

2023年商务套餐文案 农村商务活动方案 优选(汇总5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

商务套餐文案篇一

一、背景：

近几年，广州正在积极的全面打造文明之城。新时期的青年大学生即将成为社会的骨干力量，大学生是一支具有青春活力的队伍，这种魅力受到社会的广泛肯定。培养大学生文明礼仪的思想观念，弘扬礼仪文化，使大学生成为礼仪文化传播的先锋，在打造文明之城的活动中起到积极的影响作用。

二、主旨：

立足校园，传播礼仪文化，优化学生素质

放眼社会，交流商贸时代信息，构建广交和谐校园

力求创新，提升学生品质生活

三、主题词：礼仪文化和谐校园

四、目标：

与时俱进，倡导文明礼仪，搭建大学生礼仪文化的交流平台。

弘扬文化，彰显青年大学生个人魅力。

提高礼仪文化素质，加强自身文明修养。

营建现代校园文明礼仪氛围。

五、参加人员：在校12届学生，男女不限。

六、组织机构：

活动单位：广东省交通职业技术学院商务礼仪知识大赛。

主办单位：广东省交通职业技术学院(北校区)。

承办单位：广东交通职业技术学院口岸商贸学院分团委学生会外联部和社团部。

七、活动时间：某某年3月18——4月25日

八、活动安排：

1、前期准备

1)宣传的负责相关策划书、海报、宣传单、评委及嘉宾邀请函、选手号码牌以及决赛复赛的ppt的制作，大众评审的打分拍，时间提醒牌(还剩30秒，时间到)和决赛会场设计。

3)各班班长在规定的日期前向对应的负责人员缴交报名表和剧本。

4)办公室负责统计参赛人数及参赛人员的基本资料，以及选手签到表，初赛、决赛的评分表，决赛的告示以及活动知识抢答赛问题的准备。

5)确定主持人四名

商务套餐文案篇二

一、活动主题：

外国人眼中的商务

二、活动目的：

随着经济全球化的日益加深，国际商务活动日益频繁，中国加入wto以后，国内经济对外开放力度不断加大，中国与世界其他国家在经济、文化等方面的联系越来越紧密，特别是中国的对外贸易。而商务英语对于外贸的重要性，犹如路杖对于盲人。没有路杖，盲人的行走会很艰难，而没有商务英语，外贸也很难有效的开展。作为以商务英语为专业的在校大学生，要积极提升自己的综合能力，成为高素质的涉外经贸人才。这就要求我们具备熟练的英语交际能力，必备的听力理解水平和流利的英语口语。所以策划举办本次以“外国人眼中的商务”为主题的活动。期望通过本次活动能提高同学们的英语口语、临场应变等综合能力，并且了解不同国度的风土人情。

三、活动意义

(一)、锻炼自我信心

商务英语人才，除了需要具备扎实的专业技能，还需要具备较强的沟通能力。而本次活动要求与外国人面对面交谈，所以同学们需要克服自己的心理恐惧，自信地与外国人交谈。圆满完成问卷后，提高了自信心，利于日后英语口语的学习。

(二)、提高综合素质

职场对于商务英语专业人士的要求是具有英语翻译能力，能胜任简单的日常的口头和书面翻译工作；掌握与国际业务有

关的社交礼仪，具备熟练的英语交际能力，必备的听力理解水平和流利的英语口语具有良好的身体心理素质、人文素质；具有较强的交际能力与应变能力，具有较强的团队精神。而本次活动中，与外国人的沟通锻炼了同学们的交流能力；遭拒绝的状况锻炼了同学们的心理承受能力；在规定时间内完成问卷任务则需要同学们提高工作效率锻炼了业务素质。同学们吸收经验教训，提高综合素质，用实践为同学们以后进入职场打下基础。

(三)、了解风土人情

本次活动利于同学们了解国外风土人情，了解外国人对于商务的`见解，从而了解外国人的思维模式。这次活动对于同学们日后掌握与国际业务有关的社交礼仪，熟悉各种涉外接待、谈判业务是有一定帮助的。

(四)、增强协作能力

活动中有两至三人的分组，而这就锻炼了同学们的沟通协调能力。对于商务英语专业的学生，要求具有较强的交际能力与应变能力，具有良好的创新创业素质，具有较强的团队精神。活动中，同学们的交际能力、应变能力以及团结协作能力得到一定程度上得提高。同学们加强了沟通交流，使情意更深厚，让班级更加团结。

四、活动时间：11月27日10： :00~12:30

五、活动地点：广西桂林阳朔西街

六、活动参与人员：广西师范大学外国语学院xx级商务英语第二团支部全体成员

七、活动流程

- (一)、同学们统一在校门口集合，搭乘小巴至阳朔西街。
- (二)、同学们统一在阳朔西街肯德基门口集合，分成两至三人小组。
- (三)、由团支书介绍与外国人交流技巧及注意事项等，然后分发调查问卷，解答同学们的提问，最后宣布活动开始。
- (四)、同学们在规定时间内西街上询问外国人，并完成调查表的填写。
- (五)、同学们在肯德基门口集合，然后聚餐，最后搭乘小巴返校。

八、注意事项

- (一)、要明确通知好时间地点，确定好参与人员。
- (二)、有每个参与活动人员详细的通讯方式以方便联系。
- (三)、要提醒同学们小心财务的保管，注意安全。
- (四)、注意在与外国人沟通时的礼仪问题。
- (五)、与同学们沟通交流，及时解决在任务中出现的问题。

九、活动经费预算

项目名称 单价 数量 合计

调查问卷 0.1元 262.6元

车费 3元 2678元

合计 80.6元

商务套餐文案篇三

各单位要按照《计划》内容及相关要求抓紧组织实施，严把标准质量关，切实提高标准制修订的质量和水平，增强相关标准的适用性和有效性。要确保标准结构和格式符合《标准化工作导则第1部分》(gb/t1.1-)的规定和要求，努力提高标准编写的规范化水平。

二、做好标准衔接

做好标准制修订工作与流通创新发展、知识产权处置、标准应用推广的统筹协调，充分吸收和借鉴国际标准和国外先进标准，与现有国家标准、行业标准紧密衔接，避免与现有标准产生交叉和矛盾。

三、广泛征求意见

标准制修订过程中应广泛征求意见，在行业内达成最广泛共识。征求意见单位个数不得少于30个，各项标准征求意见情况要编制汇总表加以说明。

四、严格工作程序

标准起草过程中完成的送审稿、报批稿等应报项目申报时归口业务司局审核，报送时应同步在流通标准制修订信息管理系统报送相关电子文件，并确保二者内容一致。商务部将按程序做好行业标准制修订的管理工作，严格审核把关，确保标准质量。

五、加快制修订进度

起草单位要在保证标准质量的基础上，加快制修订进度，确保在底前完成起草任务。不能按期完成的，应提前向商务部提出延期申请。标准制修订周期原则上不超过18个月。

《计划》执行过程中有关问题，请及时与商务部联系。

商务部门实施活动方案

商务套餐文案篇四

2016

□

174

2016

年冬季促进消费十大活动。

举办第二届金佛山年猪文化节，大打

“生态牌”，举办生态猪肉展销、吃刨汤宴等活动，助推乡村旅游发展。

牵头单位：区商务局、区旅游局

时间：

2016

年

12

月一

2017

年

1

月

地点：鼓楼广场及相关乡镇

举办

2017

年新春房地产展示交易会，宣传展示房地产开发项目，配套出台相关优惠政策，加大住房公积金贷款的投放额度，刺激消费者购房需求。

牵头单位：区城乡建委、区国土房管局、区住房公积金管理中心

责任单位：区建筑业协会、相关房地产企业

时间：

2016

年

12

月一

2017

年

2

月

地点：鼓楼广场及城区各房地产开发企业

举办汽车品牌展销会，汽车经销商开展赠送

“油卡、装饰礼包、工时券、保险”等优惠活动，金融机构开展零首付、公车改革购车优惠、公务员按揭购车等优惠活动。

牵头单位：区商务局、商贸物流园区管委会

责任单位：重庆亿南置业有限公司

时间：

2016

年

11

月—

2017

年

1

月

地点：亿联南川建材家居汽车城

32

号楼广场

结合第

18

届金佛山冰雪节，举办旅游商品、土特产品展示展销会，扩大南川旅游商品、农副土特产品影响力。

牵头单位：区旅游局、区商务局、区农委

责任单位：重庆山水都市旅游开发有限公司

时间：

2015

年

12

月一

2017

年

1

月

地点：金佛山、神龙峡及相关景区

举办

2016

年区家居建材品牌展，组织家居建材商家开展“来就送”、“抢红包”、“抵用券”、“满万元送大奖”、“预交费抽奖”等活动。

牵头单位：区商务局、商贸物流园区管委会

责任单位：重庆亿南置业有限公司、南川区美佳美商贸有限公司

时间：

2016

年

11

月一

2017

年

1

月

地点：美佳美建材市场、亿联南川建材家居汽车城

举办第二届海宁皮草购物狂欢节，以游客、返乡人员为目标客户群，大打

“物美价廉”牌，开展“皮草一折购”、“商家产品真人秀”等活动。

牵头单位：区商务局、商贸物流园区管委会

责任单位：重庆新申佳实业有限公司

时间：

2016

年

12

月一

2017

年

1

月

地点：浙商国际商贸博览城

以新世纪南川商都为主，城区各大商场、超市开展

“双十二”、圣诞节、元旦节、春节等系列节会促销活动。

牵头单位：区商务局

责任单位：新世纪南川商都及各相关商贸企业

时间：

2016

年

11

月一

2017

年

1

月

地点：新世纪南川商都、各大商场（超市）

以

“冬至到·羊肉俏”为主题，举办

2016

年暖冬美食季活动，开展集中宣传、门店折扣优惠、体验亲手烤全羊等活动。

牵头单位：区商务局、区餐饮行业协会

责任单位：相关餐饮企业

时间：

2016

年

12

月一

2017

年

1

月

地点：各餐饮企业门店

依托电子商务的发展，以

“互联网

+

餐饮”、“互联网

+

通讯”、“互联网

+

文化”、“互联网

+

健康”等为重点，促进网上点餐、网上挂号、网上购电影票等新兴行业的发展。

牵头单位：区商务局、区经信委、区文化委

责任单位：相关企业

时间：

2016

年

12

月一

2017

年

1

月

结合冬季金佛山旅游人气优势和冰雪节系列活动，组织农家乐开展菜品、客房等优惠促销活动，让游客吃得好、住得下、玩得开心，进一步扩大消费。

牵头单位：区旅游局、区商务局

责任单位：区内各农家乐

时间：

2016

年

12

月一

2017

年

1

月

地点：区内各农家乐

成立南川区

2016

年冬季促进消费十大活动领导小组，成员名单如下：

组

长：罗弟杰

区政府副区长

成员单位：区政府办、区委宣传部、区商务局、区公安局、

区旅游局、区农委、区经信委、区文化委、区城乡建委、区卫计委、区国土房管局、区安监局、区市政园林局、区食品药品监分局、区质监局、区住房公积金管理中心、商贸物流园区管委会、南城街道、南平镇、大观镇、三泉镇、金山镇、大有镇、合溪镇、太平场镇、广播电视台、南川日报社。

领导小组下设办公室在区商务局，由张小平同志任办公室主任，负责日常工作。

dm

宣传单等形式加大宣传力度，营造活动氛围。

（二）各责任单位要制定活动实施方案，落实工作责任，扎实推进各项促销活动。要完善安全预案，强化安全措施，确保促销活动顺利推进。

（三）活动结束后，各牵头单位将活动开展情况以书面形式报领导小组办公室（联系人：凌晓燕，电话：

71413300

，传真

:71422434

□□

商务套餐文案篇五

农产品市场建设发展迅速。我国农产品市场发展迅速，类别繁多，包括粮油市场、蔬菜市场、水产品市场、肉食禽蛋市场、干鲜果品市场等。农产品市场数目基本稳定，交易额稳

步上升，这主要是因为我国农产品交易市场在经历了几十年高速增长和规模扩张后，现正逐步实现从数量扩张向质量提升，流通规模上台阶，市场硬件设施明显改善，商品档次日益提高，市场运行质量日趋看好。

农产品批发市场成为农产品流通的主渠道农产品市场覆盖了几乎所有的大、中、小城市和农产品集中产区，基本形成了以城乡集贸市场和农产品批发市场为主导的农产品营销渠道体系，构筑了贯通全国城乡的农产品流通大动脉。目前大、中、小城市消费的生鲜农产品80%~90%是通过批发市场提供的，农产品批发市场的大力发展，对于搞活农产品流通、增加农民收入、满足城镇居民农产品消费需求发挥着积极作用。

1、顾客来源

作为农村，以前的顾客也就局限于当地小市场以及家人自己享用，但随着社会经济的发展，城市的扩大，城市以及其他一些地方的农产品需求量不断增大，但是农村越来越少，所以我们农村的顾客就越来越多，包括城区家庭、餐饮业、副食业等。所以从顾客方面来说，我们的发展前景是可观的。

2、面临的竞争对手

目前面临的主要竞争对手就是很多地方在运用先进科学技术进行农产品的培育，在城市也有很多的地方有这样的场地。现在看来这是市场发展趋势，科学地运用技术来服务生活，但是，即便技术再好也没有农村天然的农产品营养来得好，而且现在的农村也在接受新技术，更科学的方法加上原始的天然性种植，将是更好的农产品。

此外，现在的各大超市也在开始售卖农产品，在一定程度上与我们形成了竞争关系，但从另一方面来说，他们也是我们的顾客之一。

3、营销优势与劣势以及解决措施

优势：天然与科学的种植方法；新农村的发展带来农村的发展；农民认识与技术的发展；农村与城市结合的发展趋势；人们对生活品质与健康饮食的渴望与需求量增大等等。

劣势以及解决措施：

1)、农村与城市距离远，不便于货物运输；措施：现在我们农村自己出钱出力，修起了自己的公路，与城市连接更加紧密，便于货物运输。

2)、有些货物保存时间有限，以前农村保存措施虽然可以，但如果长时间没有商家订货，将导致货物囤积而坏；措施：现在农村在接受新技术，当然也包含了一些存货措施，加上农民也懂得想办法来保障自己的利益不受损害。

3)、品种多但是不奇，农村以前有的都是一些很平常的农产品，不能很好的满足城市人的需求；措施：多于城市接触，了解城市人对农产品的需求，从而增加农村的种植范围与品种。

4)、与企业联手。达到双赢局面。

1、农产品市场经营观念创新经营

农产品营销创新的先导为了实现诸如利润、销售增长率等目标，农产品经营者必须进行市场调研、产品开发与农产品储运、销售等一系列与市场有关的经营活动。在从事这些活动时，应当以什么样的理念为指南，应当如何处理企业、顾客、社会之间的利益关系，就成为任何企业或生产经营者必须首先回答的问题。对于这一问题的回答，就构成一个企业的市场经营观念，也称营销治理观或市场营销观。它是决定企业生产经营活动方向的指南，也是为经营者在组织和谋划企业

的市场营销时的指导思想和行为准则，概括了企业的经营态度和思维方式，贯彻于企业市场营销活动的全过程之中。

2、农产品营销战略与策略创新经营

运销观念指导下，农产品生产经营主要依靠农产品的储存与运输、推销与促销等手段来实现扩大销售。农产品市场营销观念则通过协调市场营销即围绕目标市场需求的变化，综合地运用各种营销战略与策略，并加以优化组合，不断创新，通过比竞争对手更加有效地满足目标市场的需求来实现企业增长和利润的实现。

第一，应该充分重视战略性营销，用好“市场探查”、“市场分割”、“市场优先”、“市场定位”等战略性4组合。农业产业化经营必须源于对农产品消费需求的深入探查和仔细研究，通过市场研究，寻找潜在需求，捕捉市场机会。根据一些细分变量来分割市场，进行比较、评价，选择其中一部分作为自己为之服务的目标市场，针对它的需求特点开发适宜的产品，制订合适的价格、渠道、促销策略，实现产品的既定目标。

第二，充分利用好“产品策略”、“价格策略”、“渠道策略”、“促销策略”等战术性“4组合”。高绩效的市场营销活动不仅在于这四大策略的灵活运用和不断创新，而且在于灵活运用和有效组合每一个组合策略，形成动态优化组合，协调一致为顾客需求服务。

第三，要积极应用“政治权利”和“公共关系”。由于农业是弱质产业，比较利益低下，资金紧张，农业产业化经营系统一般难以进行广泛的宣传和促销，往往要充分依靠“政治权利”和“公共关系”这两个策略。一方面，积极利用政府力量，获得宣传支持，引导百姓和城市人消费，扩大有效需求。另一方面，农业产业化经营系统应积极参与社会活动，改善与社会各界的关系，树立良好的形象，获得社会各界的

关心和支持，通过公共关系达到宣传促销目的。农业产业化经营系统可以利用报纸、电视台等大众媒体以及其他社会机构为农产品营销创造有利的外部环境。

具体营销策略如下(从企业销售农产品出发)：

一) 农产品营销的新产品开发策略

农产品和任何事物一样，有着出生、成长、成熟以至衰亡的生命周期。因此，企业不能只顾经营现有的产品，而必须防患于未然，采取适当步骤和措施开发新产品。它是企业提高竞争力的重要因素，也是企业市场营销活动的主要任务。新产品开发过程一般包括新产品构想的形成、新产品构想的筛选、概念产品的形成与检验、经营分析、制出样品、市场试销、正式生产投放市场。新产品开发成功以后，还需上市成功，这意味着新产品被消费者采用并不断扩散。

新产品开发是从营销观念出发所采取的行动，因此首先必须是适应社会经济发展需要，试销对路的产品。没有市场的产品，对企业而言再新也没有意义。消费者对奇形异彩农产品需求，使一个产品多种式样，成了新的消费动向，如乌骨鸡、黑小麦等农产品虽分别属鸡、麦类，但因为其颜色非凡，药用价值较高，不仅市场销路好，而且经济效益高。因此，新产品要有自己的特色适应和满足消费者需求的新变化。

二) 农产品营销价格策略

农产品价格的制定可分为两大类：一类是政府定价，另一类是农产品经营者定价，依据农产品质量、市场供求状况等因素决定其价格。农产品定价目标与程序以农产品生产经营者对其产品是否具备定价权力为前提条件。在市场经济下，为了刺激顾客的消费行为，通常要对基本价格作适当的调整。如价格折扣与折让，即实行让利。抓住顾客的心理进行促销定价。

三) 农产品营销品牌化策略

品牌是由名称、术语、标记、符号或图案等要素组合而成的，用于体现某个销售者或某种产品或服务的独特性，并使之与其他销售者的产品和服务相区别，借以促进销售的记号。品牌在市场竞争中的作用并不仅仅表现在农产品的识别功能上，虽然农产品的质量性能和企业的市场信誉能够首先通过品牌传导给消费者，但品牌尤其是品牌的功能，更多的是它的市场影响力，是它带给消费者以信心，它在带给消费者物质享受的同时，还带给消费者一定的精神享受。品牌的这种非凡功能构成了品牌农产品所特有的市场竞争力。任何农产品加工企业都不能忽视品牌战略的重要性。创驰名商标是解决农产品卖难和提高农民收入的根本途径品牌是高价格的基础，驰名商标会给企业带来高额利润；品牌是产品竞争优势的基础，驰名商标具有强大的竞争力；品牌是吸引新消费者，留住老消费者的有利武器；品牌能够提高企业营销计划的执行效率；品牌是促进产品扩张，促进贸易的有力杠杆。

- 1、以名创牌。对市场竞争力强的优势产品实行商标注册。创牌既是为了宣传，扩大影响，同时也是为了保护品牌。
- 2、以质创牌。严格按照质量标准生产、提高产品品位。
- 3、包装创牌。美化农产品外表。
- 4、加大创牌宣传力度，树立良好品牌形象
- 5、做好名牌保护工作

四) 农产品加工化策略

农产品加工是指以农业生产中植物性产品和动物性产品为原料，通过一定的工程技术处理，使其改变外观形态或内在属性的物理及化学过程；同时也是通过一定的治理技术处理，

使其由初级产品转变为制成品，连接农业生产与居民消费的经营过程。目前，农产品中直接能够进入生活消费及工业生产的种类并不多，因此，农产品加工是不可或缺的产业。

五) 农产品促销策略

农产品促销是指农业生产经营者运用各种方式方法，传递产品信息，帮助与说服顾客购买本企业的产品，或使顾客对企业产生好感和信任，以激发消费者的购买欲望，促进消费者的消费行为，从而有利于扩大农产品的销售。农产品促销有广告推广、人员推销、关系营销、营业推广四种形式。在进行农产品营销的时候要把促销策略灵活运用，与顾客建立长期关系，培养一批忠诚的顾客群。

六) 农产品营销渠道策略

1. 农产品批发市场的价值链有待延伸，走垂直一体化道路。一方面有助于寻找到新的利润点，开拓发展空间，快速做大做强。另一方面也可以有效减少渠道环节，通过内部关联交易降低流通成本，稳定并降低市场价格，有助于提高农产品流通效率，对于保护生产者利益和消费者福利也有着积极意义。
2. 改造升级原有的渠道组织，提高流通效率。主要是要对当前农产品流通的主要载体——批发市场和农贸市场进行改造。批发市场在交易方式、治理模式、服务功能等方面要进行完善和发展，提高流通效率，扩大流通半径，使之满足地区间农产品大规模流通的需要。
3. 加强对渠道体系的梳理和调整，提高渠道绩效。政府相关部门采取各种措施对包括农产品生产、流通、销售、加工、消费等各个环节在内的整体渠道链条进行梳理再造，消除农产品流通不畅的瓶颈制约，使得各个环节都能够畅顺高效运转，提高其整体运营效率。