

# 水果活动策划方案(优质5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 水果活动策划方案篇一

- 1、积极响应校园文化艺术节的进行。
- 2、丰富校园文化生活，展示教师的风采和素质，陶冶教师的情操。
- 3、提高各组教师的动手和创新能力，培养同组教师的.合作能力和集体意识。

1、水果拼盘比赛（规则见附表）

2、自由娱乐活动

20xx年6月5日20时

学校大操场

1、工作人员：何东妮、黎晶辉、甘晓露、杨有领、吴知玲、黄艳香、陆飞伶、黎珂依

2、水果拼盘评委：黄绍兰、黄巧升、韦任国、曾礼鲜、张年慧、吴汝秀、黄映红、黄简明

3、统分员：杨有领、吴知玲、黄艳香、陆飞伶

4、购置员：吴惠芳（购置水果、水果盘、水果刀、餐巾纸、

牙签、等用具)

5、由总务处提前安排有关人员布置现场，场地座椅、音响等准备好，傍晚7点前将各组所需水果放到相应的桌上。晚上8点比赛正式开始。 7、活动结束后，各组分派2~3个老师清理场地，归还各种道具。

1、比赛用品： 1100元

## 水果活动策划方案篇二

20xx年9月25日为了“喜迎中秋、欢度国庆”，我园举办了一次别开生面的“以果会友、果聚良友；以果聚情，果汇真情”之亲子水果拼盘活动。

一、活动过程：活动开始后，家长们纷纷拿出了自己在家准备好的水果、蔬菜、刀具、精致小案板、盘子等。在他们的一双双巧手下，一盘盘令人眼馋欲滴的水果拼盘展现在了大家的面前。有花草树木，有鸟、鱼等小动物，真可谓是栩栩如生。每盘拼图都被他们用不同的水果装饰成各种形状，色彩纷呈，极其诱人。孩子们还给自己的水果拼盘取了好听的名字，有“睡莲花开”“小桥流水”“花开富贵”“瓜果飘香”“小兔的一家”“水果之家”等。这一件件精美的作品，不仅包含了每一位家长对自己孩子的爱，更包含了家长们对祖国大好河山的热爱。

这次活动，不仅锻炼了幼儿的动手能力和想象力，发展了幼儿的个性，而且也增进了家长与孩子之间的亲情，融洽了亲子的关系。同时，在活动中，孩子们也体验到了创作的喜悦，感受到了给予关爱的快乐。活动在大家的努力下获得圆满成功，并取得了很好的气氛。

二、活动分析

本次活动从整体来说，达到了我们理想中的效果，并得到了广大家长的支持。

3. 教室里，家长和孩子们热情洋溢，青春活力；氛围热闹欢腾，很好地达到了孩子和家长之间增进了解，沟通感情的目的，也使活动更赋有特殊意义。

4. 家长们的积极参与度使得活动达到了预期的成效，热烈程度，甚至超过了理想中的效果，也使举办活动的目的和初衷得以实现，充分体现了我园举办此活动的重要意义。

不足：筹备工作时，我班教室有些拥挤。

反思与发展：通过举办这次大型的现场活动，我们会认真吸取此次活动中的宝贵经验，并在今后的活动中继续保持。努力做到以下几点：1. 在活动宣传方面，一定要加大力度，利用多种方式，使活动能够被家长们理解，并吸引更多孩子的兴趣。2. 在活动筹备方面，在召开相关会议时，一定要考虑周全（活动时间，场地，范围），做好一切准备，做好预留方案。

## 水果活动策划方案篇三

1、了解、认识各种水果，感受多种水果组合在一起产生的形式美，色彩美。

2、通过亲子探索活动，让幼儿了解水果拼盘的制作方法，学会和父母一起制作水果拼盘。

3、在活动过程中，敢于亲自动手尝试制作，体验制作水果拼盘的乐趣和快乐。

4、培养幼儿的审美能力、动手能力和设计创新能力，并在与家长的协作中培养合作精神、合作技巧。

## 幼儿园操场

20\_\_年\_\_月\_\_日

（幼儿园需提前一周发出比赛通知，告知家长本次活动的目的以及配合的事项：每位幼儿自备比赛时所需要的各种水果、牙签、刀具、装盘用的器皿及一次性塑料手套。）

附：家长朋友们请提前在网上下载了一些水果拼盘的图片可以供参考。

1、请家长带上制作水果拼盘所需要的材料。

2、知识的准备：幼儿认识各种水果，知道水果营养众多，并了解水果切碎之后的样子。

1、各参赛家庭在各班教室现场制作水果拼盘，讲究美、味、营养、卫生。

2、将制作好的作品统一贴上“亲子水果拼盘”参赛标签。

3、评比标准：

卫生：考察参赛家庭是否干净卫生地进行水果的处理及拼盘。

创意：考验参赛家庭的想象力与别具匠心，主题鲜明。

整体造型：看水果拼盘的外型是否美观，让人眼前一亮。

色彩：颜色、色调的搭配是否合理、雅观。

经济：看是否浪费了较多的水果。

速度：每组家庭要在规定时间内完成拼盘。

1、律动《小手拍拍》

2、可以提前排好一些关于水果的舞蹈，老师带领孩子们一起展示。

3、准备一些水果的谜语让小朋友们和家长们一起来猜（可以设定计分制）。

4、请家长和小朋友们一起分别说说今天自己带来了什么水果，分别是什么颜色和形状。

5、播放音乐，家长与幼儿共同制作水果拼盘。完成后为拼盘取个名字。

6、“水果拼盘”展示，互相介绍自己的作品，拍照留念。

7、对所有参赛作品进行评比家长和小朋友们互投每人一票，票多者为优胜作品。

8、老师发放小奖品、红花等给予鼓励。

9、亲子活动结束。

## 水果活动策划方案篇四

1. 通过开展亲子同乐活动，让孩子与家长一起品尝水果的美味。

2. 体验运动带来的快乐，加强家长与孩子之间的情感交流。

3. 从小教育幼儿收拾整理的好习惯。

1. 在网上搜索一些水果拼盘图片，然后自带自己所需的水果来园。（水果要求家里已洗好）

2. 每个家庭准备一把水果刀、小切板、平面的水果盘。
3. 如果您想您的拼盘与众不同，可以收集一些装饰用的东西（比如酒店的小雨伞啦，蔬菜的造型啦，可以放在拼盘边上增加拼盘的美观）
4. 活动结束后请您和孩子一起收拾桌上、地上的果皮，保持班级干净。

1. 活动准备与策划时间□20xx年10月上旬

2. 活动开展时间□20xx年10月25日星期四下午13:00——15:00

小一班每位小朋友与家长

王燕平

陈欢、黄美香、徐利平

1. 请家长们13:00到班级门口签名。

2. 游戏

活动一：你扔我接

游戏准备：自制的球数个，小框框数个

参加人员：幼儿、家长（4个家庭为一组）

游戏玩法：幼儿站在起点处，家长站在终点处，当口哨响起时幼儿开始往家长手里的小框框投球，以进框的球数为准，限时2分钟，哪队进球最多者为获胜者。

游戏规则：比赛结果以框中的球数计算，多着为胜。

### 3. 活动二： 两人三足

游戏准备： 绳子、小红旗

参加人员： 幼儿、爸爸或妈妈

游戏玩法： 把小朋友与家长相邻的脚绑在一起，当口哨响起时一起向前方走直到拿到前方的小红旗才可往回走，哪队先返回起点处为胜出者。

4. 活动在班级门口制作水果拼盘，做好后每个家庭和自己的水果拼盘拍照留念。

4. 最后请家长收拾果皮，带回自己的水果拼盘，和家人分享。

5. 颁发奖状，结束活动！

## 水果活动策划方案篇五

一、活动目的：对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何？开展这次活动的目的是什么？是处理库存？是提升销量？是打击竞争对手？是新品上市？还是提升品牌认知度及美誉度？只有目的明确，才能使活动有的放矢。

二、活动对象：活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体？活动控制在范围多大内？哪些人是促销的主要目标？哪些人是促销的次要目标？这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题：在这一部分，主要是解决两个问题：

1、确定活动主题

2、包装活动主题

降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术化地“扯虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，把一个简简单单的降价促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

四、活动方式：这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

1、确定伙伴：拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”？是厂家单独行动，还是和经销商联手？或是与其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

2、确定刺激程度：要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应。因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

五、活动时间和地点（有时候这点会放在第二点之后）：促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无



法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

六、广告配合方式：一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

七、前期准备：前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与政府、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案等。

八、中期操作：中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条有理。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

## 九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

十、费用预算：没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。当年爱多vcd的“阳光行动b计划”以失败告终的原因就在于没有在费用方面进行预算，直到活动开展后，才发现这个计划公司根本没有财力支撑。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

十一、意外防范：每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致户外的促销活动无法继续进行等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

十二、效果预估：预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。