

最新大班逛超市活动目标 超市活动方案(大全7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？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。

大班逛超市活动目标篇一

春节是每年销售的顶峰时期，也是超市全年最繁忙的时间，为了能使门店在今年春节集中精力打好销售战，本次春节，我们将以商品组合销售为主要促销方式，同时配以适当的促销活动，以引导消费，挖掘潜在消费为提升途径，同时注重团购促销，希望于正常销售途径之外尽量挖掘市场潜力，迎合顾客购物心理（大批量购物、一站购物），体现我们的经营特色，从而提高客单价，提升销售。

本阶段的新年活动以突出团购特色的商品和其他特价商品相结合的形式，以商品为活动主要角色，挖掘节日前期的消费力量。

活动以团购特价商品为主，以dm为主要体现形式，先期吸引单位集体购买，会员卡赠送主要针对市外门店新客户的吸纳，挖掘和培养的新消费群体，同时也希望籍此活动，吸引对我们的会员身份有兴趣的潜在消费群。

主题：福多春意浓

1. 特价团购商品dm

a□

规格：小8k□4p□共计80个商品；

食品：40个

百货：30个

生鲜：10个

b□

要求所有团购版商品价格平均下降幅度在25%；

c□

商品选择要求历年春节团购需求量大的单品或品类。

3、辅助装饰：制作团购商品标识插卡，醒目标识，提示购买

6、要求参与团购版商品的供应商提供大批量购买的赠送措施，整合供应商活动，体现团购专版的特惠性质。

主题：新春联华抢购第一站

时间□1.28d2.15

（2.9年初一，2.14情人节）

共计19天

由于春节的特殊性，零售活动的策划侧重于通过dm商品的组合推荐，形象生动具体的诉求商品销售点，通过提醒顾客的购买需要、诱发购买欲望等多个手段的结合拉动销售。

适当配合刺激性的活动，结合卖场宣传、装饰等途径，渲染

年末浓重的购物氛围。同时综合考虑节后效应以及情人节活动的配合，达到档期活动策划的完整性和全面性。

大班逛超市活动目标篇二

一所，院内具有容纳200人的会场和练功房，开设有心理调摄室、药善房、茶室、药浴、美容、按摩等传统养生康体服务项目。各民间化团体、学生社团、研究机构、化企业、保健服务行业的单位和爱好传统化的个人合作、加盟、举办各类公益性学术、健康化交流活动。

二、沙龙名称

平台名称：中国化民间沙龙；专题活动名称“中国化***沙龙活动（讲座）”

三、沙龙宗旨

弘扬中华传统化，开拓创新思维，建树人类完全整体新化体系，传播“天人合一”的自然生命哲学理念，服务人类健康与和谐社会可持续发展事业。

三、沙龙性质

公议公允公用的民间社会公益学术团体。沙龙立足民间，面向社会各阶层，服务中国及世界和谐社会事业。

四、学术活动

开展学术活动必须形成“百齐放”的和谐氛围，讲座必须“有教无类”，广招

2---须承担 中华传统化道义，为促进世界和谐奉献智慧，担当新时代的历史使命！

会员来源：各民间化、艺术、培训、学术团体推荐有成就人士，自愿参加。

会员档案：保存会员简历、登记会员年鉴、个人传记、学术成果介绍等个人资料。会员具有坚守共同理念、维护团体荣誉、服从集体分工、提供相关信息资源的义务。会员具有优先参加各种学术交流活动的权利；具有提出建议的权力；具有获得学术赞助、成果奖励的权利；具有选举和被选举担任职务工作的权利；颁发会员证。

七、机构设置

专顾组委会：争取一批认可“沙龙”理念的各类专，成为学术研究讲座的固定资源，建立长期加盟与合作关系。根据“专成员”的研究成果和需求，本沙龙为他们提供专题演讲、学术研究、出版专著、宣传等方面的服务。这样，才能调动他们积极参与公益学术方面的活动。

4---

a□设立“王成亚学术研究基金奖”以及鼓励其他化企业和社会各界对本沙龙提供赞助或者独立开设奖项；这样，可以真正利用社会力量的资金支持，才能使“中国化系列沙龙活动”实现有效有成果的可持续发展，并为推动中国化走向世界做出贡献。

秀学术团体奖”；民间优秀学术论奖、民间优秀学术专题活动奖

c□民间化个人突出贡献奖

十、经费来源

a□通过专会评估，对突出学术科学成果的转让、开发，按所

获纯利益的10-20%比例提成，并提供国内外各种学术交流机会。这样真正使研究成果实现资源共享与有效转化为社会生产力，成为积极影响世界的新化主要力量。

b□收费性讲座经费；

c□销售相关化资料收入

6---

2、宣扬gsd全球肌肤美容专家的科学健康时尚和谐的美容生活理念

3、增进gsd与会员的沟通了解，信任，建立会员对gsd品牌的忠诚度

4、通过此次邀约高端vip客户，实现各行业的跨界交流，寻找更有效的合作方式

二、活动信息：

1、活动总纲：

去gsd科学美容生活馆吧，那里有“美丽下午茶”！

（希望大家在轻松愉悦的环境下感受美）

2、活动主题：

因为有爱 所以很美

——gsd国际美业新年诗歌酒会

3、活动时间：

2014年1月5（周日）下午14：00—16:00

4、活动地点：

协信·星光时代广场

5、到会人员：

8---货元；

活动后需补货元。

六、加盟商在活动前后半个月（具体时间）：前半月 月号至号；后半月月号至

月 号需主推活动品牌栢草源品牌。

七、沙龙活动目的：

？提升专营店的美誉度、影响力 ？促成客单价激增

？稳定会员使专营店的发展更为健康

？招募更多的目标客群

？深度挖掘会员的消费力, 更好的提高店面销售！

八、沙龙活动主题课程选择

1、美丽健康护肤

2、养身知识

3、化妆课程

4、亲子教育

5、两性关系

6、插花技术

九、店资源情况了解

1、经营年限：

2、栢草源月销售： 3、竞争品牌月销量：

4、有效总会员： 5、店内库存情况：

6、本次沙龙活动前是否做过活动： 7、本店销售的10---

1、物料检查

2、邀约人员确定 3、会议人员分工

4、流程预演

5、产品知识和销售技巧

6、奖励制度

十四、现场布置分工

1、月

日

布置活动场地（现场安排工作）

十五、店家准备活动物料：

1; 横幅: 主题内容x展架pop活动方案

2; 产品、赠品、奖品

到会礼品

抽奖箱

3; 产品示范用具

眉刀, 化妆棉一次性洗面巾盆

4; 相关主题音乐 舞蹈

5; 汽球、鲜花等彩色纱布

打气筒 6; 与主题相关的小吃(水果, 饮品等)

7; 红地毯明星签到墙

大头笔

8; 刷卡机

笔

收据

厂家准备物料

1邀请函由厂家设计制作

2: 电脑麦

音响投影仪皮肤测试仪3: 万人见证50套

4: 中样300支5: 公司广告杂志/vcd等

十六、活动方案需与店家商谈: 沙龙现场方案

12---

加/送: 松茸幼白奇迹万人见证装+雨伞+松茸精粹粉

沙龙现场抢购方案: 应季产品和滞留产品抢购

沙龙前期预售方案:

? 58元送中样三件套+外购品(面膜/手霜/唇膏)

? 加赠心形零钱包

? 备注: 外购品预准备20以上。1160元 ? 168元

送中样三件套+沐浴露/+外购品(手套/拖鞋/暖水袋)

? 加赠奥运旅行包

送面膜+太阳伞+外购品(围巾/套碗)

? 加赠外购品(吹风机)

14----

大班逛超市活动目标篇三

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象;
- 2、加强对产品校园的宣传与推广;
- 3、提高××饮料在校园内的销量,并开发新顾客。

活动预热期□20xx年12月20号—29号（共计10天）

（1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识、，追求成就感与自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

（2）在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

（一）元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

（二）产品试喝

（三）抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。抽奖规则：1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖

物品；

4、购物券可以到校园超市内换购

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

（四）凭收集的瓶盖换取奖品

（五）走动促销

时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

（六）公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象与产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

（一）人员安排

请10个工作人员在售点（3天的安排一样）

- 1、1人负责元旦传递卡
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

（二）现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

2、1日—3日：工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。

3、在售点发传单。

4、在售点挂横幅及其他宣传物。

5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。

大班逛超市活动目标篇四

活动目的：

- 1、扩大和提高——超市的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

市场分析：

随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这种快乐的

消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品（比如大米、鸡蛋等）以超低折扣出售。

从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。

通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。

超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

活动安排：

1、选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道（如报纸杂志可裁剪传单广告等）向消费者发放宣传单（介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息）。选票和宣传单印上广告词：这个春节，您当家。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节，×超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。

7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在07年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费。

从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个

品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

大班逛超市活动目标篇五

12月11日——12月26日

主题：平安是“福”

活动方式：对当天在某超市购物的顾客进行赠送“平安果”（苹果）活动。顾客可亲自“采摘”平安果，寓意一年的收获。

具体内容如下：“平安夜”是一个很亲情的夜晚，同时也是某店改善购物形象的好时机，为此，某店计划把“平安果”和包含亲情的“亲情卡”绑在圣诞树上，这样就赋予一个普通的苹果以亲情，关爱，温暖的元素。而亲情的祝福平安的卡片也带着一份某超市人对顾客一年来的支持和一份祝福！

需要支持：

两棵大型的圣诞树（供应商支持）

苹果枚，费用大约元。

亲情卡片枚，费用元

主题：幸运

活动方式：凡符合其中任何一项的顾客，都可以参加幸运活动。

要求：腰围尺寸，鞋号码（），年龄岁（本命年，北方城市是按虚岁计算），当日购物元以上者都是幸运顾客。

幸运顾客在一分钟内，在主持人得提示下，猜出商品的价格，猜中即赠。

需要支持：

幸运礼品(各供应商支持，店内选区)

其它费用预测：元

主题：激情狂欢夜

()吃：品尝小食品(半成品小吃为主，厂家支持)

()喝：品尝酒水饮料(厂家支持)

()玩：进行喝啤酒比赛

()乐：现场点歌(购物者在购物时可以进行现场点歌，由店内广播音乐播出)

主题：悬赏捉拿，天下有“信”人!

从日一日开始征集“最有趣，最幽默，最时尚”的短信若干条，每天在超市“特价商品报告区”进行“张贴”，最后在日评出优胜者，给与奖励。

所需支持：手机号码一个

从日一日，在这一周中除了有系列的活动提升人气外，某超市将对目标性商品进行震撼性的特价，从而改变某店长期以来跟随市场价格的被动局面，采取主动出击的策略，引领我市的价格流向，从而通过持续不断的努力改善某店的价格形象。

海报张

海报万份

当地报纸宣传万份

早迎宾人着圣诞装，每位顾客发1块软糖。

大班逛超市活动目标篇六

活动口号：真爱有礼，浪漫无罪

活动时间：2012年2月6日—14日

活动创意：1. 献给能够共度情人节的情人们：

2. 献给不能共度情人节的情人们：

3. 献给单生贵族们的：

活动主题：

主要突出“浪漫、温馨、庄重”的氛围

“星语心愿”借浪漫的心，许下诚挚的愿，与他（她）共续前世的缘
参加人员：全体员工

活动背景

2月14日，一年中最浪漫的日子，这一年无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒不熄的爱的火花。

在这样一个浪漫的日子里，我们以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

活动内容：具体如下：

1. 献给能够共度情人节的情人们

与他（她）共谱一首浪漫的诗，与他（她）共同立下一个神圣的盟约，与他（她）一同分享心灵深处的语言，今生与他（她）共牵手，共续前世的缘。

2. 献给不能共度情人节的情人们

有你也有他（她），不变的真情，永恒的期待，只因为爱在我们的心中。送给他，送给你们一个共同的祝福吧，会实现的，因为它就是爱的化身。

2. 献给单生贵族们的

彩蝶成双的日子里，让我们暂时放下重担，和流星有个约会，相信它会带着我们的心愿飞向梦想实现的地方。

活动亮点：

当天空飘落着雪花，当他送您一束红红的玫瑰时，您还想得到什么？凡当日购物的顾客可凭购物小票领取相应级别的精美礼品一份。让这份礼物成为你们爱情的见证，礼品数量有限，先到先得，送完为止。

奖项设置：

满1314元 送价值45元巧克力一盒(单张购物小票不累加)

满258元 送价值10元的玫瑰花一支(单张购物小票不累加)

（目的：给情人们创造一个发泄感情的空间和场地）

七夕作为中国特有的情人节日，对于当下的年轻人来说是一个必过的节日。本次商场七夕活动方案主要大紧贴“七夕”

主题的大型促销活动, 打造一个浓郁的情人节的促销气氛。

由于黄金珠宝是情人节必备的商品, 所以商家主力商品是以黄金珠宝为主。

2. 商场七夕活动方案活动时间: 8月18日-21日

3. 商场七夕活动方案卖场布置

由于七夕是牛郎和织女一年一次通过鹊桥而相遇的, 因此在商场卖场商设一个鹊桥, 主要的门柱用绿色塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果, 营造情人节烂漫的气氛。

4. 商场七夕活动方案活动策划

(一) 钻饰节

1、主题

百年老店, 百年好合——2015钻饰节

[主题释意] 本次活动主题拟定为“百年老店;百年好合”, 主打婚庆市场, 定位明确, 将xx商场黄金珠宝卖场最具竞争力的牌誉优势凸显出来, 以诚信和祝福吸引目标消费者。

2、展式创意

每个珠宝品牌推出几款情人节特别推介款, 可以是名贵高价, 也可以是为情人节特别设计的款式, 用干花创意搭配进行展示, 外面罩上透明玻璃罩, 将经典款从让消费者挑花眼的众多珠宝款式中凸显出来, 在花的配称下形成浪漫唯美的效果, 对消费者形成不可阻挡的的诱惑。且女人多被比喻为花, 花与珠宝的搭配暗喻女人与珠宝的和称关系, 独特的展示方式配合适当的灯光、背景, 必将吸引消费者驻足的目光, 产生

极佳的促销效果。

(二)活动主题

1、全场主题活动

(1)进店有惊喜

情人节当天光临本店，凭此dm单均可获得玫瑰花一朵，数量有限，送完为止。

(2)购物送钻石

情人节当天前10名购物者，均可获赠价值888元的钻石戒指一枚。

(3)拥抱接吻大比拼，测试你的爱有多深

3.1当天现场举办拥抱比赛，十对一组或五对一组，男方抱起女方，时间最长者获胜。

3.2当天现场举办亲吻比赛，十对一组或五对一组，男方女方接吻，时间最长者获胜。

2、奖品

下午5点公布单项总决赛、单项按照当日时间的长短、分出冠军、亚军、季军、奖品是

1、冠军获价值3888元的情侣对戒一对和价值400元的现金抵扣券一张。

2、季军获价值1888元的女装戒指一枚和价值200元的'现金抵扣券一张。

3、季军获价值888元爱情大礼包一个和价值200元的现金抵扣券一张。

通过在我市的一次大范围的市场调查，我们发现：

市内其他鲜花销售商在情人节期间基本没有什么较大的促销活动，即使有也只是针对零售花店的通路促销，更多的鲜花销售商及花店采取的是自然销售，从业人员营销观念比较落后。

市内年轻人经常光顾的场所如迪吧、电影院等虽然每年也搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，没有新意，而且活动宣传乏力，不到位，效果不佳。

另外，在受访人群中，有57%的消费者认为每年都送玫瑰、巧克力缺乏新意，不能将情人节的浪漫、温馨长久留住，希望除赠送玫瑰、巧克力以外，能赠送其他更时尚更有保留价值的礼品。

显然，消费者的需求意味着巨大的商机。

目标市场

a类消费群：20—25岁的未婚青年，此类消费者都是情人节玫瑰消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。

b类消费群：50岁以上的消费群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个鲜花消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态渐起，是一支易被“教化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

c类消费群：25—35岁的消费群，此类群体有的是处于事业的起步期、上升期，而有的却已事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得最为复杂，最不利于细分，也不利于有针对性的进行市场推广，但她将是影响b类消费群的一支“伏兵”，也不能放弃，但不作为重点。

目标市场定位策略

果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公司的品牌建设将十分有利。

推广策略

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手织品：中国结。其深深的红色、多样的变化代表着富贵、吉祥、喜气，而且适合长久保存，并广泛的在年轻人中流行，应是我们寻找的理想载体。同时，由于“结”与“节”的谐音，也为中国结和情人节的结合找到了一个巧妙的切入点，显然，这个针对情人节的礼品就叫“情人结”。她不同于市场上销售的中国结，我们赋予了她全新的内涵：“‘情人结’套住情人节，天天都是情人节”，寓示着爱情的执著、久远。而且“情人结”本身就是一个很好的卖点。

大班逛超市活动目标篇七

五一大促销

在4月28日到5月7日期间，凡在某超市各分店购物满300元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运海南四日游的名额，到海南天涯海角去感受“海的味道”

特等奖2名(5个店共10名)各奖海南四日游名额一个

一等奖3名(5个店共15名)各奖美的吸尘器一个

二等奖10名(5个店共50名)各奖立邦电饭煲一个

鼓励奖100名(5个店共500名)各奖柯达胶卷一卷

在4月27日到5月26日期间，凡在某超市商场购买男装、女装、睡衣等的顾客，凭电脑小票可转动幸运转盘，转到几折，顾客即可享受几折的现金折扣。

活动期间还将有服装秀和服装限时抢购活动。

服装限时抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

一重奏：全城至低(各种商品价格全城至低，便宜至极)

二重奏：二十万积分卡顾客“五一”倾情大回馈

4月28日至5月9日期间，所有积分卡顾客凭积分卡可以在某超市特惠购买指定商品。

三重奏：开心购物幸运有您

5月1日至7日，一次性在某超市购物满30元的顾客可参加现场活动，奖品丰富，永不落空。奖品有：精美盒纸、1公斤大米□500ml食用调和油。

五一期间某超市共推出了近千种的特价商品，包括了日用百货、食品、电器、服装、生鲜等各种商品(具体定出特价商品的价格)。