

最新银行报销活动方案(优秀6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。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

银行报销活动方案篇一

为积极响应分行要求，举办元宵节猜灯谜庆元宵的活动，活动策划如下：

猜灯谜、庆元宵

□xx年2月19日（农历正月十五）

xx支行

1、客户通知：2月18日前，通过折页以及海报条幅的形式周边居民前来参加，对已经收集到信息的客户，可电话通知到个人。

2、物料准备：折页以及海报，客户信息登记表，各种灯谜，准备奖励所用的小礼品，空白纸条，以及礼品领取表。

条幅内容□xx银行xx年猜灯谜庆元宵——客户回馈活动

1、猜谜活动，必须是现场猜谜，不得将谜语揭下带走。

3、奖项设置：

安慰奖：答对5个以下，黑色签字笔一支

三等奖：答对6—10个，汤圆一包

二等奖：答对10—15个，水杯一个

一等奖：答对15—20个，西王玉米胚芽油一瓶，奖品兑完，活动结束。

银行报销活动方案篇二

(一)本次营销策划的目标人群:以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生为目标客户。

(二)市场状况分析:

1)宏观环境分析:随着我国科技技术不断发展我国智能手机已经逐步出现了“普遍化”、“大众化”根据gartner统计数据 displays, 20__年第一季度,全球普通手机销量为3.147亿部,同比增长17%,而智能手机销量同比增长48.7%,达5430万部。第二季度,全球智能手机销量达6165万部,同比增长50%。预计20__年底,智能手机用户将突破1.5亿。据测算,智能手机将以每年50%的速度提升。这意味着到20__年,中国将有一半以上的手机用户使用智能手机终端,届时将全面进入手机智能时代。

2)产品分析:根据湖南大众传媒和建行合作每个学生都有一张建行的卡情况,所以我们可以断定湖南大众传媒学生使用最频繁的是建行的卡,民生银行相对于建行而言有如下优势:

1. 转账汇款,手续费全免。

2. 免全省跨行取款手续费。

3. 免年费,免短信提醒费,免小额账户管理费。

劣势：

1. 建行网点比民生银行多，对于消费者而言办理业务方便。
2. 建行你民生银行基础雄厚，挂国家信誉，对消费者而言会觉得更安全。
- 3) 竞争者分析:通过和其他组比较，我们组得出了如下结论。

优势：

1. 社会实践工作经验丰富。
2. 在不断的进取与工作当中，累积了丰富的人脉资源。
3. 思想活跃，遇到事情能快速的解决事情。

劣势：

1. 团队成员合作意识不强。
2. 团队成员执行意识不强。

4) 消费者分析:由于这次我们的目标客户是以湖南大众传媒为中心的所有周边高校学生所以他们的年龄、职业、文化层次都差不多，所以我们将他们的性别和消费习惯来分析。

1. 男生的消费习惯:对物品的价格没有清晰的把握，不喜欢讨价还价，不愿意花太多时间，一般为有目标的按需购物，知道要买的对象便直冲目标，不会顾及其他。不会在同类商品做太多的比较。
2. 女生的消费习惯:对物品价格关注较多，购物时比较细心谨慎。喜欢讨价还价省金钱，对视没有太多限制。购物一般为没有目标的四处闲逛。

(三) 营销策略:根据以上分析我们组制定出了以下方案

第一名可以任意选择“我们约会吧”、“天天向上”的门票一张，第二名1名，可以获得一张“我们约会吧”门票一张。本次活动参与者都可以获得一份安慰奖那就是由举办方向各位参与者的手机充值10元以内的话费，参与方式就是加入民生银行手机银行这个大家庭中来。

2、广告方式:主要以发传单的方式进行，预计500张。

2)根据大学生希望自己能获得跟多的知识和实践动手操作能力，我们组将利用自己已建立的人脉关系为我们的学弟学妹们提供一份和他们所学专业有关的工作。当然也是要以开民生银行卡作为交换，我们组为什么不免费啦，原因就是为了让我们的学弟学妹们明白天下没有免费的午餐。

(五) 人员分配:

1)肖振华主要负责

1、谈妥“快乐大本营”、“我们约会吧”、“天天向上”的门票价格。

2、和学校商量租借教室等问题。

3、和银行那边商量。

2)杨慧主要负责湖南大众传媒学生的传单发放，数量120张。

3)黎如主要负责长沙师范学生传单发放，数量120张。

4)唐小山和赵晓阳主要负责湖南机电学生传单发放，数量260张

(六) 活动时间安排20__年11月23号。

银行报销活动方案篇三

为体现公司对员工的人性化管理和关怀，并以此增进员工对公司的认同度和归属感，使员工真正地融入到公司大家庭中，进而保持更好的工作心态，与公司共同成长和发展。推进公司企业文化建设，加深企业文化内涵。

四月员工生日会

公司会议室

1. 过生日的员工

2. 邀请公司领导参加

3. 公司其他员工

1. 准备工作：

1) 生日礼物：生日贺卡+一枝花+招财猫2) 生日蛋糕3) 布置活动现场

2. 活动内容：

3) 互动游戏：夹玻璃球、打靶、不眨眼游戏（备用：脑筋急转弯、公司竞猜）

4) 抽奖及游戏获奖环节5) 吃蛋糕，许愿、唱生日歌6) 合影留念

（总计：861）

1. 生日礼物：50+40+90=180

2. 生日蛋糕：258

3. 抽奖金额：99+88+66=253

4. 游戏礼物：805. 游戏道具：20+30+40=90

银行报销活动方案篇四

坚持以加快存款发展作为主题。抓住机遇，适应市场的需求，加大存款营销力度，壮大我行的存款市场份额。

成立xx支行“百日存款竞赛”工作领导小组，由行长王xxx任组长，副行长xx任副组长，副行长xx及办公室xx、营销部xx为成员。领导小组下设办公室在办公室，具体负责“百日存款竞赛”的营销体系建设工作的组织、联络、协调、督查、调度和考评。

本行存款的结构特点（应包括但不限于：存款的基础结构，如公存、储蓄及定活期比例；高端客户情况；主要贷款户派生存款情况等）。

从xx支行存款的整个结构看，活期类存款的大幅波动，是xx存款不能持续稳定增长的关键点之一，储蓄存款源的溃乏，对单个帐户的过于依赖，是影响xx支行存款的持续稳定增长的主要原因之一。

（一）稳定性因素：

（1）由于受社会经济运行规律的影响，每年初都会有大量的易变性存款和准易性存款在短期内急聚沉淀到各金融机构。但该类存款流动性大、平均占用天数低，稳定性较差。在没有新的、相当量的新存款源补充的前提下，弥补该部分存款流出后留下巨大资金空缺，需要投入更大的精力和经历更长的修复过程。这是引起xx支行存款下滑的主要原因之一。

（2）个别客户的存款波动较大地影响到xx支行存款资金的稳

定性，短期内还难以补足。

（3）居民消费需求不断增长，储蓄心理不断减弱。新客户群体的增长和老客户群体的维护工作需要不断改进服务，提供合适的金融产品才能跟上，加之各金融机构竞争激烈，也致使xx支行一季度存款工作开展较为困难。

（4）新开立的存款帐户的数量大而质量欠缺，一些帐户开立后长期使用效率低，由于新增帐户存款余额的增长乏力，起不到推动作用，无疑浪费了前期投入的人力和物力成本。也是造成xx支行存款不能自然修复和回升的原因之一。

（二）金融政策及居民心理因素：

商行属地方性银行，与国有商业银行相比，无论从营业环境、硬件设备、产品的科技含量、网络覆盖面，以及服务手段、服务内容，都不在同一个起跑线上。相对于国有商业银行强大的技术手段、雄厚的资金实力、坚实的国有体制后盾、以及几十年来在社会公众心目中树立积累起来的卓著信用。是商行在短期内无法达到的目标。加之国家政策宣传多年来一直偏重于对国有大中型金融机构的宣传报道。这些客观因素，无形中对商行存款组织工作产生了一定影响。导致部分企业和居民在对金融机构的选择和认知上，更倾向于国有商业银行。因此，这对吸收社会公众存款的能力和范围有较大的限制和制约。

（一）优化存款结构：一方面努力提高存款的稳定性，增加定期储蓄存款部分，寻找和吸收新的存款客户，在确保存款总量即定的前提下，加强存款自我更新，自我补充的能力。第二、优化存款质量，建立信用客户群体，资金运用将偏重于有较好优势发展的企业，为其提供配套服务，使这一部分客户的所有业务不流失。（具体量化指标）

（二）改进服务内容、优化服务手段：一方面，注重优质客

户的培植工作一方面，从柜面采集信息、挖掘优质客户群体，另一方面，不能简单的以信贷客户经理为吸引存款的营销人员，由于信贷客户经理在开展小企业营销工作后无法能对所有客户的存款进行细致的维护，对每三位小企业客户经理配置专人进行存款、中间业务、理财产品的营销，对此类人员的应挑选业务能力、表达能力、专业修养更强的营销人员从事此项工作，一方面是通过信贷营销部门提供的信息对信贷客户进行长期的跟踪维护，另一方面通过对支行提供的客户信息来开展长期不断的存款大户维护工作。着手建立电子版优质客户信息档案，随时对客户进行跟踪，通过对优质客户信息的对比、遴选，将优质客户群体进行细分，实行分层次的差异化服务，做好存款后续维护和开发工作。培养客户对商行的信任度和忠诚度，在稳定现有优质客户的基础上，积极发展新的优质客户群体；另一方面，努力改善柜面服务，配置大堂经理，二类支行全体人员要明确自身定位，把现有存款业务做活、做到位。在当前激烈的金融业竞争中，我们需要突出服务优质的特色，充分挖掘自身的长处和亮点。

为彻底扭转储蓄存款大幅波动的不良局面，尽快建立以存款为中心的多项工作措施深入挖掘目标市场，开展竞赛活动争揽存款、以理财产品挖转存款、以结算沉淀存款、以代发工资吸收存款等活动来服务稳定存款。

（一）开展储蓄竞赛活动争揽存款：制定强有力的激励措施，树立集体与个人目标统一、利益一致的“一盘棋”意识，行行全力争揽存款。

（二）以理财产品挖转存款：抓住理财产品收益高、发行期次多、资金回笼快等优势，将他行客户作为主攻点集中力量挖转，且要随时关注发行的大量信托理财产品到期时间，组织人员与大额储蓄客户进行了电话随访，与客户“零距离”接触，做到将所有信托理财产品和大额客户到期的存款都顺利转存。组织人员及时对公存客户帐面上大额存款资金进行了解，对暂时不用的存款为客户做好理财，提示转存为7天通

知存款或定期存款，并做好其他业务的营销拓展工作，带动保险、基金、黄金等理财产品的快速销售，带动储蓄存款稳定增长。

（三）以结算沉淀存款：积极分析存量客户的资金运作情况，利用网银转账功能做好付款方、收款方资金划转，确保资金在支行内部循环，确保储蓄存款稳定。

（四）以代发工资吸收存款：先以借款企业为突破口来办理代发工资业务，再通过和xx区、新市区□xx区工商局联系，以区域内所有企业为目标，以代发工资为突破口，二类支行和营销部门、综合业务部门协同营销，主动实施“一揽子”金融服务，促进存款、理财、电子银行等业务协同快速发展。

（一）落实营销环境：将营销措施落实到二类支行、营销部门负责人，要负责人引起高度重视，借以调动全员存款营销积极性，在全行树立起“抓存款就是抓效益，提高资金自给能力就是提高资产创立能力”的观念。其次在全行召开“人人抓存款”活动动员会议，组织全体员工认真学习营销活动方案，围绕任务目标统一全员思想，使大家从全局和长远的角度牢固树立服务客户、加快发展的意识。从营销环境上要落实从行领导到一般员工，人人坚守“团结激发活力、团结激发、团结激发斗志、团结创造奇迹”的信念。

（二）落实营销人员：要求窗口服务人员成为存款总量扩充的主力军。在对现实、潜在的优良客户进行分类排队的基础上，锁定目标客户，把握营销重点，开展高端营销和亲情营销。其次要加强营销部门的存贷款综合营销，强化以贷款带动存款的营销措施，确保客户资金在我行体内循环，降低实贷实付的影响。

银行报销活动方案篇五

一、活动主题：“金秋营销”

本次活动以“金秋营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

二、活动时间□20xx年9月26日-10月31日。

三、活动目的：

以中秋佳节、国庆节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展；同时通过“金秋营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务（vip服务、社区服务、自助服务）的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

四、活动内容

活动主要包括以下内容：

（一）“金秋营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1. “金秋营销.自助服务送好礼”

（1）活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴

纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

(2) 凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约

即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2. “金秋营销.卡庆双节”

(1) 活动期间申请卡免收当年年费。

(2) 刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元（含）以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元（含）以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元（含）以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20000元（含）以上，赠送价值300元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3—4个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达

到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

3. “金秋营销. 速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二) “金秋营销. 产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销. 产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1. 营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页（近期下发），以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2. 网点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3. 活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4. 积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5. 切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

(三) “金秋营销. 产品欢乐送”社区活动。

1. 扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和国庆节的有利时机开展“金秋营销.产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2. 结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

（1）积极拓展速汇通业务

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

（2）切实促进个人储蓄存款业务

9月、10月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住国庆节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。国庆节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户的特殊需求。

（3）有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务度，

推进集团客户购车服务合作；同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

（四）“金秋营销.产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务；同时抓住高端客户“十·一”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

1. 活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。
2. 联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠；联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。
3. 国庆节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业；同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境；另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准，确保总行V客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌承诺。

五、活动目标

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在10月份实现以

下目标：

1. 客户新增超过历史同期最好水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；
4. 自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。
5. 圆满完成各项业务指标。

银行报销活动方案篇六

1. 回顾企业历程，增强集体自豪感和荣誉感。
2. 借助活动进行品牌和产品的宣传，扩大社会影响力。
3. 对大客户的一次情感回馈，培养现有客户忠诚度，并吸引潜在客户的加入。
4. 活跃企业文化氛围，延续企业优良传统。
5. 加强企业与客户交流，充分了解消费需求，从而制定更加完善的服务。

20xx年x月x日

浦发银行三湘支行前坪

春暖两周年真情满三湘

浦发银行两周年行庆户外游艺会

为了增强活动的互动性，充分调动消费者的参与热情，达到预期的目的，本次活动设定以轻松趣味的游戏板块为主，在游戏中充分兼顾浦发银行企业文化和产品特色。通过不同奖

励方式和奖品的设置吸引人气。同时，本次活动加入现场服务环节。通过有奖现场办理业务，真诚邀请消费者在意见簿上提建议等活动，了解消费者需求，强化浦发银行的服务品牌。

1. 表演板块

开场舞蹈特编舞蹈《东方卡之舞》作为活动开场舞蹈，舞蹈演员手持象征着各种浦发银行卡的kt板进行舞蹈，通过舞蹈时间吸引眼球，酝酿气氛。浦发感恩舞蹈表演由三湘支行员工特别奉献，排练舞蹈在游艺会现场进行表演，是三湘支行对客户们两年以来的支持和关怀表达感恩，具有特别意义(建议：手语舞我是真的很不错)现场调酒表演活动临近结束时，邀请调酒师进行调酒表演，斟满香槟塔，让员工与现场消费者一起，共庆浦发银行三湘支行两周年生日快乐。

2. 游戏板块：

抢答游戏舞蹈结束后，演员手中的kt板集中到主持人手中进行第一个问答游戏：针对手中每张不同的卡设定相关问题进行抢答，送出第一批盖章兑奖凭证(即游艺盖章资料)。投球游戏情满三湘在银行前坪设立背景板，图案背景为长沙市网格地图，上面依据浦发银行网点分布情况，设立5块可翻动的kt板，kt板用浦发各种产品构成，其余大部分空白网格不可翻动。邀请参与者进行投球游戏，将手中的皮球每投进银行网点的空格内一次即可获得盖章兑奖凭证一张，每人三次投球机会。表现的是浦发银行回馈客户，客户投入浦发的意义。记忆游戏欢乐寻宝由工作人员先展示浦发各种银行卡，并提示观众记忆，1分钟后将卡收起。然后依据每张卡提问，观众要在一堆kt板卡样中选出对应的一张，例如(提问：东方借记卡?观众就挑选出相应的一张)，每挑中一张可得盖章兑奖凭证一枚，每人三次机会，限时30秒。浦发飞行棋飞行棋是一种大众的游戏，在这里与浦发的各种产品和业务相结合。由一根长绳子构成路线图，在路线图上分别以浦发各种产品

和业务命名点，中间部分点划为水池、高山等，依据飞行棋的玩法，掷骰子决定行进步伐。每次由5-8名观众同时游戏，每到一个产品点则取走地上的产品标志，最终取得标志最多的为第一名，先到达终点的为第二名，分别获得三枚和两枚盖章兑奖凭证。幸运触摸现场设立一个背景板，中间是浦发三湘支行的照片标志，消费者手拿象征东方卡的kt板，蒙上双眼，原地转三个圈后，要将手中的kt板贴到背景板上三湘支行上，完成任务的可以得一枚盖章兑奖凭证。客户抽奖浦发东方卡的客户，填写资料进行抽奖，资料上半部分为活动宣传和游艺盖章处，下半部分为填写卡号和电话号码，以作为抽奖凭证。注：现场应准备糖果若干，不断发给现场的儿童，在吸引儿童的同时引起家长的关注，从而保持现场人气。

3. 服务板块

现场办卡申请在活动中开辟半小时，浦发银行对信用卡进行推介，并邀请消费者现场填写信用卡申请资料，对每位完成资料填写的消费者，发放三枚盖章兑奖凭证。现场业务受理在活动时间内，营业厅同时对外开放，现场接受存款和开卡业务办理。凡存款额度1000元以上赠送4.5l金龙鱼油一瓶，限量20瓶；500到1000元赠送2l金龙鱼油一瓶，限量40瓶，其余不限额度，均可获盖章兑奖凭证三枚。现场建议聆听出银行内准备的客户意见簿，真诚邀请消费者在上面发表自己的看法，通过工作意见和建议的收集，建立完善的服务标准，巩固品牌形象。

4. 奖励板块

奖励规则

1. 确定盖章兑奖凭证，即盖有浦发银行活动章的印刷品，用于活动过程中发放。
2. 参与游戏获得胜利的消费者和参与现场信用卡申请的客户

均可获得盖章兑奖凭证

3. 活动中和活动结束后，消费者均可凭凭证数目兑换相应礼品，凭证由活动组收回。

奖品设置

1. 盖章兑奖凭证集齐3个可换取精美小礼品一份，每5个可换取精美玩具一个，每10个可获得2l金龙鱼油一瓶，并可参加幸运抽奖。

2. 浦发东方卡的客户，填写资料后可直接参与幸运抽奖，并获得盖章兑奖凭证一个。

3. 幸运抽奖设一等奖一名，奖励价值888元礼品；二等奖二名，奖励价值488元礼品；三等奖三名，各奖价值188元礼品；幸运奖5名，各奖4.5l金龙鱼油一瓶。

x月x日19：30-21：00

19：30--19：35开场舞蹈《东方卡之舞》

19：35--19：40领导致辞，并宣布游艺会正式开始

20：00--20：30现场填写信用卡申请资料，游戏继续进行

20：30--20：35浦发银行舞蹈表演(建议：手语舞我是真的很不错)

21：05--21：15消费者现场题写意见簿

注：在整个活动过程中，三湘支行始终接受业务办理，并对符合奖励要求的当场奖励。