

2023年讲故事策划案活动(通用6篇)

梦想是一个人内心最深处的指南针，它引领我们朝着自己理想的方向前进。对于梦想的实现，我们要勇于追求，并乐于享受过程中的成长和收获。梦想是人们在追求自己理想生活过程中产生的一种强烈愿望。每个人都有自己的梦想，它可以激励我们勇往直前。对于实现梦想来说，坚持是关键，只有不断努力才能将梦想变成现实。梦想可以给我们带来希望和动力，让我们充满无限可能。有梦想就有动力，梦想是人生的灵魂，也是人生的驱动力。梦想是在追求自己理想生活过程中产生的一种强烈愿望，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了。如何实现梦想是每个人都需要思考的问题。以下是一些成功人士的梦想实现方法和经验分享，希望能给大家带来帮助。

讲故事策划案活动篇一

活动主题：屋檐下的故事-----宿舍的友谊

一活动目的:认识寝室人际关系的重要性，结合本寝室实际情况讨论寝室人际关系和谐的原因及破坏和谐寝室人际关系的因素和事件；引导学生思考怎样建立和谐的寝室人际关系，怎样处理寝室矛盾，倡导互帮互助精神。

二活动时间:90分钟

三活动地点：教学楼

四活动对象：物流二班全体同学

五活动方式：联系学生、学校实际，采用讲述、讨论与分享相结合的方法

六活动流程策划；

(1) 全班以寝室共分为七组。主持人讲话引出活动主题——屋檐下的故事宿舍的友谊（5分钟）

(3) 讨论良好的寝室人际关系给我们带来了什么？（15分钟）在同学们思考5分钟后，每组选派1名学生与全班分享。

(4) 观看视频：恶化的寝室关系造成的`悲剧，并请同学们做出对复旦投毒案件的看法（10分钟）

(5) 请每一小组找出在寝室人际关系中你认为最棘手的问题？（15分钟）并请同学们帮助他们找到最完美的解决办法。以寝室为单位进行比拼看哪组的解决方法比较多。

(6) 爱要大声说出来：观看视频，寝室的室友就是我们的家人，分享被室友感动却由于害羞没有说出来的生活点滴. 让同学们学会感恩，学会感悟人生（15分钟）

(7) 主持人宣布班会结束并一起合唱《我们是相亲相爱一家人》（10分钟）

(8) 辅导员对整个班会做回顾总结。（10分钟）

讲故事策划案活动篇二

无论人生失去了什么，我们的日子还得继续下去。

在娱乐圈沉浮数载，陈坤已成为当红一线小生。那段感情成了陈坤心中的伤口，而婚姻更成了陈坤不愿意碰触的一个滚烫的石头。2009年，陈坤在电影《跟我的前妻谈恋爱》中，饰演了一个不负责任却又吃回头草的婚礼策划师。这是陈坤第一次饰演这样的角色，原本以为这种普通的都市时尚角色并没有什么难演的。然而，在拍摄的过程中，陈坤一再被ng□

好几次，影片中与他演对手戏的袁泉一脸幸福憧憬地看着窗

外的蓝天，悠悠地说道：如果当初你能给我一个浪漫的婚礼，或许我们就不会分开了。陈坤对这样的场景十分难以理解，经常入不了戏。

为了演好这个角色，陈坤便泡在了婚庆店里体验生活。每天看着无数对新人，手牵手带着一脸的幸福和憧憬来到店中，陈坤似乎对婚姻更多了一份思考。尤其是陈坤看到每个女人，进入婚庆店的模样都被镀上了一层梦幻般的玫瑰色光芒。她们眼神飞扬，甜蜜的气息溢满空气之中。她们每个人都对婚礼有着浪漫的幻想，似乎那并不是要举办一场婚礼，而是想圆一回儿时的梦想，让自己变成童话里那个永远幸福下去的公主，要向世人宣告：从今以后，王子和公主过着幸福的生活。

在婚庆店的一个多月里，陈坤看到了无数对新人怀着憧憬在这里进出，他渐渐明白了婚礼的意义。对于女人来说，那是她们一生中最美丽的一天，甚至是大多数平凡女人一生中唯一能成为万众瞩目的，唯一女主角的一天。而对于男人来说，在众人面前，对一个女人承诺：不管贫穷富贵疾病困苦，我将永远不离不弃地照顾她。这是一个男人责任感的开始，这是一个男人真正宣告成为男人的时刻。

婚庆店里每天那么多女人那么幸福的笑脸，让陈坤感到震撼，这是在别的任何地方都不曾见到过的。这里每个女人都宛如天使，在编织美梦，她们眼神表情都那么动人。

陈坤是一个悟性很高的演员，他很快揣摩透了婚礼策划师这个角色应该表达出的感觉。回到剧组，陈坤就像变了一个人似的，把婚礼策划师这个角色演得活灵活现，而且经常超水平发挥。

陈坤爱说笑，闲暇时就对导演说：要不咱再演一场空中婚礼的戏？弄个直升飞机，让天空下起白色的玫瑰雨？或者来一场水下婚礼，让新娘扮演沉睡多年的美人鱼，被王子吻醒？

这么说着说着，剧组的成员便都围了过来，尤其是女演员都听得入了迷，她们开玩笑道：“行啊陈坤，看不出你满脑子都是浪漫细胞，要不你真开一个婚庆店得了，到时我们结婚都去找你策划婚礼。”

讲故事策划案活动篇三

我们一直说：消费者才是我们学习的对象和崇拜的偶像，离消费者越近的经理人越优秀，离市场越近的企业越杰出。但在现实的中小企业一直对品牌的理解有误区和偏差，不明白企业的产品到底满足消费者哪种价值需求，是产品价值还是形象价值，直接表现就是一切像贵看齐，最贵的牛肉干、最贵的烧麦、最贵的有机羊肉、最贵的杂粮，一时间“贵”好像成了成就品牌快速发展的通天大道，且不知

什么是产品价值，比如拿蒙牛来讲，在提供产品的过程当中保证让消费者感受到更高的价值，首先你的产品品质要让消费者感受到要好，为了保证产品品质的质量，我们在乳业里面进行了一个首创，有一个“运奶车桑拿浴车间”，目的是把奶车拉到牧场以后完全要里外清洗干净，如果不清洗干净剩余的牛奶就在奶罐车里发哮了，细菌繁殖的比较快，新牛奶一装细菌繁殖的也很快，生产出来的牛奶里面一定有大量的细菌，自然口感味道好不了，所以这一项就投资几千万，同时大家才感受到牛奶的香浓，实际上我们少赚了很多钱，大家说你们牛奶里是不是加了什么东西，不是加了东西，而是减了东西，有个叫“闪蒸”，蒸发掉牛奶当中5%左右的水分，每吨牛奶少赚了300块钱到500块钱，大家算一算这是一笔不小的数目，就是由于我们少赚的这么多钱，让消费者感受到了顾客价值更高，所以才有今天，这叫“产品价值”。

在中国企业里面，实际上在消费者内心活动当中，最认识不足的就是“形象价值”，实际上这就是我们谈的品牌，我们讲到

波司登有一项业务就是给外国的品牌做代工，我们在参观波司登时，耐克的随行工作人员跟我们讲，耐克的衣服实际上不如波司登的好，因为他订单的时候像领口、袖口用的面料比较简陋，我们就用的非常好，他说消费者有的时候真的挺傻的，我说不是消费者傻，是企业对消费者不了解，对消费者的心理活动了解不够，他不明白人家为什么要买耐克，这里面就有个“形象价值”。我们卖300到400块钱，耐克卖1000块钱，实际上都一样，都是我们这里生产的，你看到国外也都印的“made in china”现在，在全世界和你出国买回来的东西基本全是“中国制造”的，但是大家为什么要买，不是消费者对波司登不认识，它不了解消费者的心理，这就有个“形象价值”，在消费者心目中品牌是啥呀，对耐克来讲品牌就是炫耀，耐克在消费者心目当中就等于1000块钱，波司登就等于300块钱，于是消费者明明知道是波司登生产的，但是我穿上印有这个标志的衣服等于告诉我的伙伴我花了1000块钱买了一件衣服，你才花了300，但是我们的企业很少研究消费者的心理活动。

不同的产品在消费者的心目当中所占的比重不同，不同的产品是不一样的。

我举个例子，像小肥羊这个企业，产品价值可能占90%，产品价值是最重要的，像牛奶，像我们喝的矿泉水，产品价值占的比重是很大的，这就是为什么非常可乐在有些地区比可口可乐卖得好？可口可乐的品牌有谁去怀疑它？但是为什么卖的不一定好，这就是这一类产品的产品价值占的比重更大一些，没有人说请人吃饭去小肥羊很荣耀，有些企业请客绝对不会去小肥羊请，肯定是去高级酒店，他觉得有面子，但是小肥羊这一类的企业给消费者提供的产品价值更高，企业在研究产品方面下了比较大的功夫。比如说羊肉是三个月以内的羔羊肉，超过三个月的就不能要，因为企业知道我靠什么赢得消费者，这就是做品牌的产品质量问题，刚才谈到的服装，服装是啥，服装的形象价值可能占到90%，同样是一个厂子生产的你这个质量比人家的好，对不起我也不买你的，我

买这个形象价值更高的产品，不同的产品都是不一样的。

这就是先行品牌的另一个观点，举个例子，没有人说产品价值更重要，五块钱买块电子表也能看时间，七八万买块表为看时间一定是个土老冒，其实是想告诉别人我带的这块表花了七八万，代表身份地位，也就是说买lv包不是用来装东西的，lv要是站在产品价值角度塑造品牌，肯定会死的一塌糊涂。

比如说像牛羊肉、像牛奶、像矿泉水，不买贵的也行，因为不是展示给别人看的，没有人说吃了蒙都羊肉见人说我今天吃的蒙都羊肉，中国驰名商标；也不会有人说我一直吃蒙清小香米，有机杂粮第一品牌。这一类品牌就是承诺，使人信任、喜欢、放心。

为什么要了解品牌，就是要了解消费者的内心活动，我知道现在交流的时候怎么交流，怎么沟通，，所以“自我满足”的这一类品牌只要你跟消费者交流的好，沟通的好，你就有机会。

。举个简单的例子，像蒙牛刚起步什么也没有，什么中国驰名商标，中国名牌，简简单单就是蒙牛纯牛奶，到了深圳市场，超市都进不去，因为没有钱，但是任然要做市场，怎么做呀，因为我们了解消费者心里咋想的，他不会拿给别人看我喝一个不知名的牛奶叫蒙牛纯牛奶，他只要认为合适他就会去买，于是我们到了深圳的小区里卖，摆地摊卖，印了一个宣传单，背面写着这么一句话“提起深圳你会想到高楼大厦、高科技；提起内蒙古你会想到蓝天、白云、草原，还有从遥远年代飘过来那牛奶的醇香，几千公里的路不尝是你的错，尝了不喝是我们的错，好牛奶当然自己会说话”。消费者一听也对，内蒙古生产的牛奶肯定是好的，你就跟消费者交流他觉得好他就拿回去一喝挺好下回还买，这就是这一类品牌，为什么说非常可乐敢跟可口可乐抗衡，华龙方便面敢跟康师傅抗衡，实际上中国还有很多的机会，说什么时候没机会了，等到中央台的广告打得国内的品牌只有十佳才能上

的起别人都上不起，这个时候机会就快没了，所以只要交流得好，包括像跟消费者交流，同样的产品看你怎么跟他交流。

就像两个小伙子跟一个女孩接触，你不说话就没有行为表达，让姑娘怎么了解你，所以这样你就要不断的跟消费者交流，给我个理由选择你，给我个理由爱你，你要有理由，就这样我们还要研究消费者的心理，他消费者咋想的，把宣传单一发或者放在超市里，宣传单背面印着“女人不美男人要付一半的责任”研究她的心理活动，说你把这个宣传单最好带回家找你老公算算账，后来我们调查了，拿这个宣传单基本上是已婚的妇女，因为她觉得写的有道理，我挑几段给大家念一下“一个本来优秀的女人越来越泼辣，一定是她的男人不争气，逼得她不得不出头；一个本来纯洁的女人越来越妖艳，一定是她的男人太窝囊，她只好移情别恋；一个本来心高的女人越来越恶毒，一定是她的男人档次不高，相反一个本来很一般的女人，相貌越来越可爱，眼睛越来越灵光，说话越来越文雅，举手投足越来越有风度，不用说她有一个好男人”，所以这个宣传单大家觉得挺好。这是我讲的消费者眼中的品牌，炫耀型的品牌做起来难度很大，你要不断的创造品牌故事。

高俊刚

先行品牌机构董事长，从业13年，全程参与了“蒙牛、小肥羊、蒙草抗旱”三家上市公司的品牌策略制定及营销实战操作，著有《中小企业快速成长之道》，积淀了“产品、品牌、资本的品牌倍速成长理论研究”。

林海亮

讲故事策划案活动篇四

一、活动目的：认识寝室人际关系的重要性，结合本寝室实际情况讨论寝室人际关系和谐的原因及破坏和谐寝室人际关系的因素和事件；引导学生思考怎样建立和谐的寝室人际关系，怎样处理寝室矛盾，倡导互帮互助精神。

二、活动时间：90分钟

三、活动地点：教学楼

四、活动对象：物流二班全体同学

五、活动方式：联系学生、学校实际，采用讲述、讨论与分享相结合的方法

六、活动流程策划：

(1) 全班以寝室共分为七组。主持人讲话引出活动主题——屋檐下的故事宿舍的友谊（5分钟）

(3) 讨论良好的寝室人际关系给我们带来了什么？（15分钟）在同学们思考5分钟后，每组选派1名学生与全班分享。

(4) 观看视频：恶化的寝室关系造成的悲剧，并请同学们做出对复旦投毒案件的看法（10分钟）

(5) 请每一小组找出在寝室人际关系中你认为最棘手的问题？（15分钟）并请同学们帮助他们找到最完美的解决办法。以寝室为单位进行比拼看哪组的解决方法比较多。

(6) 爱要大声说出来：观看视频，寝室的室友就是我们的家人，分享被室友感动却由于害羞没有说出来的生活点滴。让同学们学会感恩，学会感悟人生（15分钟）

(7) 主持人宣布班会结束并一起合唱《我们是相亲相爱一家人》(10分钟)

(8) 辅导员对整个班会做回顾总结。(10分钟)

讲故事策划案活动篇五

3月5日是毛泽东等老一辈革命家号召向雷锋同志学习的纪念日。在此之即，校团委提出在全校青年中开展3.5学习雷锋主题活动月活动。为进一步弘扬雷锋精神，弘扬奉献、友爱、互助、进步的志愿服务精神，校团委以3.5学雷锋青年志愿者服务日为契机，组织发动青少年开展志愿服务活动。青年志愿者协会为响应校团委的号召，组织协会会员于3月5日前后在社区及校园内进行义务劳动。

二、活动主题

弘扬雷锋精神，关注校园文化，建设精神文明

三、活动目的

通过本次活动，一方面增强同学们学习雷锋的意识，激发当代大学生学习雷锋劲射的热情，提升广大团员青年的思想境界，配合学校和社区创建良好的环境。另一方面利用三月学雷锋活动月，激发襄樊学院学子的志愿者服务精神，促进奉献、友爱、互助、进步的志愿服务精神的传播，将志愿服务与社区、校园和我们身边的环境结合起来。

四、活动时间

五、组织形式

本次活动以青年志愿者为活动主体，号召党员、团员及入党积极分子，发挥党员的先进性及先锋模范，带头参加志愿服

务活动，并鼓励我校其他学生加入到志愿服务的行列中来。

六、活动内容

主题活动一：学雷锋义务整理图书活动

活动意义：在3月5日期间定期义务为校图书馆整理图书，由我校青年志愿者协会组织120名青年志愿者定期分批走进襄樊学院图书馆，开展整理图书志愿服务活动，通过在35学雷锋日开展志愿服务活动，进一步宣传奉献、友爱、互助、进步的志愿者精神。

活动时间□20xx年3月5日至3月31日

活动地点：襄樊学院图书馆

活动方式：由各个二级分行分别轮流进行服务组织志愿者帮助图书馆工作人员整理图书，及维护场馆公共卫生。

活动流程：

（1）活动宣传及组织报名：我校青年志愿这协会将活动通知及志愿者名额由各二级学院分会上报到总会秘书处，由分会自主组织报名招募。

（2）由我校青年志愿者协会工作人员到图书馆联系图书馆工作人员，并商量具体活动细节

我们将对表现积极的志愿者进行表彰

主题活动二：校园文明倡议书设计大赛

活动意义：以雷锋服务他人的精神倡议大学生共创校园美好人文环境，促进校园精神文明建设，创建文明校园，培养大

学生文明礼貌的学生生活习惯。

活动时间□20xx年3月5日至3月31日

活动地点：襄樊学院室外展台

活动方式：面向全校征集倡议设计方案，由大众投票和专业审评的方式确定优秀设计方案。

活动流程：

(2) 3.3-3.6由我校青年志愿者协会美术专业成员中组成评审小组选出面向全校投票的优秀设计方案，并将优秀方案向大众公布。

(3) 3.7-3.9设置展台，接受大众投票选出最终获奖方案，并将获奖倡议推向全校学生。

校园文明倡议书设计大赛。开展以：就餐文明，寝室文明，教室文明，网络文明，恋爱文明，考试文明，乘车文明等相关主题内容的倡议书的设计，倡议方式可以是公约，承诺，宣传画等方式。

讲故事策划案活动篇六

20xx年，陈坤首次以歌手身份到台湾宣传自己的新专辑

《谜&me》□在中天电视台录节目时，主持人问：“悠悠是怎么来的？”陈坤的眼神闪烁了一下，说道：“生出来的。”随后，陈坤垂下了眼睛几秒钟后，仿佛拿出了极大的勇气，说道：“他是我的亲生儿子。”

这个突然爆出的惊天新闻，再次将陈坤的感情经历推上风口浪尖。这个8岁小男孩的生母到底是谁？答案扑朔迷离，真相众说纷纭。未婚生子的背后，究竟有怎样的一段辛酸，我们

慢慢拼出始末。十年前，陈坤认识了一个女孩，两个年轻人很快擦出了爱的火花。不久，女孩发现自己怀孕了。怀着对新生命的期待和对婚姻生活的向往，女孩提出结婚。

陈坤却犹豫了。他不是不爱这个女孩，但是婚姻，提到“婚姻”那是多么沉重的一个字眼。从十几岁起，陈坤开始在夜总会打工，后来考入东方歌舞团，再到进入电影学院，继而出演偶像剧大红大紫，陈坤的成长是伴随著名利的光环跃进的。

然而，出生于单身家庭，陈坤对于婚姻始终怀有一种战栗的幸福期待。“我准备好了吗？我能担负起婚姻的责任吗？我能给一个女人一个孩子一辈子的幸福吗？”婚姻是太神圣的事情，因为太过看重婚姻，使得陈坤反而心生畏惧。

“什么叫相当于结婚？结婚证或许只是一张纸，但是婚礼一定要办，那是一场浓重的爱的仪式，是让别人见证我们爱情的时刻。”女孩很坚定。

然而直到孩子出生后，陈坤却始终没有勇气走进婚姻。作为一个演员，陈坤厌倦了生活中那些有表演性质的场合，比如婚礼。参加过太多婚礼，新娘新郎像片场的男女主角，而那些原本带着祝福去的亲友们则是群众演员。那种程序化的模式让陈坤本能地反感。在陈坤的心中，爱情渗透在两人相处的每个细节中，又何必那么在意形式。

长久的期待慢慢落空，悠悠的母亲一气之下，丢下父子俩，从此以后消失在了他们的世界中。

陈坤安慰自己：每个人在年少的时候都对结婚这种事有过美好的憧憬，只是婚姻不是游戏，也不是王子公主的童话，爱应该是发源于内心，来自于最单纯的愿望，如果你的心告诉你现在还不是时候，那就不应强求。真正相爱的人不会在乎这种形式上的东西。