

2023年电商促销方案 女装促销活动策划 设计方案(模板5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么写，我们一起来了解一下吧。

电商促销方案篇一

由于今年天气的因素，夏季时间比往年提前，入秋以后天气也一直比较炎热，从终端消费上看，消费者在入秋后仍然以消费夏装为主，到目前为止除了秋前款已经销售一段时间外，其他的秋装才刚刚开始销售，十一之后很多地区的气候将会变冷，将进入卖冬装的季节，所以今年秋装的销售时间将比较短，对于销售非常不利。为在十一期间促进秋装销售，配合市场部各项促销活动，制定此推广方案，以期在十一期间在终端营造出促销的氛围，为销售推波助澜。

二、 推广主题

秋收

三、 主题诠释

语出《千字文》“寒来暑往，秋收冬藏”

四、 礼品促销

1. 礼品一：衣架(见图)

以衣架作为本次促销赠品，主要目的是体现播牌人性化的一

面，播牌设想周到，因为你新添了一些衣服，所以送你衣架，让你没有后顾之忧地可以去买自己的喜欢的衣服。另一个说辞就是：有了漂亮的衣服，你还要有漂亮的衣架才行。

2. 礼品二：围裙(见图)

本次推广主题为“秋收”，“收”其实包含收衣服和收礼品的含义，“秋收”的第一联想就是收获季节的. 劳动，但消费者均为都市女性，因为意义已经转换，但秋收时要用的围裙却仍有具有标志性，所以，为凸显“秋收”的主题概念，本次推广活动定制了一批围裙作为促销礼品。因为围裙是能够渗透到消费者生活里面去的生活用品，所以，对于品牌的长期推广具有一定的渗透性意义。

五、促销办法

(详见十一活动通知)

六、 主题海报

秋收

国庆·中秋快乐

七、橱窗布置：

背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。

八、店员着装：

活动期间，店员均穿上围裙。

电商促销方案篇二

通过在“母亲节”期间组织一系列的营销活动，旨在进一步弘扬中华民族的传统美德，为子女们表达对母亲的深爱之情、回报母爱、慰藉母亲慈祥而善良的心而搭建一座服务的“桥梁”；同时，借助这次营销活动，进一步向社会展示xxx学校品牌，并借助母亲节活动扩大新生招生，并提高教育的知名度、美誉度。

二、活动时间

x月x日——x月x日

三、活动主题

一起来听熟悉的声音！

xxx教育母亲节综艺晚会

四、活动执行：

1、宣传活动前准备

a□环境的布置

- 1) 学校门前、走廊、前台张贴活动海报
- 2) 学校入口及明显处应悬挂条幅：
- 3) 主会场背景墙布置：妈妈，我爱你！

b□宣传的地点（各分校按照当地宣传负责人制定的宣传区域执行）（如：公立学校门口大型商超商场门口广场或者公园门口）

c□宣传品准备

- 1) 传单（简单设计，以温馨为主题）
- 2) 海报
- 3) 气球
- 4) 咨询桌（2—4张咨询桌）
- 5) 各类表格（电话咨询表、现场签到表、档案表等）
- 6) 小礼品（购买1—15元左右小礼品为主）
- 7) 录音机（为录取学员或家长的声音用）

d□咨询处准备：

- 1) 礼品（台灯、毛绒小玩具、遥控赛车、芭比娃娃等）
- 2) 前台摆放活动传单宣传品。
- 3) 晚会礼品准备：康乃馨、新生报名及续班学生礼品

e□人员储备：至少每天有5名宣传人员进行户外宣传。全员参与

f□宣传品准备：传单、气球等（有各学校负责宣传人员准备）

2) 宣传活动期间操作方式

b□向同学们宣讲母亲节的日期□xxx教育届时将举行晚会；

c□找目标学员让其录下最想给妈妈说的一句话，完毕即送礼品一份；

d□邀约铁杆家长参加母亲节并提前录下最想告诉自己孩子的一句话。

五、晚会：

xxx教育感恩母亲节综艺晚会

时间□20xx年5月xx日（星期x□x点x分

地点□xxx教室

会务：（音响、摄像、拍照、卫生）

安全维护人员□xxx

电商促销方案篇三

众所周知，元旦是白酒销售的黄金时间，各个酒厂都在绞尽脑汁制定元旦促销活动方案，来实现产品销量的大化。商超渠道一直都是白酒元旦销售渠道的一个重要战场，结合白酒产品特点和商超实际情况。只有未雨绸缪，做好商超元旦促销前期准备工作，才能确保在元旦销售大战中斩获佳绩。

一、提前做好元旦白酒促销方案

由于卖场销售的计划性很强，所以白酒厂家要至少提前一个半月和卖场确定活动的内容和档期，因为每个卖场堆头和端架的黄金陈列位置是有限的（一般只有2—3个位置），堆头好的位置依次为酒类主通道、酒类货架中间区、商场堆头区和收银台堆头四个位置。各个卖场在两节期间一般会把堆头和dm的档期分为三档或更多，档为圣诞期间（多为红酒），第二档为元旦期间、第三档为元旦期间，目的是以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的购买兴趣，也同时让厂家提供各种费用的支持。所以厂家应该提前做好相应的各项准备，

做好明确的促销活动方案和投入预算。

(一) 促销活动主要分为以下两种形式

1、人员买赠(针对商超采购课长、店长的活动)

对有订货权的采购人员实行订货销售奖励，即按照元旦期间主推产品订了多少货设置阶梯奖励(元旦卖场退完货后根据实际订货数量执行奖励)。奖励根据实际订货(节前订货-节后退货)按件数或订货金额来计算。奖励可以分为旅游或现金提成的方式,目的是确保卖场在元旦期间不断货，有充足的货源销售，对卖场压货，迫使卖场销售大化。

b□销售奖励：针对卖场执行具体活动的课长展开的销售奖励。采购将促销产品的货订进来了，花了陈列费用将堆头摆出来做了海报，如何将产品卖给消费者主要看卖场主管怎么来推动，要对卖场陈列有直接决定权的课长或经理实行销售阶梯奖励，在节后根据卖场的实际销售件数提成(方法同上)，以此来带动卖场负责人的积性，引起对我们产品的强烈关注和重视。

c□将我们对客户的团购政策要对接到各商场具体门店的团购部或者是课长那里，再单给政策，可以给到顾客也可以给到操作团购的商超管理人员，以此提高产品销量。

a□返券：返给顾客的购物券(凭收银条兑换)；

b□返现：返给顾客的现金(凭收银条兑换)；

c□送购物卡移动充值卡烟：根据顾客购买比例奖励给顾客(凭收银条领取)；

e□达到一定金额或数量送本品、小酒、光瓶酒、红酒、高档礼品(茶具、工艺品、钱夹)。

二、商超备货(总部订货和门店订货)

促销活动方案制定完成后，结合每个门店的销售情况和此次促销产品品种，进行提前备货，以应对元旦期间的销量井喷导致的缺货或品种残缺。

(1) 由于每个商超系统都有库存天数考核和库存容量考核，谁先把货备到商超的仓库，元旦销售就可以事半功倍，因此我们的活动要早点与卖场确定，尽早把促销活动的产品送到卖场指定的仓库。

(2) 11月底前完成商超促销产品的送货是好的时间点，迟12月10日前必须将货送到卖场指定仓库，否则将影响元旦期间的陈列及销售。(正常年份如此，今年要稍晚点)

(3) 要协调好经销商的送货，同时承诺卖场大量备的货如果在元旦后销售不好，将无条件及时给卖场退货，以此来减少卖场备货人员的压力和工作风险。

(4) 节后没有卖完的'货要积协助卖场要求经销商及时退货，并对之前提出的订货和销售奖励及时兑现，为第二年的元旦做好铺垫。

三、促销人员招聘与培训

由于白酒的淡旺季比较明显，考虑到投入产出的问题，白酒厂家一般在市场的淡季3—8月份只在商超渠道里保留很少的导购人员。而在市场的旺季特别是在元旦期间在商超增加导购人员和促销人员，所以导购人员的队伍很不稳定。为此要求各个市场经销商及业务员要建立临时促销员的档案库，收集备份临时促销人员的联系方式、工作情况等信息，以便在用人之时可以及时招聘到合适促销代表。

(一) 招聘要求及建议

选择合适的促销人员是促销活动成功与否的关键之一，在招聘促销人员时，要参照公司相关标准的同时，也要注意其年龄、学历、形象、声音以及谈吐等，促销人员的综合素质往往会成为其工作状况和工作业绩的主要影响因素。

建议在两节促销期间多使用一些30岁左右的女士。原因有三，一是这个岁数的人有一定的生活压力比较珍惜工作达到的机会，哪怕是短期的。二是白酒两节期间销售量较大，上货需要一定的“体力”，在这方面年轻的女孩承受不起。三是商超一般都把厂家的导购当作自己的员工一样使用，盘货时要加班加点，还要倒早晚班，大多数年轻女孩吃不了这个苦。

(二) 培训内容

- 1、企业文化培训：作为促销人员，应该了解公司的历史、成长过程、公司的价值观等，这样促销人员在商超工作的时候才有明确的行为标准。
- 2、产品知识培训：在促销活动开始前，一定要对促销人员进行产品知识培训，包括产品的卖点、目标客户是什么人、产品有多少种、每种产品的特点、价位，促销人员务必要做到对产品的各个方面了如指掌。
- 3、工作程序培训：如促销员几点到达促销地点、着装、午餐如何安排、报销量等。因为商超的环境千变万化，对促销员的工作程序要越明确越好，这样可以尽可能的减少突发事件对促销活动影响。
- 4、岗位职责培训：包括促销员的销售讲解、活动的讲解、定期报销量、及时预先补货等。
- 5、促销方案培训：包括销售任务、促销时限、方式、赠品发放等。

6、促销技能培训：在同顾客沟通过程中会遇到各种各样的障碍，障碍处理的基本技巧包括：

(4)有时可以适当的赞美对方为专家等。

四、商超氛围营造及注意事项

(一)商超氛围形式

商超是元旦期间人流量比较大的地方，因此商超氛围营造很关键，氛围营造形式总体有以下几种：

1、pop海报——商超氛围常见的，大多以减价、折让、优惠销售为主要诉求内容，借以奖励、吸引消费者购买，另一类则以形象诉求为主，其内容为大众传媒广告的浓缩。

2、包柱广告。主要是真对商超中的柱子进行氛围营造的一种形式，通常有包柱酒柜陈列和单纯的包柱广告，前者的效果会远远优于后者。

3、灯箱看板。利用在商超的店内制作室内灯箱和在酒柜陈列架上制作kt看板等进行氛围营造和宣传。

4、电梯楼梯。商超的电梯和楼梯是商超人流量大的地方，也是常见进行氛围宣传的好场所，电梯楼梯广告主要包括电梯的扶手内外壁和电梯上面的吊牌。

5、个性广告制作。可以结合商超空间的特点以及公司的广告vi进行个性化广告制作。

6、视听广告：如商超内的电视、广播等，我们经常可以在商超看见电视在宣传某商品的特性，或者广播里在说某种商品的特点。

(二)堆头位置注意事项

- 1、卖场入口正面；
- 2、卖场入口右边个堆头位置；
- 3、卖场促销区逆时针首排位置；
- 4、收银台前促销位；
- 5、墙壁货架的转角处。

很多时候我们会遇到好位置但价格很高，而手上没有那么多费用预算，或者这个好位置已经被竞品给预定了，那怎么办？退而求其次，在选择堆头位置的时候我们要尽量避免以下的情况。

- 1、尽量避免与同类、相似而且价格低于本品的产品相邻；
- 2、尽量避免在仓库、卫生间出入口及黑暗的角落设立堆头；
- 3、尽量避免在店门口两侧的死角设立堆头；这个花了钱不能取得良好的效果。
- 4、尽量避免在气味强烈的商品旁设立堆头，遇到气味强烈的商品，消费者大都会选择绕道而行。
- 5、破旧包装上陈列是堆头的大忌。破旧包装上陈列也是营销人员经常犯的错误。

(三)堆头打造要点

- 1、主题鲜明：主题要结合节日及特定推广的产品，主题要鲜明易懂，且意义表达直观；效果色彩要鲜明，要具有视觉冲击力。

2、堆头的包装材料：一般上方采用吊牌，侧面用kt板包装。

3、根据不同形式、不同大小的堆头采用不同的堆头包装方式：

b□若堆头长度小于2米，宽度小于1.5米，则堆头上方采用大型kt板吊牌，以扩大视觉效果、突出堆头阵容。

4、还要根据终端的销售产出、客流量、堆头的位置等，合理投入

a□若该终端的堆头位置在通道并占据前沿位置，平时产出不大，则可考虑适当包装(上方吊牌，地贴)。

b□若该终端客流量较大，销售产出大，即使位置不佳，也可考虑全面包装(上方吊牌，地贴，侧面kt板)有力针对竞品，吸引顾客。

c□若该终端客流量少，堆头位置差，月销售产出较低，则重点将产品堆放整齐，使用过的包装物料也可再次使用，不必重复制作。

在进入卖场和商超后，要善于塑造情景终端，“活化”产品陈列，因为每个卖场和商超的堆头和端架的黄金陈列位置是有限的，在占领黄金地段后，需要通过堆头设计或者配合一些相关的主题推广活动，再以丰富的促销活动内容来吸引广大消费者的购买兴趣，通过塑造情景终端来吸引消费者的眼球，实现销量大化。

五、元旦白酒促销活动在商超的落实

元旦期间的白酒促销活动方案，一般要提前一个半月与商超的相关部门开展谈判工作争取卖场的支持，全国性的促销活动要与大型连锁超市的全国采购经理进行协商。目前除了与大型全国连锁商超签订统一的协议外，其各个门店也有很大的

权利。比如：你和有的零售商在总部谈妥了促销活动，又交了各项的费用，可是无法在具体门店得到很好的执行，或者有的即使执行，你也占不到好的堆头位置和门店的主动配合(往往是店内为了应付总部的命令而勉强作个样子)，这就要去做各个门店的工作，因为你把钱交到了总部，店内没有得到好处，怎么会有积性拿出好的位置来配合你的促销活动呢?所以如果在商超允许的情况下可以与总部谈促销方案，再与门店直接洽谈费用有时可以起到意想不到的效果。综上所述要明确了解商超的内部情况，争取少走弯路才能起到事半功倍的效果。

六、商超费用的控制

在商超开展的促销活动要交纳一定的费用，如：导购员的管理费、堆头费、端架费等，这就要求我们要及时了解商超的费用结构。很多时候采购等人员的费用是可以谈的，通过良好的沟通达成一个双方都可以接受的价格，才是各自的目的。但记住要把有限的钱花在刀刃上，要把销量和费用挂钩，把费用放在好的卖场里，才能取得理想的销量。

总之，元旦商超促销是一个系统的工程，需要考虑到方方面面的工作和细节，凡事预则立不预则废，充分地做好元旦促销前期的各项准备工作，在此基础上开展好促销活动，才能在竞争激烈的卖场实现自身产品销量的大化。

电商促销方案篇四

公司建议五一节的促销不仅不能错过，且要重视并搞好。继三四月销售低迷后，五一节迎来了消费者消费欲望的复苏。随着春深夏至，季节性消费、换季消费开始抬头。我们综合多年的经验及数据分析认为，五一节的主力消费群体集中在以下几个方面。

- 1、婚庆消费。(婚宴酒饮、喜糖及炒货类、床品及厨具类)

2、长假旅行消费。(箱包旅行包、摄影器材、旅行用品)

3、近郊春游消费。(饮料类、即食品类、休闲食品类、)(户外用品、运动用品、园艺用品)

4、家庭换季消费。(夏凉家纺入季、厚暖家纺出季、防晒型化妆品入季)(夏凉家电入季、服装收藏防蛀品类、雨具、调味品)

5、福利消费(夏季消夏用品团体福利消费)我们促销始终应围绕一个理念，“促销不仅是卖我们可卖的商品，更是要卖顾客要买的商品”只有超市的促销迎合了顾客的消费心理才能成功。基于此，我们要依据五一节主要消费群体的需求，挖掘供应商潜力，合理组织相应的促销商品群。

五一节相对其它大节来讲消费规模较小，商品需求面窄，所以五一的促销期间不宜太长，我们建议在8—12天之间。考虑到部分顾客五一出游，及信息传递至顾客所需的时间，所以促销期应安排在4月28日起至5月8日止为宜。

一是以现有顾客群体为基础，促销重客单价的提升；

二是以提升客流量为目的，意在扩大超市影响力。

再有其它的如和对手竞争、积压库存变现、新品系列推广等。五一节关系到超市全年营销的影响力，所以我们建议应以扩大超市当地影响力为出发点，以此为目的组织此次促销，也就是说要以提升客流量为主。在促销商品的选择上要注意其对顾客的影响力和降价的力度，并且要重视宣传面的广度要有所扩大。同时组织好换季商品及应季商品的备货和店面展示，客单价相应会有所增加。当然因实际情况不同，还要仔细的进行前期数据分析，发现可提升的空间。

促销主题是超市向顾客的诉求重点，是引起顾客消费心理共

鸣的主要工具。五一节促销主题有几个主流。

一是以酬宾让利为主题的低价形象诉求；

二是换季购物为主题的新品推广诉求；

三是以促销活动的主要形式为主题的促销诉求。将诉求目的标语化便构成了促销宣传广告上的促销主题。

四是以长假休闲购物为主题；五是以春游、旅游为主题。

如：五一酬宾惊喜狂购。（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

劳动光荣低价有礼。（数十种名优商品的大幅降价，以家庭消费品为主）

开心度长假低价总动员。（出游用品、饮品、休闲食品、即食品特价）

清凉一夏低价风暴。（夏凉家纺、夏凉家电、防晒型化妆品、饮料）

欢欢喜喜庆五一清清爽爽过夏季。（夏凉家纺、家电、化妆品、饮料）

五一乐翻天购物拿大奖。（有奖销售、刮刮卡等）

购物有乐趣吃上再拿上。（游戏互动促销大规模的品尝买赠活动）

辐度生鲜包装熟肉装210%—20%

散称熟肉、面包、散称饼干610%—20%

散称糖果、炒货、干果蜜饯410%—20%

粮油色拉油25%—10%

10公斤代大米、面粉25%—10%

调味醋、酱油、味精、芥末油、花椒油(凉拌型)25%—10%

代干货(腐竹、粉丝)210%—20%

罐头、白糖、冰糖、蜂蜜85%—10%

酒饮白酒(当地婚庆常用型)23%—5%

啤酒(单支、罐装)23%—5%

饮料(纯水、果汁、乳酸、茶)105%—10%

冲调(柑粉、固体果味冲饮)230%—50%

茶叶(散装、袋装)420%—30%

休闲饼干210%—15%

膨化410%—15%

果冻210%—15%

干果蜜饯410%—15%

山楂210%—15%

五一期快讯，各类促销品量，非食品类分类，主要品种促销品数让利辐度：

洗化洗衣粉、皂、芳香剂、防虫日化810%—15%

洗洁净、洗涤剂、柔顺剂410%—15%

香皂(润肤型)210%—15%

护肤膏霜(防晒、保湿型、换季护肤品)1020%—30%

牙膏、牙刷410%—15%

卫生巾、卫生纸410%—15%

家居收纳整理袋、衣架410%—15%

居室清洁用具210%—15%

冰品制作模具、凉杯水具210%—15%

雨具210%—15%

家电夏凉家电(电扇、空调)45%—10%

摄影器材(像机、胶卷、电池)45%—10%

家纺内衣、睡衣、丝袜(夏凉型)1010%—15%

床品(凉枕凉席)210%—15%

毛巾(浴巾、毛巾被)210%—15%

运动服、鞋420%—30%

凉拖420%—30%

文体运动器材(羽拍类、球类)320%—30%

户外玩具类(风筝、摇控模型) 420%—30%

电商促销方案篇五

六一儿童节，除了是儿童欢乐的节日，同时也是各路商家展现营销活动的绝佳舞台。现在女性消费和儿童消费越来越成为商场零售业的主体顾客群，商场如果能把六一促销活动做好做活，对商场的营业额和品牌的提升都将会有非常大的帮助。本文主要介绍六一儿童节商场营销活动的各种方案以及儿童节的相关知识。

六一商场促销方案一：庆端午迎六一双节同庆送好礼

一、活动时间：6月1日至6月16日

二、活动主题：庆端午迎六一双节同庆送好礼

三、活动内容：

活动一、五月端阳隆粽飘香(6月1日-6月16日)

活动期间，购服装类、百货类商品一次性满98元，家电类、交通类商品一次性满500元，可凭票领取粽子一包，顾客当日小票可累计，限当日使用，隔日无效。

(明示商品不参加，单票最多限领5包)

活动二、开心飞一镖奖品任你挑(6月1日-6月16日)

活动期间，超市单票购物满38元以上，可凭票参加“开心飞一镖奖品任你挑”活动，凭票领取2支飞镖，当日小票限当日领取，隔日无效，小票不累积使用。

奖品设置：

投中1-5环

奖虾条一包

奖虾条一包

投中6-9环

奖粽子一袋

奖饼干一包

投中10环

奖可乐一瓶

奖可乐一瓶

活动三、六一总动员学习也快乐(5月29日-6月1日)

活动期间，购服装类、百货类商品一次性满98元，家电类、交通类商品一次性满500元，送可乐一瓶，顾客当日小票可累计，限当日使用，隔日无效。

(明示商品不参加，单票最多限领5包)

六一儿童节当日，进店前200名小朋友免费送精美礼品一份。

活动四、六一总动员、才艺大比拼

为庆祝六一国际儿童节，新世纪特邀田苗舞蹈学校小朋友在六一儿童节期间为大家献上精彩的.歌舞，精彩连连，好戏不断，不要错过哦!

演出地点：新世纪购物广场(第一场)新世纪人民商场店(第二

场)

四、广告宣传：

特别推出儿童玩具、学习用品、童装、童鞋、文体运动商品、应节精品儿童玩具专场,各种玩具、学习用品、文体用品应有尽有,全部优惠价出售!

1. 卖场内气氛布置

2. 活动内容以喷绘、写真的形式在店门口醒目位置公告。

3. 活动细则用pop海报的形式公布。

4. 店内广播在活动前一个星期开始循环播出。

宣传海报10000份(超市)

6. 端午节氛围营造布置

商场六一促销方案二：“迎接亚运、表我心声”少儿绘画大赛!

值此六一儿童节到来之际，广州第一百货有限公司、《商场视线》杂志、中国美术家协会广州展览中心、广州市少年活动中心联合举办“百盛《迎接亚运、表我心声》少儿绘画大赛”，旨在通过此次活动表达少年儿童迎接亚运的一份心声，并以此来激发全民迎接亚运、战胜的更大信心和决心!

一、活动持续时间□20xx年5月23日-6月1日

二、活动具体内容：

(一)“迎接亚运、表我心声”少儿绘画大赛!

比赛时间：即日起至6月1日

作品主题：迎接亚运

参赛画种：素描、钢笔画、水彩、水粉、油画、中国画、电脑美术等

作品尺寸：大度8开~4开?画展评选：本次大赛共评选出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，纪念奖20名。获奖者由主办方颁发证书及奖品。

作品展示：作品将于5月30日起在百盛大厦展示。为避免人群聚集，本次大赛不举行专场展览，评选结果和获奖作品将主要通过媒体进行公布!

(二) 魔术智慧片拼图比赛!

比赛时间：5月30日至6月1日

比赛限时：每赛次5分钟?活动对象：分3岁以下、3~4岁、4~6岁年龄段的儿童组

比赛地点：百盛门前广场

比赛方法：参赛儿童在规定时间内选用魔术智慧片任意拼插组合成图片或规定的任一图案，评选出优秀选手可将其组合的智慧片直接奖励给参赛选手，并颁发有关教育机构的证书!

三) 沙画比赛!

比赛时间：5月30日至6月1日

比赛限时：每赛次8分钟

比赛地点：百盛八楼儿童天地

活动对象：2~6岁的儿童

比赛方法：参赛儿童在规定时间内绘制沙画，参赛作品由相关评委组评出前三名，并颁发奖品和获奖证书！

(四) 健康聪明宝宝爬行比赛！

报名地址□xx路44~60号xx楼儿童商场办公室

活动对象：3~12个月的婴儿

比赛方法：婴儿分阶段举行爬行比赛，优胜者可获得小礼品(现场报名，即时参加)

(五) 六一好礼大放送！

活动期间，凡在f8儿童天地及f6文化超市当天购物每满98元赠送儿童趣味礼品一个，多买多赠!(个别品牌及特价品除外)

(六) 特别宝宝、特别的爱！

六一节当天，前61名xxxx~xxxx年6月1日出生的儿童，可持有效证件领取精美玩具一个！

(七) 六一特价献六一！

活动期间，众多儿童用品全部6.1折特价销售！

学生用品全场85折销售?部分学生用品特价销售，同时参加“好礼大放送”活动！

(八) 特别提示：

xx会员每月最后一个周六举行积分返券活动，千万要记得哟！