

吃火锅活动宣传语 火锅促销活动方案(通用5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

吃火锅活动宣传语篇一

每年的12月25日，是基督教徒纪念耶稣诞生的日子，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节。而元旦则是庆贺新年的开始，欢度元旦可说是世界各国、各地区的一种习俗。在我国，元旦节已列入了法定假日，各火锅店如果借此契机推出相应的促销活动，必定能起到事半功倍的宣传效果，对于建立品牌知名度有很好的效果。下面来小编为大家提供的20xx火锅店圣诞节及元旦促销策划方案。

圣诞节及元旦是西方与中国的两个重要节日，也是人们消费的高峰期，许多商家都会在这期间加大力度宣传、吸引顾客。因此在节日期间一个好的促销方案是必不可少的，这不仅会增加利润，也会增强火锅店的知名度，为以后的经营创造更大的消费群体来源，为今后的发展做好更坚实准备。

另外，通过在圣诞元旦期间开展一系列的餐厅环境氛围营造、打折优惠和现场互动等促销活动内容，达到增加餐厅双节期间经营销售收入的目的，同时提高餐厅在本区域内的品牌知名度，在消费者心目中，特别是周围大众和学生消费者心目中良好的企业形象和优质的产品服务，为酒店餐厅的除夕年夜饭、元宵节等后续的促销活动做好顾客资源准备。

缤纷圣诞激情元旦好礼送不断

20xx年12月20日—1月5日

主活动：活动期间凡在本店消费的顾客，均享受8折优惠。期间学生(酒水优惠聚餐超十人以上者，凭借学生证可享受酒水7.5折优惠。后不再算入总活动优惠当中)

活动一：消费有礼礼品连连：(所依据费用为最终实际消费额)

20xx年12月20日——20xx年12月27日(除去平安夜当晚)

凡一次性消费满400元的赠送价值20元的圣诞手套一副

凡一次性消费满600元的赠送价值35元的圣诞老人一个

凡一次性消费满800元的赠送价值50元的圣诞树一株

20xx年12月28日——20xx年1月5日(除去元旦当天)

凡一次性消费满400元的赠送价值20元的卡通兔一对

凡一次性消费满600元的赠送价值35元的中国风茶具一套

凡一次性消费满800元的赠送价值50元的中国结一对

备注：再出此方案前我们实地到火锅店进行了考察，据老板介绍平均每桌的消费超过350，聚餐时应该会大约600—800元，因此制定此项按照消费金额赠送礼品的活动。

活动二：24号当天活动

2、圣诞红包：在店内服务台空旷处的圣诞树上悬挂上红包，红包里写有礼品名称(消费代金券、酒水券、小吃券、菜品券、圣诞吉祥物、新年贺卡等)，在规定时间内(20:00—22:00)邀请

顾客上来选择红包(每桌一位顾客，选一个红包)

3、推出圣诞优惠菜系每桌赠送羊肉、五花肉各一盘，以及圣诞优惠套餐(消费满五百)

4、一次性消费满300元的顾客，发放元旦优惠的代金券50元，元旦活动期间进店消费可使用代金券，每桌限用一张代金券。

5、平安夜学生聚餐超十人以上者凭借学生证可享受酒水8折优惠(酒水优惠后不再算入总活动优惠当中)惠。

元旦当天活动：

2、店内服务员同一着红色工作服，并向进店的顾客问好(元旦快乐，猪年吉祥)

3、推出多种新品小吃，特色菜，可在中国传统过年食物上进行加工，如年糕，春卷，拼盘等。

吃火锅活动宣传语篇二

活动主题：重点推出“38元每位自助火锅”

活动时间□x月x号到x月x号

活动的内容介绍：

1、本次活动的时间主要集中在劳动节期间，估计人数较多。为了节省成本和方便操作，也为了更好的吸引顾客。

享受优惠的具体时间为每天的9：00到2：00，晚上的5：00到9：00。

2、本次活动的任吃食物只限于展台上所摆放的火锅物料，客

人另点按所点食物收费。本酒家会保证所提供的自助火锅材料新鲜、齐全。

3、自助火锅的汤底不在活动范围之内。客人所选汤底按原价另外收费。

4、每位享受38元优惠的的顾客均可以免费获得本酒家的特制凉茶，清热解毒。

5、享受优惠的客人必须珍惜食物，不得任意浪费。到结帐时间止锅内有大量食物残留要加收费用。费用从10元到100元不等，按残留食物量计算。

6、为保证每一位客人都可以享受优惠，自助的用餐时间规定不超过3小时，否则另加每小时10元收费。

7、用餐食物为客人自取，不得呼唤服务人员拿取食物。另外加费的除外。

8、本店对每位客人优惠加优惠，每一位到本店吃火锅的客人均可以免费赠送精美饺子一碟。自助用餐客人可以打包带回。

执行细节

1、本次活动是本店开业两周年以来的首次尝试，意义重大。所有的执行有楼面的张部长负责。

2、对酒家全体服务人员和厨房人员、行政人员清楚告知此次的活动内容。重点在服务人员要遵守活动规则，不得给自助客人拿取食物。以免客人有剩余食物时造成争执。另外也要注意服务质量，不能怠慢客人。

3、厨房主事要监督好自助食物的质量，活动结束后及时将食物入库，尽量保持新鲜和减少活动的消耗。

4、负责的张部长必须对当天享受自助的客人进行记载和分析，及时修改方案，报经理批准。

5、活动宣传和物料均由策划人员负责。

活动开展所需要的物料

1. 大概10米长22厘米宽的横布，活动期间横挂在酒家正门上方，红底黄字横写“全市最平，38元每位任食自助火锅”

2、高一米的展架，展架贴一张红纸，用金字写“欢迎享受自助火锅”。

吃火锅活动宣传语篇三

1、主题：聚缘七星，星星相映，买一送一

2、要点：开业活动除常规的喜庆仪式外，拟将火锅品牌的推广融入活动之中，给消费者营造一种“缘份天空”的体验；增大其火锅店的亲和力。具体作法是：在开业七天内，每晚实行“买一送一”，以示“七星”的颗颗赤诚之心。其间，每晚举行抽奖活动，即每桌选一位代表抽奖，被抽的内容是由12张不同星座的样牌。凡抽奖者抽到的星座牌与自己的星座相符的(以身份证的年月日为依据)，视为获奖，当即奖励七瓶啤酒或瓶装饮料，以此代表“七星”的七颗心。

3、效果：此开业活动的设计，旨在做到“七星”老品牌与聚缘七星新品牌的转换，即承上启下，传承发展，让历史为未来服务。另一方面，诠释了品牌的内涵和外延，为今后的促销开辟了广阔的空间。

二、主题活动

1、主题：七星高照，真情回报，

2、要点：凡在聚缘七星就餐负责结帐的消费者，均获一枚特制的“五角星”，当其积累到七枚(七星)时，可凭“七星”到火锅店抽奖，抽奖的概率是，只是奖品有一定的区别，但价值大同小异。这项主题活动暂施行一年。如果效果不错，可作为一种制度把它模式化，并写进其加盟营运手册之中。

3、效果：该主题活动除进一步强化了聚缘七星品牌形象外，还在于让消费者时时牵挂着火锅店，使之形成一种情感互动，做到心中“你有我，我有你”，从而体现“缘份天空，星星相映，有光共沾”的一种境界，培育起消费者对火锅店的忠诚度。

三、卖点活动

1、主题：山水家园，星罗棋布，寿星高照

2、要点：在全市范围内开展寻“寿星”活动。此项活动可以与重庆晚报或重庆晨报合作，发动市民提供“寿星”线索。并最终选出七位年龄最长者(视为重庆的“七星”)，获得“寿星”称号。凡获得其称号者，推荐人将获得尊老荣誉证书和奖励；老人获“寿星”称号荣誉证书和滋补品。

3、效果：该活动可唤起市民的乡情、亲情和友情。通过市民对老人的关注，引发出关注生活环境、关注生活质量和关注生活关系，使之更加快快乐乐、健健康康的生活，让“聚缘七星”得到大家的心赏。

四、节期活动

1、元旦节——“新年头，新兆头，新搞头”摘星活动，即用七类星物悬挂在店堂内，每类星物代表一种新年祝福，其间，凡摘星的消费者，今后凭星物就餐可享受7.9折的优惠。

2、春节——“聚缘七星，家和齐心”闹春活动，即凡在春节

期间在聚缘七星火锅店就餐的，每人可免费享受一瓶啤酒或瓶装饮料，此外，每桌可获书法家现场书写一幅春联。

3、情人节——“星星相映，品味人生”情侣活动。即凡在情人节这天在聚缘七星火锅店就餐的情侣，均可免费获得一枝鲜花和两瓶啤酒或瓶装饮料。

4、劳动节——“七星北斗，劳模生辉”慰问活动，即凡劳动节这天在聚缘七星就餐的市、区级劳模，均享受5.1折的优惠(凭劳模证书)。

5、教师节——“星星之火，光亮于师”感恩活动，即凡教师节这天在聚缘七星火锅店就餐的教师，凭教师证均可享受7.9折的优惠，并获一张特制的贺卡。

6、国庆节——“国家，大家，一家”欢庆活动，即凡在国庆节这天在聚缘七星火锅店就餐的，除获赠送的小吃外，可享受7.9折的优惠。

五、广告策略

对于聚缘七星火锅而言，好的广告不但是沟通火锅店与消费者和加盟商之间的一座桥梁，更是聚缘七星品牌、品质、品味的一种具体提升和延伸。

广告是一种广而告知的行为。广告受体是聚缘七星火锅要争取的消费者和加盟商。鉴于聚缘七星火锅的市场定位是“大众化”，因此广告必须符合大众的“口味”，这是制定广告策略所需要认真把握的。

1、广告基调

聚缘七星火锅的生命力在于：“三本”——本质、本味、本色，以及“三情”——乡情、亲情、友情。其中，前者求本

朔源;后者聚缘惜缘。然而，广告基调的确立在于它的统一性：有统一的表现，广告诉求力才强；有统一的表现，品牌才便于提升；有统一的表现，广告匹配才。这样才会有可能降低广告投放的成本。

经研究，聚缘火锅的广告基调定格在其标志色彩的“红、黑、白”三色上，即“爱憎分明，热情豪放。”

2、广告诉求点

所谓广告，就是通过一定的媒介和方式，将聚缘七星火锅所提供的服务信息传递给预想中的目标客源，以此达到促销之目的。而对聚缘七星火锅零零碎碎的信息，必须要有一个主题或主线来整合与贯穿，这个主题或主线就是其寻求的广告诉求点。

一般说来，广告诉求点实质就是其服务显示的强项或特色，同时也是消费者最关切的东西。为了突出“七星”的品牌概念，拟用“七星”整合七个方面的广告诉求，使“聚缘七星，七星高照”，成为别人偷不走的、可持续发展的战略资源。据此，独创、独特、独享的广告诉求点：七星高照！现分述如下：

汤料——本质、本味、本色，推崇“植根于本”之源泉。

菜品——养眼、清心、爽口，推崇“绿色食品”之艺术。

器具——品牌、品性、品位，推崇“相随星艳”之载体。

环境——聚缘、惜缘、育缘，推崇“缘份天空”之意境。

服务——热情、真情、亲情，推崇“惜缘为贵”之态度。

管理——一体、到位、各谐，推崇“人性活化”之原则。

加盟——交心、换心、一心，推崇“同映同辉”之合作。

3、广告发布

实践证明，广告发布的媒体主要有公共传播媒体、印刷媒体和户外媒体三大类。其中，属于公共传播媒体的报刊和广播电视覆盖面广，客源层多，效果；印刷媒体不但担当现场促销的主角，而且可以定向自由派发，针对性和灵活性较强；户外媒体位置固定，比较适合火锅店旁或人流量较大和街旁。三者取长补短，是聚缘七星火锅广告发布的三驾马车。具体广告发布内容、形式和安排如下：

第一阶段推品牌形象

通过硬、软广告的发布，让公众了解“聚缘七星”从哪里来？在做什么？想到哪里去？借过去“七星”之力。承上启下，继往开来。

(1) 开业前的广告发布

通过软广告发布，拟在重庆晚报或重庆晨报上介绍“聚缘七星”的由来，传递其品牌的宗旨理念“聚缘惜缘，重情讲议”和“服务理念，人和归缘，惜缘为贵”，增强大众的关注力。此外，可在渝中区政府大楼街道入口处竖立一牌户外广告牌，吸引当地的消费者。

(2) 开业时的广告发布

一是以实景拍摄的聚缘七星火锅卖场为广告稿的背景，分别在重庆晚报和重庆商报上做广告，并把开业“聚缘七星，星星相映，买一送一”活动作为内容之一；二是广告内容大体与上述相同，采用印刷宣传品的方式派发给火锅店周边社区住户、单位和个人，其宣传品上可印刷一些有关星座方面的小知识，增加趣味性和保存性。

(3) 开业后的广告发布

待经营进入正常状态的情况下，举行一次小型研讨会，其旨在为新闻记者提供由头。研讨会的主题是：“七星高照”的现象透视着什么？届时，邀请重庆晚报、重庆晨报、重庆商报、重庆经济报、重庆有线电视台的记者参加，其会议信息用新闻报道的方式传递给大众。

第二阶段推概念

此阶段拟在重庆晚报或重庆商报餐饮专刊上全方位、系统化、分步骤地介绍聚缘七星火锅的广告诉求点：“七星高照”。前后历时七周，每周介绍“一星”，让大众感到聚缘七星火锅韵味无穷，逐步对汤料、菜品、器具、环境、服务、管理、加盟有了一个全面的了解，从而使之达到“缘于你我他，齐心呵护她”的目的，提高消费者的忠诚度。

火锅店营销活动方案篇二

一、活动主题

纯香闻得见，健康看得见——某某(店名)欢度佳节，迎元旦

二、店内装饰

装饰品，可以选择一些中国结，传统窗花等贴在店里的显眼位置，以示喜庆的氛围。

员工服饰，在元旦期间，员工的穿着打扮也可贴合一下节日的氛围，女性员工可以着红色旗袍等民族特色服装，烘托新年氛围。

三、时间安排

原则上来讲整体活动的策划方案应该在12月之前就制定下来，

为执行预留足够的时间，如果出现什么问题也有时间来修改应对。提供一个时间表仅供参考。

- 1) 12月1日—8日制订具体的布置方案，制订宣传计划；
- 2) 12月5日—15日确定活动用酒水，菜单；
- 3) 12月5日—15日核定文艺节目；
- 4) 12月15日--20日圣诞节的装饰、布置；
- 5) 12月23日做好圣诞活动的各项准备工作，确定各个环节的负责人；
- 6) 12月26日-12月30日，元旦节的装饰、布置；
- 7) 12月31日钱做好元旦活动的各项准备工作，确定各个环节的负责人。

四、海报设计

无论是圣诞节还是元旦节，制作主题海报，需要餐厅根据自己店铺的风格来决定，突出本店特色。并且要吸引眼球，放在餐厅最显眼的位置：

一般来说要求风格相衬，比如比较传统的中式饭店，圣诞节期间可以选择在显示本店特色的同时融入西方的元素，中西结合的设计方式；而元旦期间可以在餐厅古香古色的氛围上增添喜庆的元素；而对于新兴的时尚餐厅，无论是圣诞节还是元旦期间，都可以在海报和宣传页内加入一些比较活泼的插画，使用比较明亮的颜色；如果是高档的西式餐厅或咖啡馆，那么在圣诞节期间可以让海报和宣传页突出西方传统，在元旦期间可以加入一些富有中国特色的元素。

五、广告宣传

4. 制作节日促销宣传展架易拉宝进行宣传；
5. 制作电子屏，向新老顾客宣传我们的圣诞节元旦活动；
6. 短信宣传：向现有的新老客户群发圣诞节，元旦的祝福短信，宣传节日促销活动。

六、活动安排

1. 设置主题
2. 设立“庆圣诞迎新年”的专题文化墙

在餐厅大堂的一侧，专门制作“庆圣诞迎新年”专题文化墙，以这种特殊的方式来装扮酒店餐厅的节日气氛，整个文化墙挂满了雪花坠饰、圣诞老人像、金色花环、小星星等，员工在文化墙上写下自己对圣诞节的祝福和元旦新年的期望，顾客也可以将自己的寄语写在上面，活跃的文化气氛让大家在新年到来的时刻信心百倍。

七、元旦特色活动

1. 增设“派发红包”的活动，红包内可以赠送本店的代金券。
2. 设置抽奖环节
3. 特色美食：
4. 元旦节美食活动
5. 制定“新年套餐”，点套餐给予一定折扣优惠。
6. 每桌在元旦期间都可以获得餐厅特色点心一份
7. 增设新年特色菜名，彰显喜庆的氛围

八、文案撰写

元旦期间，西餐厅和咖啡馆可以融入一些中国传统元素，而中式茶餐厅及传统风格的饭店，可以利用中国古典文化传统诗词做一些宣传。

九、背景竟音乐

1. 喜洋洋
2. 步步高
3. 小桃红
4. 紫竹调
5. 花好月圆
6. 花儿与少年
7. 阿细跳月
8. 小霓裳
9. 春节序曲
10. 森林狂想曲

吃火锅活动宣传语篇四

时间□x月x日——x月x日(XX店)

活动内容：

- 1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

x月x日—x月x日黄金周期间，凡持当日游览xxx花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

凡抽出写有“五一”字样的客人将获得xxx花园门票一张；凡抽出写有“五一xx店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“xxx饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

x月x日—x月x日活动期间□xxx店每日限20只xxx饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者□x月x日—x月x日活动期间□xxx店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

x月x日—x月x日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览xxx花园。让宾客充分体会到“xx里的川菜，川菜中的经典”意境。

吃火锅活动宣传语篇五

1、主题：聚缘xx□星星相映，买一送一。

2、要点：开业活动除常规的喜庆仪式外，拟将火锅品牌的推广融入活动之中，给消费者营造一种“缘份天空”的体验；增

大其火锅店的亲和力。具体作法是：在开业七天内，每晚实行“买一送一”，以示“xx”的颗颗赤诚之心。其间，每晚举行抽奖活动，即每桌选一位代表抽奖，被抽的内容是由12张不同星座的样牌。凡抽奖者抽到的星座牌与自己的星座相符的(以身份证的年月日为依据)，视为获奖，当即奖励七瓶啤酒或瓶装饮料，以此代表“xx”的七颗心。

3、效果：此开业活动的设计，旨在做到“xx”老品牌与聚缘xx新品牌的转换，即承上启下，传承发展，让历史为未来服务。另一方面，诠释了品牌的内涵和外延，为今后的促销开辟了广阔的空间。

1、主题□xx高照，真情回报，百分之百。

2、要点：凡在聚缘xx就餐负责结帐的消费者，均获一枚特制的“五角星”，当其积累到七枚(xx)时，可凭“xx”到火锅店抽奖，抽奖的概率是百分之百，只是奖品有一定的区别，但价值大同小异。这项主题活动暂施行一年。如果效果不错，可作为一种制度把它模式化，并写进其加盟营运手册之中。

3、效果：该主题活动除进一步强化了聚缘xx品牌形象外，还在于让消费者时时牵挂着火锅店，使之形成一种情感互动，做到心中“你有我，我有你”，从而体现“缘份天空，星星相映，有光共沾”的一种境界，培育起消费者对火锅店的忠诚度。

1、主题：山水家园，星罗棋布，寿星高照

2、要点：在全市范围内开展寻“寿星”活动。此项活动可以与重庆晚报或重庆晨报合作，发动市民提供“寿星”线索。并最终选出七位年龄最长者(视为重庆的“xx”)□获得“寿星”称号。凡获得其称号者，推荐人将获得尊老荣誉证书和奖励；老人获“寿星”称号荣誉证书和滋补品。

3、效果：该活动可唤起市民的乡情、亲情和友情。通过市民对老人的关注，引发出关注生活环境、关注生活质量和关注生活关系，使之更加快快乐乐、健健康康的生活，让“聚缘xx”得到大家的心赏。

1、元旦节——“新年头，新兆头，新搞头”摘星活动，即用七类星物悬挂在店堂内，每类星物代表一种新年祝福，其间，凡摘星的消费者，今后凭星物就餐可享受7.9折的优惠。

2、春节——“聚缘xx家和齐心”闹春活动，即凡在春节期间在聚缘xx火锅店就餐的，每人可免费享受一瓶啤酒或瓶装饮料，此外，每桌可获书法家现场书写一幅春联。

3、情人节——“星星相映，品味人生”情侣活动。即凡在情人节这天在聚缘xx火锅店就餐的情侣，均可免费获得一枝鲜花和两瓶啤酒或瓶装饮料。

4、劳动节——“xx北斗，劳模生辉”慰问活动，即凡劳动节这天在聚缘xx就餐的市、区级劳模，均享受5.1折的优惠(凭劳模证书)。

5、教师节——“星星之火，光亮于师”感恩活动，即凡教师节这天在聚缘xx火锅店就餐的教师，凭教师证均可享受7.9折的优惠，并获一张特制的贺卡。

6、国庆节——“国家，大家，一家”欢庆活动，即凡在国庆节这天在聚缘xx火锅店就餐的，除获赠送的小吃外，可享受7.9折的优惠。

对于聚缘xx火锅而言，好的广告不但是沟通火锅店与消费者和加盟商之间的一座桥梁，更是聚缘xx品牌、品质、品味的一种具体提升和延伸。

广告是一种广而告知的行为。广告受体是聚缘xx火锅要争取的消费者和加盟商。鉴于聚缘xx火锅的市场定位是“大众化”，因此广告必须符合大众的“口味”，这是制定广告策略所需要认真把握的。

1、广告基调

聚缘xx火锅的生命力在于：“三本”——本质、本味、本色，以及“三情”——乡情、亲情、友情。其中，前者求本朔源；后者聚缘惜缘。然而，广告基调的确立在于它的统一性：有统一的表现，广告诉求力才强；有统一的表现，品牌才便于提升；有统一的表现，广告匹配才最佳。这样才会有可能降低广告投放的成本。

经研究，聚缘火锅的广告基调定格在其标志色彩的“红、黑、白”三色上，即“爱憎分明，热情豪放。”

2、广告诉求点

所谓广告，就是通过一定的媒介和方式，将聚缘xx火锅所提供的服务信息传递给预想中的目标客源，以此达到促销之目的。而对聚缘xx火锅零零碎碎的信息，必须要有一个主题或主线来整合与贯穿，这个主题或主线就是其寻求的广告诉求点。

一般说来，广告诉求点实质就是其服务显示的强项或特色，同时也是消费者最关切的东西。为了突出“xx”的品牌概念，拟用“xx整合七个方面的广告诉求，使“聚缘xx□xx高照”，成为别人偷不走的、可持续发展的战略资源。据此，独创、独特、独享的广告诉求点□xx高照！现分述如下：

汤料——本质、本味、本色，推崇“植根于本”之源泉。

菜品——养眼、清心、爽口，推崇“绿色食品”之艺术。

器具——品牌、品性、品位，推崇“相随星艳”之载体。

环境——聚缘、惜缘、育缘，推崇“缘份天空”之意境。

服务——热情、真情、亲情，推崇“惜缘为贵”之态度。

管理——一体、到位、各谐，推崇“人性活化”之原则。

加盟——交心、换心、一心，推崇“同映同辉”之合作。

3、广告发布

实践证明，广告发布的媒体主要有公共传播媒体、印刷媒体和户外媒体三大类。其中，属于公共传播媒体的报刊和广播电视覆盖面广，客源层多，效果最佳；印刷媒体不但担当现场促销的主角，而且可以定向自由派发，针对性和灵活性较强；户外媒体位置固定，比较适合火锅店旁或人流量较大和街旁。三者取长补短，是聚缘xx火锅广告发布的三驾马车。具体广告发布内容、形式和安排如下：

第一阶段推品牌形象

通过硬、软广告的发布，让公众了解“聚缘xx”从哪里来？在做什么？想到哪里去？借过去“xx”之力。承上启下，继往开来。

(1) 开业前的广告发布

通过软广告发布，拟在重庆晚报或重庆晨报上介绍“聚缘xx”的由来，传递其品牌的宗旨理念“聚缘惜缘，重情讲议”和“服务理念，人和归缘，惜缘为贵”，增强大众的关注力。此外，可在渝中区政府大楼街道入口处竖立一牌户外广告牌，吸引当地的消费者。

(2) 开业时的广告发布

一是以实景拍摄的聚缘xx火锅卖场为广告稿的背景，分别在重庆晚报和重庆商报上做广告，并把开业“聚缘xx星星相映，买一送一”活动作为内容之一；二是广告内容大体与上述相同，采用印刷宣传品的方式派发给火锅店周边社区住户、单位和个人，其宣传品上可印刷一些有关星座方面的小知识，增加趣味性和保存性。

(3) 开业后的广告发布

待经营进入正常状态的情况下，举行一次小型研讨会，其旨在为新闻记者提供由头。研讨会的主题是“xx高照”的现象透视着什么？届时，邀请重庆晚报、重庆晨报、重庆商报、重庆经济报、重庆有线电视台的记者参加，其会议信息用新闻报道的方式传递给大众。

第二阶段推概念

此阶段拟在重庆晚报或重庆商报餐饮专刊上全方位、系统化、分步骤地介绍聚缘xx火锅的广告诉求点“xx高照”。前后历时七周，每周介绍“一星”，让大众感到聚缘xx火锅韵味无穷，逐步对汤料、菜品、器具、环境、服务、管理、加盟有了一个全面的了解，从而使之达到“缘于你我他，齐心呵护她”的目的，提高消费者的忠诚度。