

2023年清明节商场促销活动方案策划(通用8篇)

活动策划中的创新和创意是促使活动成功的关键因素之一。对于初次接触项目策划的人来说，以下是一些基本概念和步骤的介绍，供参考学习。

清明节商场促销活动方案策划篇一

一、营销环境分析

1、人口环境：

四月份，各工业区的人口基本上稳定，人们的'生活也恢复了往日平常的秩序。清明节

里有三天假期，消费人口会比平时多些。

2、自然环境：

雨水天气较多，对零售有些不利影响。

3、清明节的文化习俗：

清明节的传统习俗有：禁火，寒食，扫墓，踏青，荡秋千，蹴鞠，打马球，插柳等。其中大部分的习俗已经没人遵从，只有扫墓一个风俗还在流行。本地人会上山扫墓，外来工只有出去踏青了。

二、市场需求特点

1、季节性的需求特征：

(1)、外来工人生活基本稳定，对早餐食品、清洁用品、家杂的需求逐渐高涨。

(2)、春装、雨伞正是销售旺季。

2、节日消费特征：

祭祀用品、外出旅游用品有一定销量。族人团聚会带来烟酒、蔬果的消费上涨。

3、洪梅店属于商住混合区，有稳定的居民，也有不少的流动人口，节日消费和冲动性消费会较强劲。其它分店主要以工业区人口为主，节日商品的消费偏低。

4、目标对象：核心商圈内的本地人（家庭），外来工（单身）。

5、促销策略：

(1) 用dm广告□pop拉动顾客。

(2) 文艺晚会，带动人气。

(3) 竞赛有奖。

6、促销目标：

(1) 提升销售额，较节前上升25%（按活动期3天统计）。

(2) 树立“华生”品牌形象。

(3) 带旺商场人气。

三、促销方案：

时间：4月4日——6日（共3天）

地点：共联店、洪梅店、大岭山店、丰泰店、树田店。共5店。

主题：清明时节，祭祖踏青

商品、价格、陈列策略：

（1）、主题商品：散装糕点，祭祀用品，烟酒，果篮。果篮的包装与春节礼篮的包装一样，每个果篮取一个吉祥的名字：红红火火，大吉大利，吉祥如意，吉星高照等，价格以18元、28元、38元、48元、58元、68元为宜，请水果专柜准备好商品并做好陈列。祭祀用品最好堆头陈列，并做好气氛布置，或者与外面的专卖商联系，我们作中介，只拿取中介费，商品在专卖商处去拿。凉菜——设清明节禁火寒食习俗服务专区，要有气氛布置，要求专柜做好商品陈列与特价。

（2）季节商品：早餐食品、清洁用品、家杂等多做特价，让利顾客，刺激需求。

（3）活动内容：

活动一：“清明思祖、华生有礼免费送”文艺晚会

（1）时间：4月4日晚7：00——9：00

（2）地点：华生户外广场

（3）演出：华生艺术团

活动二：拍球争王有大奖

（1）时间：4月4日至6日上午10点至下午5点。

（2）地点：华生户外广场（如遇雨天则转到店内空旷处）。

(3) 活动细则:

a□在4月4日至6日三天内，凡在我店购物一次性金额满18元以上者，凭当日

有效电脑小票到竞赛处填写登记表后参加活动，10分钟内，用手拍打篮球，数量多者胜出。在拍球开始后，要球不离手，不能中断，如果中断，即结束比赛，以当次拍球数量计算。每天共产生一等奖5名（前5名）、二等奖10名（前6至15名）、三等奖20名（前16至35名），鼓励奖500名（第36名起）。获胜者均在当日下午5：30公布（鼓励奖不公布），凭参赛之电脑小票领取奖品。一、二、三等奖如有并列名次，人数超过规定之奖励名额，须再进行竞赛，直到决出胜负为止（如果并列名次之人数没有超过规定名额，则不必再进行比赛）。单独收银之专柜不参与此活动。

b□奖品设置:

一等奖：金盘香花生调和油（1.8升）1瓶，价值30元，每天5瓶，共15瓶。

二等奖：索芙特洗发露□200ml□1瓶，价值20元，每天10瓶，共30瓶。

三等奖：华生毛巾（2条装），价值10元，每天20套，共60套。

鼓励奖：凡是参赛后未获得一、二、三等奖者，均可领取手帕纸1包。每天500包，共1500包。

获胜者必须在4月6日下午7：30前把奖品领走，逾期不领者，视为自动弃权。

如果奖品有改动，以现场实物为准。

本次活动之最终解释权归华生购物广场所有。

四、广告宣传

a□dm广告：

开本及页数：大度16开8个p□

材料及工艺：105双铜，骑马订。

印数：每店5000本，共25000本。

单品数：140个。具体见“0805dm商品分配表”。

商品特价期：4月2日——16日，共15天。

服务：送货到分店。4月1日上午12：00前要到货。

派发：一是竞争店周边；二是本店周边居民区、商业区；三是收银台派发；四是工厂门前。选择工人下班时间或人流较多时派发。

单价及费用：0.5元/本，每店2500元，共12500元。

b□巨幅：

红色牛津布丝印。

尺寸：洪梅店□8*8□m□□共64平方米。

丰泰店：10.85*5.1（米），共55.3平方米。

共联店：4.9*5.6（米），共27.4平方米

树田店：4*5（米），共20平方米

大岭山：8*10（米），共80平方米

数量：各1幅。共2幅。

服务：送货，安装。

单价及费用：单价13元/方。

洪梅：832元

丰泰：719元。

共联：356元

树田：260元

大岭山：1040元

合计：3207元

c□展板：

室内背胶写真，过哑膜。

尺寸：洪梅：0.9*1.6（米），共1.44平方米。

丰泰：2.4*1.2(米)，共2.88平方米。

共联：1.37*0.98（米），共1.34平方米

树田：0.7*1.2（米），共0.84平方米

大岭山：0.7*1（米），共0.7平方米

数量：各1幅。

服务：送货到分店，包安装。

单价及费用：单价23元/方，

洪梅：33元

丰泰：66元

共联：30元

树田：19元

大岭山：16元

合计：164

d□手绘pop□

美工务必在4月1日晚上把所有pop完成，4月2日早上请营运部更换新的pop□

e□店内广播。

广播稿由美工撰写（活动内容，获奖情况）。

服务中心播音，全天滚动播出。

清明节商场促销活动方案策划篇二

1、减价一条街

穿品业种组织商品出清，减价一条街，集中售卖。配合可以

体现民风民俗的一条街装饰装潢，营造售卖气氛，吸引客流。例如秋千、牌坊等。

2、超市推出“寒食节”，冷食商品集中展销，因为清明节又称“寒食节”，民俗上在这一天不生火做饭，只食用提前做好的糕点等冷食物。加上“寒食节”由来的景点陈列，更融入了民俗的文化氛围。

3、打出“清明踏青”的概念，运动休闲组织户外装备展卖，名品组织防晒、护肤等化妆展卖。

二、主题抽奖活动

活动期间，当日单票购物满300元可参加电脑拍奖1次，满1000元可参加2次，满5000元可参加3次，单票最多参加3次，100%中奖。奖品待定。

三、文化活动

1、春暖四月天购物扬纸鸢

形式一：采购一批样式新颖的风筝，顾客购物300元以上，即可加2元换购风筝1只，每人仅限换购1只，日限500只，换购完为止。（此活动对年轻人及儿童会有很大的吸引力）

形式二：事前征集手工风筝作品，在活动期间进行陈列展览，由顾客投票，在活动结束时，根据票数评出奖项，奖励风筝作者。此活动还可以为后续放活动举办风筝比赛提供铺垫。

2、感受自然从“心”呼吸——清明节徒步环湖赛。

从***出发——环***湖徒步。中途设立接待点，提供饮用水及盖章。根据用时排出名次。（此活动主要是倡导环保、接近自然，体现公益性。也可鼓励员工参加，提升士气。）

商场清明节促销活动方案篇三

一、市场分析

今年清明节为法定假日，假期自4月4日——6日。该节日一般民俗为：祭祀扫墓、吃面饼卷鸡蛋、荡秋千、植树、踏青春游。

因为本季节气温仍较低，时间仅有3天，据此分析市场将有以下主要特点：

值服装换季，百姓将利用此假期选购春季服装类商品；

父母陪孩子无目的地到有休闲、娱乐项目的场所闲逛或开展一些户外体育运动；

学校、机关等单位会组织进行瞻仰烈士先烈等革命教育活动；

家庭会有清洁卫生、整理棉衣物安排；内容来自

女性开始关注防晒类护肤品……

二、宣传促销重点

结合上述分析，本节日应重点抓住以下几点：

活动时间宜从4月3日开始，因为返乡祭祀、旅游者将会提前购买商品，4日出发；

卖场装饰应以柳条、风筝、小花为主，体现初春的视觉刺激。

清明节商场促销活动方案策划篇三

1、人口环境：

四月份，各工业区的人口基本上稳定，人们的生活也恢复了往日平常的秩序。清明节

里有三天假期，消费人口会比平时多些。

2、自然环境：

雨水天气较多，对零售有些不利影响。

3、清明节的文化习俗：

清明节的传统习俗有：禁火，寒食，扫墓，踏青，荡秋千，蹴鞠，打马球，插柳等。其中大部分的习俗已经没人遵从，只有扫墓一个风俗还在流行。本地人会上山扫墓，外来工只有出去踏青了。

1、季节性的需求特征：

(1)、外来工人生活基本稳定，对早餐食品、清洁用品、家杂的需求逐渐高涨。

(2)、春装、雨伞正是销售旺季。

2、节日消费特征：

祭祀用品、外出旅游用品有一定销量。族人团聚会带来烟酒、蔬果的消费上涨。

3、洪梅店属于商住混合区，有稳定的居民，也有不少的流动人口，节日消费和冲动性消费会较强劲。其它分店主要以工业区人口为主，节日商品的消费偏低。

4、目标对象：核心商圈内的本地人（家庭），外来工（单身）。

5、促销策略：

- (1) 用dm广告□pop拉动顾客。
- (2) 文艺晚会，带动人气。
- (3) 竞赛有奖。

6、促销目标：

- (1) 提升销售额，较节前上升25%（按活动期3天统计）。
- (2) 树立“华生”品牌形象。
- (3) 带旺商场人气。

时间：4月4日——6日（共3天）

地点：共联店、洪梅店、大岭山店、丰泰店、树田店。共5店。

主题：清明时节，祭祖踏青

商品、价格、陈列策略：

(1)、主题商品：散装糕点，祭祀用品，烟酒，果篮。果篮的包装与春节礼篮的包装一样，每个果篮取一个吉祥的名字：红红火火，大吉大利，吉祥如意，吉星高照等，价格以18元、28元、38元、48元、58元、68元为宜，请水果专柜准备好商品并做好陈列。祭祀用品最好堆头陈列，并做好气氛布置，或者与外面的专卖商联系，我们作中介，只拿取中介费，商品在专卖商处去拿。凉菜——设清明节禁火寒食习俗服务专区，要有气氛布置，要求专柜做好商品陈列与特价。

(2) 季节商品：早餐食品、清洁用品、家杂等多做特价，让利顾客，刺激需求。

(3) 活动内容:

活动一：“清明思祖、华生有礼免费送”文艺晚会

(1) 时间：4月4日晚7：00——9：00

(2) 地点：华生户外广场

(3) 演出：华生艺术团

活动二：拍球争王有大奖

(1) 时间：4月4日至6日上午10点至下午5点。

(2) 地点：华生户外广场（如遇雨天则转到店内空旷处）。

(3) 活动细则：

a□在4月4日至6日三天内，凡在我店购物一次性金额满18元以上者，凭当日

有效电脑小票到竞赛处填写登记表后参加活动，10分钟内，用手拍打篮球，数量多者胜出。在拍球开始后，要球不离手，不能中断，如果中断，即结束比赛，以当次拍球数量计算。每天共产生一等奖5名（前5名）、二等奖10名（前6至15名）、三等奖20名（前16至35名），鼓励奖500名（第36名起）。获胜者均在当日下午5：30公布（鼓励奖不公布），凭参赛之电脑小票领取奖品。一、二、三等奖如有并列名次，人数超过规定之奖励名额，须再进行竞赛，直到决出胜负为止（如果并列名次之人数没有超过规定名额，则不必再进行比赛）。单独收银之专柜不参与此活动。

b□奖品设置：

一等奖：金盘香花生调和油（1.8升）1瓶，价值30元，每天5瓶，共15瓶。

二等奖：索芙特洗发露□200ml□1瓶，价值20元，每天10瓶，共30瓶。

三等奖：华生毛巾（2条装），价值10元，每天20套，共60套。

鼓励奖：凡是参赛后未获得一、二、三等奖者，均可领取手帕纸1包。每天500包，共1500包。

获胜者必须在4月6日下午7：30前把奖品领走，逾期不领者，视为自动弃权。

如果奖品有改动，以现场实物为准。

本次活动之最终解释权归华生购物广场所有。

a□dm广告：

开本及页数：大度16开8个p□

材料及工艺：105双铜，骑马订。

印数：每店5000本，共25000本。

单品数：140个。具体见“0805dm商品分配表”。

商品特价期：4月2日——16日，共15天。

服务：送货到分店。4月1日上午12：00前要到货。

派发：一是竞争店周边；二是本店周边居民区、商业区；三是收银台派发；四是工厂门前。选择工人下班时间或人流较

多时派发。

单价及费用：0.5元/本，每店2500元，共12500元。

b□巨幅：

红色牛津布丝印。

尺寸：洪梅店□8x8□m□□共64平方米。

丰泰店□10.85x5.1□米），共55.3平方米。

共联店□4.9x5.6□米），共27.4平方米

树田店□4x5□米），共20平方米

大岭山□8x10□米），共80平方米

数量：各1幅。共2幅。

服务：送货，安装。

单价及费用：单价13元/方。

洪梅：832元

丰泰：719元。

共联：356元

树田：260元

大岭山：1040元

合计：3207元

C□展板：

室内背胶写真，过哑膜。

尺寸：洪梅□(0.9x1.6米)，共1.44平方米。

丰泰□(2.4x1.2米)，共2.88平方米。

共联□(1.37x0.98米)，共1.34平方米

树田□(0.7x1.2米)，共0.84平方米

大岭山□(0.7x1米)，共0.7平方米

数量：各1幅。

服务：送货到分店，包安装。

单价及费用：单价23元/方，

洪梅：33元

丰泰：66元

共联：30元

树田：19元

大岭山：16元

合计：164

d□手绘pop□

美工务必在4月1日晚上把所有pop完成，4月2日早上请营运部更换新的pop□

e□店内广播。

广播稿由美工撰写（活动内容，获奖情况）。

服务中心播音，全天滚动播出。

清明节商场促销活动方案策划篇四

一、活动期间□vip会员凭卡即可至一层总台领取100元“特别礼金券”，普通顾客持4月3日中央百货报纸广告或以往购物小票即可到一层总台领取40元“特别礼金券”。

2、顾客购物时，可在现价基础上，购物每满200元抵用20元特别礼金券。

3、活动期间，购物即可办理vip银卡，并赠送200分原始积分。

4、活动期间□vip会员购物双倍积分。

5、活动期间，购物每满100元即可参加“南京三日游”抽奖一次，多买多抽。

6、活动期间，购物现金部分每满100元，即可参加幸运大转盘转奖一次，100%中奖，奖品如下：

一等奖阿迪达斯化妆礼盒

二等奖雪豹衬衫

三等奖中号迪斯尼毛绒玩具

四等奖小号迪斯尼毛绒玩具

五等奖香皂

六等奖雕牌洗衣粉

化妆食品商场活动：

1、除香烟、药品外，所有化妆品、食品品牌专柜同时参加公司特别礼金券抵用活动。

2、在使用特别礼金券基础上，购化妆品、食品单张小票

满58元赠大宝sod蜜一瓶

满100元赠北京同仁堂蜂蜜一瓶

满200元赠香蔓手护单手体验一次

满300元赠小云贵族50元美甲卡一张

活动丰富，礼品多多，欢迎大家光临!!

清明节商场促销活动方案策划篇五

“某某市第一届某某文化节”

活动内容

民间艺人曲艺表演如二胡，相声，戏曲，古筝等等。针对中老年的青少年的歌唱比赛，现场报名的。针对青少年，增强其参与的乐趣感儿童的爬部比赛，针对青壮年夫妇的。比赛可以设置最终胜利将与优胜奖。

还有其他好多表演项目可选，节目越多越好。举办成一个大杂烩。这里只是列举几个

所有表演，只是集合市民自演自乐，让他们积极参与其中。体会生活的乐趣。不必都付费的

资源整合策略

3，其他更多降低成本，创造盈利的方式相信信任主对实际的了解知道的更多

宣传策略：省钱的当然是公关电视台，报社记者啦，免费报道

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

清明节商场促销活动方案策划篇六

1、人口环境：

四月份，各工业区的人口基本上稳定，人们的生活也恢复了往日平常的'秩序。清明节

里有三天假期，消费人口会比平时多些。

2、自然环境：

雨水天气较多，对零售有些不利影响。

3、清明节的文化习俗：

清明节的传统习俗有：禁火，寒食，扫墓，踏青，荡秋千，蹴鞠，打马球，插柳等。其中大部分的习俗已经没人遵从，只有扫墓一个风俗还在流行。本地人会上山扫墓，外来工只有出去踏青了。

1、季节性的需求特征：

(1)、外来工人生活基本稳定，对早餐食品、清洁用品、家杂的需求逐渐高涨。

(2)、春装、雨伞正是销售旺季。

2、节日消费特征：

祭祀用品、外出旅游用品有一定销量。族人团聚会带来烟酒、蔬果的消费上涨。

3、洪梅店属于商住混合区，有稳定的居民，也有不少的流动人口，节日消费和冲动性消费会较强劲。其它分店主要以工业区人口为主，节日商品的消费偏低。

4、目标对象：核心商圈内的本地人（家庭），外来工（单身）。

5、促销策略：

(1) 用dm广告□pop拉动顾客。

(2) 文艺晚会，带动人气。

(3) 竞赛有奖。

6、促销目标：

(1) 提升销售额，较节前上升25%（按活动期3天统计）。

(2) 树立“华生”品牌形象。

(3) 带旺商场人气。

时间：4月4日——6日（共3天）

地点：共联店、洪梅店、大岭山店、丰泰店、树田店。共5店。

主题：清明时节，祭祖踏青

商品、价格、陈列策略：

(1)、主题商品：散装糕点，祭祀用品，烟酒，果篮。果篮的包装与春节礼篮的包装一样，每个果篮取一个吉祥的名字：红红火火，大吉大利，吉祥如意，吉星高照等，价格以18元、28元、38元、48元、58元、68元为宜，请水果专柜准备好商品并做好陈列。祭祀用品最好堆头陈列，并做好气氛布置，或者与外面的专卖商联系，我们作中介，只拿取中介费，商品在专卖商处去拿。凉菜——设清明节禁火寒食习俗服务专区，要有气氛布置，要求专柜做好商品陈列与特价。

(2) 季节商品：早餐食品、清洁用品、家杂等多做特价，让利顾客，刺激需求。

(3) 活动内容：

活动一：“清明思祖、华生有礼免费送”文艺晚会

(1) 时间：4月4日晚7：00——9：00

(2) 地点：华生户外广场

(3) 演出：华生艺术团

活动二：拍球争王有大奖

(1) 时间：4月4日至6日上午10点至下午5点。

(2) 地点：华生户外广场（如遇雨天则转到店内空旷处）。

(3) 活动细则：

a□在4月4日至6日三天内，凡在我店购物一次性金额满18元以上者，凭当日

有效电脑小票到竞赛处填写登记表后参加活动，10分钟内，用手拍打篮球，数量多者胜出。在拍球开始后，要球不离手，不能中断，如果中断，即结束比赛，以当次拍球数量计算。每天共产生一等奖5名（前5名）、二等奖10名（前6至15名）、三等奖20名（前16至35名），鼓励奖500名（第36名起）。获胜者均在当日下午5：30公布（鼓励奖不公布），凭参赛之电脑小票领取奖品。一、二、三等奖如有并列名次，人数超过规定之奖励名额，须再进行竞赛，直到决出胜负为止（如果并列名次之人数没有超过规定名额，则不必再进行比赛）。单独收银之专柜不参与此活动。

b□奖品设置：

一等奖：金盘香花生调和油（1.8升）1瓶，价值30元，每天5瓶，共15瓶。

二等奖：索芙特洗发露□200ml□1瓶，价值20元，每天10瓶，

共30瓶。

三等奖：华生毛巾（2条装），价值10元，每天20套，共60套。

鼓励奖：凡是参赛后未获得一、二、三等奖者，均可领取手帕纸1包。每天500包，共1500包。

获胜者必须在4月6日下午7：30前把奖品领走，逾期不领者，视为自动弃权。

如果奖品有改动，以现场实物为准。

本次活动之最终解释权归华生购物广场所有。

a□dm广告：

开本及页数：大度16开8个p□

材料及工艺：105双铜，骑马订。

印数：每店5000本，共25000本。

单品数：140个。具体见“0805dm商品分配表”。

商品特价期：4月2日——16日，共15天。

服务：送货到分店。4月1日上午12：00前要到货。

派发：一是竞争店周边；二是本店周边居民区、商业区；三是收银台派发；四是工厂门前。选择工人下班时间或人流较多时派发。

单价及费用：0.5元/本，每店2500元，共12500元。

b□巨幅：

红色牛津布丝印。

尺寸：洪梅店（8x8m）共64平方米。

丰泰店（10.85x5.1米），共55.3平方米。

共联店（4.9x5.6米），共27.4平方米

树田店（4x5米），共20平方米

大岭山（8x10米），共80平方米

数量：各1幅。共2幅。

服务：送货，安装。

单价及费用：单价13元/方。

洪梅：832元

丰泰：719元。

共联：356元

树田：260元

大岭山：1040元

合计：3207元

C展架：

室内背胶写真，过哑膜。

尺寸：洪梅 0.9×1.6 （米），共1.44平方米。

丰泰 2.4×1.2 （米），共2.88平方米。

共联 1.37×0.98 （米），共1.34平方米

树田 0.7×1.2 （米），共0.84平方米

大岭山 0.7×1 （米），共0.7平方米

数量：各1幅。

服务：送货到分店，包安装。

单价及费用：单价23元/方，

洪梅：33元

丰泰：66元

共联：30元

树田：19元

大岭山：16元

合计：164

d□手绘pop□

美工务必在4月1日晚上把所有pop完成，4月2日早上请营运部更换新的pop□

e□店内广播。

广播稿由美工撰写（活动内容，获奖情况）。

服务中心播音，全天滚动播出。

清明节商场促销活动方案策划篇七

一、商品活动

1、减价一条街

穿品业种组织商品出清，减价一条街，集中售卖。配合可以体现民风民俗的一条街装饰装潢，营造售卖气氛，吸引客流。例如秋千、牌坊等。

2、超市推出“寒食节”，冷食商品集中展销，因为清明节又称“寒食节”，民俗上在这一天不生火做饭，只食用提前做好的糕点等冷食物。加上“寒食节”由来的景点陈列，更融入了民俗的'文化氛围。

3、打出“清明踏青”的概念，运动休闲组织户外装备展卖，名品组织防晒、护肤等化妆展卖。

二、主题抽奖活动

三、文化活动

1、春暖四月天购物扬纸鸢

形式一：采购一批样式新颖的风筝，顾客购物300元以上，即可加2元换购风筝1只，每人仅限换购1只，日限500只，换购完为止。（此活动对年轻人及儿童会有很大的吸引力）

形式二：事前征集手工风筝作品，在活动期间进行陈列展览，由顾客投票，在活动结束时，根据票数评出奖项，奖励风筝

作者。此活动还可以为后续放活动举办风筝比赛提供铺垫。

2、感受自然从“心”呼吸——清明节徒步环湖赛。

从***出发——环***湖徒步。中途设立接待点，提供饮用水及盖章。根据用时排出名次。（此活动主要是倡导环保、接近自然，体现公益性。也可鼓励员工参加，提升士气。）

清明节商场促销活动方案策划篇八

今年清明节为法定假日，假期自4月4日——6日。该节日一般民俗为：祭祀扫墓、吃面饼卷鸡蛋、荡秋千、植树、踏青春游。

因为本季节气温仍较低，时间仅有3天，据此分析市场将有以下主要特点：

结合上述分析，本节日应重点抓住以下几点：

活动时间宜从4月4日开始，因为返乡祭祀、旅游者将会提前购买商品，4日出发；促销商品应以礼品装酒类、滋补饮品、食品组合，休闲食品、方便食品、蔬菜水果、、糕点、一次性用品、清洁用品、护肤品为主，有特价、有热点、在dm上重点推介、在卖场中突出陈列。

主题商品：烟、酒、水果、粮油、滋补、干副、

其它促销品项：连裤袜、、乔麦枕、炒货系列特卖、水果特卖；各种品牌化妆品、洗发水、香皂、牙膏、啤酒、果汁、应季、时髦的`休闲食品□dm商品规划：

祭祖用品：柚子、苹果、柑桔、白酒、红酒、生鲜：22支单品（时令蔬菜、惊爆水果、面点、肉类）

食品：27支单品

百货：30支单品 合计74支单品