# 七夕情人节抽奖活动主持词通用(六篇)

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-12-27

*七夕情人节抽奖活动主持词通用一2、甜蜜蜜，你笑的甜蜜蜜，好象花儿开在春风里，开在春风里。为什么你笑的这么甜？正因我给你送了祝福！七夕情人节快乐，宝贝！3、你是温馨的莲塘，我是奔腾的小溪，为了一往深情，我们融合了甜蜜；给你输送的营养，给我留下...*

**七夕情人节抽奖活动主持词通用一**

2、甜蜜蜜，你笑的甜蜜蜜，好象花儿开在春风里，开在春风里。为什么你笑的这么甜？正因我给你送了祝福！七夕情人节快乐，宝贝！

3、你是温馨的莲塘，我是奔腾的小溪，为了一往深情，我们融合了甜蜜；给你输送的营养，给我留下的是情谊；你绽放的美丽，我收获的是欢喜！亲爱的生日快乐！

4、缘分，就是一个奇数，等待另一个奇数，来组成一个偶数。七夕佳节，愿还是奇数的你，早日脱单；已是偶数的你，幸福甜蜜！

5、对你的思念不怕银河阻挠，千山万水不觉得路远迢迢；对你的爱恋渡过小小鹊桥，闯过艰难险阻在你身边围绕。七夕到了，让我们相伴到老！

6、每一天都为你心跳，每一刻都被你感动，每一秒都为你担心。有你的感觉真好。

7、开心！快乐！是我的祝愿！舒心！柔美！是我的祝福！你的快乐！就是我的快乐！我对你的爱恒久不变！

8、小小银戒见真情，情深意重姻缘定。高高兴兴见双亲，二老喜欢笑不停。盼望早日迎进门，早日能抱小孙孙。亲友祝愿也临门，两情相悦总相亲！祝银色情人节快乐！

9、将心泊在彩云升起的港湾，偷偷把幸福刻在你的心间，用一缕爱的丝线，将你我紧紧绑在岁月变迁的终点。祝七夕情人节快乐！

10、爱没有味道是纯洁，爱没有温度是理智，爱没有色彩是简单。爱可以没有一切，而我却可为爱没有一切。

11、相聚的时候总是很短，期待的时间总是很长，记忆是抹不去的日子，永远不会发黄，又到月情人节，想念与你一起的两人世界。

12、海没有枯，石也没有烂，我的爱人，只要你高兴，我会和它们一起统统改变过来。

13、小小银戒冰冰凉，戴在手上暖心房。今日就把终身定，高高兴兴见爹娘。二老一见笑颜开，多年夙愿今得偿。选好良辰吉日时，只等新娘娶进门。祝福二人甜蜜蜜，琴瑟和谐到白头。祝银色情人节快乐！

14、你是我心中的太阳，可惜下山了；你是我梦中的月亮，可惜被云遮住了；你是我心中最美的花朵，可惜开过了；你是天上的嫦娥降临人间，可惜脸先着地了。

15、月光如昼，银霜茫茫，七夕会鹊桥，情意绵绵；花团锦簇，美景交融，仙o聚天桥，好生幸福！祝天下情人七夕节快乐！

16、爱你是一种幸福，念你是一种习惯，疼你是一种珍惜，吻你是一种温柔，想你是一种快乐，看你是一种享受，抱你是一种浪漫！亲爱的，情人节快乐！

17、我的眼里有世界的风景，里面住了一个你。七夕情人节快乐！

18、天高远，水辽阔，风温柔，云清淡，花美丽，星灿烂，月朦胧，思缠绵，雪洁白，雨深情，爱永恒，人痴情，七夕时，祝福日，只愿你，更美丽！

19、听说七夕这天恋人相互说句我爱你，就能在来年七夕不会分开，如果每年都说就永远不会分开。我爱你！

20、每一个人的缘分不同，相爱的时间也会有长短，只有尽心尽力的去做，我能够做到的就是：我会让我的爱陪你慢慢的老去。情人节快乐！

**七夕情人节抽奖活动主持词通用二**

1、 希望你快乐相伴，盼望你幸福围绕，渴望你无忧无虑，期望你吉祥如意，我爱你，我的朋友，愿你一切都好，天天开心。

2、 真诚之中，与你相识相知，灵犀之间，与你朝夕相伴。七夕情人节快乐！

3、 不求门当户对，但愿夫唱妇随。不求爱情完美，但愿比翼双飞。不求一生富贵，但愿夜夜相陪。你的梦幻妩媚，让我痴心无悔。岁岁七夕之会，年年与你相随。

4、 如果时光倒流，仍愿在那一刻遇到你认识你追求你。你就是我用一生寻找的那个人，愿用一生呵护的那个人。七夕将至，誓与你牵手一生一世。

5、 你说不过洋人的节，今天是七夕，中国人的情人节，哈哈，躲不过了吧！亲爱的让我们相约这个古老的情人节哦！

6、 那一年，你青春如花，我年少轻狂；那一年，你纯洁美丽，我有情有义；那一年，阳光浪漫，花开灿烂。七夕将至，不管过去还是现在，对你的爱永不改变。

7、 百花丛中追逐游戏，是快乐的浪漫；月上柳梢海誓山盟，是甜蜜的浪漫；漫天雪花携手同行，是温馨的浪漫。七夕将至，我想告知：有你陪伴是我一生的浪漫！

8、 天空中飘着淅淅沥沥的雨滴，预示着爱情的甜蜜；花园中盛开着娇艳艳的花朵，散发着情人的爱火；水中游玩着自由自在的小鱼，重逢了情人的相聚；七夕情人节要来临，献给那些剩男剩女，打开心灵花语，向着幸福努力，早日找到知心伴侣！

9、 牛郎很苦，因为伤别离；织女无奈，因为只有等待；你我不做牛郎织女，要天天在一起，因为我要你每天过的都是七夕节，亲爱的一生幸福快乐哦！

10、 若是爱，就算银河分离，也满是爱意；若是不爱，就算朝夕相见，也全是多余；若是你，就算疏于联系，也心心相印；若是他人，就算嘴上摸蜜，也碍于交际。时间就像炼炉，滤去岁月的痕迹，只留永远的珍惜，那就是你。七夕节到了，我的牵挂，你懂就可以！

11、 亲爱的织女：七夕情人节将至，愿我们高举中国特色痴情主义伟大旗帜，发扬鹊桥相会优良传统，保持二人世界爱情在线，携手开创爱情新局面。牛郎敬上。

12、 值此七夕佳节到来之际，我谨代表月老先生祝天下有情人无情人痴情人薄情人豪情人寡情人多情人真情人七夕节快乐，愿天下有情人终成眷属。

13、 亲爱的，有一枚编号为的精确制导情感炸弹正向你处飞来！别紧张，那是我的飞吻哈！七夕牛郎会织女，我们之间还隔着一条宽宽的银河，真的好想你！

14、 七夕表白策略：拿根喜鹊毛，把它摇一摇，对天为爱来祷告，爱她痴心永不倒；树枝找一根，银河划一道，请她一起跳一跳，相依相伴直到老。祝表白成功！

15、 爱你爱不够，只想多留一刻在你左右，心跳的声音是爱的美丽旋律，让我们的爱奏出世界上最动听的音符！亲爱的七夕节快乐！永远爱你！

**七夕情人节抽奖活动主持词通用三**

男：各位尊贵的先生

女：各位靓丽的女士

男：亲爱的朋友们

合：大家好!

男：穿越时空，追寻千年的爱恋

女：相会七夕，守候一世的情缘

男：天上人间，七夕相见女：前世今生，情意绵绵。

男：七夕搭鹊桥，安泰家园情系鹿城人们

男：我们大家都知道中国是一个拥有五千年文明史的文明古国，自古以来就流传和保留着许多古老而美丽的传说和风俗节日，体现了我国劳动人民对美好生活的向往，但随着时代的发展和社会的变迁很多传说和节日已经被遗忘，可有一些被人们保留了下来。

女：今天是公历8月19日，阴历七月初七，也就是我们常说的七夕节，近年来七夕被我们中国的年轻一代喻为中国情人节，关于七夕那段古老而美丽的爱情故事，相信我们大家都是耳熟能详。

男：牛郎会织女，成就了千古佳话

女：中美双骏，搭起了人间鹊桥

男：牵手中美双骏，绽放我们爱情的玫瑰花，让青春的岁月留下不朽的诗篇女：缘聚安泰家园，中国情人节再谱新篇

男：安泰健康联谊会，现在开始!

一、签到入场：所有报名的人员凭报名时得到的编号及有效身份证件，在门口签到处登记领取相亲牌，女方为红色号码牌，男方为蓝色号码牌，相亲团为黄色号码牌

二、大会开幕：

1.由主持人介绍到场嘉宾和媒体

2.嘉宾致词以及剪彩

3.大会开幕、歌舞演出

女：情系生活，伸出我们友谊的橄榄枝，给寂寞的心灵来次深情的拥抱

男：心与心相牵，女：好似梦与梦相连男：心中的梦编织一道绚丽的彩虹

女：是中美双骏，给了我们今天的感动

男：是中美双骏，给了我们相聚的时空

附上七夕相亲会的节目及节目串词：爱情对对碰：

1.道具：

电脑一台;八个小台子;每个台子上竖立爱心牌一个，便签纸;

2.活动内容：由主持人电脑随机挑选一名会员，按照其择友标准，现场选出8名会员

上台现场与其配对;电脑挑选出来的会员称红方，与其配对的8名会员称蓝方。由蓝方举手示意，向红方提问，由红方回答根据红方的回答，蓝方如果觉得还满意，留下爱心牌，表示愿意继续留在台上进入下一轮红方反选。红方选择问留下爱心牌的其中两个人分别或者同时提问(少于两个人，就直接提问)由蓝方向红方表白，为自己争取加分;由红方选择最后选择，选择一位牵手，即配对成功;如台上剩下的没有自己中意的牵手对象，选择离开，即配对失败。配对成功的情侣将参加后面的爱情互动游戏环节。

八分钟交友：

1.道具：七张长桌，若干椅子，整齐排列，每个长桌可安排七对相视入座，每个桌子

上放置七个座位号码牌，四盘爱心糖果和一支玫瑰花，49张座位编号红色卡片、49张座位编号蓝色卡片，现场音乐。

2.活动内容：

a)抽签(完全随机)女士们将抽取一张红色卡片，上面写清她的座位号，这个座位号自始至终都不变。男士们抽取的蓝色卡片上面，写着的是他将要交谈的七位女士的座位顺序号。

b)当活动开始后，现场浪漫音乐响起，女士按照抽取的号码坐在相应的桌子旁;

男士按照抽签安排和对应号码的女士开始交谈，每七分钟后，组织者会音乐提示，女士不动，男士按照号码移动到下一个交谈对象的桌子旁，开始另外七分钟的谈话。

c)完成七分钟交友后，参加者必须保留缘定七夕x千人相亲大会发放的约会卡，把希望继续交往的人的号码记在卡片上，并在标记处标明希望再次见面的原因：感情、友谊还是商务方面，将卡片交给活动工作人员，工作人员根据收集到的信息，现场核对速配成功的男女，告知对方的联络方式，以便双方进行下一步的自由交流，以及参与下一轮游戏互动环节

d)七分钟七规则

不能问对方真实姓名，每个人只有编号或昵称

不能问对方电话号码、邮箱等联系方式。不能问对方详细的住址

不能问对方是否愿意单独约会

爱情互动游戏：十对配对成功情侣参加游戏，游戏分为三个环节，每个环节按照成绩优异获得爱心，爱心贴在队员身上，游戏结束，根据爱心获得的个数评出完美情侣奖、默契情侣奖、甜蜜情侣奖这三对情侣将获得相应奖品。

1.彩云追月：

1)道具：10个红色气球，10个紫色气球

2)分组：十对分成两红色、紫色组，每组5队情侣，3)游戏规则：两组一起进行比拼，将每组的脚踝绑在一起并绑上两个相应颜色的气球，哨声开始，互相追逐踩破别人脚上的气球，将对方组所有气球全部踩爆即为获胜。获胜的一组每对获得两个爱心。

2.心心相印：(你来比划我来猜)

1)道具：词汇牌

2)游戏规则：每个队依次上场，每队两人，一个人比划一个人猜，猜词过程中，可以用动作和语言来表示看到的内容，但不许说出词条中包含的任何字，否则该词条作废，如果认为词汇很猜，或者自己很难比划，可以跳过，跳过不能超过三次，台下的观众不能提醒，3)按每对猜中词条的多少，获得多少个爱心。

3.装备爱情

1)道具：围裙两个

2)参赛分组：十对分成两红色、紫色组，每组5队情侣(同上)

3)游戏规则：红蓝两队男女分开站舞台两边，围裙摆放在男方，哨声响起，男方

拿起围裙，跑到对面女方区，由女选手将围裙穿在男选手身上，然后最后两人一起跑回，脱下围裙传给同组下一个队友，直到最后一个队员脱下围裙，游戏结束。用时最少的一组获胜。获胜的一组每队获得爱心两个。

**七夕情人节抽奖活动主持词通用四**

开展情人节大型促销活动，由于占了一定的天时和人和，再加上有吸引力的季节性商品和促销活动，总体效果较好，给我们以后的工作开展留下了一个很好的教材。

本次企划案的前期准备十分充足，覆盖面很广，配合各门店店长及公司各部门的认真论证，形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

我们应用了针对情侣为主的消费群的促销活动，达到了应有的效果，消费者反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

我们配合季节性进行了“劲爆生鲜，仅限x天”“疯狂特价，抢购”的商品促销活动，达到了即配合着整体快讯收费的目的，又运用商品进行拉动人气和销售的目的。再加上门店的陈列配合，现场促销。我们制作的情人节广播稿，使门店在执行宣传方面和渲染买场气氛和促销气氛方面有了新的突破。在视觉和听觉方面给了消费者很大的冲击力，为我们以后的工作留下了很好的借鉴。

但是我们在工作的计划、组织安排和活动控制过程中，仍然存在着许多不足之处：在本次情人节活动中间，有一些关于促销计划、活动及商品的工作没有落实到位，导致损失了一部分销售，这是值得我们去深思和深刻检讨的：

1、部分促销活动由于找不到供应商，被迫流产。

2、监督表格没执行，是本次情人节的一个遗憾。

3、门店的现场执行力度不够，

4、门店的及时跟踪检讨没有做到位。

5、门店在人力安排方面不合理，致使本次的个别活动没有得到充分的发挥。

6、新商品/敏感性商品开发，采购没有充分的执行，是本次情人节的遗憾。

7、门店在情人节活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

8、门店情人节商品活动中，现场促销作的不到位，有时有，有时没有，没有彻底的给现场促销人员培训和跟踪，这样致使一些消费者的反映得不到收集，不能为以后的工作借鉴。

9、门店在情人节活动中，人气有了，销售上去了，但卫生工作没有及时跟进，致使各门店门口及卖场的卫生不尽如意，象个垃圾场。

10、在情人节活动中，部分敏感性商品缺货严重，影响了消费者的购物情绪，这是生意中的大禁。要认真反思。

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的工作做好。我们希望以后能够把整个七夕活动方案作得更好、落实得更好。

**七夕情人节抽奖活动主持词通用五**

主持人：亲爱的朋友们，我是今天的主持人xx，欢迎大家光临浪漫七夕情人节，快乐抱抱大比拼的活动现场。

主持人：感谢xx对本次活动的大力支持，谢谢。在这样一个难得的日子里，让我们珍惜这难得相聚的时刻。

主持人：让我们一起倾诉心声，真诚面对，聆听心灵的轻吟，放飞梦想。真情感谢上天，幸福满人间。拥有真爱是每个人神圣的期待，追求完美是有情人的本性。

主持人：亲爱的朋友们，这里是浪漫七夕情人节，快乐抱抱大比拼的活动现场。下面我介绍一下这次比赛活动的方式。

一、介绍活动内容

主持人：人生最美好的时刻，莫过于花前月下的卿卿我我。人生的幸福，莫过于有一位知心爱人相伴。这是人间至真至纯的规律，让我们敞开心胸，去拥抱人间的最爱，去感受人间如火的真情。

主持人：农历七月初七是我们中国人的情人节，也有人称之为乞巧节、七夕或女儿节，这一天是女儿家们最为重视的日子。

主持人：七月初七之所以称为乞巧，是因为民间风俗传说这天牛郎织女会天河，女儿家们就在晚上以瓜果供奉朝天拜神，向天乞巧。

主持人：谈到七夕节，不得不提民间流传的爱情故事——牛郎织女。他们一年一度相会的七夕，被多情儿女视为爱情的象征。他们的爱情悲剧，在每个中国人的心灵里，留下了深深的印象。因此，每到七夕的夜晚，多情人都会对着暗夜的星空祈祷爱情永志不渝。

主持人：天上鹊桥见，团圆在人间。月上柳梢头，人约黄昏后。七夕鹊桥见，情谊两绵绵。七月七日长生殿，夜半无人私语时。

二、颁奖词

主持人：朋友们，激动人心的时刻到来了。浪漫七夕情人节，快乐抱抱大比拼的活动的一等奖马上就要揭晓了，到底会花落谁家，我们拭目以待。有请开奖嘉宾xx。

开奖嘉宾：获得浪漫七夕情人节，快乐抱抱大比拼活动一等奖的是：xx。

主持人：恭喜我们的一等奖获得者，也同时感谢我们的颁奖嘉宾。（二、三等奖同上）

三、结束词

主持人：在忙碌的都市，留不住你我匆忙的脚步，或许你我早已擦肩而过，没有忘记你我前世的约定，茫茫人海，只为你的到来。主持人：美丽的瞬间，你我想遇；“暮然回首，却在灯火阑珊处”原来你也在这里。观众朋友们，本次浪漫七夕情人节，快乐抱抱大比拼的活动的颁奖到此就要跟您说再见了。

主持人：下面我们有请获奖的情侣们一起上台合影留念。主持人：让我们留住这美丽的瞬间，愿我们的爱情永恒。

主持人：浪漫七夕情人节，快乐抱抱大比拼的活动到此结束，谢谢大家的参与和支持，谢谢大家。

**七夕情人节抽奖活动主持词通用六**

情人节是一个典型的西方节日，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，其流行程度已大大超过了我国传统的七夕情人节。在这一天，情侣们都会安排很多活动来庆祝这个特殊的节日。这样一来就使2月14日情人节成了春节以后的第一个消费高峰。很多商家都积极主动的抓住这个机会，搞各种各样的促销活动以期在年初获得一个销量增长。同样的我们也不例外，也要抓住这个机会。

过去和现在，各大企业在情人节期间的促销活动不外乎打折优惠，抽奖等，大都缺乏新意，因此没能达到预期的效果。试想一下，追求天长地久的爱情岂能打折?那究竟怎样才能策划出好的，富有新意的活动呢?我们先来作一下情人节的消费市场分析。

第一部分：市场研究(通过互联网上所做的市场调查得出)

情人节期间的主要消费群体是20—25岁的未婚青年，约占52%，其次是25—35岁的已婚夫妇，约占43%，而50岁以上的老年消费群体也占到了将近5%; 消费者的购买行为主要是购买礼物(鲜花，巧克力等)，娱乐，餐饮。

在对本市内其他几家图书销售商过去几年的情况进行了解后发现，他们都没有在情人节期间举办较大促销活动的历史，即使有也只是简单的商品促销，通过常见的打折，送礼等形式实现。更多的图书销售商及书店采取的只是自然销售，最多搞一下店面布置而已。既然这样，如果我们现在反常态而为之，开创书店举办大型宣传促销活动的先例，从一个侧面来推动书店的销售增长，将是一个非常有开创性的举动。

昆明市内年轻人经常光顾的场所有迪吧、电影院等，虽然他们每年情人节都搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，同样没有新意，而且受自身条件的限制，导致活动宣传乏力，不到位，效果不佳。

综合考虑市场研究的内容我们就可以大致上判断出我们的目标消费群体情况：

a类消费群体：20—25岁的未婚青年及20岁以下的学生，此类消费者都是情人节消费的主力人群。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。特点就是这一人群的消费能力不高，但是基数大，所以总体的消费量也就很大，是活动的主要参与人群，绝不能放弃。

b类消费群体：50岁以上的人群，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，在整个消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态尚存，是一个易被“同化”的群体，如果其子女能够推波助澜，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，因为他们掌握着社会80%的财富资源，消费能力最高。但是因为昆明本地的这一人群人文特征较传统，他们能够参与到情人节活动中来需要一个过程，所以不做重点考虑。

c类消费群：25—35岁的消费群体(35岁以上的人群为负担人群不做考虑)，此类群体有的是处于事业的起步期、上升期，而有的已经事业有成。由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因的影响，使得此类群体消费行为最成熟，消费习惯最复杂，最不利于市场推广，但他们是影响b类消费群的主力，而且同样拥有丰富的财富资源，消费能力非同一般，绝不能放弃。

第二部分：目标消费群体定位：

对a类消费群体和c类消费群体作重点推广，带动b类消费群体的积极参与。a类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场。而且消费习惯不成熟，极易受到广告的影响，所以是广告宣传的主要对象。b类消费群体虽然需求较小，但如果购买行为被激发出来的话，消费量会很大，也是一个不小的市场，而且其社会影响力对公司的品牌建设将十分有利。c类消费群体同样有着较高的消费需求，但是他们的消费档次和a类人群相比就显得高许多。他们是一个喜欢怀念的群体，所以注定了他们较容易受到a类消费群体的影响，跟随a类群体的步伐庆祝情人节。所以可以通过强烈刺激a类群体产生购买行为来带动他们的消费行为发生。

这样就可以总结出活动宣传的策略：

主要面向a类消费群体做活动概念和形象的宣传，次要的提及b类和c类群体的需求点。

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！