

最新婚纱摄影与酒店合作方案 酒店用车 合作方案(精选5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

婚纱摄影与酒店合作方案篇一

甲方：_____ (以下简称甲方)

乙方：_____ (以下简称乙方)

根据《xxx合同法》及相关法律法规规定，甲乙双方就甲方食堂承包事宜共同协商，达成如下事宜：

一、 经营方式

1. 甲方提供厨房、餐厅、全套厨房设备，负责水电和燃料及厨工住宿。
2. 乙方负责厨房设施的维护，若财产发生人为损坏，乙方需照价赔偿。
3. 乙方自行采购、加工，自负盈亏。
4. 乙方自行安排厨房员工，并负责厨房员工工资福利。
5. 承包期内必须添置或更换厨房设备，由乙方提出，经甲方同意后由甲方负责。

二、 双方权利及义务

1. 甲方权利义务：

- 1) 甲方按承包合同规定监督乙方依法经营、履行合同，做好协调工作。
- 2) 甲方对乙方进菜、配菜、营养搭配、服务水平及卫生状况进行监督，并有权要求乙方及时整改。
- 3) 甲方应协助乙方维持食堂治安秩序，并加强对员工的教育。

2. 乙方的权利义务：

- 1) 乙方负责食堂的经营管理，具体包括食堂人事、菜肴的搭配与制作、就餐环境卫生、服务等。
- 2) 乙方必须遵守国家 and 地方有关环境和食品卫生的标准。严禁供应腐烂变质的食品，保持菜肴的新鲜和卫生。
- 3) 乙方必须按时供应甲方工作日各餐，做到新鲜可口、花样翻新、营养搭配好。
- 4) 餐后认真清洗食具并消毒工作，食堂内部、用餐大厅环境卫生全面清洁整理。经常清理食堂内外水池、下水道，确保畅通。经常清理灶台及炊事用品污垢。
- 5) 做好消除蚊、蝇、鼠害。
- 6) 冰柜定期清理、除霜、消除异味、生熟物品分开存放。
- 7) 乙方现场工作人员必须具有健康证。
- 8) 所有食堂工作人员工资和福利均由乙方负责。
- 9) 厨房员工应遵守甲方公司各项规章制度、厨房纪律。

三、伙食标准

早餐_____元/人，中餐_____元/人，晚餐_____元/人，夜宵_____元/人。其中中餐标准为_____大荤_____小荤_____素菜_____汤及_____水果，晚餐标准为_____大荤_____小荤_____素菜_____汤及_____水果，米饭任食。(如有变动，双方协商核定)

四、结算方式

甲方按双方核定用餐数，每_____个月计算餐费，于每月的_____日前以现金或支票付给乙方。

五、合同期限

试用期为_____个月，合同期_____年，即从_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。试用期满，若双方均无修改或终止要求，则直接进入正式合同期。合同期满，双方如无异议，自动续约。

六、合同终止条例

七、违约责任

1. 因乙方提供不洁食物造成甲方人员食物中毒的，由乙方负责赔偿并承担相应的法律后果。
2. 甲方无故未按时结清乙方账款超过_____日(以结算确认单日起)的，应承担违约金_____%/天。
3. 一方有意终止合作而没有提前通知对方，须赔偿对方最后一个月餐费的_____%。

八、其它

本合同一式两份，甲乙双方各执一份，双方签章后生效。未尽事宜，双方协商解决。

甲方：_____

甲方代表：_____

乙方：_____

乙方代表：_____

日期：_____

婚纱摄影与酒店合作方案篇二

【导语】八月十五恰在秋季的中间，故谓之中秋节。我国古历法把处在秋季中间的八月，称谓仲秋，所以中秋节又叫仲秋节。下面关于 中秋节月饼活动策划，一起来阅读下文吧！

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

1. 以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。

5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。

6、增加企业竞争手段，做出差异。

(一)宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

1. 人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。

2. 经济因素：金融危机之时，拉动内需，刺激消费。

3. 社会和自然因素：中国人民重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

(二)“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

2. 消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的的市场优势。满足需要提高服务水平。

3. 消费者购买能力分析：消费者追求能够满足其最大需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4. 消费者消费环境分析：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中最大限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。

(三)现代社会是竞争社会，“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈，只有打败了竞争者，才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量，获得更大的利润。

1. 竞争者的策略：在同一时期，利用各种方式进行促销，如商场促销，超市促销，与其他产品绑定在一起进行促销。

2. 竞争者的目标：进一步扩大品牌效应，提高销售利润。

3. 竞争者的优势和劣势：优势是拓展范围广；劣势是手段单一，成本高，运输不便。

4. 竞争者的反应模式：有完整的服务机构，各部门有效配合，能及时满足消费者的需求，接受消费者的反馈意见。

1. 资源：能与厂家及时联络货源，不会造成商品堆积或脱销。

2. 竞争力：质优价廉：运输方便：团队合作能力较强，服务手段多样化。

3. 物流输出输入：运输方便，基本“零库存”。

4. 生产运营：流水作业，保证质量，高效生产。

四. 广告分析：

1. 广告目标：通过较大规模的广告宣传，实现促销活动的真实化和广泛化。

2. 广告费用：1000元

3. 广告信息：宣传品牌，提高影响力，扩展销售渠道，增加销售量。

4. 广告媒体：报纸和宣传单

5. 广告效果评价：在节日期间达到促销目的，在消费者心里树立稻香村品牌意识；进一步宣传稻香村老字号企业文化！

1、时间：*月*日---中秋前一天

2、地点：活动仅限惠**城区

3、活动准备：

1、安排一定量的运输车与&ld

quo;中秋大使”。

2、驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。

3、对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

4、对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

4、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

六、注意事项：

婚纱摄影与酒店合作方案篇三

中秋佳节是中国的传统节日，是我国的主要节日之一。月饼作为中秋节的一种饮食文化已经深入人心，中秋节吃月饼也是家喻户晓。以月之圆兆人之团圆，以饼之圆兆人之常生，用月饼寄托思念故乡，思念亲人之情。中秋节已经成为老百姓传递亲情、友情、恩情，各商家传递商情的有效工具。月饼就成了馈赠亲朋好友的礼物，也成了联络感情的桥梁。值此佳节来临之际，巧借中秋之东风，掀起今秋的月饼销售高潮，以求更好地实现今年月饼销售的计划。具体策划如下：

一、市场环境分析：

1、市场需求量：

据今年中国商业联合会9月14日在京发布的一份报告显示，受原材料价格上涨影响，今年月饼销售价格平均涨幅在10%左右。其中，销售价格在200元/盒以下的中、低档月饼占主流，约占总体月饼市场的八成多。报告显示，今年我国月饼市场总体运行平稳，买方特点仍然突出，预计月饼产量在25万吨左右，销售额140亿元左右，市场总体需求量增幅不大。

2、影响和制约因素

第一，生产成本增加：今年以来由于各方面的原因，月饼生产相关原辅料普遍上涨导致成本比往年增加。

第三，销售形式多元化：包括跨区域销售、大型商厦超市销售、餐饮与酒店销售、代理商销售、电子商务及速递销售、团购等。

第四，宏观政策严格：这几年以及近期一些食品安全事故频发，国家相关部门对月饼的生产和包装作出了一些严格的规定。

二、产品分析：

2、月饼是一个季节性很强的产品，其售卖期不超过一个月，真正的销售高峰期也就是在中秋节前十天左右。

3、月饼的用途一般有这几个方面，消费者自己食用、送礼、企事业单位作为福利发放。

4、产品的品牌和分类众多，可谓是三六九等。

三、消费者分析：

由于受中秋节吃月饼这个传统文化的影响，月饼几乎是一个老少皆宜，没有年龄、收入、身份、地位、地区限制的商品。但是不同的消费者的购买目的和购买不同，因此要针对不同层次的消费者制定不同的销售策略。

四、价格策略：

月饼定价必须根据不同购买目的以及不同收入层次的消费者来差别定价。我们可以将产品分为不同的级别，如 高档，主要针对是高消费人群或者是送礼一族的；中档，主要是针对中等消费人群；低档，主要是一般消费群体和广大普通消费者，这一部分群体基本是自己食用。

五、销售渠道：

一般商品分为批发和零售。月饼也不例外，对于批发，坚持每一个同一级别的城市只设一位批发商或这是代理商。零售主要是各大城市的专卖店 商场 超市等。

六、目前月饼市场存在的问题：

近年来由于一些商家的恶意炒作，市场上屡屡出现天价月饼；由于由于送礼之风盛行，商家抓住消费者的这一心理，在月

饼的包装上大做文章。月饼的华丽极具艺术风格的包装备受送礼一族的青睐，对于这类人来说月饼应经完全失去了它本来的文化内涵和寄托思念之情的性质；对于一般普通大众来说只能“望月兴叹”适合于他们购买的月饼产品质量得不到很好地保障，很多消费者怨声载道。

七、解决问题的办法：

极力渲染传统文化，使月饼销售与企业文化相互融合。

- 1、返璞归真，重新塑造月饼寄托相思、思念之情的文化形象。
- 2、紧扣环保主体，引导绿色消费用最经济的包装 追求最好的效果 让利于消费者。

婚纱摄影与酒店合作方案篇四

一、2005*城月饼街基本情况

二、规划2005*城月饼街面临的有利条件

三、规划2005*城月饼街面临的不利条件

四、规划2005*城月饼街的综合效益分析

五、规划2005*城月饼街的市场分析第二章：2005*城月饼街整体构想

一、2005*城月饼街的预期目标

二、2005*城月饼街筹办工作重点

三、2005*城月饼街的组织结构

四、2005*城月饼街的资金筹措

五、2005*城月饼街的筹办的战略实施阶段第三章：2005*城月饼街活动方案

一、2005*城月饼街的主要活动

二、2005*城月饼街的活动目标

三、2005*城月饼街的活动选择原则第四章：2005*城月饼街招展工作方案

一、2005*城月饼街招展的主要内容

二、2005*城月饼街招展目标

三、2005*城月饼街招展面临的有利和不利条件

四、2005*城月饼街招展的重点及方式

五、2005*城月饼街招展工作的初步设想第五章：2005*城月饼街宣传推介方案

一、2005*城月饼街宣传推介的总体思路

二、2005*城月饼街宣传推介的战略目标

一、2005*城月饼街规划的基本原则及内容

二、2005*城月饼街规划的有利和不利条件

三、2005*城月饼街规划进度第七章：2005*城月饼街总体方案附件

一、2005*城月饼街参展邀请函

二、2005*城月饼街平面及效果图示第一章 2005*城月饼街总

体分析

一、2005*城月饼街基本情况 2005*城月饼销售一条街是*城市第一条集文化、商贸、民俗、旅游、娱乐、休闲于一体的复古式商业步行街。是由*城市政局主办，*城市文化局和*城市旅游局协办，*城鸿基策划公司承办，将于2005年9月4日——9月18日在*城市富国路举行，历时15天，其主题是：中秋节，逛复古式月饼街，假日生活新主张（体验）；规划理念：以产业打动政府；以复古再现式打造民俗文化；以民俗文化带动商品贸易；以商品贸易拉动区域经济；规划目标：把2005*城月饼街规划成历届规模最大、创意最新、最响最广、效益最佳、服务最优，具有浓郁中秋传统文化和本土民俗风情的复古式商贸步行街。2005*城月饼街推出“三结合”：中秋传统文化与本土民俗风情相结合；月饼展与工艺品、水果、红酒展相结合；展示与交易相结合。2005*城月饼街主要内容分为两大板块：第一板块为精美月饼、水果、红酒、工艺品、灯笼、茶等展销；第二板块为月饼街配套活动，包括开幕式、闭幕式、相关文化活动。

二、规划2005*城月饼街面临的有利条件

（一）市政局高度重视，市文化局、旅游局、*城电视台、*城日报社等大力支持，决心把2005*城月饼街规划得更美观，更有新意，更能创造经济效益。

（二）随着*城市文化、经济等各方面的飞速发展，发展“大旅游、大文化、大市场、大产业”的条件日臻成熟。*城市通过成功打造了荔枝文化旅游节、牛仔节等一系列城市品牌形象，为塑造城市品牌，提升城市知名度，拉动地域经济发展开创了先河；加之*城食品行业的平稳、健康发展，有必要为其拓展一个产品销售、品牌推广及技术交流的空间。

（三）农历八月十五日，作为我国仅次于春节的第二大传统节日——中秋节，已在大众心中根深蒂固，“中秋祭月拜

月”、“中秋赏月”、“中秋团圆”、“中秋食月饼”已成了中秋节象征性的文化。随着经济与人民文化素质的不但提高，中秋节已从简单食月饼习俗演化成为家人团聚、多彩多姿的群众赏月游乐活动。市民对中秋节文化生活质量大大提高，为繁荣中秋假日经济提供了舞台。

（四）2004*城月饼街的成功举办，为今年月饼街规划及执行提供了丰富的可借鉴经验。

三、规划2005*城月饼街面临的不利条件

（一）筹备工作任务重，各项筹备工作还没有完全启动，策划方案、机构设置、场地规划、场地建设等方面都需要做大量的具体工作。

（二）资金筹措困难，政府拨款还未具体落实，融资在一定程度上比较困难；缺乏大型办展经验、办展人才和办展设施。

（三）*城月饼街历史短，只举办过一届（2004年），其知名度和影响力有限，市场开发的难度较大。

（四）*城月饼街招展范围局限于*城地区，参展的大企业不多，参展商品有限。

四、规划2005*城月饼街的综合效益分析

（二）通过复古再现式月饼街的打造，它将中秋节所蕴涵的传统文化与*城本土民俗风情资源充分挖掘，极大带动*城假日旅游的繁荣，使节日文化向假日经济的不断演化，对假日经济有巨大的推动作用。

（三）通过*城月饼街成功举办，它将丰富市民的假日文化生活，提高市民的文化素质，提升*城城市形象。

（四）*城月饼街为*城食品行业提供了一个交流、学习、合作的平台，并*强*城商业界开拓优良市场的意识与动机，促进*城食品行业的快速发展。

五、规划2005年*城月饼街的市场分析（一）从参展商角度分析：*城食品业蓬勃发展，食品生产商家达 家，大小酒家 家、零售商家。2004年月饼街企业参展达50多家，零售商家达40多家。

一、2005*城月饼街的预期目标

1、*城地区规模最大的月饼展销会。（1）展销面积*城最大。提供占地5000平方米、总长度为40，有战略、有计划、有步骤的去进行。我们要在往年基础上加大力度，寻找更多的支撑点，采用逐步的宣传策略来完成*城月饼街的宣传推广。具体如下：

1、前期宣传：（1）时间段为：2005年8月1日——8月15日；（2）宣传策略：悬念式宣传策略；（3）宣传重点：政府将与开发商联合打造 8226；8226；8226；8226；8226；*城首条复古式中秋月饼商业街；（4）宣传要点：该阶段主要宣传要点是将打造*城首条复古式中秋月饼商业街的信息进行强势发布，在消息发布中我们将对建造*城首条复古式中秋月饼商业街的意义与远景进行详细的介绍与悬念炒作。（5）宣传载体：《*城日报》、《*城电视台》、《*城广播电台》。（6）宣传方式：软性文章；（7）宣传主题：*城首条复古式中秋月饼商业街正式启动。

2、中期宣传：（1）时间段为：2005年8月15日——9月3日；（2）宣传策略：招商引资策略；（3）宣传重点：对*城复古式中秋月饼商业街的效果图进行描述，并对参与企业进行概括，并对往年的总结及对比几方面入手。（4）宣传要点：复古式中秋月饼商业街；月饼品牌荟萃，商家云集；场租实惠，人气聚集；现场招商采访；（5）宣传载体：《*城日报》、

《*城电视台》、《*城广播电台》。(6) 宣传方式：图片及动态电视广告；(7) 宣传主题：复古式中秋月饼街商家大召集，商气、人气即将升温，商机无限；*城月饼街，统一规划、铺面美观、管理秩序良好，摊位售价600元/个起，月饼经销商再度看好，抢滩进驻即将掀起热销浪潮。

一、2005*城月饼街规划的基本原则及内容

(一) 基本原则：2005*城月饼街整体规划要以体现中秋文化和荔乡本土民俗风情为中心，布局要符合展会要求，有亮点、有特色。

(二) 具体内容（详见2005*城月饼街《平面图》及《效果图》）

1、展区规划 (1) 中秋精品月饼展销区。月饼展区规划200个，分高档展区和标准展区两类。高档展区主要以月饼生产商及酒楼、酒家为主，设计成古亭式（详见图示）；标准展区主要针对零售商及个人为主，设计以帐篷或竹棚为主。(2) 中秋文化展销区。中秋文化展区规划30个，主要针对工艺画廊、艺术插花、灯笼、工艺品、图书经销商等。设计以古亭式或竹棚为主。(3) 绿色食品展销区。绿色食品展销区规划20个，主要以各类水果、红酒、丝苗米、茶经销商等为主，设计以帐篷或竹棚为主。

2、现场气氛营造 (1) 主题牌坊。月饼街首尾入口，搭建仿古牌两座。牌坊是月饼街形象象征，设计符合中秋文化及本土文化色彩，有视觉冲击力，更能展现月饼主题。（注：牌坊正面为活动主题，背面可做参展企业广告）(2) 灯笼柱。在月饼街各个交叉路口中间，树立灯笼柱6条，每处一条，周边加以盆景装饰。（注：灯笼柱可做参展企业广告）(3) 吊牌广告画（双面）。在月饼路中间悬挂广告画吊牌若干个，广告画两边悬挂灯笼，*加中秋节气氛。(4) 主题舞台。搭建小型主题舞台1个，用作开幕式剪彩、表演，抽奖用，配以

音响、灯光。（5）组委会咨询点。用帐篷搭建，位于舞台旁边，并安排工作人员为参展商及消费者服务。

3、周边造势 （1）*城主要道路彩旗布置 彩旗1000面。插放地址：主要道路花基（荔城大道、西园路等）内容：过中秋、逛复古月饼街、假日生活新主张（体验）（2）街道路灯吊旗数量：500面。悬挂位置：*城主要道路旁路灯内容：过中秋、逛复古月饼街、假日生活新主张（体验）；注：可作参展企业广告。（3）街道横幅布置 数量：200条。张挂位置：市内各主要街道路口 内容：热烈庆祝*城月饼街于9月4日隆重启动；过中秋、逛复古月饼街、假日生活新主张（体验）；卖月饼，去月饼街，物美价廉任您选；*城月饼街好看、好吃、好玩、好心情；*城月饼街特惠购物活动高潮迭起，中秋送礼购物首选；中秋月饼超低价团购活动正在月饼街精彩上演。

二、2005*城月饼街规划的有利和不利条件

1、有利条件：（1）市政局支持。经市政局批准，月饼街规划在一定程度上不受限制，设计及布局可以自主发挥，周边群众阻挠影响不太，有利于施工的顺利进行。（2）原有资源的利用。2004年*城月饼街保留的牌坊架、古亭等设施可以再度利用，不但可节约开支，更能施工加快进度。（3）气氛营造资源充沛。舞台、灯光、音响、灯笼柱等设施齐全。

2、不利条件：（1）资金不足。政府拨款没落实，款项数额不大。（2）参展企业投入不多。企业参展大多为了销售，形象宣传意识不够，对展位装饰简单。（3）月饼街停车不方便，加之周边市民自发性配合不够积极，对施工有一定难度。

婚纱摄影与酒店合作方案篇五

【活动介绍】

活动主题：这个中秋节，做个月饼搬回家 活动地点：待定
活动时间：待定

参与人群：拟50人左右； 参与方式：

【活动流程】

- 1、早上9:00开始签到，签到的每个选手将活动的记号牌；
- 2、主持人登台，活动正式开始，介绍项目情况，介绍今天活动情况。
- 4、由月饼烘焙师傅ppt讲解中秋习俗和月饼的文化。
- 5、活动正式进行，按组进行现场月饼的制作
- 6、11:20左右，活动结束，参与者领取小礼品离场。