

# 最新春节促销活动名称 春节活动促销策划方案(精选10篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 春节促销活动名称篇一

20\_\_年x月x日—20\_\_年x月26日

共七天(20日—26日大年夜)

### 二、活动主题

千禧迎新，半价返还

### 三、活动内容

#### (一)主要活动：

千禧迎新半价返还

1、7天中一天半价返还：

2、单张购物小票最高返还金额不超过5000元；

3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定(可选择营业额最低的一天)；

5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；

6、家电、电讯等商品除外(商场海报明示);

(二)可行性:

七天中抽取一天100%返还,相当于全场8.6折;50%返还,相当于全场9.3折。加上使用消费兑换券用于再消费,因此事实上实际的成本很低。

(三)辅助活动

- 1、男女装特卖场;
- 2、儿童商场购物送图书;
- 3、厂方促销活动。

四、活动推广

- 1、报纸广告:
- 2、电台广告:
- 3、现场横幅
- 4、现场彩灯

五、费用预算(略)

## 春节促销活动名称篇二

- 1、将于春节前开始“迎新春·大实惠”的主题促销活动,以“全场5折起”、“满300送300”为主活动。附以“vip优惠送”等辅助活动。
- 2、为更好地聚集人气,在商场内进行“大转盘幸运星”活动。

3、严密注视我购物中心的具体营业情况和竞争对手的促销策略改变情况，调整春节前后的促销活动力度，以保证我购物中心在竞争中的主动地位。

为了能在春节的商战中争取主动，更好的完成销售计划，我们应该在广告宣传上加大力度，具体如下：

1、网络宣传：通过微博，微信等平台推送活动文章，通过网络营销工具举办活动吸引消费者参加。

2、dm宣传推广：春节前，将增加dm的投放，除整体宣传和促销活动宣传外，将另作品牌折扣的宣传，并附以剪角赠券等活动。

3、广告宣传：海报、某展架、吊旗等。

1、活动前对购物中心外广场、正门及两侧副门门口进行重新布置，增加春节的喜庆气氛。

2、对购物中心内天井、扶梯口、通道以及休闲区进行修改和重新布置，装点春节的喜庆气氛。

## 春节促销活动名称篇三

元旦是一年中第一个重要节日，此时消费者经济比较宽裕，购买能力强。我们通过现金即时回报提升入店人气，烘托喜庆氛围，且抓钱能手寓意感强，使消费者产生联想和期盼，易刺激消费者的购买欲望，最终达到冲刺年终销售高峰的目的。

20xx年12月28日至20xx年1月6日

浙江省恒源祥网络终端

## 嘉奖抓钱能手

手有多大，奖金就有多大

看谁是20xx年的抓钱能手

过年恒源祥全家喜洋洋

- 1、通过当地电视台，当地商报针对目标消费群作信息告知；
- 2、通过手机短信一对一告知活动信息，达到有效针对vip客户；
- 3、通过别致的店内外布置，使销售终端气氛隆重热烈。

中国店网—中国最专业、最全面的开店创业网。

1、限时限量

2、嘉奖抓钱能手

购物满x元，即现场进行嘉奖一次，在奖池中单手抓现金，能抓多少给多少。

3、过年恒源祥全家喜洋洋

活动期间为全家人购物满x元，送vip金卡一张（享有购物打8.8折的优惠）和元旦精美礼品一份。

气氛布置具体要求：

1、店内挂pop吊旗，店外彩旗，顾客购物赠送新春贺卡等来营造和渲染现场的浓烈氛围。

- 2、在活动黄金时段，穿着奥运福娃卡通服装，身挂新春穿新衣，新衣伴好礼，过年恒源祥全家喜洋洋看谁是20xx年的抓钱能手字样条幅在店外宣传，以吸引客户。
- 3、春节前一周以播放欢快的春节歌曲为主，室外装饰灯笼等。
- 4、各店活动商品或者赠送品必须于27号晚上前全部到位，并且将活动细则的解释工作落实到每位员工。

## 春节促销活动名称篇四

你还在为写策划书而烦恼吗，策划书到底有哪些步骤，有哪些内容你是不是还是很模糊，本站手把手教您怎么写策划书，还有海量的范文供您参考，包括活动策划书汇总精选、2018策划书模板大全汇总，快来收藏(ctrl+d)我们吧。

春节对于商家的重要性用“一年之计在于春”来形容是再恰当不过了。某些行业假期的销售额可占全年销售总额的20%~50%。做好了春节的买卖，不仅能为以后的营销开个好头，全年的销售任务也有了保底的本钱。所以，每逢春节，厂家、商家就早早拉开阵势，策划春节促销活动。

### 新思路之一 明确营销目标

一个节日营销活动要包容整个通路环节十分困难，因此节日营销必须有针对性，分清主次，重点解决终端通路。

针对消费者的营销活动，主要目标是要分析消费者对产品倾向程度、节日消费行为，对促销办法的接受程度，对相似竞争性的产品、价格、渠道的市场态度。节日营销活动必须有量化的指标，才能达到考核、控制、计划目的。量化的指标通常有销售额、市场占有率、毛利率、对比日期、增长率、重复购买率、促销广告的参与率、到达率等。

那么适合促销的产品，应该打什么牌？近几年，恐怕最耀眼的要数送礼牌了。由于过年送礼是中国人的民俗，所以好多产品可以推出礼品装。节日送礼的民俗决定了礼品的大行其道。

进入21世纪以来，人们送礼的观念也发生了很大变化。消费者购买礼品越来越讲究新颖性、潮流性，尽可能地展示自己和对方的审美情趣和高雅格调。如果只是盲目跟风赶行情，恐怕市场区域会越来越狭窄，企业和品牌的生命力也不会长久。

## 新思路之二 设计抢眼促销主题

由于各个厂家和商家各显神通，大举宣传，消费者往往被淹没在各种促销的海洋里。你的促销活动想跳出来，给消费者耳目一新的感觉，就必须有个好的促销主题。一个好的促销主题就像是一个动人的“媚眼”，对消费者起到第一步的吸引。

因此，节日的促销主题设计有几个基本要求：一要有冲击力，让消费者看到后记忆深刻；二要有吸引力或者让人产生兴趣，例如很多厂家用悬念主题吸引消费者继续探究；三要简短、易记，一些主题长达十几个字或者更多的谁会理睬。

每逢春节，厂家、商家都会推出花样繁多的促销方案，从“全场大折扣”到“隆重特价推出”，从“买一送”到“有奖销售”，花样翻新，招数颇多。但使用起来不外乎“赠送、打折、抽奖、表演”，加上一个以各种各样名目推出的“庆典”。其手法犹如传统餐桌上的“四菜一汤”，姑且不论其内容如何，形式上的简单重复就让消费者大倒胃口，结果往往费力不讨好，销售业绩并不乐观。

销售的目标又跳出价格战的“怪圈”？笔者认为，关键是淡化价格效用，增强消费者与商家之间的沟通互动，营造欢乐喜庆而不失宽松和谐的消费环境，开[中国创业网资讯]发和培

养新的消费需求。

就笔者看来，“一心二意”是春节消费者的共性心理，一心即图吉利，新春佳节人人企盼来年大吉大利；二意即求富贵，祈平安。

比如酒店在春节期间要做好年夜饭生意，就必须以“合家欢”、“全家福”为促销主题，有针对性地开展服务项目。

### 新思路之三 促销形式的组合与创新

一想到促销，很多人就想到现场秀、买赠、折扣、积分、抽奖等等方式。尽管在促销方式上大同小异，但细节的创新还有较大的创意空间。

在细节上创新，虽然可能是很小的点，但对促销的成效也很重要。

比如，为巩固成熟产品的市场，节日营销中可采用5至10送1的小面值赠券、连环大抽奖；为推出新产品，采用免费品尝试用、买一送一(小包装)，邮寄产品名录、报价单等；制造公关事件，利用某一新闻事件，渲染张扬产品或企业，如献爱心回馈社会活动、体育赞助或傍星促销等；主题广告宣传，从色彩、标题到方案、活动等均突出节日氛围；通路激励，对在规定节日期间(如春节期间)，完成计划销售任务的经销商给予奖励“节几日游”，或加大批量折扣、试销、代销权(新产品)，或网上销售，方便顾客。

策划书频道精选推荐

2018策划书格式大全汇总

活动策划书汇总精选

# 春节促销活动名称篇五

中秋是酒类下半年

销售旺季的开始，淡季做市场，旺季做销量，因此，此次中秋节以“月圆家圆酒团圆”为主题，打开市场，拉动市场销量，为市场旺季的`到来做一个良好的开端。

推动xx酒旺季销售

**XXX**

1、活动主题：月圆

家圆酒团圆。

此次中秋佳节，月圆、家圆之际，更应当酒团圆，当酒团圆之际，便是把酒畅欢得大礼之时。

2、活动方法

凡是在活动时间内消费本品，只要凑集本酒各大系列的其中一款，即可获得相应的奖品。

大家族系列：指定影楼家族全家福系列套餐

友情系列：指定影楼友情系列套餐

爱情系列：指定影楼爱情系列套餐

小家庭系列：指定影楼小家庭系列套餐

3、活动宣传：

此次促销活动，中奖额不高，但中奖率却很大，在中秋佳节这个阖家团圆的气氛中，刺激消费者进行消费活动，为旺季销售拉开序幕，奠定一个好的基础。

## 春节促销活动名称篇六

20xx年x月x日——20xx年x月x日

活动期间，在某某商场累计购物满100元、购买童车满200元、购买照相器材类、小家电商品累计300元，可获得大家庭年货券150元；购买大家电类商品累计1000元，可获得某某商场年货券100元（超市、黄金、手机、裘皮等特殊商品除外）。

1) 年货券：除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

2) 压岁券：限在初一至初七期间使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在某某商场均可使用。

3) 元宵券：限在正月十五使用，除黄金、手机、裘皮等特殊商品外，在商场均可使用。

4) 烟酒糖茶券：仅限于烟、酒、糖、茶类商品。

5) 礼品券：仅限商场内使用。

6) 翡翠券：仅限商场及x珠宝宫使用（黄金、铂金除外）。

1) 赠券只适用于商场内，复印无效；

2) 赠券需对等消费或按比例收券；

3) 赠券不能兑换现金，现金部分不循环累计赠券；

- 4) 现金消费退货时，需将赠券或等值现金一并返还；
- 5) 赠券消费，在活动期间退货时，赠券与现金一并退还顾客；
- 6) 赠券消费，在活动过后退货时，只退还现金部分；
- 8) 某某商场保留对此券使用的最终解释权。

## 春节促销活动名称篇七

春节对于商家的重要性用“一年之计在于春”来形容是再恰当不过了。某些行业假期的销售额可占全年销售总额的20%~50%。做好了春节的买卖，不仅能为以后的营销开个好头，全年的销售任务也有了保底的本钱。所以，每逢春节，厂家、商家就早早拉开阵势，策划春节促销活动。

一个节日营销活动要包容整个通路环节十分困难，因此节日营销必须有针对性，分清主次，重点解决终端通路。

针对消费者的营销活动，主要目标是要分析消费者对产品倾向程度、节日消费行为，对促销办法的接受程度，对相似竞争性的产品、价格、渠道的市场态度。节日营销活动必须有量化的指标，才能达到考核、控制、计划目的。量化的指标通常有销售额、市场占有率、毛利率、对比日期、增长率、重复购买率、促销广告的参与率、到达率等。

那么适合促销的产品，应该打什么牌？近几年，恐怕最耀眼的要数送礼牌了。由于过年送礼是中国人的民俗，所以好多产品可以推出礼品装。节日送礼的民俗决定了礼品的大行其道。

进入21世纪以来，人们送礼的观念也发生了很大变化。消费者购买礼品越来越讲究新颖性、潮流性，尽可能地展示自己和对方的审美情趣和高雅格调。如果只是盲目跟风赶行情，恐怕市场区域会越来越狭窄，企业和品牌的生命力也不会长

久。

由于各个厂家和商家各显神通，大举宣传，消费者往往被淹没在各种促销的海洋里。你的促销活动想跳出来，给消费者耳目一新的感觉，就必须有个好的促销主题。一个好的促销主题就像是一个动人的“媚眼”，对消费者起到第一步的吸引。

因此，节日的促销主题设计有几个基本要求：一要有冲击力，让消费者看到后记忆深刻；二要有吸引力或者让人产生兴趣，例如很多厂家用悬念主题吸引消费者继续探究；三要简短、易记，一些主题长达十几个字或者更多的谁会理睬。

每逢春节，厂家、商家都会推出花样繁多的促销方案，从“全场大折扣”到“隆重特价推出”，从“买一送×”到“有奖销售”，花样翻新，招数颇多。但使用起来不外乎“赠送、打折、抽奖、表演”，加上一个以各种各样名目推出的“××庆典”。其手法犹如传统餐桌上的“四菜一汤”，姑且不论其内容如何，形式上的简单重复就让消费者大倒胃口，结果往往费力不讨好，销售业绩并不乐观。

销售的目标又跳出价格战的“怪圈”？笔者认为，关键是淡化价格效用，增强消费者与商家之间的沟通互动，营造欢乐喜庆而不失宽松和谐的消费环境，开[中国创业网资讯]发和培养新的消费需求。

就笔者看来，“一心二意”是春节消费者的共性心理，一心即图吉利，新春佳节人人企盼来年大吉大利；二意即求富贵，祈平安。

比如酒店在春节期间要做好年夜饭生意，就必须以“合家欢”、“全家福”为促销主题，有针对性地开展服务项目。

一想到促销，很多人就想到现场秀、买赠、折扣、积分、抽奖等等方式。尽管在促销方式上大同小异，但细节的创新还

有较大的创意空间。

在细节上创新，虽然可能是很小的点，但对促销的成效也很重要。

比如，为巩固成熟产品的市场，节日营销中可采用5至10送1的小面值赠券、连环大抽奖；为推出新产品，采用免费品尝试用、买一送一(小包装)，邮寄产品名录、报价单等；制造公关事件，利用某一新闻事件，渲染张扬产品或企业，如献爱心回馈社会活动、体育赞助或傍星促销等；主题广告宣传，从色彩、标题到方案、活动等均突出节日氛围；通路激励，对在规  
定节日期间(如春节期间)，完成计划销售任务的经销商给予奖励“×节几日游”，或加大批量折扣、试销、代销权(新产品)，或网上销售，方便顾客。

## 春节促销活动名称篇八

促销商品：

1、年货一条街要求：

1) 1月8日起开始销售， 1月\_\_日完成全部年货进场工作。

2) 应季推出各种年货、烟酒、礼品、礼篮、南北干货、茶叶、糖果、饼干、保健品等。

3) 1月10日前完成年货礼篮一条街。

2、礼篮要求：

1) 以销售自选礼篮为主，门店自行设定好名称和品项组合的捆绑式礼篮包装，并重点陈列。

2) 指定礼篮推出高档(1000元以上)，中档(300—800元)，低档

(80—198元)。采购部指定礼篮数8种左右。(根据堆头大小指定)

3) 空礼篮建议售价10元，采购部准备3款包装空礼篮。

4) 自选礼篮商品价值180元以上可免费赠送10元礼篮。

### 3、烟酒要求：

1) 主推的烟酒，采购部须要求供应商提供空盒(每店一个)。

2) 主推礼品必须突出陈列，亦可陈列于“年货、礼篮”一条街当中。

### 4、南北干货

1) 南北干货为年货重点，可现金采购散装南北干货用于包装成中英自有品牌。

2) 主要海味特产、香菇、发菜、红枣等。

3) 多选礼盒装的南北干货。

### 5、保健品

1) 随着新品种大量引进，各店增加保健品陈列位置，规划保健品专区

2) 保证以下知名品牌在所有卖场内都有销售 ——万基、康富来、喜悦、鹰牌、天成

## 春节促销活动名称篇九

第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入

腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让客人产生此处可买到便宜年货的感觉。

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

**pr活动：**

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止！

加1元 换购价值3元商品一个

加5元 换购价值8元商品一个

加10元 换购价值15元商品一个

加15元 换购价值25元商品一个

加20元 换购价值40元商品一个

具体换购商品待定！

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销，团购

提示随处可见。

pr活动：

新年好礼满额送

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份；

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份；

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份；

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份；

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

pr活动：

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1) 爱让我们相识：n位参赛者每人代表一个1-n的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2) 爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3) 爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4) 爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

## 2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止！

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的客人在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动客人的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下狠手，同时主推一下春季新品。

pr活动：

### 1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位客人进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得！

### 2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

## 春节促销活动名称篇十

“精致生活、源自金帝”

全面培育一月份整体市场销售；

抢占市场先机，争取到的`最多最好的陈列位置，不输给竞争对手；

保证春节期间产品市场销售达到预期效果

以海报□dm单、人员等为主要宣传方式，向终端消费者传达金帝巧克力高可可脂含量，纯正瑞士风味的特点，让消费者感受到金帝巧克力一流的品质、纯正的口味。