# 宣传活动策划书模板范文(必备19篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-06-09

*宣传活动策划书模板范文1>一、活动背景：为迎合黄金周消费高潮，以及消费小高峰，配合邯郸本土知名商家在这一段时期内加大促销的力度，深入到消费层的最基层，拉近商家与消费者的距离，让老百姓得到最实惠的产品，让商家进一步打开产品消费市场，特此展开此...*

**宣传活动策划书模板范文1**

>一、活动背景：

为迎合黄金周消费高潮，以及消费小高峰，配合邯郸本土知名商家在这一段时期内加大促销的力度，深入到消费层的最基层，拉近商家与消费者的距离，让老百姓得到最实惠的产品，让商家进一步打开产品消费市场，特此展开此活动。

>二、活动的组织机构

主办单位：中原商报

协办单位：

>三、活动的目的：

提高协办单位的影响力和知名度。构成宣传效果与经济效益良性循环，最大化的增加销售额度。

>四、活动地点和时间

地点：邯郸市各大生活区，研究居民居住人数和交通情景，我们的选择倾向于有物业管理公司以及有代表性的小区。

时间：5月—xx月（周六、日两天。早08：30至12：00；午13：00至19：00）

>五、活动的开展

（一）活动准备阶段

1、会场现场平面宣传：

A大海报xx张（张幅、张）；B活动大型横幅8条；C易拉宝4个；D音频宣传配音，现场播报广告。E大拱门；F随报小彩单

2、独家冠名费用：

独家冠名活动费用1万元每场，冠名回报：

A、每期“x杯进社区”活动都在中原商报进行的跟踪报道。每期活动在中原商报的第X版刊登12硬广。

B、场地拱门上明显位置标明活动单位独家赞助。

C、活动名称能够带有独家冠名单位d显著名字。

D、商报软文推广。

E、每次活动供给中央场地位置X块。

3、参会单位场地费用标准：

33米展架天

（二）活动举办阶段

1、工作人员配置：

人数15人左右。维持会场秩序，防止物品哄抢，引导人员入场和产品辅助介绍、货物协助搬运、场地协助布置。

2、活动的资料：（楷体小字部分可免费以外，其余全部有偿）

A凡凭身份证满五十周岁的可免费领取蔬菜(具体供给者以及蔬菜种类以及供给数量、份数)；

B活动现场免费体检，专家义诊（测体压血糖、测体重、健康体检等、可联系第三医院加上眼科服务）。私人医疗机构发放体检医疗优惠卡或者代金卷；

C低碳环保蔬菜有偿买卖（可打折），现场试吃，以及环保蔬菜知识讲解；

D每期活动商报准备报纸免费发放；

E宣传低碳生活，讲解如何健康用水等生活常识（可有可无，直接找个净水器厂家收场地费就行了）；

F家电维修（是否能够研究免费维修），以旧换新。（家电卖场：国美、苏宁、阳光家电城）；

G建材产品+装修行业现场销售展示；

H旅游线路推荐；

I电信、移动等现场业务办理；

J现场抽奖活动a抽奖方式；b奖项设置；c奖品供给单位：

（三）活动后续阶段

活动完毕后清理现场，保护环境。

**宣传活动策划书模板范文2**

活动背景：为迎接今年十一月的教育部本科教学评估，展示新时代华工学子的青春风采，增强同学们的自信心和自豪感，增进思想交流，繁荣校园文化。定于十月中旬举行。

一、调研活动时间：xx年7月12日到7月14日二、参加调研人员：付招霞康盛宁胡志芳三、活动背景：随着市场经济的发展，城市住宅体制逐渐由福利分配型转化。

这里有一个活动方案的格式：主题：（大标题）前言：（概述）开展活动意义：（为什么开展活动）活动内容：（详情讲述该项活动的步骤及活动项目）前期准备：（做好。

格式有几大块如下：1目标客户群分析（年龄段、喜好、获取信息平台渠道、获取信息时间、）2市场分析（同类竞争对手分析、市场主流格局）3根据以上分析，商品面对。

你要明确你活动策划的原则：1切实保障会员利益这个是作为学生社团所必须要考虑的东西2目的性你要明确你活动举办的最终和最重要的目的是什么3周密性你要保证。

**宣传活动策划书模板范文3**

根据《海南省国家税务局纳税服务规范实施方案》（琼国税发〔20xx〕190号）的具体工作要求，为扩大宣传效果，更好地服务纳税人，现制定宣传方案如下：

>一、指导思想

切实贯彻转变职能、简政放权的各项要求，全面规范市局纳税服务工作，既为纳税人办税提供具体指引，也对税务干部开展纳税服务做出基本规定，最大限度便利纳税人、最大限度规范税务人，确保群众路线教育实践活动成果落地，有效提升纳税人满意度和税法遵从度，树立税务机关良好社会形象。

>二、责任分工

纳税服务规范的宣传工作由纳税服务中心和办公室共同组织实施，各分局、各科室负责做好具体的落实工作。其中：

纳税服务中心负责宣传工作的组织协调；负责办税服务厅的宣传工作；负责微信等新闻媒体的信息宣传工作。

办公室负责与新闻媒体联络沟通，以及宣传信息稿件的编写工作；负责税收宣传海报、宣传单、宣传资料和宣传横幅的印制；负责门户网站的宣传工作。

各分局负责做好相关的宣传资料发放工作。

>三、宣传活动安排

《纳税服务规范》工作以办税服务厅、门户网站、12366热线以及微信为主要宣传载体，以新闻报刊为重要的宣传渠道，具体的宣传活动安排如下：

（一）纳税服务中心要在办税服务厅张贴海南国税在全省范围内推行《全国县级税务机关纳税服务规范》的税收宣传海报，摆放宣传单；利用电子显示屏进行宣传；

（二）各分局要利用12366短信平台以及“税企通”群发信息，告知纳税人海南国税在全省范围内推行《纳税服务规范》的相关内容；

（三）办公室要通过电视、网页、报纸等其他形式进行宣传，告知纳税人海南国税在全省范围内推行《纳税服务规范》的相关内容。

>四、工作要求

各分局、各科室应充分认识推行《纳税服务规范》工作的重要意义和深远影响，坚持正确的舆论导向，广泛宣传推行《纳税服务规范》的主要措施和具体做法，积极引导纳税人对规范纳税服务工作的预期，办公室要充分利用广播、电视、报刊、网络等多种渠道广泛开展宣传报道，营造良好的舆论环境，在社会上树立良好的国税形象。

**宣传活动策划书模板范文4**

>一、活动宗旨

1、加强团队凝聚力与团队协作能力;

2、激发职员参与公司各项活动的热情;

3、加强和巩固职员对公司的管理制度、企业理念、产品知识等的熟悉;

4、休闲娱乐，缓解工作疲劳。

>二、活动对象

全体职工

>三、活动时间

20xx年8月中旬，或20xx年9月中旬

>四、活动地点

长隆水上乐园

>五、旅游线路

早上8点从公司集合完毕出发，9点抵达广州长隆水上乐园。

漂流河(10点-11点)

从东门的团队入口进入的，这样离中心舞台比较近。漂流河是一个狭长的漂流景观带，沿途分为六种景观区，热带风情，冰河世纪，企鹅岛只是其中的一块。不过这些穿着黑白相间礼服的企鹅真的非常可爱，躺在浮圈上数企鹅，突然被从后边追上来的朋友的浮圈撞了一下，两队人马就这样回合，继续漂流之旅。

超级大喇叭(11点10分-12点)

大喇叭是水上乐园的大型项目，不可不玩。8个人占据两个浮圈，听完讲解员说明注意事项，迫不及待的爬上浮圈，不忘回头让工作人员帮忙照了一张合照，相机等回来再拿。巨大的喇叭口的回旋力，让女生们都忍不住尖叫出来，个人认为比起过山车的冲击力确实差点，不过扑面而来的水柱，还是有些意想不到的刺激感。有经验的朋友说，玩过大喇叭要玩巨兽碗，更快更刺激。

12点-12点半吃午饭，自由活动

巨兽碗(12点半-13点半)

巨兽碗是大喇叭的升级版，外形设计上没有大喇叭炫，但是因为半密封的巨碗，加上更长的滑道，所以在浮圈在碗内可以形成更高速的旋转，人坐在浮圈内真的有快要被甩出去的感觉了。

喷射滑道(13点40分-14点40分)

喷射滑道是全水上乐园高度最高的项目，视野好，观景佳。不过站在高台上还真有点害怕，认真听完讲解员的演示，就爬上浮圈，准备挑战这一\_水上过山车\_。由于高度和强水流，所以整个浮圈的下滑速度是非常快的，加上赛道形成的坡度，有时会感到被上抛形成的失重感，加之不是在安全带的保护下，有水流的冲击，所以增加了游玩的惊险系数。

急驰竞赛(14点50分-15点50分)

急驰竞赛是一个可以和朋友一起挑战的项目，和其他项目不同，该项目抱着一个类似冲浪的滑板，头向下从滑梯上俯冲下来。比坐浮圈更有参与感和讲究技巧性，比谁冲的更快，滑行的更远。滑行的秘诀是双手和双脚夹紧，减少水流的阻力。不过这个项目，因为重力加速度的原理，那些体重身形不胖的朋友，也容易占优势。仅供参考。

垂直极限

又是一个挑战速度和高度的项目，也被称为超级滑滑梯。有三条赛道，其中蓝色赛道是全封闭性的，弯道更多，离心力更强。

大滑板(16点-17点)

体验完高难度的急驰竞赛和垂直极限，来到大滑板是一个放松舒展的项目。也是一个适合两人游玩的项目。大滑板巨大的俯冲平台，提供绝佳的景色视野。

自由活动半个小时，17点30分集合返回公司。

**宣传活动策划书模板范文5**

作为当代大学生，增强卫生保护意识，爱护地球环境，是我们义不容辞的责任。通过这次活动希望可以提同学们的卫生意识，从自我做起从点滴小事做起。为日后美好社会及健康的生活环境去尽自己一份绵薄之力。

>活动目的：

通过开展丰富多彩、形式多样的活动，使爱护校园卫生的观念深入人心。让我们携手共建美丽校园。

>活动主题：

卫生校园、绿色校园、和谐校园

>活动口号：

创绿色校园，建清洁家园

>活动对象：

xx学院全体在校学生

>活动时间：3月20日—4月21日第一阶段（宣传）：3月20日—3月23日

第二阶段（活动开展）：3月24日—4月15日

第三阶段（活动总结）：4月16日—4月21日

**宣传活动策划书模板范文6**

一、宣传片名称：“家，十六份情”

二、主办单位：山东理工大学商学院团委

承办单位：山东理工大学商学院社团联合会

三、拍摄时间：20xx、4、20—20xx、6、20

四、活动背景：

山东理工大学商学院社团联合会，为我校商学院三大组织之一、在院团委的指导下，坚持“全心全意为同学服务”的宗旨，为同学提供了多样化的活动平台，丰富校园文化生活，贯彻实施“服务、监督、管理”的工作职能，制定社团工作垂直化服务工作体系，走进社团，完善社联。目前，我院社联分设大学生社团组织16个，是目前山东理工大学社团数量最多、规模最大、建制最为完备的学院社联，是第一个开始会员服务和进行新媒体平台创立的院级社联，也是山东理工大学唯一一个社团工作创新基地。此外，20xx年度，我们在“全国高校优秀社团评选”活动中荣获“全国高校优秀社联奖”，并在学校社团评优中取得3个人明星社团、3个优秀社团的称号，取得成绩颇多。

二、活动意义：

本次宣传片的制作，以团结向上、青春活力的“家”文化为主导，旨在推进我院社团文化建设、丰富校园文化生活、提高社联的知名度、提升校园文化品位、引领校园文化时尚。促使社联充分发挥社联在社团中的协调组织带头作用，让广

大师生及外界群众充分了解商学院社团联合会及商学院各社团，打造当代大学生青春积极向上的品牌社联社团。此次拍摄积极响应“五四”时代号召，凝聚青年、培育并传承大学精神，建设高校自我教育、自我管理、自我服务的有效宣传平台，全面开展有内涵、有深度、有品位、有价值、有意义的社团活动，为打造青春活力、类型兼备、内容丰富的校园社团文化奠定良好基础，为营造社团文化一家亲的主题氛围提供宣传平台。

三、市场分析：

1、同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。

2、大学之间人员流动频繁，交往密切。我院学生人数众多，来自全国各地，对于产品品牌的推广有极大的帮助。

3、大学的在校生对新鲜事物的接受能力较强，且容易形成潮流，并迅速向周边地区辐射，若商家可借本次商学院社联宣传片的拍摄进行有效宣传，效果可想而知。

4、借此机会，我学院社联将会尽力帮助赞助商塑造品牌形象，将商品推向广大学子，作到本次活动的双赢！

5、此种高校内部的推广活动与其他媒体之间的花费不具有可比性，几则广告的费用甚至可以在高校做几年的推广。而且，这种推广活动也是校园文化的重要组成部分，受到校方的大力支持，形式活泼，效果明显。

6、本次宣传片的拍摄活动性质比较特殊，因此商家可以选择设备及奖品赞助这一渠道进行宣传，起到的效果也是可想而知的。

四、宣传计划：

1、传单：发往各宿舍区的每个宿舍、食堂门口。

2、展板：食堂和3号教学楼各放一块，一直持续到拍摄活动结束为止。

3、横幅：在食堂门口和道路两旁悬挂，在活动前一个星期悬挂到活动结束，一目了然，扩大本次宣传片拍摄的影响力。

4、海报：在全校各宣传栏内张贴大型海报，内容激情活力，不失清新高雅，活动前一周粘贴在校区内的各大宣传栏和学生公寓宣传栏。

5、校园广播：可以利用校园广播在午饭和晚饭时做活动宣传。

6、飞信通知：团委下达飞信通知各班班委传达到班级内部。

五、拍摄流程：

1、策划创意征集时间：4月20日至5月10日

2、征集方式：提交创意书交于3号教学楼413室，亦可通过微信、人人主页留言的方式提交。

3、具体流程：根据拍摄安排，邀请专业摄影团队进行拍摄，演员以社联社团内部人员为主，充分体现社联、社团的风采，展示社团活动特色，期间深刻体现社联家文化内涵。音乐坚持原创，并有社联、社团内部人员演唱。后期将所拍视频以及音乐整合完善此次宣传片内容。

六、经费预算

七、商家赞助计划

**宣传活动策划书模板范文7**

>一、目的

为宣传公司企业文化，巩固过去一段时期公司在提高安全和服务方面取得的成果，培养青年人对企业职责意识，丰富员工业余文化生活，这时候结合“安康杯竞赛通知”文件精神，特举办“BAIK青年论坛20xx——青春在那里闪光”活动。

>二、主题

紧紧围绕公司“至诚、立信、尚学、创新”的核心价值观，突出反映“以人为本、安全生产”的理念，结合公司青年人的特点，透过征文、演讲和座谈等形式，此时就以下一个或几个方面为题开展活动。

1.安全生产与公司发展；

2.就工作中的某些环节，我们怎样做好安全生产保障工作；

3.从“安全无界限”谈如何提高自身安全意识；

4.从“以人为本”的角度谈航空食品安全的重要性；

5.发生在身边的体现至诚、立信、尚学、创新的先进事迹；

6.对“卓越品质、高尚品格、一流品牌”愿景的描述和理解；

7.做高质产品，塑高尚人品，营造企业品质文化；

8.感念十年与公司共同成长的心路历程；

9.我是公司的一员，我的青春同样精彩；

10.公司愿景，我们的职责与使命；

11.如何看待个人成长与公司发展之间的关系；

12.期望公司为青年人的成长搭建怎样的发展平台；

13.降低成本，从我做起；

14.我为公司发展献计策。

>三、组织

本次活动由团委主办，以支部为单位选送作品参加此次活动。第一、第二支部应选送至少四个作品，其他支部选送作品数量不应少于两个。

>四、参赛对象

公司35岁以下所有员工

>五、征文比赛参赛要求

1.征文资料应紧扣主题，切合公司实际，文学性和科学性相结合，自由抒发个人推荐；

2.征文体裁不限，字数应不少于1000字；

3.参赛作品分别由各支部汇总，此时按照文章的通用格式进行整理，于20xx年5月31日前将稿件及其电子版交至公司团委，逾期将不再接收。

>六、评审及表彰办法

1.本次征文比赛设作品一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，参赛奖若干；设最佳组织奖1名。

2.对于获奖作品，公司将颁发荣誉证书，并给予必须的奖励。同时推荐参加机场股份公司组织的征文比赛，并在公司网站和行业报刊上刊登。

>七、演讲及座谈

6月中旬，在征文比赛的基础上，组织演讲比赛和青年座谈，具体安排另行通知。

望各支部认真落实，用心筹备，有步骤的开展工作。同时请各部门、党支部、工会分会对此项活动给予大力支持，以确保其顺利开展。

**宣传活动策划书模板范文8**

\*\*\*\*\*

——金属.艺术.家 \_利315防护到您家

------《\*\*\*\*\*》315促销方案Gawainwang 20xx/3/10

活动策划及执行方案细则

一、策划背景

315国际消费者权益日作为20xx年的第一个重要的消费节点，是商家新年后打响品牌、抢占市场的头炮，对全年销量突破具有比较重要的作用。

二、活动概要 1、活动目的

（1）品牌形象的建立及市场份额的争取

315是开年的第一个促销节点，对于许多商家也是一个好的机会，通过促销可以扩大品牌知名度，争取市场份额，冲击销量。 （2）锻炼团队

任何一次活动的成功举行都需要一个团队去组织、执行，全年第一次的促销活动可以提高团队销售士气及组织、协调和执行能力。

（3）加强与家装公司合作，提升《\*\*\*》产品在家装渠道的知名度

增进与家装公司的交流沟通，培养相互之间的感情，对未来全年的销售政策的实行，对《\*\*\*\*》新品上市的预热等起到促进作用。 2、促销活动主题

主题：\_利防护到您家315促销活动 -------\_利315全国促销

3、活动时间

前期预热期：20xx年3月5日---3月8日 活动宣传期：20xx年3月5日---3月15日

促销实施执行期：20xx年3月10日---3月30日把3月份营造成“真情推广月” 4、促销地点

《布\*\*\*》全国专卖店及分销商 5、 促销活动优惠政策说明

A. 经销商对终端消费者的促销活动 特惠1：定金乐翻，存800 当1000

凡在促销期间《\*\*\*》专卖店购买《\*\*\*》产品10000元以上（特价产品除外），只要预存800元定金，即可当1000元使用（发放200元代金券，代金卷活动期间内有效），每满10000元仅限使用一次。 活动解析：

1、凡是发放的代金券必须要有记录，经销商每个卖场指定领用人首先到老板处签收，其次需及时将发放情况以卖场为单位统计到老板处，活动结束后需将剩余代金券及已使用和发放明细交老板；（最后明细由总公司统一归档）

2、基本流程：顾客到门店预交定金——门市导购收取定金后按照活动台阶给顾客发放代金券（盖章生效），并提醒告知顾客使用规则； 3、经销商指定特价产品不参加此活动。

特惠2：315买就送

凡在促销期间《\*\*\*》专卖店购买《\*\*\*》产品满10000元以上（特价产品除外），即送1个3管2篮不锈钢花架，每满10000元仅限使用一次。

备注：经销商根椐自身情况确定花架型号或相当价值的其它产品。

特惠3：现金返还乐翻天

凡在促销期间《\*\*\*》专卖店购买《\_利》产品15000元以上（特价产品除外），并在3月31日前付清购专款，即可获得成交额的3%返还代金卷永久生效。

特惠4：315特价抢购

活动期间每天早上9：00-12：00，《\*\*\*\*》专卖店推出限量超低价产品抢购，即防护类产品每平米优惠100元，例如： 原价 800 元/ ㎡的不锈钢门，现价700元/㎡秒杀大优惠，原价400 元/ ㎡的不锈扶手，现价300元/㎡（具体以参与本项特价的产品型号定价为准。特价产品不参与其它优惠，数量有限先抢先得，仅限规定时间段抢购有效，需当场交齐货款，否则作废。（时间和特价价格、型号、数量等，根据当地情况及限量产品品类自行决定公布，按公司现有库存为主。） 活动解析：

本活动为经销商指定特价产品，不参与其它优惠政策。 B．小区渠道促销活动政策

针对楼盘业主进行前期预热，可进驻楼盘展示《\*\*\*\*》的产品和315的优惠活动，进驻楼盘的形式可选择直接平面广告或与物管合作。同时，也可以结合家装设计师，共同掌握客户的

三、执行细则 【前期筹备】 1、物料准备

促销活动的前期申请、相应价格的确定、产品与样板配送、公司配送促销物料，经销商制作的宣传物料的准备。

（2）经销商当地制作物料 【店面现场布置】 1、门店现场：

◆悬吊旗：营造活动氛围，传达活动主题。 ◆挂横幅：吸引眼球，让消费者知道活动内容。 ◆贴海报：向消费者表达\*\*\*\*的品牌价值。 ◆X展架：让消费者清楚了解活动内容；

◆标贴：特价标签、专家推荐等，让消费者了解产品信息。

◆现场体验区：让消费者切身感知产品功能、品质，明白消费。 2、卖场周围：

◆充气拱门、条幅、彩旗等。

◆当地的高速路牌广告建议更为“责任3·15\*\*\*防护到您家”主题画面。 3、场地安排

在现场促销活动安排中，场地可选择为\_利当地经销商所在地的大型活动广场，面积应在80平方米以上为佳，条件允许则安排多个活动场所。促销活动必须提前告知消费者活动的场地和时间。

【宣传推广】

策略：软文预热，活动引爆 1、媒体推广

（1）电视：建议省级代理商在省级卫视播放10天左右的促销广告，覆盖全省范

围地区级经销商可在当地配合广告片或滚动字幕的投放。

（2）报纸：在当地有影响力的报纸投放软文和硬广告。提前筹备报纸广告刊登工作，刊登

尺寸为通栏或半通栏。报纸广告要在发行量大、针对性强的当地主流媒体报纸上刊登。报纸广告必须在活动前刊登，版面内容由公司统一设计，活动期间需以软文形式进行媒体报道。

（3）电台：建议在当地交通台投放促销广告。

（4）短信：统一发送短信宣传造势活动，发送两次，相隔5天左右，最后一次在活动前一

天晚上6-8点发送，短信内容力求突出活动优惠。

2、店内推广

促销前期筹备（3月5日-8日）

①宣传资料准备：海报、单张、横幅、X展架、宣传折页等宣传物料准备到位。 ②促销货品准备：清点库存产品，在促销活动前一定要保证产品备货充足； ③促销价格系统：提前准备好促销产品的明细表及活动执行价格，同时严格执行相应的价格策略。

④价格标签制作：常规价、促销价、特价标签的数量要准备到位。

3、人员推广

(1)人员各就各位，既要分工明确又要相互配合；

(2)宣传人员派发宣传单,介绍活动和产品,引导顾客至店内；

（3）在促销活动中期，也要有工作人员到小区、卖场人员密集地同时派发宣传单张以扩大促销范围及影响力。

（5）促销前期培训：工作分工（开单、收款、安装、广告派发、客户接待等落实到专人）、统一说辞、操作细节等培训，以使促销活动有条不紊的进行。

4、小区推广（3月8开始结束时间根据当地经销商情况而定） （1）针对目标小区悬挂促销条幅、海报等； （2）针对目标小区派发促销单张。

请多指教

**宣传活动策划书模板范文9**

为了深入学习贯彻党的十八大和十八届四中全会精神，培育和践行社会主义核心价值观，营造喜爱阅读、阅读好书的良好风气，为实现中国梦和建设开放繁荣秀美幸福新xx提供强大的精神动力和智力支持，在全县开展xx年“玉峡书香伴我行”全民阅读宣传活动，活动方案如下：

>一、指导思想。

认真贯彻落实党的十八大和十八届四中全会精神，牢牢把握文化前进方向，牢固树立持之以恒、自觉学习、终身受益的学习理念，不断提高自身的政治理论业务素质，构建学习型机关，打造促进全民阅读的公共文化服务平台，激发群众阅读热情，弘扬主旋律，传播正能量，为“发展升级、小康提速、绿色崛起、实干兴赣”提供强大的精神动力和智力支持。

>二、活动主题。

玉峡书香伴我行

>三、活动时间。

xx年4月23日——4月30日

>四、活动内容。

1、4月23日在图书馆举办xx县xx年全民阅读启动仪式。

2、4月26日在图书馆开展一次“玉峡书香伴我行”为主题的“读书沙龙”活动。

3、xx年图书服务周期间，举办一场全县书法爱好者“书法作品展”。

4、开展一次送书进社区、进农村、进校园、进军营、进企业、进机关、进家庭的送书下乡活动。

5、做好全民阅读的宣传工作，通过新闻媒体、悬挂横幅、张贴标语、led宣传栏等方式宣传全民阅读活动；在图书馆网站开设全民阅读宣传活动专栏。

>五、宣传口号。

1、读好书、好读书、读书好。

2、知识给人力量，阅读引领未来。

3、书本启迪智慧，知识丰富人生。

4、传播文明知识，提高学习型社会。

5、促进全民阅读，建设综合素质。

6、读书使人睿智，读书给人力量。

7、知识改变命运，阅读点亮人生。

>六、活动要求。

>1、加强领导。成立全民阅读活动领导小组，由文广新局局长任组长、文广新局党委书记陈xx任常务副组长、文广新局副局长罗xx、王xx任副组长，各下属单位主要负责人为成员，领导小组下设办公室，熊xx任办公室主任。

>2、营造氛围，各有关单位要制定活动宣传报道计划，精心策划、组稿制作，做好活动的系列报道。做到密集报道、深度报道和全媒体报道，造势给力，确保活动取得实效。

>3、积极响应市活动领导小组的工作部署，加强与市局的联系对接，及时报送全民阅读活动的信息，做好媒体的宣传报道。

**宣传活动策划书模板范文10**

>一、活动背景：

针对目前我校学员较少，很多自闭症家长不知道我校，且对已患自闭症的孩子没有针对性康复训练，很多自闭症的孩子不能得到有效的治疗。通过现场宣传我校的办学特色和教学成果等以扩大我校的知名度、认可度使更多的自闭症孩子到我校学习。

>二、活动目的：

1、回馈老学员。

2、招收新学员。通过本次活动，让更多的人知道并了解星之光，对自闭症的孩子给与更多的关注，让家长对已患病的孩子的康复充满希望，信任星之光，从而招收更多学员。

3、扩大我校知名度、信任度。

>二、活动地点：

纪念碑广场

>三、活动时间：

五月一日上午9：00-11：00

>四、活动对象：

患有自闭症的孩子及家长

>五、活动主题：

点亮未来 健康成长——星之光教学成果汇报会

>六、活动内容：

（一）准备阶段：

1、成立筹备小组；

2、查找我校招生人数、离校人数、康复比例、即特别个人案例；

3、致电老学员学生家长，进行预约；

4、与老学员及家长进行沟通，对老学员的健康情况有一个全面的认识；

5、对已经入小学。初中上学的孩子的同学及老师进行简单询问（不对老师、同学提起以前曾自闭症）；

6、邀请已康复的学生或家长参加本次活动；

7、收集学生的绘画、、生活照等反映学生良好近况的作品；

8、在网站、贴吧、报纸、电视等媒体宣传本次活动；

9、进行爱心捐款等为本次活动筹集经费。

（二）实施阶段：

1、把学生作文、绘画、生活照、在校生或照片集中在展示板上，供活动对象阅览；

2、邀请校领导、学生家长、学生；

3、校领导致辞、学生家长致辞、学生致辞；

4、由各负责老师进行教学成果展示、列举学生成功恢复事例、学生在校生活、课程安排；

5、由学生家长列举学生进校后与进校前的区别、学生近况；

6、由学生发表进校感想及今后生活态度、学习态度、人生观、价值观等

7、由招生负责人发表招生宣传等。

>七、费用预算：

1、媒体宣传费用：

2、材料费用：

3、人员费用：

4、机动费用：

八、执行人员和责任人：

>九、附件：

一、仪式场地布置

1、横幅文字：点亮未来 健康成长——星之光教学成果汇报会 样式：喷绘稿

尺寸：4m

位置：舞台边背景架

彩旗：30面，插挂于广场周围 颜色——红黄蓝，各10面

2、主横幅：一条，悬挂于拱门正门上方

内容：点亮未来 健康成长——星之光教学成果汇报会

尺寸：6m

样式：红底黄字

二、会场周围布置

1、彩旗：20面，间隔微为50米；

颜色——红黄，各10面，红黄依次插放

2、展示板：2个，会场左右一边一个。

**宣传活动策划书模板范文11**

>一．活动背景

1.基本情况简介

为丰富xx市大学生校园生活，展现青春活力，由xx外事学院和xx市移动公司联合举办——xx市大学生歌咏大赛。xx外事学院在20xx年6月正式对外招生，借助xx市移动公司动感地带在大学生中的影响力。由xx外事学院主办，xx移动公司赞助，xx各个院校承办的形式举办此次活动。

2.活动举办的优势

xx外事学院作为刚刚创办的新星学校，在宣传时应该联合在大学生中较有影响力的公司树立自己的形象。根据市场调查，xx移动公司动感地带具有这样的要求。同时，如果由移动公司赞助可大大减少活动举办经费。以移动公司角度，是不会放弃这次机会的。一、从以往移动公司宣传方式来看，移动公司很热衷于举办活动来宣传自己。二、本次活动是在整个xx市的大学开展的，对移动公司来说是一个很好的宣传契机。三、xx外事学院今年计划招生在四千至五千人。xx外事学院本身就是移动公司所注重的市场。四、六月份正是移动公司为新一届大学生宣传自己产品的时间。与xx外事学院招生宣传时间相吻合。

>二．活动目的、意义

1. 活动目的：让xx市所有在校大学生知道xx外事学院的创立。并将在今年六月份正式招生

2. 活动意义：丰富大学生校园生活，给广大师生提供互相竞技舞台，增进xx市各大学学生之间的友谊。

>三．资源需要

人力资源：xx各个院校的学生会外联部，社团部共同担当

物力资源：xx各个院校的阶梯教室或会议报告厅（也可赞助搭台）

>四．活动开展

1. 宣传方式：以动感地带冠名，xx外事学院主办和通过对“xx市大学生歌咏大赛”赞助引出此次活动，并将其全面宣传到位。

2. 宣传活动时间：20xx年6月5日—20xx年6月25日

3. 各学院宣传承办单位：各个学院学生会及有宣传和组织能力的社团组织。如，xx学院飓风杂志社

4. 通过此次活动，主办方可以得到良好的宣传效益：

（1）从前期初赛，复赛的宣传就彻底的覆盖各校所有学生，并且运用各种常用宣传方式（传单、海报、横幅）进行宣传。

（2）通过此次活动让广大师生了解xx外事学院的办学理念和优质教育资源。从而提升学院的社会认知度，侧面为招生工作营造良好社会环境。

（3） 此次活动成本低，但宣传效果很好，不失为学院进行宣传，扩大影响的一个好选择。

5. 具体宣传流程：

（一）“xx市大学生歌咏大赛”现场宣传：

标志： 活动现场可以悬挂xx外事学院的logo

传单：“xx市大学生歌咏大赛”决赛当天，于人流集中地进行部分发放。(传单内容由赞助商提供)

海报：各个院校可手工绘制部分海报，赞助商提供部分大海报，贴在食堂，超市，以及宣传栏等主要宣传。由主办方和赞助方共同设计制作。

横幅：“xx市大学生歌咏大赛”决赛前期各个学院就可以路口，宿舍楼前等主要地段拉上横幅。可以印上“xx市教育局预祝“xx市大学生歌咏大赛”取得圆满成功”等等。

校园广播：与各个院校校园广播站取得联系，可以循环广播。

（二）“xx市大学生歌咏大赛”赛后宣传

1 传单宣传：发至学校每个教室并做讲解宣传。高峰时段在食堂门口进行宣传。

2 海报宣传：在海报栏张贴宣传海报。在院超市张贴活动宣传海报。在食堂周边张贴海报。（宣传海报可以由主办方和赞助方提供，也可由各院校代为制作并张贴）

3 横幅宣传：在各院校主干道和活动现场悬挂活动宣传横幅，横幅标语及样式由合作双方共同拟定。例如“飓风杂志祝 “xx市大学生歌咏大赛”取得圆满成功”。 （横幅可以由主办方和赞助方提供，也可由各院校代为制作并悬挂）

（三）合作形式

1．xx外事学院主办，xx移动公司赞助，共同提供大赛宣传活动经费以及各个院校“xx市大学生歌咏大赛”所需经费以支持活动顺利开展。

2．xx外事学院和xx移动公司提供上述费用预算中所需实物。

3．xx外事学院和xx移动公司联同xx市其他承办院校视具体情况商定其它赞助形式 。

>五．经费预算

项目 费用 备注

120元（手绘版）/张 共3份（可由赞助方提供）

横幅 80（制作费用）＋80（悬挂申请费用）＝160元/条×5 9～10米（可由赞助方提供）

“竞彩杯”前三名奖品 300＋200＋100 奖金（具体看赞助商）

活动独家赞助费 2024元

共计 3160元

（此为xx学院飓风杂志社承办“竞彩杯”三人制男子篮球联赛的活动预算，可做本次活动预算参考。具体情况由各个学院承办方自行预算。交与主办方，由主办方和赞助方商议决定）

>六．活动中应注意的问题及细节

主办方和赞助方资金投入分配问题；主办方和赞助方因广告幅度与力度而产生的分歧问题；主办方和承办方活动预算问题；在宣传过程中应注重学院的教育理念和教育优势的宣传，使xx市广大师生对xx外事学院有着正确的良好的认识和了解。

>七．活动负责及主要参与者

活动负责：xx外事学院的学院领导，xx移动公司的广告部门，各个院校的承办组织

主要参与者：xx市各个大学院校的广大师生

**宣传活动策划书模板范文12**

>一、活动的主题、目的和意义

为了纪念国际消费者权益保护日，更好地贯彻《消费者权益保护法》、《产品质量法》等法律法规，宣传全国消协组织“诚信维权”年主题，促进市场经济良性发展，保护知名企业健康成长，维护消费者合法权益不受侵害，营造一个公平、公正、诚信经营的消费环境，根据中国消费者协会工作部署，结合我省实际情况，特开展本次活动。

>二、主、承办单位

主办单位：广东省保护消费者权益委员会

广东省工商行政管理局

承办单位：广东质量报社生活周刊

>三、活动时间及地点

活动时间：3月15日（全天）。

活动地点：市体育中心北半场。

>四、活动的策划、步骤及方法

>（一）活动的策划：

1、由主办单位确定本次活动方案；

2、活动前期拟于3月12—14日，在媒体上（华西都市报、天府早报等）发布为期三天的公益广告，突出今年年主题“诚信？维权”，为3、15现场活动造势；

3、在活动前期，组织有关媒体对省消委会主要领导进行专访，突出宣传年主题、今年的消费维权重点和今年省消委会的主要工作；

4、协助省工商局消保处在3月13日召开315纪念活动新闻通报会。在会上通报省消委会的“消费投诉十大热点”和315纪念活动情况。

>（二）活动的组织和实施：

1、主办单位向相关企业发出组织活动的通知；

2、由主办单位负责审查参加活动企业的产品广告，宣传资料内容，杜绝假冒伪劣产品进场；

3、由承办单位负责活动的组织和筹备工作；

4、活动开幕仪式拟邀请省人民政府、省工商行政管理局、省消委等有关领导参加并讲话；

5、现场设消费者咨询、消费者投诉、房产家装、it、食品、家电建材、日用百货、汽车等专区，散发相关宣传资料和进行商品销售；在现场开展消费知识宣传，并设置消费警示、消费小知识、消费指导等宣传牌；

6、由省消费向参加活动的企业颁发“消费维权定点联系企业”证书、铜牌；

7、在现场散发刊有参展企业的特刊及年主题宣传资料；

8、为活跃现场气氛，将在开幕式后进行文艺表演（节目内容待定）；

9、在现场设立医疗救护（防疫）站、消费咨询台等；

10、组织治安、消防、防疫、医疗等部门入场开展相关工作。

**宣传活动策划书模板范文13**

旅游业是创汇创收的外向型综合性很强的新兴产业。加大宣传力度，开拓旅游市场，是加快旅游业发展头等重要的问题;开发市场的广度和深度，是宣传成效的具体标志。旅游现在已经成为人们生活中必不可缺少的一项活动。成立石家庄办事处，做好市场和景区之间的衔接工作，从而达到旅游企业(景区)和旅游者的“双赢”目的。

>一、推广目的：

1、一年时间推出景区，让石家庄70%旅游爱好者认知养子沟风景区;2、让石家庄旅行社对景区有深入的了解，充分推广景区优势资源;3、拓展至石家庄户外旅游俱乐部、4S店车行、自驾俱乐部等合作方，达到战略合作同盟;

>二、推广范围：

石家庄、邯郸注:推广方向以石家庄为中心点,以地接方式扩廷周边市场

>三、市场分析

1、石家庄市场概况(1) 、地理位置，人口：石家庄市地处华北平原腹地，北靠京津，东临渤海，西倚太行山，是首都的南大门。现辖6个区、12个县、5个县级市和1个国家级的高新技术开发区，总面积万平方公里，全市常住人口约1000万人，市区300多万人。

(2) 、交通情况：铁路—京广、京山、津浦、石太、石德、京包、京秦、京原等13条铁路干线及只线、地方铁路行程了石家庄为枢纽的铁路网。石家庄火车站位于市区中心地带，铁路—石家庄公路如网，通车里程达4万多里。石家庄有多个长途汽车客运站。

(3) 、经济发展:石家庄市是河北省省会,全省的政治、经济、科技、文化和信息中心。改革开放以来，石家庄人民焕发出加快发展、富民强市的勃勃生机和活力，在参与全球经济竞争的大潮中，不断创造出优良业绩。目前石家庄已成为经济特色明显、主导产业突出、人民生活丰富、发展前景广阔的中国北方重要城市之一。石家庄市一个具有发展潜力的城市，自然资源丰富，交通通讯便利，基础设施配套，工商业发达，市场前景广阔，投资环境较为优越，是国内外客商投资兴业的理想之处。

综上所述：石家庄近几年经济发展迅速，人们平均发展水平有了明显提高，对生活品质的需求也越来越高，相对就刺激了旅游业在石家庄的发展.

2、竞争对手分析本地旅游资源丰富。有国家级名胜风景区5处(苍岩山、嶂石岩、清西陵、野三坡、白洋淀)，省级风景区名胜区2处(封龙山、天桂山);还拥有国家历史文化名城—正定，省历史文化名县—赵县;以及省级旅游度假村(蟠龙湖、苍岩山、温塘、嶂石岩)，国家级森林公园1处(五岳寨)，以及省级森林公园7处(仙台山、驼梁(野河漂流)、南寺章、赤支、九州湖、西柏坡等)，邢台天河山漂流，北京(白河湾漂流 /延庆妫河漂流/京北第一漂(龙潭涧自然风景区内)/拒马河漂流。据了解，20xx年五一黄金周期间旅游市场秩序良好。在旅游接待、输出增势迅猛的情况下，今年旅游市场有所升温，但也不是很乐观。由此可见，在诸多旅游方式中多数石家庄人倾向于中短线旅游。

总体上来说河北市场旅游资源丰富，具有较强的竞争力。但是本地风景区以山为主，没有大片水域，也没有文化特色，参与性项目不多，而养子沟风景区是一个以水上娱乐项目、旅游观光、休闲养生度假为主的旅游风景区，具有独特韵味，这也是河北旅游市场本地景区所无法比拟的竞争力。

四、关于养子沟的发展趋势提高养子沟在旅游产品中的地位以上关于景区的市场分析充分说明景区完全有能力成为旅游产品中的核心产品。考虑到石家庄旅游市场交通和市场不成熟的现状，可以仍将景区与其它周边特色景区(或参与性活动)相结合推广出市场，但应该确立景区特色景观和特色旅游服务作为“主菜”的地位。这种做法不仅有利于景区自身的发展，也有利于克服观光景区因生命周期引起的多种问题。

养子沟一定要走出河南跨区域游客正每年逐步的增加，这是一个必然的发展趋势。尤其在南方来说，景色完全不同于北方，不具有北方山水文化特色。现在北方很少景区介入外省和国际市场，短时间内快速进入外围市场的浪潮中，是景区推广发展的必然趋势。因此景区更需要健全软、硬件设施，大力推广，让景区走出河南。

打造中国特色旅游品牌北方旅游景区具有一定的数量，可能存在着恶性竞争的后果。利用自身资源优势避免恶果的最好办法就是推出景区特色，创建特色旅游品牌形象，尽可能多的占领市场份额，这样大大促进了旅游市场的整体发展。 同时也需要政府提供一定的平台支持。例如推出以特色活动为主体的促销活动，建立“河南旅游网”与国内品牌商家达成战略同盟关系等显示景区的特色和实力。

建设小江南旅游地产新名片旅游景区的发展是与旅游地产紧密相连的，养子沟景区具有南方的水乡特色是北方很罕见的地或，且地域险峻，交通便利，占具核心位置，非常利于旅游地产的开发。但任何一个新生景区成熟至少需要三年的时间，所以在旅游地产的开发和景区的建设推广上必须有机结合才能得以顺利进行。只要打造知名景区才能创建旅游地产和农家示范村的新名片。

>五、市场运作方式1、了解石家庄旅行社状况，从而有针对性的选择合作对象达成战略同盟(进行采线，深入了解景区)。

石家庄共有旅行社100多家，其中可以走国际线路的旅行社共有8%，走国内线路的较大旅行社占45%。我们在工作中要和其中1家做为主推社，5-10家旅行社作为辅助推广达成长期友好的合作关系(其它社可做为散拼社)，以助于市场长期稳定的开展。

2、加强服务意识，提高服务质量，强化业务知识，从而提高景区的整体工作水平。

在工作中使旅行社和社会群体对景区有一个深入直观的认识。作为旅行社启用哪条线路主要还是以赢利为目的，所以我们在不影响自身复利益的情况下给出旅行社较大的利润空间，这样就能在旅行社这个平台上使景区得到更大范围的推广。

实施方法：景区要制定完善的经营制度和服务体制，主要具体工作由景区领导负责。同时导游部每月要对导游进行专业技能培训，以便能够更好的为旅行社和游客服务，提升旅游整体的服务质量。

3、积极开展内接外连，广交朋友，做好本地旅行社、新闻媒体和景区之间的衔接工作。

学习本地知名旅行社的成功经验，与合作媒体及旅行社或商家举行大型活动，扩大景区对外影响力，树立景区的良好形象，广泛结交旅游届的业内人士，为景区旅游市场的更好发展打下坚实的基础。在内接方面，积极与本地旅行社搞好关系，通过同行线路合作宣传我们的景点，增加旅游收入，为景区旅游业的更好发展奠定基础。

实施方式：制定最优惠的门票销售政策和返点政策对与旅行社行社合作，特殊时期需制定特殊的优惠政策。详情见养子沟风景区销售协议。拟定旅行社意见回访表，每同与各界同行进行加访，及时发现问题，解决问题。根据不同时期，景区，旅行社联合户外旅游俱乐部、4S车行、写生俱乐部、拓展单位结合新闻媒体制定有利益推动旅游市场发展的新政策。

4、努力做好机关企业事业单位团体的业务工作。

企事业单位和机关团体旅游在旅游业占有很大的空间，这些单位每年都有一定的旅游计划，基本上都属于公费，而且人数较多。只要达到双赢目的，合作应会顺利。

实施方法：通过电话营销方式与各大事业单位联系，开展旅游业务推广工作，运作可通过主推社执行。

六、广告投放建议广告媒体就像是大海中的一叶飞舟，将商品信息传达给全球每个角落。可以说，如果没有媒体，广告将无用武之地。在信息爆炸的时代，广告媒体的发展也是日新用异，种类不断增加，形式不断变化。电视、报纸、杂志、广播，接触消费者多，号称四大广告媒体。

1、公交电视媒体：

电视声音、画面兼具，广告的观赏性最强，最能引起消费者的兴趣。电视普及率高，广告可深入大众人群、各个层次的消费者，诉求力强。电视传播不受时间的限制，传递迅速。动感画面，借制作技术最能强化商品特色。由于观众主要是收看时被动看广告，收视率高，如广告安排密集可快速收到宣传效果。

2、报纸媒体：

报纸覆盖面广，读者广泛、稳定，遍及会各阶层，阅读丰富，广告宣传范围也很广。广告时效可达一日或更长，到达率相对提升。广告制作比较简单，费用亦比较经济。报纸具有新闻性、知识性等显着特征，提高了读者阅读兴趣，从而使报纸广告也深受其益。广告登在报纸上白纸黑字，不易消失，便于长期保存。

3、发宣传单：

印刷品是最经济实用的宣传方式，而且能够快速收到效果。精美的宣传单能给人很强的视觉冲击，从而引起人们的出游欲望。

4、大型活动大型宣传活动，可以更大限度的吸引旅游爱好者们的眼晴，重要节日的推广活动能在广大的社会人群中引起反醒。

配合景区执行的活动，联合合作社拉新闻媒体互动举行自驾、养生、教育等为体裁的活动。同时借用合作媒体推广景区，提升景区在市民心目中的认知度。

>七、媒体计划备注：1、公交移动电视宣传实际费用(3折后)为14万，现价3万为内部关系价格，对方不开据发票。【宣传片可传回公司备案】

效果分析：

通过系列媒体营销宣传后，全面提升景区的品牌形象及社会知名度，从而带动社会广大游客的慕名前来，大大提高景区旅游效益。

>八、媒体合作：

媒体门票销售置换合作单位:

1.与商情报合作，免费为景区做媒体推广，针对自驾旅游游客，景区免活动期间相应人数的门票。

2.与燕赵晚报《好男好女》合作，免费为景区做媒体推广，景区免活动期间相应人数的门票。

3.与河北电台《城市快跑》合作(直播间讲景区)，景区免活动期间相应人数的门票。

4.与河北新闻门户网《长城网》、河北新闻网、河北交通电台互动合作，景区免活动期间相应人数的门票。

以上每个活动执行时，需要细化。景区争取赢利点(如：免活动期间相应人数的门票或部门门票、其它娱乐方面)。

九、20xx年养子沟景区盈利额预算20xx年客流量约为2500-3000人次1、景区盈利点情况预计：

1、门票收入养子沟景区：60元/张门票总收入：60元/张\*2500人=150000元(15万元)2、停车场收入按每辆小车停车费5元/辆，小车过夜10元/辆;大车10元/辆，大车过夜20元/辆。5月到10月期间按60辆车计算，停车场收入理论上可达到 20元/辆X60辆=1200元(万元)3、景区大闯关项目大闯关旅行计费用：20元/人，5-10月按(2/3人)1500人参加活动。

费用：20元/人\*1500人= 30000元(3万元)4、售货收入按游客在景区内10元/人消费水平计算，预期收入为10元/人\*2500人= 25000元(万)5、住宿餐饮收入此游客均为2日游或多日游。现在按2日游计算，每人餐饮费用约为45元，住宿15元/人/晚.

费用收入： (45元+15元)\*2500人=150000元(15万)6、配套娱乐设施收费——景区内配套娱乐设施，如卡拉OK、篝火晚会冷饮等，如按照将产生收入——(略)2、景区营业额预计情况分析表2：景区营业额预计情况一览表(表略)通过分析景区的赢利点，结合景区的最大接待能力，我们得出了20xx年5月至10月期间，景区的最大营业额理论上可达到万元(如表2所示)。

考虑到景区旅游市场竞争相对激烈。我们在保持充足信心的同时，更需要保持冷静而清醒的头脑，把握好大的推广方向;另外，在景区的推广过程中，还应考虑到对旅行社的优惠返利政策和景区活动的具体情况。综上所述，景区在20xx年推广期间实际运营的过程中，比较实际合理的营业额应为：

万元\*70% =万元以上为20xx年营业额预期情况分析。

总之，在20xx年市场推广的工作中我们要强化服务，树立形象、加强效益，争取超额完成公司预定的目标，取得一定的成绩。但也会存在一些不足，还望公司领导多予以帮助、批评。在公司的支持下我会以饱满的热情，为企业勇创佳绩。为发展景区的旅游事业做出我们新的贡献!

**宣传活动策划书模板范文14**

喜欢小动物似乎是每一位孩子的天性。小朋友对小动物浓厚的兴趣，促使我们开展了以“可爱的小动物”为主题的一系列活动。在这些活动中，我们创造了让幼儿直接感知和体验的机会，使幼儿对动物的情感和了解逐步加深，同时也激发了幼儿在已有经验和能力的基础上想进一步表现自己对小动物喜爱之情的愿望。

>一、活动目标：

1、初步了解各种小动物的特征，并运用各种材料将自己打扮成各种小动物。

2、鼓励幼儿在游戏中大胆创造和表现，充分展现自我，感受做中玩，玩中乐的愉悦。

3、引导幼儿在活动中学会同伴间合作互助，相互交流，体验游戏的快乐。

>二、活动准备：

1、通过教室内的环境布置、父母提供的参观条件，幼儿积累了有关常见小动物的基本特征和生活习性。

2、材料：广告纸、旧衣服、包装纸、雨披、树枝、吸管、无用的长布、雪碧瓶的盖子、软泡、果冻壳、毛线、一次性杯子、头箍、蛋糕盒、发夹、羊角球、独木桥等；工具：剪刀、透明胶、双面胶、强力胶。

3、环境：宽敞的活动室。

4、磁带《快乐的动物园》，录音机。

>三、活动过程：

1、讨论孩子们心目中“可爱的小动物”。

由于我们在前一阶段进行了相关的主题活动，所以幼儿对小动物的印象极深。幼儿你一言我一语地发表自己的意见。

2、引导幼儿回想、讨论各种小动物的特征，试想自己变成什么。

活动中幼儿纷纷发表意见大胆地畅所欲言。

如：路路想要变成一只可爱的小山羊；思思想变换成一头小猪；欣欣渴望自己成为一个惹人喜欢的小花猫……

3、幼儿自主选择各种各样材料，装扮自己。

**宣传活动策划书模板范文15**

>一、主题定位

企业形象宣传片

>二、片长设置

15分钟

>三、整体定位

根据常州航道管理处的要求，艺术手法及构思上大胆创新，体现常州航道管理处发展的思路、机制、产业在城市中的影响。在企业发展的大背景下，充分挖掘、做足“文化”的文章，充分反映核心竞争力和先进、现代、奋进的风貌。大量运用人物动作、表情与环境的结合，反映企业的文化、意识也为整个社会、经济、文化发展注入的独特活力因子；运用三维演示，充分展示科技对经济发展的推动力；同时通过对公司领导团队、技术团队、员工活动、优秀员工家庭等镜头展现，突出公司政策和机制对生产的促进力、不断创新的发展动力和和谐融洽的企业活力。

>四、专题定位

本方案旨在展示常州航道管理处的整体实力，通过此专题片的拍摄与制作及推广，突出常州航道管理处的思想、管理、服务、特色亮点产业和骄人的业绩。本方案在具体的内容选择和版块设置上极力做到：

含盖全面、阐述透彻、重点突出、点面结合，使得整个片子起落有序、层次分明。

1、整个片子的节奏有张有弛，带有明显的科技感、现代感，彰显“音乐电视”的风格，利用公司景观、各种设备、工作人员镜头和企业文化景观对人们的`视觉进行冲击，实现传统与现代的完满结合，制作精致，画面现代感很强。

2、在规定时间内充分展现常州航道管理处的现代风貌，把重点章节符号化，突出科技、技术、人力的重要性，并且将其对整个行业发展的深远影响力展现出来。

3、画面剪辑自然巧妙，段落变化鲜明有序，阳刚与柔美的内蕴有机地融合在一起，信息量丰富，开放性的内容，并且把人文的特色有意识地糅合在一起。

>五、片名初拟

XXXXX

>六、创意思路

全片章节清晰，让观众在15分钟内清楚而明了的了解企业的特色和发展状况，并且一直受着或镜头或文稿的激昂、热情情绪的感染。

>五、创意核心阐述：

本片在开篇、结尾和中心相关部分运用三维效果在实拍画面中游走、运行，同时还不时的将不同的空间、场景连接起来，以体现“速度、科技、动感”的企业内质与创作意图。

本片的中心部分阐述中，改革开放的春风在神州大地整整吹拂了三十年，主国经济建设取得的辉煌成就，举世瞩目。1979年成立的常州航道管理处，三十年来，沐浴着改革开放的春风，年轻的行政建设事业正蓬勃发展，捷报频传。企业成立的30周年中，在党和领导的领导下，开辟了一条属于自己的发展道路。中国改革开放的30周年中，建设中国特色社会主义，建设繁荣富强的新中国，这是中国\_以及中国人民在长期奋斗中不断探索的重大课题。常州航道管理处在这30年的发展路程中，成就了美好的素影。“事事当争第一流，耻为天下第二手”这句话激励着几代人的常州人文精神，在常州航道建设工程中得到了弘扬广大。30年来的艰苦奋战，铸就了丰碑、开启了征程，顺着科学发展的大潮，响应改革开放的口号，将常州航道建设成理念新、标准高、技术含量高、生态环境美，充分展示了“城市名片”和“传世工作”的世纪工程。本宣传片制作巧妙的与公司的创业、发展、未来三个方面予以契合。在硬性的宣传框架内，融入了软性的情感元素，给全篇以人性的点缀和细节的灵动，让观众倍感亲切。采用这种时尚人性的电视表现手法，观众可以透过片子感受到企业无处不在感性情结。

>七、专题片拍摄及制作要求

1、画面要求：

拍摄手法具有时代感，要求大气、恢弘、角度新颖、可视性强。

动感画面处理要求节奏干净、明快；情感场景要求柔美、流畅。动静相宜、波澜起伏，旷达中不失细腻，柔性中略带刚强。

2、专业配音

中文解说（男声）要求激越、厚重、奋进、富有开拓感和纵深感。

3、色调、风格

整片以暖色调为主，在三维和画面衔接中配以蓝色、金属色，以表现企业的现代感，在实景拍摄中适当运用黄色调，形成对比，使得画面有起伏、有活力，突出重点、虚实结合，追求整体画面的气势和美感。

4、背景音乐

全片背景音乐要求紧跟画面节奏，激越画面选用节奏感强、大气的音乐，起烘托作用，从而使专题片整体上大气磅礴，画面有冲击力，富有激情和煽动性，舒缓画面选用轻缓音乐，契合场景一张一合引人入胜。

5、表现手法

70%拍摄和资料；25%三维动画；5%二维

>八、资源介绍

软件资源

摄影师：江苏省摄影社会专职摄影

导 演：北京影视学院导演系，参加过多部电视剧拍摄 《刑警本色》《老娘泪》《宁宁》等

策划人员：曾多次参与各类项目策划，包括房地产、企业等各类项目活动、招商、市场的策划、组织、执行，经验丰富。

配音人员：中央电视台长期合作伙伴。

后期剪片：多年剪接经验，手法大气磅礴。

动画设计：3D动画专业毕业，上海某动画公司工作数年，被公司高薪聘请的一级设计师

硬件资源

摄像机：

摄影棚：

灯光架：

>九、费用预算

**宣传活动策划书模板范文16**

>1.受众分析

老山药业→产品（药、保健品）→产品主力受众（重生活品质、重健康的中老年人）

南京广播电视报→服务（新闻、宣传）→媒体主力受众（有购买力、时间充裕的中老年人）

老山药业与南京广播电视报的受众群一致！

>2.目标分析

老山的企业背景：1971年3月创办的南京老山制药厂

受众认知：实力雄厚、品质保证

老山的优势产品：南京本土、制定国家标准的蜂产品

受众认知：南京人自己的优质蜂产品

老山的产品特点：中老年常备药品、保健品

受众认知：南京中老年常备药品、保健品

老山现在的位置：品牌稳固，但品牌形象不清晰

受众认知：老山是南京一位矍铄、稳重、经验丰富的老中医

老山的目标位置：

1、老山的蜂产品是南京人自己的蜂产品；

2、老山药业的产品是南京中老年常备药品、保健品；

3、老山在南京人心目中是一位矍铄、稳重、经验丰富的老中医；

老山能带给南京中老年人健康

如何到目标位置：见宣传/

是否到达目标位置：见效果测评

**宣传活动策划书模板范文17**

一、>活动主题

“人人参与消防，共创平安和谐”

二、>指导思想

认真贯彻落实《郑州市教育局关于做好20xx年“119”消防宣传活动的通知》精神，广泛开展消防宣传教育，大力普及消防法律法规，切实提高全体师生的消防安全意识，增强消防素质，提高抗御火灾的整体能力，为构建平安和谐校园，创造良好的消防安全环境。

三、>活动安排

活动内容 ：加强学生消防安全教育 ，强化学生消防意识，增强学生灭火、逃生技能

参加对象 ：全体师生

活动时间 ：11月1日——15日

活动地点 ：校内

组织领导 ：

组 长：杜双莲

副组长：胡海峰

组 员; 王 锋 刘小伟 罗鲁民 王长敏

全体班主任 门卫

>四、工作步骤

11月1---2日利用活动板进行消防安全知识宣传，主要以国家六部委规定的《消防安全常识二十条》和今年“119”消防安全活动主题为主要内容及火灾逃生常识

11月5日利用升旗仪式时间向全体师生进行消防安全教育

1、不玩火。

2、爱护消防设施。为了预防火灾，防止火灾事故，我校公寓、北教楼等公共场所都设置了消防栓、灭火器等消防设施，各教楼都设置有灭火器。要自觉爱护消防设施，保证安全通道的畅通。

3、在家中如何注意防火？

家庭中的火灾常由用火不慎和使用电器不当引起，同学们要注意：

a、使用家用电器要符合安全要求，不乱拆卸，以免造成安全性能下降，引发火灾。

b、使用发热的电器（如电熨斗）要小心，不可使其引燃易燃物品。

c、电器使用完毕或人离开时，要及时关闭电源，以防电器过热而发生危险。

d、使用煤气器具要防止煤气泄露，使用完毕应关闭气源

4、在学校如何注意防火？ 主要应当注意以下几点：

a、不带火柴、打火机等火种进人校园，也不带汽油、爆竹等易燃易爆的物品进入校园。

b、实验课需要使用酒精灯和一些易燃的化学药品时，要在老师的指导下进行，并且严格按照操作要求去做，时刻小心谨慎，严防发生用火危险。

11月7日组织学生进行实地灭火演练（一是向学生讲解灭火器的使用方法以及正确使用灭火器，二是通过观看灭火以及自己亲自操作灭火掌握使用灭火器进行灭火的技巧）

11月9日组织全校师生举行消防安全疏散演练

5、发生火灾，如何报警？

如果发现火灾发生，最重要的是报警，这样才能及时扑救，控制火势，减轻火灾造成损失。

ａ、火警电话的号码是119。这个号码应当牢记，在全国任何地区，向公安消防部门报告火警的电话号码都是一样的。

ｂ、发现火灾，可以打电话直接报警。家中没有电话的，要尽快使用邻居、电话亭或者附近单位的电话报警报火警时，要向消防部门讲清着火的单位或地点，讲清所处的区、路名、门牌号码或乡村地址，还要讲清是什么物品着火，火势怎样。

ｃ、报警以后，最好安排人员到附近的路口等候消防车，指引通往火场的道路。

ｄ、不能随意拨打火警电话，假报火警是扰乱社会公共秩序的违法行为。

６、遭遇火灾如何正确脱险？

遭遇火灾，应采取正确有效的方法自救逃生，减少人身伤亡损失：．

a、一旦身受火灾危胁，千万不要惊慌失措，要冷静地确定自己所处位置。

b、身处一楼时，如果门的周围火势不大，应迅速离开火场。如火势较大则可以采取保护措施，水淋湿衣服、用温湿的棉被包住头部和上身等，以后再离开火场。

c、身处楼房的，发现火情不要盲目打开门窗，否则有可能引火入室。也不要盲目乱跑、更不要跳楼逃生，这样会造成不应有的伤亡。可以躲到居室里或者阳台上。紧闭门窗，隔断火路，等待救援。

d、在失火的楼房内，逃生不可使用电梯，应通过防火通道走楼梯脱险。因为失火后电梯竖井往往成为烟火的通道。并且电梯随时可能发生故障。

e、逃生时，尽量采取保护措施，如用湿毛巾捂住口鼻、用湿衣物包裹身体。

f、 如身上衣物着火，可以迅速脱掉衣物，或者就地滚动，以身体压灭火焰，还可以想办法用水将身上的火熄灭。

g、火灾发生时，常会产生对人体有毒有害的气体，所以要预防烟毒，应尽量选择上风处停留或以湿的毛巾或口罩保护口、鼻及眼睛，避免有毒有害烟气侵害。

11月5日下午各班利用班会组织学生学习消防安全知识或观看消防安全警示片。要求各班将学习或观看心得于周三下午放学前交政教处

11月7日组织学生进行实地灭火演练（一是向学生讲解灭火器的使用方法以及正确使用灭火器，二是通过观看灭火以及自己亲自操作灭火掌握使用灭火器进行灭火的技巧）

11月9日组织全校师生举行消防安全疏散演练

11月6---9日各班出一期消防安全知识的板报

11月12利用升旗仪式对前期消防安全宣传活动予以总结，并向全体师生提出倡议，在今后的生活学习中要不断加强安全知识学习，掌握更多的安全自救知识，时时绷紧安全弦，让事故远离我们的生活。

13---14日活动总结和资料整理

15日上交“119”宣传活动活动总结

>五、开展校园消防安全大检查

（1）加强对教学楼、公寓楼以及学校照明线路的检查。查除安全隐患。消防通道是否有杂物拥堵、消防器材是否完整能用。一旦发现问题及时解决，绝不拖拉。

（2）加强对教师的消防安全知识培训，要使每位教师熟知消防器材的使用，了解学校消防器材的摆放位置及消防通道，使在发生紧急情况的时候，能作出正确、迅速的反应。

（3）加强值班工作的培训

向值班教师强调值班安全工作的重要性，以提高他们的工作职责和素质，增强安全防范意识。

**宣传活动策划书模板范文18**

>一． 前言

“民以食为天”。随着经济的发展和人民生活水平的不断提高，餐饮业如雨后春笋般蓬蓬勃勃地发展起来，而这其中“各领风骚一两年”的现象，又引起大多数经营者的反思和借鉴，对于大聚通美食城来说，目前市场上同类的及兼营的各类酒店日益增多，众多的直接和潜在的竞争对手使该行业的竞争异常激烈。“知己知彼，百战不殆”，找到竞争的切入点，确立适合的市场定位，全塑企业形象，已成为企业制胜的法宝。

南宁美食行业近几年发展迅猛，以风格化、地域化、时尚化等为主题的美食派系，相继出现在南宁市场，其中绝大部分商家获得了成功的销售业绩，由此可见南宁的消费者对于美食消费的喜爱和认同由来已久。

翻阅南宁的美食行业的历史，从当年引起不小热潮的各路美食派系，川菜、粤菜，以及海外饮食文化，西餐、日式料理、韩国菜、自助餐等等，均在南宁饮食市场上获得成功的推广。在这些成功的经验中，我们可以看到，南宁消费者对新潮的美食文化以及特点鲜明消费形式并不排斥，反而大加推崇。此一现状，大大增强了我们广告策划工作的发挥空间和投资者对销售业绩的信心。

就目前经营中的商家来看，当今南宁美食行业中商家，大部分是以单一的美食派系为主题进行经营，规模优势和综合性优势并不明显。而其中，值得关注的是，这些类型的商家，规模小，经营管理优势明显，格调、档次以及品牌形象深入人心。因此，应把此内容列为本次策划工作当中的竞争点。

大聚通美食城打造广西饮食业的航母，将在规模优势、地理位置优势、综合性优势等为主要卖点展开广告营销工作。它的开业必将掀起饮食消费的热潮。为了迅速占据南宁饮食业市场，提高大聚通美食城在南宁饮食界的知名度，赢得广大消费者的信任和认可，实现长久生意兴隆的目的。为达到此目的特拟定此方案，以供大聚通美食城参考。

>二.市场调研

本次策划案的市场调研工作分为以下几个方面：市场背景分析、消费心理解构、新闻炒作成功案例分析、市场定位、品牌塑造以及产品路线分析。

>1．市场背景分析

今年南宁的建筑、房产、汽车等行业均表现出让投资者乐观的发展形势。让饮食行业投资者更为兴奋的是，非典的不利影响比预期要较早结束。各路美食派系纷纷云集，美食行业必然再起风云，消费市场具备升温可能和空间。从当前美食行业的几个领头羊目前可见的经营状况分析，消费者对饮食行业的需求有增无减，可以预见投资饮食行业依然存在相当大的盈利空间，这无疑增强了投资者的投资信心。

——更综合、更具规模的美食城，将会给南宁的美食行业注入新的活力。

>2．消费心理解构

嘉乐迪巴西烧烤、绿茵阁咖啡、小肥羊、老四川以及稻之源日式料理等，均切合了南宁消费者求实惠、求新鲜、求享受的消费心理，从而获得喜人的销售业绩。从这些成功获得市场验证的例子当中，可以明确本次策划工作的主要商业推广策略和作战思想。

——进一步满足大众求新鲜、求实惠、求品位、求时尚的消费心理。

>3．新闻炒作诉求重点

在南宁的美食行业中，通过恰当的新闻炒作而获得成功的品牌，有如三品王、马车六火锅城，以及近期的小肥羊、阳光早餐等等，投资者在新闻炒作当中获取商业价值的例子已经多不胜数。

——“轰动效应”和“话题效应”，已经是商业推广过程中的重要途径，也是市场认同度和销售业绩的重要保证。

>4．市场定位、品牌塑造以及产品路线

进一步分析南宁美食行业的成功商业策划案例。我们不难发现，具有浓郁文化内涵、强烈人文色彩以及风格特点突出的美食项目，是获得成功的有效途径。早期的成功例子，路易十三西餐厅、美丽华冰城、佳人有约等等，以及近期的绿茵阁咖啡厅、上岛咖啡等等，其中合理而明确的市场定位、品牌塑造以及产品路线，已经成为广告策划中，重点需要借鉴和思考的内容。

——确立文化内涵、人文主题、格调特点。

>5．总结

在对以上成功经验分析和指引，我们不难发现打入南宁美食行业，主要通过切合南宁消费者求实惠、求格调的消费心理，通过新颖的炒作噱头和各种给消费者实惠的活动，在加上具层次消费内涵、浓郁文化色彩以及明确的市场定位，进行更周详、实在的广告策划方案。

综上所诉本次策划工作的重点应分为以下几方面：

１进一步分析消费心理。

２新闻炒作方案的确立。

３组织活动形式和具体的实施方案。

４品牌形象设置。

５目标社会效应。

６消费群体定位。

７寻求更具吸引力的文化内涵。

８企业ＣＩ的确立。

９进一步挖掘大聚通美食城的优势与特点。

１０赋予大聚通怎样的特色、情感、意念。

１１软文炒作的思想诉求和概念方向。

１２确定统一的宣传形象。（报纸广告、户外广告的配色和宣传口号）

１３进一步分析竞争对手现状，以获得更有利的战略要点。

要在极短的时间制定正确的策略并指导执行，必须全面了解品牌市场状况，以及全面进入本地人的生活状态，溶入当地消费者的生活，从而制定出符合他们生活形态和心理策略和执行方案。

因此，本案认为以上工作重点的具体内容，均需要与贵公司进一步周密的沟通与协作，进行更深入、更客观的市场调研与分析的基础上，才能完成更为可行、更为正确的广告策划方案。

>三.大聚通美食城

总体现状与竞争战略：

南宁的美食行业经过多年的发展，目前已经在南宁经济体系中占领了重要地位，培育市场阶段早已过去，目前投资者所面对的是更为成熟，更具吸引力的美食消费市场。而从当前所获悉的南宁各行业的发展形势分析，南宁的消费者的消费能力逐渐增长，让投资保障系数大增。

目前大聚通美食广场的投资规模、投资地点、经营项目均已确定。可以预期大聚通美食城投入经营以后，所达到的社会效应和社会影响力，估计将对南宁乃至广西的消费行业产生深远影响。

进一步深入挖掘大聚通美食城的各项优势和完善推广方案，是当务之急。

大聚通美食城是目前广西超大的空中美食广场，它位于南宁市百货大楼北楼八楼，属于南宁市中心，地理位置优越，人口密集，客流量大。它的营业面积5000平方米，内设海鲜城，休闲酒吧，演艺咖啡厅，日本料理，韩国烧烤及全国各地的风味小吃，多层次的饮食服务可以满足不同的消费人群。

根据大聚通美食城的投资规模，寻找炒作的方向。本案建议主要以规模超大、美食休闲种类齐全、美食行业革命性的社会效应以及更为开放性的管理模式和经营观念，进行重点炒作。

根据投资地点，进一步挖掘地域优势。美食城的地理位置优势十分明显，位于本市商业活动最为频繁和密集的地段，依靠当前地理位置自身所拥有的人流量优势，但处于一楼位置的，以经营西式快餐为主的麦当劳会形成竞争，所以在场内外设置具有体现企业风格的标志和广告喷绘是必要手段。在这样的消费行为频密的区域，进一步利用消费者高涨的消费意愿，于现场展开优惠的活动。

根据美食城内，美食种类繁多的特点。结合购物中心的概念，提出一站式美食城的概念，充分利用消费者所喜爱的逛街购物的生活习惯，通过间接的软性宣传，让消费者心目中树立起大聚通美食广场为美食文化荟萃的中心。

>四.市场前景分析：

综合以上的有关大聚通美食城的各项优势分析，美食城的顾客消费需求大体可以分为以下几类：

>1. 一般消费心理特征

（1） 求惠心理。多数消费者追求经济实惠，物有所值，较多受价格因素的影响。大聚通美食城面向大众，必将为广大消费者所接受。

（2） 求舒适心理。大聚通美食城为消费者创造了一个优美的进餐环境，和高水平的服务。使消费者宾至如归。

（3） 求奇心理。这点在年轻消费者身上表现尤为突出，大聚通美食城推出的各种演艺活动对他们很有吸引力。

（4） 求名心理。大聚通美食城也可满足不少消费者在宴请时讲求上档次，出风头，追求炫耀消费。

>2. 社交（公关）消费需求

大聚通美食城的多层次的饮食服务，优美的环境为这一消费人群提供了一个良好的场所。

>3. 休闲饮食需求

对于大聚通美食城而言，顾客消费中的猎奇，

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找