

最新大型活动策划内容(精选7篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

大型活动策划内容篇一

经过国庆节的促销活动及广告宣传来聚集人气，为旺季经营奠定基础。

迎国庆庆中秋，... 火锅100店同庆“四喜临门”。

x月x日-x月x日。

1、由于很多加盟店在夏季天气比较炎热，顾客在夏季到火锅店用餐的机会不多，对“...”品牌有所淡忘，所以人气显得不旺，针对这种现象，公司提议加盟店采取直接打折的形式以吸引顾客的注意，吸引更多的顾客到店来消费，具体活动资料如下：

x月x日-x月x日菜品6.8折；

x月x日-x月x日菜品7.8折；

x月x日-x月x日菜品8.8折。

2、对于部分受天气影响不大的加盟店，人气一向比较好，公司提议加盟店采取返券的方式以留住老顾客，与老顾客之间维持良好的关系，提高回头率，具体活动资料如下：

在x月x日-x月x日对顾客进行返券，凡菜品消费满100元送30元代金券，满200元送60元代金券，以此类推。赠送的消费券在x月x日开始即可使用，有效期为1个月。当然，具体返券的金额与消费金额加盟店可根据实际情景调整。

3、因为国庆节是一个较为休闲的长假，加盟店在做以上活动时，还能够辅助性的做一些活动，如送些小礼品，也能够与当地的动物园、公园、电影院等联系，以相对较低的价格购回，在客人消费金额到达必须标准后赠送门票，让客人感觉到店内消费还可获得更多实惠。

1、采取打折形式的加盟店，必须要注意培训员工提高服务速度，解释工作要到位，异常是打折的项目必须要清晰，一般情景下锅底、味碟、纸筷、酒水、包房费等不打折。

2、采取返券的加盟店，则不需要对外宣传，只是由店经理或大堂经理对每桌顾客悄悄进行回报式的赠送，让顾客感觉到仅有自我是尊重，是得到酒楼重视的客人，也提高他们对酒楼的信任与好感。

3、返券之后，加盟店必须做好登记，由谁发放，金额多少，编号多少，顾客姓名、电话等信息必须留下。并由经办人签字确认。

4、店内必须组织员工进行培训，让员工了解详细的活动资料，并能向顾客解释。

5、消费券必须认真设计制作，不能出现漏洞，必须要在消费券上写明使用须知，如盖章生效、使用期限、不兑换现金、不外卖等。

1、采取打折的加盟店能够制作单由员工发放或采取夹报的形式发放，店外可制作水牌、横幅等宣传，店内员工也可进行口头宣传。如果条件允许的加盟店，还能够在城市里寻找位

置较佳的大型户外广告牌对品牌、活动资料进行为期一月或短期宣传。

2、采取返券的加盟店则不需要进行大面积的宣传，可悬挂横幅，如“迎国庆、庆中秋，... 火锅百店同庆”、... 荣获“xx影响力品牌”称号等。

大型活动策划内容篇二

一：预热活动：

1. 你拍拍，我拍拍

要求所有学员围成一个圆圈，再向同一方向侧身。以8拍节奏拍打前方学员从肩膀，到背部，最后到腰部。之后，所有学员向后转，再以相同的节拍拍打上次拍打你的学员。

活动目的：如果有人在活动中故意捉弄你，你可以在下次拍打中“还”给他。此活动可告诉学员在交往中，你付出什么，就将收获什么。

2. 面对面的介绍

活动规则：将所有人排成两个同心圆，随着歌声同心圆转动，歌声一停，面对面的两人要相互自我介绍。

注意事项：

(1) 排成相对的两个同心圆，边唱边转，内外圈的旋转方向相反。

(2) 歌声告一段落时停止转动，面对面的人彼此握手寒暄并相互自我介绍。歌声再起时，活动继续进行。

二： 竞技活动：以抽签形式将成员分为两组，以组为单位参加游戏。

活动目的：成员之间相互认识，相互熟悉，拉近彼此距离。

三： 主要活动：

1. 托球接力赛

游戏方法：一组两人各手持一乒乓球拍，将乒乓球夹在拍中，不得用手固定，每组人每次只能托一个球，从起点到终点，球不掉在地上放入指定位置算有效球，另外组人在从筐中捡起球进行接力。如果球在托送途中掉到地上，选手必须回到起点重来，所用的时间最少的算胜利。

活动目的：增进成员团队意识，加强团队凝聚力。

四： 娱乐阶段：全体成员围成圈坐下

1. 大风吹

游戏方法：开场任意座，主持人立于。

主持人开始说：「大风吹！」大家问：「吹什么？」主持人说：「吹. 穿鞋子的人。」则凡是穿鞋子者，均要移动，另寻位置，主持人抢到一位置，使得一人没有位置，没抢到位置的同学须表演一小节目，然后成为新主持人，再吹。

游戏备注：可「吹」之资料：有耳朵的人、带表的人、四个眼睛的人、没有指甲的人、穿x颜色衣服的人、带戒指的人、穿黑鞋的人、穿牛仔裤的人....

2. 青蛙数腿

游戏方法：第一个人：一只青蛙。第二个人：一张嘴。第三个人：两只眼睛。第四个人：四条腿。如果没出错则第五个人□n只青蛙· · ~~~出错的人要出来接受惩罚，惩罚内容可以是表演也可以自由发挥。

财政预算：

注意事项：活动中注意注意安全

补充：请摄像照相人员到时摄影留念

大型活动策划内容篇三

活动的主题是对活动内容的高度概括，它对整个活动起着重要指导作用。活动策划主题设计是否精彩、恰当，对公众活动成效影响很大。活动是展示企业品牌形象的平台，要确定活动的主题，并以卖点作为活动策划的依据和主线。很多活动花了不少钱，却没有给目标客户留下很深的印象，最后策划者本人都不知是什么活动了。只有提炼一个鲜明的卖点，创造活动的“眼”并传播，才能把有关资源整合起来，从而完成活动目标。这里的卖点是活动流程设计中最精彩、最具传神的地方，是活动事隔多年，情节大多被人淡忘，但仍能让人记起的一个情节。

03

大型活动策划内容篇四

“慈母手中线，游子身上衣。临行密密缝，意恐迟迟归。谁言寸草心，报得三春晖。”父母给了我们健康的身体，把我们带到了这个世界，享受到生命的美好；父母含辛茹苦的把我们养大，随着年龄的增长，我们却很少将我们的感恩之情说出口来，我们和父母之间的交流往往越来越少。或许，我们不曾有过浪子的经历，但年少轻狂的日子里，我们有过太

多抱怨:父母太古板,太落伍,无法与之沟通等等。当我们历经了坎坷,终于肯反躬自省,才发现父母都拥有生活的智慧,是亲情为我们支撑起一方天空,亲情托起我们翱翔的翅膀。那么在这春末夏初的季节,我们该为父母做些什么?为此,在这个感恩的季节,经济系以“感恩父母,亲情回赠”为主题开展了本月的团日活动。

为了让我们的同学更多的更好的关心父母,也为了能让我们的同学对父母怀有更多的感恩之情,并借此次活动机会向父母表达我们对父母的爱,希望在以后的时间里我们的同学能多和父母沟通和交流,缩小两代人间的代沟。

(一) 活动主题: “感恩父母, 亲情回赠”

(二) 活动对象: 经济系全体学生

(三) 主办单位: 经济系分团委

(四) 活动时间: 整个五月份

(五) 活动地点: 由各个班级协商决定

(六) 活动流程

(1) 经济系分团委组织部及时召开各班团支书会议, 和各班团支书一起深入学习和了解此次团日活动的主题和教育内容, 经过此次会议, 使各班团支书明确此次活动的目的及意义, 同时, 告知各班团支书此次系列活动的流程安排。

(2) 会议之后, 各班团支书开始着手此次团日活动的准备工作, 及时写好策划书, 准备活动的相关资料, 经过与同学们讨论确定活动的形式, 紧扣“感恩父母, 亲情回赠”的主题, 根据实际情况开展各种形式的活动。

(3) 根据以确定的活动形式，团支书安排好具体的活动时间及活动场地，并准备好活动所需的道具和其他的物品，本着绿色环保和勤俭节约的原则，以最少的成本取得最大的效果。

(4) 各班团支书按照拟定好的计划开展形式多样的团日活动，引导广大学生会关心、理解父母，孝敬父母，感恩父母，弘扬民族的传统美德，学会如何爱自己的父母，进而实现爱的传递，把爱父母、爱家庭的感情扩大到爱他人、爱社会、爱祖国的崇高境界，最终达到道德的升华。调动同学们的积极性，让同学们参与到活动中，调动现场气氛，让同学们在这次活动中都有所得。

(5) 活动结束后之余，各班团支书要认真总结活动的成果，并再次点明“感恩父母，亲情回赠”的主题，带领各班团支部成员更好的接受主题思想的教育，使同学们不仅在思想的认识上上升一个高度，在回顾中自身得到教育，思想也得到进步，并在这过程中学会感恩，并以此实际行动来响应校团委的号召。同时，各班团支部也要在此次的活动中增强凝聚力，使之成为一个更加强有力的集体。

(6) 活动结束后之后，经济系分团委组织部要及时总结这次团日活动的开展情况，检验活动的教育成果最后，分析此次活动好的地方和不足之处，通过同学们对活动开展的反馈，积累经验，力求在下次团日活动中扬长避短，做得更好！

大型活动策划内容篇五

7月27日全天报到全天分发房间及会议议程杨x君临大酒店大厅

18: 30—20: 00欢迎晚宴杨x二楼餐厅

7月28日上午半年营销工作会07: 30—08: 30早餐杨x二楼餐厅

09: 00—09: 05主持人串词，齐唱《xx之歌》 主持人三楼庐山厅

09: 05—10: 35董事长致辞董事长三楼庐山厅

10: 35—10: 45休息三楼庐山厅

11: 30—12: 00一车一票财务知识培训赵xx三楼庐山厅

12: 00—14: 00午餐及午休(自助餐)杨x三楼庐山厅

15: 20—16: 00宣贯20xx年下半年等离子推广策划方案温xx三楼庐山厅

16: 00—16: 15休息三楼庐山厅

16: 15—16: 20宣布现场订购等离子摩托车的规则余x三楼庐山厅

16: 20—16: 35代理商现场订购等离子摩托车代理商三楼庐山厅

16: 35—16: 40公布订购优胜的代理商主持人三楼庐山厅

16: 40—16: 45给订购优胜代理商颁奖董事长三楼庐山厅

16: 45—17: 00董事长与订购优胜者前5名代理商签协议董事长三楼庐山厅

17: 00—18: 00董事长总结发言董事长三楼庐山厅

7月29日代理商面谈及签协议全天董事长公司

7月30日退房、返程全天

大型活动策划内容篇六

北京交通大学外语协会

交大明湖

1、开幕式

伴随着激昂的音乐声——“we are ready”主持人来到明湖的亭子里宣读开幕词，宣布五四系列活动现在开始。

2、具体的活动内容

a.填词活动：活动当天，协会将在明湖周围将设立一些展台，在这些展台上会有协会精心挑选出的有趣的题目来供同学们解答，成功解答这些题目将会从现场领取精美的小礼品哟！

b.猜词活动：每组选手由两人组成。两名选手将互相配合完成答题，其中一名选手负责描述，而另一名选手负责猜词。猜词过程中会有协会人员负责转换词汇板，词汇主要是一些奥运词汇。这个活动最大的特色便是负责描述的选手只允许用英语来表达。在一定时间内答词成功次数最多的前三个小组将会得到丰厚的礼品呀！

c.奥运福娃与希腊众神的对话：这是外语协会精心设计的一个小型话剧。外语协会的工作人员将分别装扮成奥运福娃和希腊众神，为大家奉献一场风趣幽默且具有划时代意义的精彩的表演呀！这象征了我们对北京奥运的美好的祝愿。另外，大家还可以和现场可爱的福娃和希腊神拍照啊！

d.校园趣味越野：活动当天，我们将会明湖周围设立好多点，分别设立若干类型的活动，包括语言类、动作类、互动类和益智类等等。一个小组由若干名同学构成，每答完一个题目，选手将会向下一个点跑去，完成接力。比赛过程中，

为了激励大家，在某些点处将会有美味的食品和冷饮等待着大家呀！比赛的起点设在明湖亭子里，围湖环绕一周完成答题并回到起点，才是成功地完成游戏。在最短时间内完成游戏的前三队选手将会获得我们准备的神秘大奖呀！

e.手拉手，为奥运祝福：一天的活动进入了尾声，也进入了高潮！我们将会组织大家一起来参加一个十分有益义的活动。大家手拉手，围绕明湖一圈。明湖的亭子里将会有我们协会组成的领唱团，随着音乐响起，我们唱起经典的“hand in hand”同时大家伴随节奏晃动着手臂，构成一幅完美而动人的画面。歌曲结束，我们高举手臂，高呼：“奥运加油！中国加油！”表达了新青年对北京奥运会强烈的感情。

3、闭幕式

一天的活动结束了，但大家对奥运的热情再次燃起。最后，由主持人宣布，五四系列活动圆满结束。

大型活动策划内容篇七

儿童是祖国的未来和希望，做好困境儿童的养育保障工作，对于民族的发展社会的和谐都具有重要的意义。党的xx届三中全会明确指出：健全困境儿童分类保障制度，为困境儿童工作发展指明了方向。

今年以来，我省从“一切为了孩子，为了孩子的一切”的原则出发，逐步加大对孤儿的保障力度，加快孤儿保障体系建设步伐，拓展孤儿福利的保障范围，并通过“明天计划、蓝天计划”等项目的实施，改善了孤儿的生活环境，最大限度的保障了孤儿的权益。特别是省民政厅在石家庄市建立全国首个“婴儿安全岛”，开创了弃婴救助新模式，被民政部在全国推广；我省积极适应社会发展，将父母离异、重残及服刑人员无人监管的子女纳入孤儿保障范围，并将孤儿基本生活

保障标准提升至散居孤儿每人每月700元，机构养育孤儿每人每月1150元，切实改善了孤儿基本生活，开创了我省儿童福利工作的新局面。

据统计，我省有孤儿、弃婴、父母服刑或重残、艾滋病感染儿童15694人，其中机构集中养育儿童2134人，社会分散养育13560人，建立健全困境儿童保障制度维护他们的生存权、发展权、受保护权和参与权，确保健康成长，已成为当务之急。

2019年1月，河北省民政厅长古怀璞在十一届二次人大会上提出，健全我省困境儿童分类保障制度，加快困境儿童福利保障体系建设，就加强舆论宣传，进一步弘扬中华民族恤孤慈幼的传统美德，推动社会各界关爱关心困境儿童工作提出了具体明确的意见。

媒体导向与社会责任：

当今社会，媒体对国际政治、经济、社会、文化等各领域的辐射不断加强，对人们思想、工作、生活等方面的影响日益深入。因此，对媒体来说，树立高度的社会责任感非常重要。

“真实性”“扬善揭陋”是媒体社会责任的最直接表现。同时，借助媒体的宣传效益，让更多的人关注弱势群体并参与到公益事业当中来，肩负起媒体的社会责任，发挥好媒体的“道德导向”、“社会推动”功能。

公益组织与品牌建设：

公益慈善组织在蓬勃发展过程中，面临着公信力差、透明度低、社会认可度低、公众参与积极性不高等问题，使一些公益组织很难在当今市场经济的大环境下健康有序的发展，成为当今公益组织面临的共同问题。对于公益组织而言，建立品牌也就是建立信赖关系的过程，只有树立了社会认可、大家信赖的品牌，才能提高组织的知名度和公信力，才能赢得

捐赠者和受助者的信赖，才能不断扩大慈善资源，吸引社会各界和广大民众自觉自愿地参与到品牌慈善项目中。所以我们必须重视公益组织的品牌化发展、引入品牌营销概念，促进公益组织健康蓬勃的发展。

企业社会责任与品牌价值：

品牌建设是一个庞大的系统工程，它包括技术、文化两大含量，需要人才、创新、质量、社会责任作为支撑。近年来，虽然企业对社会责任普遍关注，因社会责任的无偿性、公益性等特点，社会责任成为提升企业品牌内涵和价值的重要因素。

人人公益的自我实现：

中国公益事业的发展目标是人人公益，通过日常公益达到个人的自我实现。无论是环保低碳的生活方式，还是针对弱势群体的爱心捐助，还是一个小小的善举，都是个人的公益行为。“马斯洛需求层次”的最高层是自我实现，在力所能及的范围内，利用个人及周围的资源行公益，在为公众做贡献的同时，自我价值和社会价值得以实现。

“关爱困境儿童 我们在行动”——大型公益宣传峰会

“关爱困境儿童，我们在行动”是由中国经济网河北频道、河北慈善联合基金会共同发起，在河北省政府、河北省民政厅、河北电视台、河北青年报、河北电台的大力支持下，由公益组织、媒体、企业机构、普通公众等共同参与的一场大型公益系列活动。“关爱困境儿童，我们在行动”，旨在通过一系列活动策划实施，呼吁全民关爱困境儿童。整个方案分为以下系列活动：

“关爱困境儿童——媒体在行动”

“关爱困境儿童——ngo(公益组织)在行动”

“关爱困境儿童——企业在行动”

“关爱困境儿童——名人在行动”

“关爱困境儿童——我们在行动”

主办单位：中国经济网河北频道、河北慈善联合基金会

支持单位：河北省民政厅、河北电视台、河北青年报、河北电台

特约嘉宾：白岚 方琼 诚诚 大纲 任艳丽 王颖 江泉 俞迈

形象大使：白卉子 邓鸣贺 邓鸣璐

让公益组织及公益事业健康及良性发展

让品牌企业承担更多的社会责任，促进公益事业发展

让媒体成为公益事业发展的推动力

让公益成为人们的生活习惯和行为方式

让越来越多的普通公众参与到公益事业当中来

1、“关爱困境儿童——媒体在行动”

(1)媒体在行动

困境儿童纪录片拍摄及宣传

选取真实素材，通过对具有代表性的困境儿童的现实生活进行拍摄、剪辑、制作还原困境儿童的真实生活，引起社会关

注。

vcr拍摄及宣传

采访社会各阶层，包括政府、公益组织、学院、企业单位、媒体从业人员以及普通公众等，形成vcr向世界呼唤爱。

困境儿童系列微电影拍摄及投放

以困境儿童为题材，多角度、分阶段拍摄系列微电影，折射困境儿童难以言喻的生活体验、心灵感受及成长经历等。

(2) 网络新媒体在行动

策划专题，针对与困境儿童相关人、事进行深入报道，传递正能量，呼吁全社会关爱困境儿童，帮助困境儿童。

(3) 电视、报刊媒体在行动

策划专栏专版，针对网络新媒体的相关报道进行互动，传递正能量，呼吁全社会关爱困境儿童，帮助困境儿童。

(4) 微博在行动

与新浪、腾讯微博“微公益”合作，让更多的人参加关爱困境儿童行动。

2、“关爱困境儿童—企业在行动”

通过采访普通公众及走访企业的方式，呼吁其将“注重社会责任，关爱困境儿童”变成日常生活习惯及行为方式，并签名成为“关爱困境儿童—我们在行动”的一员，并在日后以切实行动来履行社会责任，通过义捐、义卖、义工等形式切实关爱、帮助困境儿童，通过活动，打造河北“关爱困境儿

童，万家企业公益行”。

3、“关爱困境儿童一名人在行动”

邀约省内外公众人物或具备公益形象的人物，展开拍卖及募捐的活动，在筹得公益基金的同时，依托公众人物的影响力、公信度，以语音、视频等形式，呼吁更多的公众加入“关爱困境儿童—我们在行动”的系列活动中。

4、“关爱困境儿童—ngo在行动”

开展系列慈善活动，对于拍卖、募捐等筹得的基金，基金会将全部用于资助和关爱困境儿童，通过为困境儿童解决温饱、优化教育医疗、心灵疏导、赞助一家团聚的车票/机票等方式，真正将“关爱困境儿童”落到实处，并通过媒体公开财政收入和支出，做到“入账有记载，捐助可追溯”，同时，借助“公益与品牌”的平台，宣传ngo机构的慈善行为，引导更多的组织及个人参与到公益事业中来。

5、“公益与品牌”峰会—我们在行动”

策划“公益与品牌”峰会，特邀政府部门、媒体资深人士、品牌营销大师、品牌策划专家及企业。活动以“主题报告、分论坛、现场互动”的方式进行，呼吁具备营销“正能量”思维的企业家，正如把好的产品、好的品牌传播给目标市场一样，以身作则，把“行公益”这种好的事业、好的理念融入自己的品牌，传播给受众，在获得目标市场的同时，把企业的社会良心、使命感与品牌的知名度、美誉度融合在一起，为社会创造利益、为员工创造福利、为客户创造价值、最终为企业创造利润，把帮助困境儿童跟企业品牌营销进行有机结合，打造多方共赢的局面。