

最新公司捡垃圾活动方案(优质5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

公司捡垃圾活动方案篇一

本站发布企业公益活动策划方案范本，更多企业公益活动策划方案范本相关信息请访问本站策划频道。

一. 背景

深圳食品饮料有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于深圳高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资32000万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

二. 目的

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

三. 活动主题

假如没有水，生活将会怎样

四. 活动目标

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

五. 活动对象

广大群众

六. 活动时间和地点

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20于万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

10月12号下午来自xx大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

七. 活动项目流程设计

(一)

首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

(二)

本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

(三)

本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

八. 媒介宣传

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶

力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

九. 进度安排

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

十. 物料准备

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

十一. 费用预算

十二. 效果评估

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

公司捡垃圾活动方案篇二

生态环境良好、生活环境优美，是一个地方经济建设的硬件，也是体现当地精神文明建设的价值体现。当今社会，市容整洁也已成为建设社会主义的任务之一。众所周知，随着现代社会的飞速发展，环保问题日益严峻，虽然这早已引起了人们的普遍重视，但真正行动起来、参与环保事业的人却寥寥无几。借国家6月1日实施减塑政策得东风，尽我们的微薄之力，大力宣传环保的重要性，唤起当代群众的环保意识，争

取燃起更多人的激情，保护我们的碧水蓝天。

“少用塑料袋，共同建设美好家园”

1. 通过组织活动来减少塑料袋得使用情况；
2. 通过活动宣传提高和增强广大群众的环保意识、环保知识；
3. 通过众多媒体的宣传让更多的人加入我们环保的队伍

以“节能减塑”为契机，大力促进环保事业。具体活动仪式以整治环境卫生、环保展览、绿色植树等形式。环保人物评选，在街头寻找不提塑料袋的人。

(待定)

(待定)

1. 关于环保整治

(2)活动开展前1小时将所有事宜布置妥当，并根据活动具体清楚进行人员调动、分配等。

2. 关于环保展览此次展览组成部分：

(1)前言：介绍此次环保展览的大体内容及意义。

(2)主体：展出有关环保的图片以及资料

(3)环保语录：主要是以我校广大青年志愿者服务者对环境问题的感悟、心声等。

3. 关于绿色植树

(1)活动之前该地方负责人取得联系，协商好活动的具体时间、

地点等；

(2) 青年志愿者植树后将所做的绿色标语标牌放置在所植树旁。

开展环保整治活动-----环保展览-----植树

1. 活动负责人、各青年志愿者与7月2日早上8点集合，集体出发。活动结束后集体离开。
2. 到达活动地点：9点活动准时开始。为期半天青年志愿者活动。
3. 通讯组人员在活动结束后在24小时内写一篇活动报道，以便为活动总结提供良好的活动素材，以及正常开展后续宣传工作。
4. 锄头、扫把等劳作工作若干(由当地政府提供)

公司捡垃圾活动方案篇三

有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于x高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资32019万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

二. 目的

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

三. 活动主题

假如没有水，生活将会怎样

四. 活动目标

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

五. 活动对象

广大群众

六. 活动时间和地点

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20于万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

10月12号下午来自x大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和

现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

七. 活动项目流程设计

首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

八. 媒介宣传

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借

助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

九. 进度安排

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

十. 物料准备

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

十一. 费用预算

十二. 效果评估

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

公司捡垃圾活动方案篇四

一、总体概述

团队分工：

1. 策划：实践部
2. 联络残障儿童机构、组织志愿者、安排活动：志愿者部
3. 筹资、财务记录：秘书处

4. 日历宣传设计：宣传部
5. 统筹、分工：主席团
6. 销售(整个青协部门)
7. 残障儿童机构：南京华澳聋哑儿童康复中心

二、活动背景：

当今大众普遍认为：儿童的创造力是时代前进的动力，儿童是未来的缔造者。但是，这里的

作为二十一世纪的大学生，你是否也曾梦想过成为一名关心儿童的慈善家？是否也曾羡慕过那些从大学里走出的企业家？他们和你一样，拥有着卓越的知识、沸腾的热血与无边的梦想。但当年一个简单的选择改变了他们：机会来临时，他们勇敢地迈出了第一步，并坚持着走到了今天。这世界并不缺少机会，缺失的是相信自己的勇气和坚持到底的执着。

当机会来敲门时，你的选择会是什么？

三、活动目的：

1. 走进残障儿童的生活，带走他们的烦恼，留下欢声笑语
2. 鼓励支持残障儿童的创新力，树立他们的自信心，提高他们的沟通能力
3. 呼吁社会对残障儿童给予更多关爱
4. 给予大学生社会实践、培养技能与社区服务的机会
5. 为拥有成为企业家、慈善家梦想的大学生提供实践平台

6. 为青协日后更多儿童活动打下基础

7. 作为南京大学的一名出色学子，怀着报效社会的一腔热情，我们有那份责任去关心社会的弱势群体，本次活动为大家提供了一次绝佳的献爱心的机会，让广大南大学子向社会残障儿童传递爱与关怀。

四、时间安排

9月25日前：筹集所需的购买画笔、纸张与制作日历的资金

10月15日前：召集志愿者到各自联系的残障儿童机构开展活动

11月1日前：制作、印刷出日历

11月、12月：销售日历并继续筹集资金印刷更多日历销售

1月15日前：将所有收益捐赠残障儿童机构

五、活动流程：

宣传：

活动前期：

1、通过我院青协人人主页、微博主页等进行网络宣传，介绍本次公益活动，同时

并招募有兴趣的资金赞助者和投资者。

2、分发传单100~200张，介绍本次活动并招募前往残障儿童机构的志愿者。

3、在食堂门口摆展台宣传来招募志愿者，同时可借此机会募

集一定的资金。 活动后期：

- 1、总结本次活动，并且将活动总结发至小百合。
- 2、回顾本次活动，制作视频或相册集，记录下做志愿者的过程中所发生的事情并发至网络上。
- 3、向国际儿童艺术基金会汇报成果。

活动具体流程

- 1、志愿者的招募，拟定40人左右参与本次活动，在带志愿者前往残障儿童机构之前对其进行一定的培训，以帮助他们能够更好地与孩子们交流沟通。
- 2、联络残障儿童机构，告之具体的时间活动内容。
- 3、关于资金的筹集见下面
- 5、对孩子们与志愿者共同画出的画进行筛选，作为日历本的每一页的图案，设计日历。
- 6、联络印刷公司印刷日历(具体数目由资金决定)，然后再南京大学校园内以及仙林中心、新街口等地出售。
- 7、赚到的钱收回成本、按比例返还投资者等后，捐献给残障儿童机构。
- 8、完成本次活动后，总结活动，并且将之反馈给国际儿童艺术基金会。

六、活动预算：

- 一、活动主题：金马之家百万爱心献老区

关键词：公益活动舆论宣传经营人心促销

活动目的：公益性与商业性相结合的义拍义卖营销活动

响应政府“建设社会主义新农村”号召和“青春家园建设”关爱行动，与共青团武汉市委、武汉市关心下一代工作委员会、武汉市青少年发展基金会、武汉市农业局、武汉市文化局、武汉市卫生局、武汉晚报社、武汉市广播电视局、武汉晚报社、武汉爱心文化传播中心等单位联手，推出大型公益活动“金马之家百万爱心献老区”。

联合政府机构、社会团体、新闻媒体共同举办，增强该活动的权威性、公益性、新闻性和可信度，这是企业组织公益活动的关键问题。

在即将到来的销售淡季，推出与金马之家经营项目和营销活动紧密相连的大型公益活动，寻找挖掘新闻点，吸引大众眼球，提升品牌形象，带动淡季的人流和销售，并为旺季销售做铺垫。

活动意义：

2、舆论宣传导向和新闻炒作：作为公益活动本身就有一定的新闻价值，通过合理的炒作为金马之家营销活动造势，增强大众对金马之家这一品牌的记忆、认知和好感。

3、提升企业形象及实际销售额：对于一个企业来说，获得大众认知便是企业的无形资产，社会效应越好，越能带动公司业绩飞升。

4、符合公司的经营理念：肖凯旋总裁曾多次在公司的会议上提出过企业使命感，在我们以全方位的产品定位解决了消费者的家装痛苦同时，我们同样要在公众心中媒体眼中塑造一个公益形象，营造优秀的企业文化，树立员工的价值观，通

过经营人心的宏伟工程，为企业长足发展打下坚实的基础。

5、经济效益和社会效益双赢：

(1)通过整合优势资源，有效开展品牌形象战略目标；

(4)事半功倍的营销推广效果：本次活动主题突出，题材鲜明，受大众及媒体、政府部门关注程度高；且活动本身易于操作，炒作空间大；又与商户互动，投入少，能取得事半功倍的品牌推广效果。

二、义卖(义拍)活动分析：

1. 活动内容：

金马之家联合商户提供近百万价值的义卖产品，义卖款项作为爱心专款全部捐献革命老区的福利机构和弱势群体。

2. 活动时间□20xx年5月开始启动，至，在近一年的时间里开展一系列爱心义卖义拍及捐赠活动。

3. 义卖产品来源：

(1)由金马之家商户赞助义拍义卖商品，尤其是卫浴、地板、磁砖、橱柜、电器、家具等全国知名品牌的厂家有较强的品牌推广意识，赞助投入产品的积极性高，同意以公益赞助为由头，做商业促销活动。

(2)目前公司的武湖基地尚有一批库存家具、床上用品等，可以作为义卖商品。

(3)计划在近一年的时间里，组织8-10次公益性主题促销和若干次捐赠活动，估计每次需提供价值1-5万元的家具建材商品进行义卖，作为捐赠款项资助革命老区。

4. 活动难度：这项活动需要部分厂商配合，提供义拍商品。但是参与此次活动能给商家带来多项有形的回报，因此，说服商家提供拍卖品是可行的。

5. 活动启动时间：5月27日、28日，每日一次，每天拍卖时间约为2小时。

以后每月1-2个周末定点举行义拍义卖公益活动。

三、扶助对象

以湖北省大别山革命老区为主要扶助对象，可以深入到大别山老区如：红安、麻城、大悟、罗田、英山、黄陂、新洲等地，根据不同时段，组织品牌磁砖、地板、洁具、橱柜橱配等厂家参与，推出相关主题促销活动，例如可做如下主题活动：

1. 7-8月，高考后推出资助老区高考状元

2. 9月，九九重阳节，如到老将军故里，为老将军或者其后人亲属献爱心

3. 10月，为革命老区的福利机构献爱心

五、媒体支持

1. 《武汉晚报》扶助行动栏目

2. 《武汉晨报》

3. 武汉电视台《百姓连线》

4. 湖北广播电台

六、本次拍卖活动操作细则：

1. 本次义拍活动为无底价义拍，即所有拍品0元起价，参与竞拍者自由叫价，最低喊价幅度为50元人民币。
2. 本次拍卖会拍品由金马之家的商户提供，主要拍品有床、床垫、沙发、餐桌椅、沙发床等拍卖品。
3. 本次拍卖会所得款项用于资助革命老区弱势群体。
4. 本次拍卖会在金马之家建材家居门前广场举行。
5. 本次拍卖为无底价拍卖，最终得主由工作人员带到收银台缴款；
7. 拍卖师宣布拍卖开始，参与拍卖者开始出价。
8. 每次叫价，拍卖师现场喊价3次，如没有人加价，拍卖师落锤，宣布成交。
8. 工作人员现场将最后竞拍得主请上舞台，有电台、电视台进行现场采访。
10. 由产品厂商代表恭贺该消费者成为金马之家爱心大使。

一. 背景

深圳食品饮料有限公司主营“怡清”牌系类包装水。总部位于深圳高新技术产业园区，并拥有深圳、广州、成都三个生产基地和若干个加工基地，总投资320xx万，该企业加大投资，具备了强大的系统监控能力，能实时跟踪出厂的没一桶水，杜绝假水，让消费者喝的放心，同时，桶装水专卖店强大的服务系统和管理系统，全市统一的客服中心，与各专卖店电脑联网，进行实时信息交换，极大提高了配送和服务效率和质量，为用户不断创造价值，提升生活品质。

为了树立企业良好形象，呼吁人们保护水资源，企业策划一次大型公益活动，活动以“假如没有水，生活将会怎样”为主题。

二. 目的

此次活动公司为提升企业形象，知名度与美誉度，寻求自身发展，加大产品的宣传力度，向市民宣传环保知识，引起社会的关注和支持，正是在这一特定的背景下，公司举办一次全市性的节约用水活动。

三. 活动主题

假如没有水，生活将会怎样

四. 活动目标

为了树立企业良好形象，延伸品牌力量，提高企业公信力，企业策划一次大型公益活动，呼吁人们保护水资源。

五. 活动对象

广大群众

六. 活动时间和地点

9月12开始，由深圳食品饮料有限公司倡导发起，株洲市各企事业单位的支持，专门为云南地区连续三年干旱提供的免费捐献饮用水的大型公益活动，主办方捐款20千万元，政府、慈善那机构联手，加上强大的媒体号召力度，鼓励各企事业单位大力捐赠。

10月12号上午以“假如没有水，生活将会怎样”为主题的大型节约用水公益宣传活动在株洲炎帝广场举行，同时以募捐的形式像市民募集捐款，该宣传活动由深圳食品饮料有限公

司承办。

10月12号下午来自xx大学的同学们也带来了自己精心准备的节目，除了歌舞表演外，向广大群众展示了先进的节水方法，并为节水技术的推广提供了展示的平台。生活节水的展示和现场演示吸引了众多市民驻足观看，该宣传活动由深圳食品饮料有限公司承办。

七. 活动项目流程设计

(一)

首先，播放云南地区受旱视频，然后有请市政委主任、深圳食品饮料有限公司总经理代表说话、举行捐赠仪式，邀请长株潭地区个企事业单位代表，株洲日报记者、潇湘晨报记者、湖南经视为媒介宣传，呼吁各企事业单位踊跃捐款。

(二)

本次活动主要是以横幅签名、海报宣传、分发宣传小册子、赠送气球等形式展开，吸引了众多市民的围观，同时展开募捐的形式像市民募集善款，活动中，大家为市民们踊跃捐款，并融洽地与市民们的进行互动，使得节约用水观念深入人心。市民们纷纷在横幅上签上名字，作出自己的承诺。

此次活动旨在让广大同学及市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了与社会群体的沟通。

(三)

本次活动以大学生青年团体为主，歌舞方式吸引广大群众，同时演示生活节水小技巧，如何节水?如何循环利用水?等等。

吸引市民驻足观看。同时提倡市民节约用水，主办方介绍，活动将通过普及节水知识、推广节水技术、宣传节水典型等形式，多角度、全方位、广覆盖、不间断、可持续地在全社会倡导节约用水、科学用水。“向观念要水，向机制要水，向科技要水”，以达到缓解人水矛盾，实现人水和谐，更好地实现可持续发展提供水资源保障。

八. 媒介宣传

本次活动得到了社会各界的广泛参与支持，市人民政府的顶力支持，除了户外的人员宣传、横幅宣传、手册宣传，也借助政府的能力，电视台、大众传媒的影响，各事业单位的积极配合，电视媒体的宣传力度，对本次活动进行评述，积极营造社会效应，倡议全社会共同关注水资源，节约用水。

九. 进度安排

9月12日：预约政府机关人员、记者、电视台、长株潭各企事业单位代表

十. 物料准备

募捐箱、视频、宣传手册、宣传横幅、笔、海报、气球、桌椅、地毯、请帖等等

十一. 费用预算

十二. 效果评估

此次活动将会在株洲市内社会公众所知晓，旨在让广大市民们了解到节水的重要性，树立节约用水观念和意识，逐渐养成节约用水的好习惯。活动起到了很好的警示作用，同时也扩大了公司的社会影响力，加强了社会群体的沟通。

公司捡垃圾活动方案篇五

在xx工作的某位员工身患重病，要进行骨髓移植，现在已经找到了匹配的骨髓，但是需要大量的资金交付手术费用。以此为契机，拟开展爱心救助公益活动。

活动名称由来：既是友爱也是有爱，拼音引发文字联想，显示关爱主题。活动目的：救助重病者，借此宣扬商城文化，塑造商城“有爱·友爱”的公益形象，也表现xx商贸城作为赢利机构回报社会，关爱社会的公益形象。

核心点将商业和公益相结合，淡化商业铜臭味，突出人文光辉。爱心促销以及爱心义卖活动本身具有很大的号召力，尤其是对于消费者而言，通过活动还可以使大家帮助到别人。不仅在物质上，在精神层次上满足了受众。

xx内固定成员以及带动流动客流参与到活动中，而且运用网络传播进行爱心救助号召，扩大活动的影响力，如果能连xx一起进行，那么由xx发起的本次活动必定会声明远播，随着的宣传报道就可以交由当地媒体免费宣传，很好的把握整个活动的节奏，保持时效性。

1、形式：

(1) 促销、义卖和捐款相结合。

(2) 爱心促销，主要是发动商城内有促销需求的商家，看他们是否愿意降低利润空间，进行爱心促销，将一部分的所得捐献。

(3) 征集义卖品。价值(总价)低于xx元的义卖品收入为提供者捐助的义卖善款，高于xx元的义卖品可以按提供者的意愿，提出不低于义卖收入的x%作为义卖善款。

(4) 捐款设置主要是xx商贸城各个出口设置爱心救助箱(箱内有散的一些纸币或者硬币)。

2、地点□xx商贸城内部店铺以及周围。

3、活动场地执行：促销活动按照惯例即可，是否要主持人，由促销商铺自行决定。主要是义卖现场，必须有主持人和专员负责，当然可以结合日韩服装交流会一起举行，注意展台布置和网络义卖。

4、人员安排：

(1) 义工征集贴、活动方案发布：由宣传组xx会员俱乐部策划部负责。

(2) 征集的义卖品集中地点□xx商贸城，由物资组xx物流负责

(3) 发布义卖品清单及产品介绍，由物资组xx物流负责。

(4) 后勤准备，由常务组xx负责。

(5) 核准参加义卖义工名，由常务组xx负责。

(6) 联系参加义卖的善友、社会单位，由常务组xx负责。

(7) 活动执行紧急事项处理小组由xx门负责。

(8) 网络宣传及发帖回帖由xx责。

5、财务预算：因为本次活动场地在xx商贸城内及周围，宣传在商城自有的网络上，所以财经支出包括：劳务费，设计印制发放宣传单的费用，布置场地的费用，爱心捐助箱的费用，摄制宣传片的费用。

预期效果分析：因为活动结合了物质利益点和精神满足，应该能够得到很大范围的传播及影响，而活动是由xx商贸城主办的并且地点也选在商贸城，所以能够很好的宣传商贸城的有爱形象。

影响人群及辐射力分析：由于传播主要是网络为主，可以很大程度上吸引那群网虫，影响关注爱心公益事业的人们，使之相互转帖，将社会影响力由当地扩展到全国。

可行性分析：商业促销是个吸引消费者眼球的词，而商城通过商业进行公益事业本身就存在盈利与奉献的矛盾，并且商贸城给需要降价促销的店主们一个契机，帮助他们引导了客流，虽然要捐献一部分所得，但降低了他们的直接利益损失，而且不用他们宣传和特别的布置，更能吸引商户参与。

宣传方面：正确引导舆论，回应质疑帖子要注意态度和语气措辞等等，注意控制恶意灌水的网友数目。

执行方面：要求执行人员态度素质良好，并能hold住场面。

财务方面：将预算控制在一个可以接受的范围内。

注明组织者、参与者姓名、单位(如果是小组策划应注明小组名称、负责人)。