# 营销现代沙发文案范文(精选9篇)

来源：网络 作者：雨声轻语 更新时间：2025-03-12

*营销现代沙发文案范文 第一篇一、活动时间：20xx年9月8日—20xx年9月10日二、活动地点：超音波通信城（紫金店和西街店）三、活动目的：为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因现在的手机行业竞争比较激烈，故各手机同家必须提高...*

**营销现代沙发文案范文 第一篇**

一、活动时间：

20xx年9月8日—20xx年9月10日

二、活动地点：

超音波通信城（紫金店和西街店）

三、活动目的：

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因现在的手机行业竞争比较激烈，故各手机同家必须提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用“9、10”教师节为主题，以“9、10”为策划原点做出相应的促销方案。

四、准备工作：

1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；

2、详细了解各厂家是否有促销活动，这样可以借用厂家促销的机型做为亮点，可以有效的降低成本；

3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；

4、广告媒介：宣传单页（A4），店面外展版（尺寸待定），报媒（待定）；

五、活动内容：

1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引路过的潜在消费者；

2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；

3、准备一些很简单的关于教师的问题及游戏，使消费者看到获得奖品的希望，从而调动顾客参与积极性；

4、针对消费者心理及习惯，设计一档简单好玩的游戏：请活动现场的各位有兴趣参加的顾客进行写短信比赛，编写“老师，你辛苦了。”发送至指定号码。以最短时间编写者为胜，并设置其奖品；

5、从9月8日起至9月10日截止，在上党晚报做原创短信大赛，以“教师节”主题为评选出一、二、三等奖和入围奖；（待定）

6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者（含1500）即可参加抽奖；

7、推出团购机型：诺基亚、三星、索尼爱立信、联想等（机型待定），团购条件需十人以上；

六、活动流程：

9月9日上午：

1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；

2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目

3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；

5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；

6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；

7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动内容；

9月9日下午：

1、15：00分开始，由公司安排出演节目；

2、15：30分开始现场编短信比赛，并给予奖现场编短信比赛，选获胜者并颁发奖品；

3、15：40分由公司安排出演节目；

4、16：00分开始购机抽奖；

5、16：20分由公司安排出演节目；

6、17：30分活动结束

七、活动现场安排：

1、场地安排：在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

2、人员的安排：每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

3、奖品的确定：待定

4、经费预算：略

八、对活动的事前事中事后分三部分来控制，各部分应考虑到的问题：

1、活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、时间长度及时间点。

2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销（如八月十五，国庆等）。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

**营销现代沙发文案范文 第二篇**

活动目的：

借助中国的传统节日“中秋节”以及第二个长假“国庆节”吸引同仁御颜养生堂的人气，营造第二个销售高峰，提升同仁御颜养生堂的品牌形象，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓销售下降趋势。

活动主题：庆中秋迎国庆，送大礼

活动内容：

1、咬月大赛

参赛人员：限64名

比赛时间：9月13、14日

报名方式：只要购物满50元，即可凭购物小票现场报名参加。

操作明细：

共分成8组，每组8名参加初赛，平均每人一个相同大小的月饼，在规定时间一分钟内，谁吃得最快和没有违规者为获胜者，在比赛的过程中由工作人员卡表计时为准，不得将月饼扔在地面，违规者视为无效，在每组中选出第一名，参加决赛，评选出一、二、三等奖以及参与奖。

奖品设置：

一等奖2名各奖价值248元套装一个

二等奖3名各奖价值68元纯露一瓶

三等奖5名各奖价值28元洁面乳一只

参与奖54名凡参加者均可获得价值10元的优惠卡一张。

2、购物满100元送30元优惠券，多买多送！

30元优惠券只限于消费满100元以上使用。

活动宣传

1、店内海报：（活动内容）

2、条幅：同仁御颜养生堂庆中秋迎国庆送大礼

3、电话邀约老顾客

4、电视飞字：同仁御颜养生堂庆中秋迎国庆，咬月大赛送大礼，买100送30

5、社区及各人流密集处以小条幅宣传，内容如上。

场景布置

1、店外布置：

门头对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；

2、店内布置

药茶的摆放：组装一个礼盒，药茶柜子最显眼的地方。

创意：小活动——对对联

题目是：18种药茶喝出健康

只要你应对的对联对仗工整，内容相对，上下联意义相关，就可获得一份小礼品。（可以为10元的优惠卡）

脐疗粉、药浴摆放：每种产品旁边放置明显的提示牌，上面写着适应症。

化妆品摆放：美观、新颖

活动注意事项：

1、人员的活动前培训：包括接待礼仪、活动内容

2、人员分工明确，各负其责。

3、做好详细地活动登记表，建立顾客档案。

出货方案

1、本活动需要打款20xx元，按照正常折扣发货。另外赠送活动奖品：套盒4个，纯露6瓶、洁面乳10只。

2、配送优惠卡100张

**营销现代沙发文案范文 第三篇**

>一、元旦市场分析

元旦前后是小家电特别是电热水壶、豆浆机等可以做为礼品的产品的消费旺季，为抢夺市场，各品牌都纷纷有所行动；同时豆浆机、榨汁机等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为了抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我司特策划了本次活动。

>二、促销目的

1、利用“元旦”黄金周的机会，提升我司终端零售量，加大分销力度

2、通过终端现场演示，提升我司产品知名度、激发犹豫徘徊消费者的购买欲望；

3、有效的打击竞争对手，为实现明年我司的销售任务打好第一仗；

4、通过促销机型，带动其他产品的销售；

5、增强经销商操作我司产品的信心，振作导购员的士气。

>三、促销时间

20xx年12月25日—20xx年1月10日

>四、促销主题

促销主题：YL小家电迎新贺礼大酬宾

宣传口号：299，YL豆浆机抱回家；366，YL多功能炖盅提回家； 129，YL榨汁机带回家；99，YL电水壶“捡”回家；YL电水壶老顾客不买也有礼送

过年了，给远方的父母带个豆浆机回家吧

（横幅标语为上面宣传口号或促销主题）

>五、促销对象与范围

1、促销对象：终端消费者 淘巧好，好淘巧

2、范围：广州、深圳可控终端（是指有导购员的卖场）

>六、促销方式

现场演示配大酬宾活动，大酬宾内容有促销机型、折优惠和赠品

1、促销机型

豆浆机：20xxB，促销价299元；

炖盅：9121，促销价366元；

榨汁机：5002B，促销价129元；

电水壶：8901、8902，促销价99元；

电磁炉：3018FB，促销价199元

其它机型折优惠

2、赠品形式

所有购买YL产品的顾客除随机赠品外，还赠送精美新年台历一本（价值25元），电水壶顾客还赠送价值5元的除垢剂2包，电水壶老顾客凭有效购机证明免费赠送价值5元的 除垢剂1包。（以上赠品特价除外）

3、现场演示

演示机型：炖盅9121，豆浆机20xxB，榨汁机5002B、5000D；（这四款为必须演示的机型，其它机型商家可根据销售情况增加）

演示地点：商场入口处或楼梯入口处或商场门口

演示要求：炖盅要求炖骨头或鸡肉（禽流感期间可用其它代替），蒸格内放玉米、馒头、鸡蛋、红薯等并热气腾腾；豆浆机要求不间断打豆浆（豆浆加糖）并让所有前来演示台的顾客品尝；渣汁机要求现场

演示榨汁过程并现场演示清洗过程，突出易清洗，5002B演示榨奶汁过程时，原料为香蕉、纯牛奶、冰糖等或青瓜、红萝卜等，演示完演示人员先尝喝表示干净再给顾客尝喝。以上所有演示给顾客尝试的东西必须要求卫生、干净（不仅演示中卫生而且后台操作也要卫生，以防品尝的顾客喝了生病闹肚子而投诉）。

演示人员要求：演示人员一定要声音洪亮、吐字清晰，条件允许尽可能带耳麦，动作自然，说话有亲和力而且幽默风趣，吸引顾客前来观看、咨询。同时，演示人员还要突出演示5002B易清洗的过程，现场准备水桶一蘸即干净的效果；演示过程注意顾客的疑问并边演示边解答。

演示台要求：至少3张以上演示台并齐摆放演示。

现场演示布置要求：一个X展架、二张以上海报、一条以上横幅、产品与赠品分开堆码并在赠品上贴上醒目的“赠品”或“赠品区”字样；通过一些气球、鲜花、彩带、以及导购员自做的蝴蝶结等美化现场，哄动现场促销气氛。

>七、促销配合

1、产品

**营销现代沙发文案范文 第四篇**

周年庆典是所有商家都会有的机会，但是很多商家只是作为一个庆典这样一件事情来做，而有的商家却当作一项促销机会来挖掘，精心策划，周密运作，最后实现了销售神话。20xx年9月1日，是金伯利钻石专营店店庆七周年的日子，该店经过运筹帷幄，使当天销售直线上升，打破历史记录，将近30万元。对于一个不足100平方米的店铺来讲，真的是一个奇迹，将不可能演绎成了事实。

>策划店庆活动主题，整体提高促销品位

金伯利钻石商丘专营店，是河南如水珠宝有限公司旗下的一家钻石专营店，开店时间已达7年之久，在商丘珠宝钻石市场属于主导品牌。经过对商丘珠宝钻石市场各个钻石品牌促销活动的调查，我们得知：各珠宝品牌进行以促销为主题的活动宣传推广较多，但是手段比较单一，几乎都是打折、买赠之类，太俗套、纯商业味较浓，活动没有品味，品牌形象推广严重馈乏。因此，如果金伯利能够在这方面率先取得突破，就更加拉大了与其他钻石品牌之间的距离，使金伯利能够在商丘市场巩固主流品牌地位、取得更大的竞争优势。

所以，我们决定把此此店庆活动主题定为“经历感动成长，相约店庆七周年”。商丘金伯利钻石专营店与消费者， 7年回眸，对于一个处在经济相对比较落后地区求生存的商丘金伯利钻石店来说，这是一个坎坷、挫折、奋进、成长、辉煌的历程，她的曲折经历确实能感动她目前辉煌的成长现实，她的成长离不开社会和消费者的关注和支持，“经历感动成长，相约店庆7周年”的主题活动，名义上把店庆促销活动转换为消费让利回馈活动，顺理成章，具有亲和力，提高活动品位。

>盘点资源，打造核心竞争力

再经过比较深入的了解，商丘金伯利钻石专营店6年来积累了店庆促销方面的成功操作经验，可操作性强，其中有两个核心的措施，一个就是“寻找幸运顾客”：凡在元月1日(即店庆当天)购买钻饰满20xx元以上者，即可成为金伯利幸运顾客，在以后每一年的店庆当天都可以来领一件超值礼品(价值上千元的红蓝宝石)。这样不仅可以为每一年的店庆带来人气，而且还可以通过口碑效应带来新顾客。这样以来，长达六年积累下来的幸运顾客已有三四百名。这是一个非常宝贵的。另外一个核心措施就是答谢老顾客：以前所有的老顾客在店庆当日都可以来领一份精美礼品。这个措施可以起到证明金伯利始终不忘老顾客的作用，从而扩大信誉度、知名度和顾客忠诚度;还可以带来当天的人气，杜绝了冷场局面的发生;最终还会促使老顾客的再次消费，可谓一石三鸟。本人认为，商丘金伯利钻石以往店庆的这两个核心措施不仅应该作为保留节目，而且还应该进行完善和包装，使其更加具有竞争力，发挥更大的作用。为此，我们将这两项措施包装为“金伯利消费感恩节”，专门向幸运顾客和老顾客表示感谢，进行超值回馈。这样以来，我们通过顾客档案掌握的信息资料，以手机短信群发的形式提前通知了往年的幸运顾客和老顾客，7周年店庆首先能够取得他们的拥护和支持，以极少的投入就拥有了一部分预定的人气，为本次店庆的成功奠定了坚实的基础。

>优化组合媒体资源，实效传播广告信息

在广告媒体的选择上，我们遵循经济、有效的原则，采取了立体式高密度的优化组合策略。平面报纸广告，我们选择了当地的《京九晚报》和《大河报》DM夹页。《京九晚报》广告费比较低廉，是当地报纸;《大河报》属全球发行百强，影响力较大，费用太高，所以就采用夹页的形式，既能节省费用又能借助强势媒体的影响力。对于户外广告我们选择了户外大牌、交通路牌、小区广告牌，而没有选择公交车体广告是因为商丘市的公交不发达。影视广告，我们选择了商丘电视台，因为它在当地可以将字幕广告切换到中央电视台、河南电视台的某些频道，传播效果非常好。

在广告投放节奏和广告内容上，我们制定了循序渐进和软硬结合的策略。关于详细活动内容的硬平面广告，我们只在报纸上投放，而且是在活动前一周内密集投放;活动前期的铺垫造势，我们是通过做硬广告赠送的软文版块发布软文广告;活动主题提示则是通过户外广告和电视广告来进行。

通过这样有原则地选择媒体、有节奏地投放、发布有针对性的内容，不仅使广告资源得到了有效应用，而且也起到推波助澜和制造影响力的作用。

**营销现代沙发文案范文 第五篇**

借助元旦假日消费，且元旦又正赶春节前销售旺季，推出一系列活动，让消费者有购买越多，实惠越多，只要购物就有惊喜的感觉，从而实现旺季提升销售业绩的目的。

活动主题

佳威元旦惊喜多，恭贺新年送大礼

惊喜一、1 1购物，实惠加实惠

活动期间，如顾客与其亲友(至少两人，最多限三人)在活动期间同一天一起购物，凭两人以上的购物小票，可享受团购优惠，优惠办法是都可享受\_满1000元即送100元现金\_的特大优惠(可两人的购物小票加起来享受团购待遇)。可促使顾客拉亲友来商城购物。

惊喜二、喜逢20xx，六六大顺

活动期间，购物满66元以上的顾客，凭小票可摸取幸运数字20xx，摸全20xx的顾客，奖励现金66元，摸到20xx数字中的三个数字的顾客，奖励现金26元，摸到其中两个数字的顾客，奖励现金12元，摸到其中一个数字，奖励现金6元。参与的顾客奖励精美礼品一份。

惊喜三、购物喜上喜 香港七日游

1、 在活动期间，顾客在一次性消费500元以上，可以在收银台免费领取抽奖券参加抽奖。

2、 领取奖券时，每满500元领取一张，超过500元部分金额以500元的倍数计算(不足倍数部分不予计算，例如：1000元-1499元可领取两张)，以此类推，最多限领5张。

3、 抽奖方式为公开抽奖，其奖项设置为：香港七日游(只负担旅游公司正常收取的费用，其他费用自负)。

4、此活动将在活动结束后公布，旅游时间另行安排。

5、最终产生幸运顾客3名

以上三个活动消费者可同时参与。

惊喜四、好东西，便宜卖，天天特价送给您!

针对不同人群，不同时间，不同特点进行商品特卖，以小带大。逢星期六、星期天可以将学生服装进行特卖，逢星期一至星期五可以将男装、女装、老年装、内衣及婴儿服装进行轮流特卖。

参加此活动不可参加一至三活动。

场内外布置：

场内外要精心布置，做到能烘托出，喜庆、热闹、传统、民俗的节日氛围，充分突显元旦与春节浓烈的节日气氛。

场外搭置古典式门楼，并制作大红对联，门脸上方要制作巨型喷绘，中央有红底黄字\_恭贺新年\_，左右两侧要有金童玉女恭贺新禧的图样，门内正中央制作一个大型\_福\_字。

场内制作两个大型菱形的方盒，上边有黑色的\_恭贺新年\_字样，方盒下边有坠穗。购置大型的卡通狗两只，悬挂于二楼演艺台，另需印刷吊旗，吊旗的颜色字样等与场内外一致，做到从上到下，从里到外，统一形象，整个商城形成一片祥和、繁华的景象。

**营销现代沙发文案范文 第六篇**

被7岁孩子折腾

是世上最严酷的测试

——宜家

千百次的呼唤

只为让你

重回现实中来

梦境再美

不及生活实在

——宜家

在这之前

没有电灯

在这之后

没有野蛮爱情

人类文明

徒然从非黑即白的极端

走向了文火静燃式的脉脉温情

——宜家

冬日的懒猫蜷缩在地板上

小表妹捧着《黑兔和白兔》

坐在地板上

我移来一张毛茸茸的地毯

表妹和猫同时奔了过来

——宜家

**营销现代沙发文案范文 第七篇**

>一、元旦后应立即进入年节氛围的布置，第一时间悬挂起大灯笼和陆续进行春节装饰物的安装，进入腊八节开始播放新年到等音乐。此时间段促销商品重点可放在圣诞·元旦库存清理上，采购配合洽谈部分单品买赠、单品折扣、组合销售等活动。

>二、1/25-2/2 腊八节喜庆年货 早买早实惠

1月27日腊八节之前所有的春节装饰、年货大街装饰、商品陈列氛围营造完毕。本时间段对年节销售和门店形象至关重要，保证低价形象以吸引客流让顾客产生此处可买到便宜年货的感觉。

1、本期内以保暖防寒类、洗化清洁护肤纸品类为主，厨房用品为辅的非食、小百货作主打;

2、年货启动生鲜牵头：米、面、杂粮、油、生鲜肉类、腊制品、调味品、散干货、南北干货等单品镶嵌;

3、年节团购手册建立，把酒、肉、干果等礼盒和大礼包进行对外团购引导。

PR活动：

甜蜜换购 省钱新一季

1月25日-2月11日，一次性购物满58元，即可至活动区参加甜蜜换购活动，每人每票最多换购2款精品，精品有限换完为止!

加1元 换购价值3元商品一个

加5元 换购价值8元商品一个

加10元 换购价值15元商品一个

加15元 换购价值25元商品一个

加20元 换购价值40元商品一个

具体换购商品待定!

>三、2/3-2/11 除旧迎新 欢欢喜喜过大年

腊月十五至小年后腊月二十四日为传统习俗除旧迎新的时间，对家居环境清洁用品、家庭生活用品、床上用品、穿着用品等主打，礼盒类、大包装类食品开始大量陈列和促销，团购提示随处可见。

PR活动：

新年好礼满额送 (2月3日-2月14日)

一次性购物满398元，送15元新年贺礼一份;

一次性购物满698元，送20元新年贺礼一份;

一次性购物满998元，送30元新年贺礼一份;

一次性购物满1598元，送50元新年贺礼一份;

>四、2/12-2/18新年好礼 精彩亮相

此时间段是年前采购的最佳也是最后的时间，公司福利和年节走亲访友的礼品筹备高峰期，所以本阶段以食品类主打，尤其是礼盒类、大包装类进行大面积陈列和宣传。

大瓶装饮料、散装干果、糖果、干货、饼干类、酒水、礼盒等从腊八节开始销售，到现在变为主推期开始大量走货，价格性占比在小年后要比前期更显惊爆，直至2月18日除夕当天价格再下调一个幅度，到正月初六(2月24日)低价收官。酒类商品可以一直延续到年后还是热期，同时处理一下年前的库存。

此时间段中包含情人节，情侣用品、春季新品等也是主推促销商品。小百货果盘、果篮、儿童玩具、红色系列等辅助销售。

PR活动：

1、情人节互动活动：2月14日当天情人系列活动吸引情侣参与，增加人气。

(1)爱让我们相识：N位参赛者每人代表一个1-N的数字，主持人说一个数字，2人或3人快速走在一起，代表的数字加减乘除后与主持人讲的数字吻合为胜出队伍，一直剩到最后2人为冠军。

(2)爱让我们拥抱：规定时间内情侣用身体挤破气球数量最多者为胜。

(3)爱让我们走在一起：情侣绑腿赛跑，用时最短者为胜。

(4)爱让我们心有灵犀：一个比划一个猜。

2、福运进万家

活动期间，一次性购物满38元即可领取新年福字一对，每人每票限领一对，数量有限，送完为止!

>五、2/19-2/24鼠年最炫礼 福多运多财更多

随着商业普及和便利化，有部分年前没有采购或采购量少的顾客在年后的走亲访友的时候开始采购，这个时间段还是礼节性商品的小高潮期。正好借机大洗货清理一下库存，把一些礼盒性商品清甩，也可以在此调动顾客的积极性。这个阶段一些冬季季节性的商品(服装、小家电等)要下很手，同时主推一下春季新品。

>PR活动：

1、开年最炫礼 捧场送红包

大年初一和初二，前88位顾客进店便送“恭喜发财”红包一个，5元/10元/20元现金海量送，先到先得!

2、新年好运来，购物抽大奖

2月19日-24日，购物满额即可参与抽奖活动。

**营销现代沙发文案范文 第八篇**

>活动目的

塑造超市人性化风格，提醒顾客77节日，刺激顾客现场消费。

>活动主题

驯养爱情浪漫七夕（卖场内POP主题海报）

>活动时间

>活动计划

>一.七夕情人大奖精彩放送

档期活动期间至一楼飘亮精品广场购物满下列金额（美食街、特卖花车除外）即可兑换赠品。

满77元送甜蜜情人卡

满277元送热情蛋糕

满577元送情人热贴T恤

赠品以现场实物为准，遇赠品赠毕以等值赠品替代，本公司保留此次活动解释权，限当日累计有效，隔日恕不兑换。

>二.甜蜜DIY 8/17-8/31

顾客持热情蛋糕兑换券可至二层面包课领取鲜奶蛋糕一支，尽写浪漫宣言。

>三.浪漫信鸽

凡于8/25来店之情侣可获飘亮信鸽玫瑰花一支，代您倾诉柔情蜜意。

>四.七夕特别贴心服务

订花、送花服务：活动期间，鲜花商将接受顾客订购与代送鲜花，代您传达烈火浓情。

免费礼品包装：活动期间，凡需礼品包装的顾客均可凭购物小票至1F服务台进行免费包装。

>五.相约爱情夜

8/25、26晚间电台节目主持人现场与您欢度浪漫情人夜

8/25红鹦鹉餐厅酒吧热闹营业，Live BAND悠扬乐声与您尽享欢乐浪漫夜

>六.浪漫宣言留言板

活动时间：8/15-8/25

活动办法：请将您心中隐藏已久的爱情宣言填写于本留言卡，注明姓名、地址及电话，在活动期间内将截角投入1F服务台留言箱内或寄回本公司。

我司将汇集精彩的留言于8月25日当天展示在1F门前广场，并挑选出最真、最酷宣言得主各3名，在电台特定档节目中播出，并赠送热贴情侣T恤一套、情侣照一组。

**营销现代沙发文案范文 第九篇**

一、进店就有礼。厨柜、衣柜、电器、厨房用品系列产品，统一最低折，进店有礼，送环保购袋(进门必须送，不送处罚!)。

二、交定金500元，即送380元电子砂锅产品1套。

三、订满再送。(折后价为准)

1、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满5001元—10000元者，直送价值500元抵扣券。

2、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满10001—15000元者，直送价值1000元抵扣券。

3、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满15001元—XX0元者，直送价值1500元抵扣券。

注：(1)套餐及特价厨柜不同时享受此政策。

四、套餐特价优惠

①、特卖套餐厨柜

(金刚系列ⅱ):8990元起/套(含\*\*米地柜、\*\*米台面(金刚石)、1米吊柜、金刚板面板钛金边、德国欧式烟机32925、一台嵌灶71252一台、弗兰卡水槽lnx620e+龙头一套、佳艺不锈钢炉台篮一套(二层)、佳艺不锈钢调味篮一套、(其中包含佳艺快装阻力铰链，18mm柜体板，阻力抽屉)。

②、特卖套餐厨柜

订金刚系列橱柜送美好家自动升降壁橱(市场价2980元/台)

订购满3米橱柜送一个智能升降柜,订购满5米橱柜送二个智能升降柜(原价是地柜1880元+复合亚克力台面680元=2560元打折是1920元/米)

橱柜每米价格相当于(2560\*3米折-2980自动升降壁橱)/3米=927元/米(另外还有自动升降壁橱送哦，免去了再花钱订购吊柜的负担)

特注：①凡特卖套餐超出部分按原价执行折，。

②以上特价不再享受其它返送、赠送活动。

五、特别说明：

1.活动前期已交预约金的客户，原则上不得更换。本活动优惠有效期6个月。从交定金之日起计算。

2.遇两种优惠活动时，只能任选其一。促销产品，恕不退单。

3.此活动最终解释权归佳艺时尚橱柜所有。

4.此政策从20xx年1月1日开始执行至1月3日止。

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！