

端午节策划方案学生会(通用7篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

端午节策划方案学生会篇一

1. xx酒家从五月十八日起推出三款新颖的健康特色粽子(价格待定)：(由符总负责)

(1) 绿茶咸肉粽：清咽利喉，益气养颜；

(2) 豆沙碱水粽：清凉解暑，消食健胃；

(3) 薏米灵菇粽：清热解毒，散风通窍。

1. xx酒家在门口设一展示台，将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖；

2. 用香包、艾草对酒家门面进行适当的装饰，楼面再用各色汽球进行装点；

3. 制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴，以扩大影响力，引导宾客消费。

1. 宣传单张(由美工负责制作，16日前完成)

2. 报纸广告(由营销部负责，五月底和六月初在南山报和晚报上各做一次广告)

3. 海报制作(由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴)

于大堂立柱正面，16日前完成)。

1. 宣传单张派发由中餐营销主要负责，其它部门配合；
2. 散客预订工作由中餐营业台负责；
3. 常客、协议客预订工作由酒店营销部负责；
4. 促销及预订工作由郑云芳经理全面负责。

端午节策划方案学生会篇二

沛县农村商业银行网上银行、手机银行(客户端)、微信银行、圆鼎卡用户。

二、活动时间

20_年6月5日-20_年6月18日。

三、活动主题

浓香粽情 感恩父爱

四、活动内容

1、一重礼：圆鼎卡用户消费有礼

活动期间，我行圆鼎卡新老客户凡持卡在徐州贵和百货商场、沛县燕山华联超市消费满2笔或消费金额满288元，即可获赠毛巾礼盒一套。名额有限，先到先得(限前100名)。每个客户限领一次。

2、二重礼：手机银行、网上银行新用户交易有礼

活动期间，首次开通并使用沛县农村商业银行网上银行、手

机银行(客户端)转账、缴费成功的客户，即可获赠精美礼品一份。礼品规则设置如下：

(1)粽子礼盒一个，限端午节当天前100名。

(2)30元移动充值卡，限前100名(和粽子礼盒活动不可同时参加)。

以上奖品，每个客户限领一次。

3、三重礼：省级微信银行关注有礼

活动期间

(1)、凡关注江苏农村商业银行微信银行并成功绑定圆鼎卡并成功无卡取款一次的客户，即可获赠10元手机话费。名额有限，先到先得(限前500名)。每个客户限领一次。

(2)、所有关注江苏沛县农村商业银行微信银行并成功绑定圆鼎卡的客户，均可获得一次抽奖机会。奖项设置为：

一等奖：10名，60克银条一个

二等奖：200名，30元移动充值卡

三等奖：1000名，10元手机话费

4、四重礼：圆鼎卡、手机银行(客户端)、网上银行动户有礼

凡20_年1-5月份没有发生过交易的银行卡、手机银行(客户端)、网上银行客户，活动期间，只要发生一笔金额超过100元的交易即可获赠20元手机话费。(限前500名每个客户只能领一次。)

端午节策划方案学生会篇三

xx大酒店

- 1、让顾客了解酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。
- 2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。酒店端午节营销方案

端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

“融融端午情团圆家万兴”在酒店消费水平日益提高的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

- 1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房1间送20元餐饮消费卷。
- 2、餐饮部以“融融端午情团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。
 - 1)、美食城的特价菜10元，燕京纯啤买一送一。
 - 2)、贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并送ktv下午场。
 - 3)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团圆宴，预定团圆宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

4)、在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的'主要目的，也是此次活动中的主题项目。

3□ktv

a)开晚场消费送餐饮消费卷20元。

b)消费超过300元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

c)餐饮消费达到400元以上者送ktv下午场包厢一间。

4、桑拿中心

全套300元

送餐饮消费卷20元。

1、这次策划体现酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

1、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

2、此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对大酒店的认识。

4、通过此次营销计划，应实现目标：客房x万元/天，餐饮x/天，ktvx/天，休闲中心x万元/天。总计x万元/天。

1、50条横幅广告。

2、短信覆盖。预计发5000条。

3、租用一台专用宣传车。

4、出租车车张贴广告。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。

6、消费卷制作400张。

端午节策划方案学生会篇四

3、通过各项活动，吸引人气，拉动销售，增加超市效益，提升员工士气。

6月9日--13日

五·五端午粽情重义

真情一：真情相聚佳节共度（6月10日--11日）

凡活动期间开店的前100名顾客，每人赠送端午节大礼一份。

礼品为粽子及精美礼品一份，数量有限，送完即止。

真情二：深深父爱字字真情（6月9日--19日）

1、为庆祝6月19日，特举办父亲节征文比赛，文稿要求情真意切，有感而发，以表达对父亲的深深爱意，体裁、字数不

限，文稿邮寄（或email□

2、地址□xx超市购物广场

奖项设置：

一等奖（1名）：奖高档衬衣一件；

二等奖（2名）：奖名牌领带一条；

三等奖（3名）：奖皮带一条；参与者均有豪礼。

真情三：亲情陆地龙舟赛全家老少齐欢乐（6月11日）

1、为突出传统端午节日特色，融洽家庭亲情关系，促进家庭和谐，6月11日晚8：00举行；亲情陆地龙舟赛；。

2、活动办法：将两人捆在一起（两人关系为亲情关系），比比那队家庭组合最先到达终点即为获胜！每轮合由4组家庭比赛，共2轮，每轮冠军奖电饭锅1个。

3、报名时间：6月8日~11日晚7点，报名地址：超市一楼总服务台电话：略

真情四：浓浓思乡情乡音大比拼（6月11日--12日）

1、凡参与者必须用方言来表现才艺，表演项目可为唱歌、相声、小品等，可对歌词、台词进行部分更改，但整首歌曲须用方言表达，以表现家乡特色，报名时间：6月8日--12日。

2、以现场投票方式评出最佳方言才艺奖1名，奖200元现金券，参与者奖礼品一份。

真情五：激情端午节5天娱乐秀（6月11日--15日）

6月11日--15日，广场连续5天举行大型文艺晚会，以庆祝端午佳节。

端午节策划方案学生会篇五

端午节为每年农历五月初五（即今年6月20日），又称端阳节，是我国汉族人民的传统节日，本来是夏季的一个驱除瘟疫的节日。又是我国汉族人民的传统节日，这一天必不可少的活动分别为吃粽子，赛龙舟，吃咸鸭蛋，挂菖蒲、蒿草、艾叶、薰苍术、白芷，喝雄黄酒。粽子、咸鸭蛋是端午的传统庆节食品，作为具有百年历史的五芳斋集团更是在端午节来临之际将更优秀的产品推向市场，在为顾客带来美味的同时，坚持把爱传遍世界的每个角落。

1. 营销策划目的

在端午节来临之际，为了刺激旅客在机场特产部的消费，提升本公司知名度，让旅客更加了解本公司，和调动各其它特产的消费潜力；提高顾客对公司品牌的忠诚度，信任度，特本公司拟定在端午节来临之际举行“蔚蓝时代、爱满端午”的活动。

2. 活动概要

活动名称：蔚蓝时代、爱满端午。

活动宗旨：为旅客带来美味，为公司带来盈利。

活动背景：目前，机场的部分商业服务商对节日的宣传不到位，没有对中国传统节日引起高度重视，忽略了节日商机，例如端午节。作为机场的专业商业服务商，我们蔚蓝时代要积极宣传即将到来的端午节、抓住端午商机，以吸引客流量、增加店面营业额。同时也能在节日来临之际，让远在他乡的顾客也能感受到端午浓浓的节日氛围。

活动时间：2017年6月10日- 2017年6月25日

活动对象：杭州萧山国际机场所有客流和其他顾客。

3. 环境分析

文化环境：中国有一句古话：中国有三大节，端午、中秋和过年。从此句话足以看出人

们对端午的重视，而粽子却是此节日不可缺少的食品。以前，粽子都是长辈在家自己制作，随着时间的流逝，自主做粽子的越来越少，会做的也越来越少。随着历史的远去，人们越来越注重节日食品赋予的文化内涵。

行业产业政策：国家对传统食品的支持与保护，颁布的《中华人民共和国食品安全法》

对食品进行安全、卫生等方面的监管，同时我们的产品也得到机场的审核和批准。

市场前景：目前国家对传统文化的大力支持，将端午节列为国家法定节假日，这大大激

发市民的对文化的热爱。因此端午节食品开始走俏，机场商铺潜力大大开发。端午节的粽子食品在市面上需求量大、前景广阔，同时也会提升航站楼内的粽子销售。

消费者分析：粽子有着独特的风味，并给予了悠久的历史内涵。对于消费者来说，有时候吃的不只是粽子，而是一种文化和一种精神寄托。“没吃粽子的端午，不算端午”，更是表达消费者对节日产品的重视。

分析

自身优势：

和机场多年的合作，荣获各种优秀证书锦旗。

地理位置好，可以辐射周边的消费者。

服务完善，得到顾客的一致好评。

消费定位明确，很好的锁定顾客。

能够迅速调整方针政策，适应消费潮流和顾客的需求变化。

自身劣势：

新老员工对产品了解不够透彻，缺少上架之前的培训。

粽子的类型比较局限。

由于机场特殊的销售环境，对营销手段有一定的阻碍。

旅客对我们公司的品牌不够了解，认知度不够。

机场市场机会：

针对快消旅客的特性，我们选择了品牌的'单一性。

端午节期间，会促使粽子的购买力走高。

外在威胁：

机场其它销售商铺对本公司店铺的冲击，比如好旺购物。

粽子属于时效性产品，在端午节过后必然会导致购买力大幅下降。

5. 市场定位

品牌定位：以浙江嘉兴著名品牌“五芳斋”香粽为主营品牌。
形象定位：时尚，大气，礼盒，品牌效应，个性化强。 效用定位：送礼或者自家食用。

配料定位：粽子的生产提供口感极佳、无污染的糯米原料。
黑土地出产的稻米安全无污

染，品质优良、口感极佳。 消费市场定位：针对全体旅客。

6. 品牌简介 五芳斋：

五芳斋粽子是浙江省嘉兴市的一张城市名片，号称“江南粽子大王”，以糯而不烂、肥而不腻、肉嫩味香、咸甜适中而著称。

五芳斋人深知：五芳斋粽子得以驰名天下，源自于美味与绿色健康并重的理念，源自于对传统文化的无比尊重，以及对粽子的品质近乎苛刻的要求。

五芳斋生产粽子选用的猪肉，均来自于其自控的生猪生产基地，并且始终只选用猪后腿部位的上乘肉品生产粽子，为了确保猪肉安全合格，每一批次猪肉在进入生产环节之前，都会经过18道工序检验检测，按照冷鲜肉标准生产、精选和运输储存，确保肉源品质一流。

《端午节营销策划方案》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

端午节策划方案学生会篇六

农历五月初五，是民间的传统节日——端午节，它是中华民族古老的传统节日之一。端午也称端五，端阳。此外，端午节还有许多别称，如：午日节、重五节，五月节、浴兰节、女儿节，天中节、地腊、诗人节、龙日等等。虽然名称不同，

但总体上说，各地人民过节的习俗还是同多于异的。

过端午节，是x人多年来的传统习惯，由于地域广大，民族众多，加上许多故事传说，于是不仅产生了众多相异的节名，而且各地也有着不尽相同的习俗。

其内容主要有：女儿回娘家，挂钟馗像，迎鬼船、躲午，帖午叶符、艾草，游百病，佩香囊，赛龙舟，比武，击球，荡秋千，给小孩涂雄黄，饮用雄黄酒、吃五毒饼、咸蛋、粽子和时令鲜果等。除了有迷信色彩的活动渐已消失外，其余至今流传x各地及邻近诸国。有些活动，如赛龙舟等，已得到新的发展，突破了时间、地域界线，成为了国际性的体育赛事。

弘扬传统文化欢度端午佳节。

庆祝x端午节的到来，让大家深刻体会到x传统节日的气息；提升公司凝聚力；加强各部门同仁之间的沟通与联系；增强公司员工的集体观念。

xx年x月x日。

x号厂房东边的空地。

xx有限公司全体员工□(xx公司员工端午节活动由xx负责人开展)

1、包粽子比赛

x的传统节日大多与吃有关，端午吃粽子，可算是全国通行的习俗，而包粽子主要是用河塘边盛产的嫩芦苇叶，也有用竹叶的，统称粽叶。百姓家家都要浸糯米、洗粽叶、包粽子，其花色品种更为繁多。从馅料看，北方多包小枣的北京枣粽；南方则有豆沙、鲜肉、火腿、蛋黄等多种馅料，其中以浙江嘉兴粽子为代表。吃粽子的风俗，千百年来，在x盛行不衰，

而且流传到朝鲜、日本及东南亚诸国。

比赛规则：10人一组，可分4组进行比赛。将准备好的粽叶、糯米、红枣、红豆、猪肉物品发放给参赛选手，听到裁判员的指令，开始动手，完成的作品需达到指定的标准，（最终解释权在裁判员），取前3名，参与选手有参与奖。裁判员根据比赛结果发放相应“领奖卷”。

准备材料：布料、带子、米、绿豆、仿真水果(小)、桌子数张。

2、制作香囊

民俗学家撰写的《话说端午》里提到：端午节的核心是驱邪除瘟，保持健康。香囊，指装裹了具有辟邪作用的药物或香料的袋子。自己剪剪缝缝做出的简单的具有各种形状的香囊比起市场上的就很有意义，既可以送给家人朋友表达自己深深的祝福，也可以增强动手能力，学学古人的手艺。

比赛规则：10人一组，给每位选手分发一块色彩鲜艳的丝布、一根可以挂在脖子上的细带子、一张小纸条、一支笔、一些香药、一付针线，绿豆或花生代替香料。每位选手利用手中的材料制作小香囊，在小纸条上写下祝福和许愿的话，缝制在香囊外。要求针脚工整，外形美观。香囊制作完毕后，可以自带，也可以送给他人。裁判员根据完成作品的质量发放“领奖卷”。

准备材料：药店配的香料(白芷、川芎、山奈、甘松、丁香公、沈香、艾叶、佩兰、、薄荷等)、干花、稻谷壳、丝绵、五彩绳、针、线、剪刀、铅华纸布料。

端午节策划方案学生会篇七

一、时间：

20-年-月-日

二、地点：

-大酒店

三、活动目标及活动宗旨：

- 1、让顾客了解酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。
- 2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。酒店

四、公众对象：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位：

“融融端午情团圆家万兴”在酒店消费水平日益提高的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

六、促销活动组合

- 1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房1间送20元餐饮消费卷。
- 2、餐饮部以“融融端午情团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。
 - 1)、美食城的特价菜10元，燕京纯啤买一送一。
 - 2)、贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并

送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

3)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团圆宴，预定团圆宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

4)、在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，也是此次活动中的主题项目。

3□ktv

a)开晚场消费送餐饮消费卷20元。

b)消费超过300元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

c)餐饮消费达到400元以上者送ktv下午场包厢一间(中包，提供茶水一壶)。

4、桑拿中心

全套300元

送餐饮消费卷20元。

七、营销活动效果分析

1、这次策划体现酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想(也就是先做人气)，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施

能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

1、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

2、此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对大酒店的认识。

4、通过此次营销计划，应实现目标：客房-万元/天，餐饮-/天□ktv-/天，休闲中心-万元/天。总计-万元/天。

八、经费预算及广告策划：

1、50条横幅广告。

2、短信覆盖。预计发5000条。

3、租用一台专用宣传车。

4、出租车车张贴广告。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。

6、消费卷制作400张。

附：广告词

1、新娱乐新消费端午节全场赠送惊喜多多

2、新口味美食城每款菜价10元，啤酒买一送一

3、“融融端午情团圆家万兴”