# 202\_五一劳动节营销活动总结

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-04-11

*20\_五一劳动节营销活动总结大全8篇五一劳动节宣传职工法定权益与利益，并表彰劳动模范，激励更多劳动者为社会行业发展作出贡献。你知道五一活动过后的总结该怎么写吗？以下是小编整理的五一劳动节营销活动总结，欢迎大家借鉴与参考!20\_五一劳动节营销...*

20\_五一劳动节营销活动总结大全8篇

五一劳动节宣传职工法定权益与利益，并表彰劳动模范，激励更多劳动者为社会行业发展作出贡献。你知道五一活动过后的总结该怎么写吗？以下是小编整理的五一劳动节营销活动总结，欢迎大家借鉴与参考!

**20\_五一劳动节营销活动总结篇1**

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7日黄金周期间，凡持当日游览\_\_花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

5月1日—— 5月7日黄金周期间，在\_\_店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得\_\_花园门票一张;凡抽出写有“五一\_\_店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“\_\_饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

5月1日——5月13日活动期间，\_\_店每日限20只\_\_饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参 48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者，5月1日— 5月13日活动期间，\_\_店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

5月1日——5月13日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览\_\_花园。让宾客充分体会到“\_\_里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一劳动节餐厅促销可以采用以下方式：

1、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息;

2、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气;

3、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人;

4、短信打折券、现场短信交友;

5、服务相关小知识短信介绍，例如餐馆可进行新菜式、特色菜、时令菜介绍以满足广大食客的尝鲜心态，避免客户流失;

6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

**20\_五一劳动节营销活动总结篇2**

一、促销主题

举国欢腾庆五一，开心购物去\_\_

二、促销期限

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日

三、活动内容

文艺活动安排：

1、最后胜利(\_\_月\_\_日—\_\_日)

活动形式：采用拍卖会的形式，每天推出一档，每档\_\_—\_\_样商品，超低价起拍。

活动时间：时间从上午9：00起拍。其余时间安排在活动之前或活动之后。

共享五一文艺演出活动(与\_\_音乐学校联合举办)

2、风情万种(\_\_月\_\_日)

活动形式：内衣秀、时装秀现场模特表演

3、款款情深(\_\_月\_\_日)

活动形式：婚纱展现场模特表演

4、人生风采(\_\_月\_\_日)

活动形式：摄影展

现场展出摄影作品;设置一处景点，现场免费拍摄(1人限拍1次);免费化妆会;美容美发专家咨询会。

5、爱我中华(\_\_月\_\_日)

活动形式：“世纪海联杯”少儿绘画大赛、作品展

从\_\_月\_\_日开始，少年儿童(3岁)凭一幅作品在服务台前报名。

\_\_月\_\_日展出报名作品，再加上现场参赛作品综合得分，评出一、二、三等奖3名，其余为纪念奖。

比赛内容：以“锦锈中华”为主题作画一幅。

奖项设置：一等奖：二等奖：三等奖：

6、明星在线(\_\_月\_\_日-\_\_日)

活动形式：模仿秀卡拉ok大赛

分为少儿组(童声放送)、青年组(明星大挑战)、老年组(老有所乐—戏曲票友之夜)三组

从\_\_月\_\_日开始免费报名。\_\_店服务台进行详细登记。\_\_店从\_\_月25日每天晚上7：30-9：30在店前为音乐爱好者免费提供练习。

奖项设置：

每组3名，一等奖：二等奖：三等奖：

商品促销活动安排：

1、换季商品蹦极行动

联合厂家促销和桥西店自行促销，选出10余种针棉商品五折销售。

2、生鲜潮、早市价

推出几种超低价生鲜商品进行限卖。

3、购物套餐，盘盘开怀

购物达规定现金者，凭电脑小票加规定现金在指定处换购指定日常生活用品。

**20\_五一劳动节营销活动总结篇3**

一、活动主题

五一大促销

二、活动内容

1、深呼吸海的味道

在\_\_月\_\_日到\_\_月\_\_日期间，凡在某超市各分店购物满\_\_元的顾客，可进行现场抽奖，抽取幸运\_\_四日游的名额，到\_\_天涯海角去感受“海的味道”

特等奖\_\_名(\_\_个店共\_\_名)各奖\_\_四日游名额一个

一等奖\_\_名(\_\_个店共\_\_名)各奖\_\_吸尘器一个

二等奖\_\_名(\_\_个店共\_\_名)各奖\_\_电饭煲一个

鼓励奖\_\_名(\_\_个店共\_\_名)各奖\_\_胶卷一卷

2、服装打折自己做主

在\_\_月\_\_日到\_\_月\_\_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抢购活动。

服装抢购活动，每天举行两次，最低达到2折。

3、五一惊喜三重奏

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

\_\_月\_\_日至\_\_月\_\_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

\_\_月\_\_日至\_\_日，一次性在某超市购物满\_\_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。

4、超市“五一”部分特价商品

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)。(本次活动最终解释权归某超市所有)

**20\_五一劳动节营销活动总结篇4**

促销背景：

1、全情市场状况：

婚纱摄影作为结婚的时尚方式被越来越多的妙龄青年及其父母们的认可，由于工作等其它原因，大多数情侣选择在“五一黄金周”期间的结婚。根据调查显示九江目前市场上共有大小影楼25家，其中中小型影楼占据比率最大。但是，大型婚纱摄影公司攻占\_\_市场的有3家。这些影楼市场规模庞大，而且知名度较高，人气极旺。

2、竞争分析：

主要来自于大规模影楼以及附近的同等影楼的宣传强度，而且本公司致命度及形象还未完全树立。

3、消费者分析：

五一前后的新婚夫妻以及希望留念补照的中老年夫妻。这些人收入稳定，有着很好的文化素质，多数都已占有一席之地。

swot分析

优势分析：

1、巴黎春天在\_\_市及周边地区有一定的知名度及美誉度。

2、五月推出的特别活动婚纱摄影、情侣套餐、全家福、个人写真等优惠活动。

3、价格在同类产品中，产品价格较低，而且质量和服务都是较好的。

4、各大摄影楼公司推出过较多促销优惠活动，但是并没有本公司的活动具有针对性、密集性，而且活动的优惠服务的面也扩大。

劣势分析：

1、同档次的产品竞争比较激烈，（如蒙娜丽纱、丽人行）

2、消费者对新活动了解不多，很难深入人心。

3、人们对新的活动存在偏见（有些人总是不太喜欢尝试新的事物，对新事物有所偏见），同时也害怕上当受骗。

机会点：

1、新活动具有是针对性服务的，在同类活动中，还未有针对性服务的活动。

2、促销计划不仅可以吸引新顾客，同时可以拉动老顾客的再次消费。这种促销同时也建立了一个顾客群体。

威胁：

1、在五一市场活动中，其他竞争公司肯定也有新的活动的推出，对公司活动造成一定程度威胁。

2、该活动具有针对性服务，享受顾客面会受到一定程度的限制，失去竞争优势。

促销目标：

占领×市场

策划、制定新活动进行的从推广期到成熟期的整体促销计划

让消费者尽快了解活动

提高公司知名度，能够深入到九江的各家各户，达到一定的认知量

让消费者逐渐对该活动产生兴趣，成为巴黎春天的忠诚消费者

提高销售量

目标消费群分析：

重点目标消费群：

新婚夫妻及20～～30人群

辅助目标消费群：

希望留念补照的中老年夫妇及儿童。

目标消费群特点：

1、有一定的经济基础，购买力强，消费心理成熟，文化素质较高，具有开放心潮思想。

2、注重生活情趣，享受快乐。

3、追求时尚及品牌服务。

促销时间：

时间，目标策略，活动备注

05.01——05.03，让九江大部分地区的消费者了解到此次新型促销活动在各大超市发放宣传单，各档期促销活动报纸宣传推出“寻最——谁是最深情的新娘”活动，街边发送宣传页，悬挂大型展示牌。宣传期

05.01—05.31，让大多数消费者接受此产品，既而对此产品产生浓厚的兴趣利益诱惑，实惠浪漫，宣传起推动作用。发送“真情互动卡”、有情人浪漫百分与酒店联合举办“情真+”摄影喜宴活动。活动期

05.06—05.31，让大多数消费者信赖本公司，成为忠诚的影楼消费者强化品牌形象做好报纸电视广播广告，树立品牌，良善服务。成熟期

促销范围：

目标范围：市地区

范围计划：在五一期间得到消费者认同，奠定消费基础。

促销主题

活动主题：温馨送五一（浪漫新婚）有好礼

活动业务：婚纱摄影、情侣套餐、全家福、个人写真。

活动方式：设置“浪漫”写真套系、制作“真情互动卡”。以发售“真情互动卡”方式拓展此项业务活动操作办法。推出“寻最——谁是最深情的新娘”活动，得奖者获得玫瑰之约“真情永远免费摄影活动”，限定名额。

促销活动方案：

活动内容方式：设立“浪漫新婚”，写真套系等服务。

价位根据当地消费实力情况：定为200—500元之间。

1）参考套系：

婚纱摄影、情侣套餐、全家福、个人写真16寸放大一张，12寸晶亮小水晶一张，10寸精美影集一本。所选12张照片（含大片）底片免费奉送拍摄。

2）提供：

时尚写真造型3次、礼服一套、写真服装一套。印制“真情互动卡”（版样见文件），三八节前发售、顾客持卡拍摄。

3）真情卡”发售办法：

顾客进店购买，或派出业务人员与零售店面联系（如书报亭、高档的小零售店面）以提取抽成的方式合作发售。派出业务人员与当地机关的工会、妇女组织联系以替代福利形式发放。重点以银行、学校、医院及其它一般收入占中上水平的单位此类单位大多福利待遇高，每年有固定用于过节的福利资金支出，经常的实物发放已感厌倦，此种形式易于成功。

发售要点：

派出业务人员的业务能力与主观能动性强。

活动奖项设置：

开展玫瑰之约“真情永远免费摄影活动”，限定名额。

宣传页：

印制公司折页以及不同档期的宣传页。

中奖广告：

与酒店联合举办“情真+”摄影喜宴活动。

优惠卡：

印制“情动优惠卡”，发掘潜在客户，可转移发放，即朋友送朋友，真情享优惠。

联合活动场所：

零售店面：

16家，出售真情卡，赠送优惠券，参加“寻最——谁是最深情的新娘”活动填表。

运动场所：

参与活动的各大单位名单（银行、学校、医院）

时间进度：

参照促销时间表。

促销传播策略：

1）广告表现策略：

各档期促销活动报纸宣传。店前悬挂条幅也可以悬挂于其它主要商业区显著位置。

2）媒体运用策略：

广播：

与电台联系，尽可能以黄金时段播报。播报内容参见文稿。（5月1日前后播出）

报纸：

选择当地有影响的报刊登（板样另复）。黑白、彩印或双色套印均可，见报时间5月1日前以上广告行为，由各加盟企业酌情实施，条幅及宣传单必须落到实处，广播、电视、报纸可以根据各店实力及当地实际情况选择实施。

电视：

根据实际情况配合店内图像播放、广告旁白另复（内容情修订）。同时制作电视广告，应与电视台编播人员协作力求阐明广告意图。

促销预算：

1）广播广告：20\_\_

2）报纸广告：500元

3）电视广告：6000元

4）宣传页：四个档期，双色单面大16开105克进口铜版纸20\_0张（每档期5000张）共计1200元

5）横幅；市场价格变动较大，另计。

6）促销人员费用：十人每人每天25元共计30天合计7500元

7）不可预计费用：因时事变动，另计。

共计：约18000元

**20\_五一劳动节营销活动总结篇5**

五一活动背景分析：

五一节日期间，各商家比着打折让利销售的行为让人担忧，认为从表面上看起来红红火火的假日销售，只是消费者将昨天、明天或下个月的消费集中在几天内进行。为了引导消费，激发节日冲动性消费，并且要想在五一期间取得较好的销售业绩和较有影响力的社会效应，提升沂罗服饰 的企业形象及以经商的特点，沂罗应该举办与节日相应的各种活动，推出文化营销，使营销过程与文化享受有机结合起来，使消费者在享受多元化服务的同时，增加随机消费的欲望。从本质上区别与其他商家大同小异的一味让利打折手段来带动假日消费，从社会意义角度提升沂罗的形象，树立高层次的文化消费来吸引消费者，笼络中高层次的消费群体，展现名店风范。拟策划以下“繁花似锦五月天，欢乐假期乐无限”五一节日主题系列活动，活动方案如下：

一. 系列活动主题：

1． 五月购物赠大礼，欢乐假期全家游

2． 心系千千结，十万爱情大展示

3． 购物送好礼

二. 活动时间：

1． 五月购物赠大礼，欢乐假期全家游：20\_\_年x月x日——5月x日

2． 心系千千结，十万爱情大展示：20\_\_年x月x日——5月x日

5． 购物送好礼：20\_\_年x月x日——5月x日

三. 系列活动范围：

沂罗服饰广场罗庄店，付庄店

系列活动内容：

（一）五月购物赠大礼，欢乐假期全家游

活动内容：

为在五一黄金周提升沂罗服饰广场的人气，创造销售佳绩，特举办“五月购物赠大礼，欢乐假期全家游”即购物赠五一情侣、全家旅游套票活动。

实施细则：

① 5月x日——5月x日，凡当日累计消费正价商品满3000元凭发票及有效证件登记即可获得五一旅游两人情侣套票一张。

② 凡当日累计消费正价商品满4000元凭发票及有效证件登记即可获得五一全家旅游标准套票（限三人）一张。（不累计赠送）

③ 凡当日累计消费正价商品满5000元凭发票及有效证件在相应品牌专柜登记即可获得五一全家旅游套票（限四人）一张。（不累计赠送）

④ 凡当日累计消费正价商品满120\_\_元凭发票及有效证件登记即可获得豪华旅游两人情侣套票一张。（不累计赠送）

（二）心系千千结，十万爱情大展示

爱情专线 尽显温馨

五一期间，推出独具特色的爱情专题活动，以“心系千千结，十万爱情大展示”为响亮口号，抓住现代年轻人趋于真情表露的开放心态，积极调动热恋中情侣们自我表白的参与热情，将写有每对情侣爱情誓言、姓名、祝福等内容的手绢相互连接，这五彩缤纷、心心相结的“爱之物语”在春风吹拂之下自然形成一道亮丽

的风景线，而形形色色的爱情誓言则向每位顾客敞开心扉，与人们共同感受挚爱的甜蜜与温馨。

实施细则：

①五一期间，活动在卖场前广场举办“心系千千结，十万爱情大展示”活动，用红色软绳连接用于悬挂手绢，每对男女顾客可现场领取手绢一块，提供油性马克笔供顾客撰写爱情誓言、真实姓名（用于抽取幸运顾客）、祝福等内容，凡经顾客同意的手绢由顾客亲手系在绳上，后一对顾客接着前一对顾客用手绢打结连接，以次类推，挂满为止。

② 每日抽取一对幸运情侣，可获赠五一期间近郊旅游两人情侣套票一张。凭有效证件领取赠票。

（三），购物送好礼：

凡在活动期间购物满99元的顾客，凭购物小票均可领取果汁一桶。

**20\_五一劳动节营销活动总结篇6**

一、促销活动目的：

利用黄金假期，进行大规模促销活动，提高产品销量，消化库存和换季产品，刺激渠道的活跃性，并有效掌握消费者的顾客资料。

二、促销活动对象：

\_\_的目标消费群

三、促销活动时间：

20\_\_年x月x-x日，根据需要可适当提前或者延长促销区间，以保证促销活动最大量接触消费者。

四、促销活动城市：

全国\_\_零售网点。大型促销活动地点主要放在三级市场及平时销售业绩不好的城市，这么做一可而已避免大面积的伤害品牌形象，二是可以大幅度提高\_\_在当地的销售业绩和知名度。

五、促销活动方式：

运用强有效的价格利器，采用多重优惠组合，以造成彩棉革命和大普及的气势，凸显强势品牌和强势营销的风范。

六、促销活动主题：

五一3+1天狂欢购

七、促销活动产品：

\_\_各系列特价产品

八、促销活动策略：

为完成年前库存换季清销工作，本次五一促销活动策划以向消费者让利为主要操作手段；为了展示\_\_品牌产品线的完整性，向消费者传达一线品牌的全面形象，所以此次促销活动将针对所有终端销售产品进行，根据产品的库存时间安排，库存产品折扣力度放大，以产生足够销量，新上市产品适当让利，以与消费者终端接触为目的，并产生一定的销售量。

本次活动考虑到在五一劳动节期间各大商场会针对女性消费者推出各种主题促销低价折让活动，为避免与这些活动混为一体，将采取三种促销内容叠加的方案，以四重大礼送你惊喜为主题副标，以多重利益吸引消费者购买：

1、曾经买过，一定送！（第一重礼）如果您曾经买过\_\_产品，凭累积300元购物票据到营业网点换取彩棉袜一双。

2、现在来买，立刻送！（第二重礼）五一4天，指定产品均享受五一快乐价！新品8.8折，详见吊牌五一价，购任何\_\_产品满200元送内裤一条，折上再送！

3、特款特价，特别送！（第三重礼）：公司将向经销商提供特价产品，特价产品涵盖内衣、线衫、裤类、内裤、家居、衬衫等。特价产品详单及供货价、市场销售价由客服部提供。

4、即使不买，还能送！（第四重礼）：用女性比较感兴趣的额外利益吸引女性消费者前来购买并进行产品接触。同时用一个高价值的美容用品做为一等奖奖品加强促销活动与女性目标消费者的心理需求关联，以此吸引消费者进行品牌接触，创造线下传播及尝试性购买的可能性。

温馨提示：到\_\_专柜的即使不买东西只要愿意填写顾客资料的也可以参加抽奖游戏活动。

奖品设置：一等奖价值400元的美容护肤品（也可用价值比较高的\_\_产品替代）

二等奖\_\_彩棉内裤一条或等值\_\_产品

三等奖\_\_袜子一双或等值\_\_T产品

注：一等奖数量设置为三位，但具体执行数量及执行价格可根据实际情况安排。此活动为女性消费者参加。一等奖奖品由经销商在当地采购，二等奖、三等奖数量设置由经销商根据当地平时销售情况预估而设定名额，抽奖工具选择使用手机微信营销功能，这样，无需购买和制作抽奖游戏道具，就能够进行抽奖，同时商家在后台还能够查看抽奖数据，省去了管理的人工成本。再者，乐乎网络的手机微信营销功能其中的抽奖玩法有多种可以选择，成本最低也不过198元，可以说是有很高的性价比了。

除了上述说的抽奖活动方案，还可以用商家店内的电子屏幕进行乐乎现场大转盘抽奖，只需要点击2次空格键就可以完成抽奖游戏了。同时，在商家店门口放置一个电视屏幕，同步展示抽奖过程，有利于吸引更多顾客进店购物。总之有很多创意的抽奖活动方案，可以在五一促销活动中为你争取更多的盈利。

注：购买特价品不再参加买赠活动，购买特价品和参加买赠活动的同样可以参加抽奖游戏活动。买赠指买正品、新品达到多少金额，送内衣或线衫一套/件，赠品可从特价品中选出一部分不做特价销售，专门用于赠品。

九、大型促销活动准备：

1、活动期间活动点派销售人员在各大商场入口处派发活动DM单页；

2、活动点于4月30日门店或专卖点营业结束在门店内或专卖点内悬挂活动主题吊旗，张贴海报，用于吸引消费者驻足观望并烘托主题促销活动氛围；

3、各专卖点醒目处放置主题背景及内容说明物料一个（X展架或其他物料）；

4、活动面积至少保证50平米以上，五一活动策划可选择商场门前或步行接的露天广场，也可选择商场内的活动广场，因为五一搞活动的品牌、厂家很多，所以场地要提前洽谈，越早越好。

5、为加强活动的吸引力和现场的气氛，客户可同时在活动场地举办模特走秀、歌舞表演或当地老百姓喜欢的特色娱乐活动。在搞这些活动时，准备工作一定要做好，现场舞台的搭置、主持人的挑选，演员的确定，娱乐活动内容的选择都要细致，周到。

场地要求：场地中央可搭建T型台，后面制作的大型背景喷绘，可以走秀，表演节目，T型台周围放几个模特，花车10-20节围在周围.货品全部放在花车与T型台之间.现场所有能利用的地方都要有\_\_的广告喷绘，以制造良好的现场氛围.

十、人员安排：

本次活动由各地经销商按照方案自行操作，为保障此次活动的顺利执行，针对活动执行过程中的两个细节，需要指定专人负责：

1、单页派发人员

活动期间每天在营业时间于活动场地人流量最大的通道派发DM单页，负责向女性消费者传递活动的第一手信息，要求：形象、气质佳，着装整洁，并配有\_\_明显标志。

2、活动检查人员：

活动执行期间，DEBEST各大区派出人员进行活动检查，如发现各地经销商操作上的一些偏差行为即刻调整，保证各地活动的同步进行。

**20\_五一劳动节营销活动总结篇7**

活动背景：

面对年后第一个长假的来临，第一个销售高峰也随之到来，在这个春夏交接的时段，是一个消费较为活跃的时期，尤其是服装和食品类。

活动思路：

五月正是天气转暧并趋于稳定的季节，也是进行旅游等户外活动的好时期，特举办“锣开五月、五一假期”活动，“锣开”是大力度的促销活动，为消费者省钱的时间到了，“五一假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动，此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”

“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

活动目的：

提高门店销售额，同时增加企业亲和力，树立优良企业形象，培养忠实顾客。

活动主题：

“锣开五月、五一假期”

主体宣传：

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

活动时间：

4月25日——\_\_年5月15日

**20\_五一劳动节营销活动总结篇8**

一、活动时间

\_\_月\_\_日-\_\_月8日

二、活动目的

五月份是一个黄金周，在全月里有几个重大节日如：五一国际劳动节、五四青年节、母亲节、六一儿童节等。为了更好地促进销售，提高客单价，并且产生较有影响力的社会效应，进一步提升超市的企业形象。

三、活动主题

庆五一，享方便实惠，赢精彩大奖

四、活动口号

五一逛快易拍，购物中大奖;低价降到底，好运转不停。

五、广告宣传

DM\_\_月\_\_日——\_\_月\_\_日，户外宣传广告喷绘介绍促销活动，车身条幅，大门条幅，店内POP，广播宣传，

六、场景布置

大门口条幅，夏季吊旗，特价区吊牌12块，上下电梯3块宣传指示牌，平步梯广告帖纸，中空巨幅两条，

七、活动策略

1)五一黄金周，低价降到底，推出一期DM海报\_\_月\_\_日至\_\_月\_\_日，单品分类，生鲜\_\_，食品\_\_，非食品\_\_，专柜\_\_，老店\_\_

2)五一逛\_\_，购物中大奖(具体方案见附页)

3)低价降到底，好运转不停(具体方案见附页)

4)\_\_月\_\_日第二届“劳动颂歌”青年卡拉OK竞赛决赛，大浪淘沙显高明，群星荟萃看今朝。

5)\_\_月\_\_日“青春风采，活力无限”青年节精彩文艺演出

6)\_\_月\_\_日“五一逛\_\_，购物中大奖”抽奖晚会，精彩演出(内部员工)

7)\_\_月\_\_日“五一逛\_\_，购物中大奖”颁奖晚会

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！