间，上到国内高端白酒品牌，下到地方白酒企  
业纷纷进入婚庆用酒行列，使婚庆用酒市场在极速开拓的过  
程中也显得混乱起来。

俗话说无酒不成席，所以无论是在亲人团聚，还是红白喜事、朋友小酌，酒都是餐桌上必备的助兴之物，作为婚宴，白酒更是不可缺。根据中国习俗，结婚往往要大宴宾客，用酒量极大，这为白酒企业进入婚宴市场奠定了良好的容量保障，就连五粮液、今世缘等企业也逐步进入婚宴市场。但市场的细分不仅仅是品牌名称的细分，也并非给白酒贴上“婚宴专用酒”或一个大大的“喜”字，目标顾客在消费的过程中就一定会选择你。一般情况下只要这个品牌的名字吉利，包装喜庆，价格适中，基本上都可以拿来用做婚宴用酒，由于各区域文化的差异，也就造成了各地选择婚宴用酒的多样性，使婚宴用酒的“不确定性”异常突出。要想真正启动白酒婚庆市场，做大婚庆市场份额，必须要着重考虑下列因素：

## 一、提升产品自身的行销能力，为品牌的成长打下基础

### （一）婚宴用酒的现状：

- 1、品牌产品的命名同质化。大部分婚宴用酒的命名都始终徘徊在xx喜酒□xx缘酒，更有甚者干脆就给酒的名字叫“婚庆专供酒”，好像用这种名字就能将目标群体锁定于该产品一样，严重缺乏创新，导致品牌个性化突出不明显，昙花一现后就无声无息。
- 2、产品的形象包装同质化。目前在国内的众多市场中，各类婚庆用酒的包装几乎都是千篇一律的大红底子，加上一个大大的双喜字，有的还在喜字旁边点缀几串鞭炮，再在加厂家名称，单调而无新意，缺乏时尚与潮流。
- 3、品牌情感诉求同质化。众多的婚庆用酒产品感性诉求肤浅，只是站在“红双喜”、“好日子”、“缘”等观点上诉求，庆贺新郎、新娘成婚之日，产品缺乏诉求的延伸和消费群体的延伸。

### （二）婚宴用酒要想实现突破，必须要结合品牌特性，提升



产品个性，营造浓厚的氛围：

1、从视觉行销的角度，产品的外包装必须要章显出明显的个性化突出；

2、在产品的命名方面，最好能结合本企业的现状及该产品的战略定位，即该产品将来是准备做全国性市场还是区域性市场；是准备做单一的婚庆用酒还是借助婚庆用酒开拓市场，等待时机成熟时借机拓宽消费群体，进行产品定位延伸等等综合因素考虑。

3、在酒度设计方面，由于消费者消费观念和消费意识的逐步转变及自我保健意识的提高。在绝大部分地区的婚宴中，已经改变过去的饮用高度酒、酗酒和劝酒习惯，红酒和饮料也逐步走上婚宴餐桌，因此，在婚宴用酒的酒度选择方面逐步趋向低度化，根据区域特性的不同，婚宴用酒也需要有合理的产品线组合，最大满足不同群体的需求。

4、在酒质设计方面，由于婚宴用酒消费相当集中，消费者在选择品牌的过程中，口碑的推荐作用对白酒品牌选择的影响相当大，排位居广告、促销之前。通过婚宴市场建立的口碑，可信度大、信息干扰少、传播效率高。所以从一定意义上讲，婚宴市场做好了，其他终端市场就可以运作自如，而且可以节约相当一部分宣传费用。所以一定要有过硬的酒质，否则再强势的市场推动也无济于事，甚至会达到适得其反的结局。

## 白酒婚庆市场启动策略

### 二、把准核心通路选择，实现通路优化组合

#### （一）婚宴用酒的常规通路选择：

婚宴用酒作为白酒市场的一个细节分支，其产品的行销通路与普通白酒的行销通路相似但不是相同，必须要根据当地的

人文状况补充适合于婚宴用酒销售的核心特殊通路。其主要常规通路有：

- 1、商超
- 2、大中型餐饮业
- 3、传统流通渠道（批发商、较大的零售商店等）

（二）婚宴用酒的特殊通路选择：

- 1、婚纱影楼。
- 2、民政局结婚登记处。政府机关一般不允许进行商业宣传，但是可以通过很多先入为主的导入信息方式，将产品信息植于目标群体的心目中。
- 3、婚庆服务公司。基本操作思路同“婚纱影楼”，但可以做得更专业，服务更周到细致，从而提高目标消费者的品牌信任度。
- 4、当地较有名气的喜糖分销点或商店。很多批发部或商店已经不是一个简单的“渠道”的概念，其很大一部分功能是一个终端客户，也是消费者购买婚宴用酒及喜糖的主要场所。
- 5、在部分地区，由于很多是在家里办宴席，所以当地小有名气的厨师也是一个不可忽视的环节。

（三）做好核心通路的优化组合，互动宣传。

- 1、以常规通路为前期产品切入市场的形象展示点，到产品切入市场后期，延伸为产品购买的支撑点。
- 2、将婚宴用酒的特殊通路做为目标客户的接触点、通过严密的利益线设计，将特殊通路变为产品与目标客户的直接沟通

和交流点，强化产品的口碑宣传效果。推进目标客户对产品品牌的信任和接受。

3、通过常规通路和特殊通路的合理组合，快速提升消费者对该品牌的信心和信任，最终目的达成互动行销。

### 三、把握好利益线的设计，提高全员动力

1、目标客户的购买利益线设计，提高产品在众多竞争品牌中的竞争力；

### 四、市场推动促销政策要兼顾各方利益

由于婚宴用酒在市场切受口碑传播影响较大，随机性强。所以在推广婚宴用酒产品市场时，除了要考虑合理的媒体宣传外，还要通过配合一些互动促销政策，提高产品在销售过程中的推力和顾客购买的吸引力。但在制定销售政策时一定要兼顾各方利益。

1、商超的促销政策不宜过大。商超的促销政策过大，会影响餐饮业的销售业绩和积极性（尽管有些产品是分通路来做的，但是会引起抵触心理）。大力度的促销政策还会严重影响特殊通路的利益线设计，企业业只有两种选择，要么降低特殊通路的利益，要么企业向里贴钱。笔者曾经在某地看到张弓酒业推出的喜酒，在超市中做了近1个月的15.8元/瓶，买一赠一的捆绑销售政策，其结果每周也就是销售4瓶左右，绝大部分还是因为消费者认为很便宜才购买的。该种销售政策的推出，已经严重偏离了该产品的初始定位，最终结果大家可想而知。

2、做婚宴市场首先必须要有一支精干的营销队伍，针对结婚消费群大胆地去推销自己的产品。所以在制定销售政策时千万不能因为促销政策很大而降低对营销队伍的利益线设计标准，这样会严重打击营销队伍的工作积极性。

3、要随时把握目标客户的心理需求，根据他们的心理和实际需求设计合理的促销方案，提升产品的自身竞争力。

4、协调好传统通路和特殊通路的利益关系，做到利益兼顾。

从目前看来，在婚庆用酒市场还没有形成主流品牌或是还没有形成强势品牌，所以众多白酒企业才有机会可以进入，也真诚的希望部分白酒企业能把握好市场机会，真正领会婚庆用酒市场拓展的核心方法和方式，共同做大婚庆用酒市场。

## 现场抽奖活动宣传语篇九

1. 活动目地：丰富大学生会课外生活，展现个人艺术风采，加强同学之间的了解。

2. 活动的对象：江西外语外贸职业学院信息管理系全体学生

3. 组织机构：

主办单位：江西外语外贸职业学院信息管理系团总支

承办单位：江西外语外贸职业学院信息管理系学生会

4. 活动时间□xx年4月13日（星期一）

5. 活动地点：一教画室