# 2024年中秋节促销活动总结(十三篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-06-28

*当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下是...*

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**中秋节促销活动总结篇一**

一、立足“早”字，抢占市场。

在传统中秋节来临之际，各大商家都想抢占这块市场，要想在这块有限的市场上分得最大限度的一杯羹，就必须早安排、早动手，结合往年经验，做好前期的营销准备工作。知己知彼才能百战不殆，为此我局组织人员对市场进行了详细的调查研究，了解掌握客户的心理及所用月饼的用途和需求。

二、加大宣传，营造氛围。

营销的效果好坏，宣传是关键，为了达到理想的宣传效果，制定了一套详细的宣传方案。

一是组织策划了20xx年中秋“思乡月”产品推介会，向客户详细介绍生产厂家和不同产品的特点，会上气氛热烈，当场有三家客户达成了定货意向，为下步营销活动的展开打下了基础。

二是利用报纸夹送dm中邮广告、张贴宣传海报、营业厅门前悬挂宣传横幅，电子屏飘字、电视上飘字等手段，营造宣传氛围来达到宣传的目的，让家喻户晓，提高了“思乡月”活动的感知度，为寄递和销售市场做好了前期业务推广。

三、准确定位、分类营销。

根据县域经济特点和不同的客户群体，制定相应的营销方案。

一是把产品分为高、中、低三个档次，有针对性的对各个机关、企业、厂矿、学校等单位进行地毯式的营销;

二是采用目标认领的方式，托熟人、找关系，充分利用人脉关系向客户介绍推荐产品来进行营销;

三是利用节日拜访大客户的机会向客户介绍推荐员工福利产品;

四是营业员采取多说一句话的精神不失时机的以“买邮政月饼，免费寄递亲情”“明月寄相思，千里送真情”向用户介绍业务，引导用户购买产品，增加寄递业务量。

四、领导带头、身先士卒。

在“思乡月”活动开展以来，局领导身先士卒，扑下身子，冲锋在宣传、营销第一线。分别拿上宣传资料、产品样品对认购的单位逐一进行宣传、攻关、营销。见局长们亲自登门拜访，各单位的领导们深受感动，纷纷想方设法定购产品。领导们的这种精神也深深感动了员工，部分管理人员和员工自告奋勇，纷纷请缨，加入到“思乡月”营销活动当中，形成了你追我赶比拼营销的局面，取得了良好的营销效果。

五、发挥优势、组合营销。

面对激烈的市场竞争，充分利用我们邮政特有的资源优势，打出购月饼送中秋贺卡、贺年挂历、企业形象宣传册的这张王牌，即：定购月饼达一万元以上的，免费为其制作相应盒数的中秋贺卡;五万元以上的，免费为其制作相应盒数的新年挂历;十万元以上的为其制作相应盒数的企业形象宣传册，且内容由其自行选定。此举得到了客户的认可。

虽然我们在这次“思乡月”营销活动中取得了一点成绩，但还有很多不足，离快速发展的要求还有一定差距，我们一定要总结经验，扬长避短，向发展好的兄弟局学习，为实现有效益、快速发展的目标而努力奋斗!

**中秋节促销活动总结篇二**

中秋月饼销售工作结束已有一段时间，期间对于门店的销售关注较少，影响到门店销售业绩，在此向门店及员工表示歉意，同时也十分感谢门店对于xx月饼销售工作的支持以及配合。回顾中秋月饼销售工作，现对于今年月饼销售作出总结，总结工作经验以及教训，方便以后的工作的进行与操作。

从整体来说，今年的月饼销售较往年来说，无论是气氛还是销售，都呈慢热状态，市道较以前都差。但经过同事们的共同努力下，整体业绩较往年还是有增长的，当然这要归功于公司及门店所有员工的共同努力，也印证了公司“人的结构是相互支撑的，众人的事业需要每个人的参与”这以文化格言，正是同事们的共同努力下成就了这一结果，在此十分感谢公司及门店所有员工对月饼工作的支持与配合。

今年月饼工作因人数有所减少，因此我在肩负销售外，还配合小市区域的销售。小市销售有所增长，而因少做了、三间大场，造成业绩下降得厉害，影响了整体月饼的销售，在此向公司及同事们道歉，是我自己的工作没有做好，没有跟进好客户和客情维系工作，影响了整体业绩的增长!

根据今年月饼销售情况以及与客户沟通，今年月饼销售不容乐观，因现时处于三打两建及领导班子换届时期，顾客对于送礼及收礼都比较敏感，在客观上影响了月饼的销售，很多客户反映，今年的销售比较保守，尽量以消化为主，不敢太雄心。例如小市、尤其明显，因去年拿货太多，造成后期消化不理想，今年有了心理负担，特别是文盛，今年减少两家门店，因此对于拿货十分谨慎。

根据业绩分析及销售情况，今年月饼销售在价位上呈两极分化，一线月饼的销售较好，进口饼及广州莲香楼的销售都有增长，而二线饼则是价位低的销售较好，因此今年二线月饼销售有所下降。公司考虑到品牌及去年销售状况的关系，淘汰了部分品牌，今年只做了及品佳品两个品牌，品佳品今年无论是特价还是还是政策上都有很大的支持，这对于弥补少一个品牌的业绩有很大的帮助，从业绩方面要感谢品佳品厂家的支持;而方面，除了价格方面较去年有所上升，利润空间也有所下降，造成我们在销售操作方面困难有所增加，如、两商场费用条件太苛刻，而且结款周期太长，费用维系不了，因此放弃合作。

而且xx厂家产品供应不足，造成单品早早缺货，也是影响业绩的一个因素，因价位原因，主要销售以礼盒及特价商品为主，而厂家一早就断货，只有3个礼盒单品供应，这对于二线的销售有很大的影响，许这就是国有企业的共通弊病吧，鉴于利润空间及产品供货不足的情况，建议二线多培养一两个品牌，避免让厂家牵着鼻子走，让我们处于被动的位置，如果价位不断上升，而利润空间不断下降，那还不如经营莲香楼，无论品牌知名度还是利润空间，都较易操作。

xx区域业绩下降，除了因为两店因素外，另外礼品店也没有合作好，总体有上升，但二线的销售下降得厉害，因价位问题，基本上二线团购的销售让一线月饼或者恒宝皇牌抢了去，而且胜发最后两三天还有酒家和进口饼，因此二线的月饼很难销售，最后因城区商品不足，而提早撤了月饼回城区销售;通发的情况与往年相比差不多，其他礼品店和客户的广州酒家基本都是找胜发拿货，折头虽然一样，但拿胜发的货，就算以后买不了，胜发如果没货了也会找他买回来，因此风险较小，基本上礼品店都是找胜发拿货，这是胜发的优势，服务比我们的好，印证了公司文化格言“服务的开始才是销售的开始”。

业绩则下降，今年一线饼与二线饼基本上自己去广州拿货，经过多次沟通，都是要等到商场的二线月饼销售完毕才会跟我们要货，因此没能进场。二线月饼剩余多是因为团购问题，因团购没有收订金，客人没有过来拿货，导致二线月饼太多，因此没有与我们合作。这个问题今年也发生比较多，如团购500盒、胜发团购xx100盒，因为没有收订金而没有成交，造成公司资源的浪费及影响月饼库存的消化，造成公司压力增大，这个问题我也需要去检讨与总结，凡是团购商品，一定要与客户沟通订金问题，保证商品销售的成交。

而英德业绩的增长得益于大众超市的销售，因对市场评估不足，商品的供应有所偏差，造成大众商品构成不合理，铁盒月饼数量过多，而铁盒基本上让其他品牌低价月饼顶死，很难销售，知道后期广州莲香楼等月饼断货之后，才真正开始销售，特别是礼盒的销售，要知道，等一线月饼的断货，相对高档的月饼基本上只有华美与了，这时候才是真正的销售，而xx市场相对xx市场来说，一线月饼耕早断货，因此，、品佳品最后的销售基本上是50-80盒每天，在我和促销员整天直落，全力以赴抓好最后的几天时间，做好月饼的销售，该商场销售较去年有了增长。

**中秋节促销活动总结篇三**

一、活动目的：

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二、活动时间：

20xx年9月x日——20xx年10月x日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的时间定为以上的时间。

三、活动主题：

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩”

四、活动内容：

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

“欢乐在，情浓意更浓”

1、20xx年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——月饼大联展”，集中推出月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2、20xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

3、20xx年名酒名特产荟萃展

中秋节本来就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长。（烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。）

4、“送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。（礼品建议为红酒、打火机等时尚物品）

**中秋节促销活动总结篇四**

本月6日-8日是电器为期3天的中秋促销活动日。本次活动以“xx30年，感恩有你”为主题，主推帅康 20m³大吸力烟机套餐，力求通过xx大吸力烟机扩大帅康烟机在高端烟机市场上的占有额，从而带动xx品牌其他厨电产品。目前天气转凉很多家庭忙于装修，再加上这次公司买赠促销力度较大，我们此次的促销活动总体效果较好。

本次企划案的前期准备也十分充足，且配合前期魏总的两次动员大会的认真讲解和部署，各门店店长及公司各部门人员的认真论证，还有门店销售员工们的大力积极配合。本次促销方案真正形成了一套较完整的可操作性强的整体营销手册。

在促销方面，我们针对目前厨电市场油烟机品牌良莠不齐，且价格混乱，大品牌烟机促销力度较小，重磅推出年仅一次的大力度买赠套餐—“xx大吸力套餐活动”，在中秋三天与业内各大品牌的竞争中达到了应有的效果，消费者们对我们xx品牌的反响热烈，完全达到了聚集人气的目的。

在商品方面，—中国厨卫电器领导品牌，曾六年雄冠厨卫行业品牌价值榜，xx大吸力烟机稳居行业十大畅销机之首的高端烟机。本次主推套餐中的t928大吸力烟机，qa118系列灶具，和k10消毒柜，均属当前国内厨电行业最高端的产品。我们有能力也有实力与老板方太一争高下。再加上门店的陈列配合，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。在视觉上和心理上给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：在本次中秋促销活动中间，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 部分门店的现场执行力度不够，没有真正做好上传下达。

2 新商品开发，部分业务没有充分的跟进，致使很多经销商没有配合本次活动，这是本次促销活动最大的遗憾。

3 门店在本次中秋促销活动中，在一些商品的创意陈列方面明显不足，有待改进。

4 门店在本次中秋促销活动中，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。

5 “是用心主做高端厨电产品的大品牌”，广大促销人员对产品的定位始终模糊，没有做到“以己之长攻彼之短”总用自家的低端产品和别人家的高端产品比，自家的高端产品束之高阁，导致在本次促销活动中，很多门店口径不一，促销力度受阻。这是生意中的大禁。

当然，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的促销工作作好。希望广大帅康家人们能吸取总结本次工作的不足，完善自身，与卓朗共同进步。

家人们中秋三天所付出的辛劳和汗水，卓朗都历历在目，有你们的奋斗才有卓朗的今天，卓朗不会忘记为这个大家庭奋斗的每一位家人，卓朗与大家同在。

希望各位家人在休息过后，调整好状态。预祝家人们国庆再创新高，加油!!

**中秋节促销活动总结篇五**

20xx年9月23至24日，市场部就中秋国庆促销活动召开总结会议。会议对促销活动取得的成绩和存在的问题做出总结分析，并对年底的目标任务做出总体规划。

公司于中秋国庆期间开展的“，王者归来”活动已经结束，公司针对此次活动的开展情况，进行会议总结。上午，会议在公司三楼大会议室进行，参会人员包括公司总经理周才友、营销总监冉亚夫、营销中心其他管理人员和各区域市场主管负责人。各区域市场负责人先后做了工作报告，会上大家各展风采，认真分析、总结了活动开展过程中凸显的新问题和值得借鉴的经验，把在这次活动过程中的工作成绩与大家一同分享，把自己在平时工作实践中的心得和经验倾力奉献出来。对于活动进行过程中存在的问题，大家各抒己见，对活动情况进行细致的分析和探究。

最后，总经理和营销总监分别对会议内容做出总体评价，充分肯定此次活动取得的成效，强调各市场代表之间应该互相吸取经验和教训，营造一个互相学习，彼此提高的良好氛围，同时也是大家取得进步的好机会。说：各市场代表和经销商要客服自身惰性，满足甚至超越公司要求，不断提升公司形象，提高自身效益，实现良性发展和多赢的局面。大会最后对11和12月份的销售任务做出具体规划。

承载着经销商朋友诸多期待和渴望的国庆促销活动，在经过长期而繁复的备战工作和轰轰烈烈的销售工作之后，已经告以段落。针对此次活动，公司对部分经销商进行了回访。

其中，、等地依旧是家具公司的销售冠军。、等店则紧跟其后。而一些新店开业同样出手不凡，、等店都取得了不俗的销售成绩。当然，也有一些销售则让经销商感到心酸。整合众多专卖店的珍贵经验，我们试着分析导致销售结果天差地别的原因，并整理成文，希望对广大经销商朋友有所助益。

1、店面形象

作为塑造品牌价值的第一步，店面形象的维护非常重要。正如一件礼服只有摆在精美的橱窗内才能更好地凸显它的价值不菲一样，作为国内知名品牌，雅宝家具的价值需要精美、高档的店内装潢、艺术性的饰品摆放、优雅的空间氛围来烘托和塑造。一个装潢高档、格调优雅的专卖店用自身的良好形象为店内的家具增值，所以，在二三级市场，良好的卖场形象是我们塑造品牌价值、展示产品档次、拉开与杂牌家具距离并避开与其低价竞争的第一步。

当走进店里的顾客经常把产品与杂牌家具相提并论并讨价还价的时候，就说明你的卖场已经失去了塑造品牌价值的能力。失去了这一价值，你又如何与那些制作成本低廉的杂牌产品竞争呢?

2、广告宣传

广告宣传有力保证着促销成绩的取得，经销商朋友要根据自身的店面规模、活动筹划、当地情况进行宣传。在刚结束的十一活动中，成绩十分亮眼。从活动内容、广告宣传、导购人员到客户维护的各个方面，专卖店都做得很好。而在宣传方面，面对强势的竞争对手，专卖店更是投下了大手笔：

一、把家具的广告做遍城市三条主要街道：在主街道，悬挂60条写着“恭祝xx人民国庆快乐”的红色吊旗;在另外两条街道，做满灯杆广告;

二、大量发送短信。一方面普遍撒网，26万条短信轰炸;另一方面，在活动开始前对xx00多个目标客户集中发送短信。以完善的活动内容和导购人员作后盾，以强力宣传来冲击人们的认知，销售成绩又怎么会不好呢?

强力而科学的广告宣传更有可能弥补地理位置的缺陷。加大促销宣传力度，不仅可以让更多的人了解活动内容、提升雅宝品牌在当地的知名度，还可以在一定程度上弥补地理位置所带来的先天不足，这是济南长清专卖店已经印证的道理。

3、客户维护

此次活动中，有不少专卖店尽管受到来自公司、市场、自身等因素的制约，仍然取得了不错的成绩，这得益于专卖店的客户维护工作。正阳专卖店良好的售后服务为其在当地赢得了良好的口碑和信誉，与同类品牌相比，无形中提升了不少竞争力。

4、导购能力

专卖店大量广告费用的投入、震撼折扣和特价的推出，目的就是为了吸引顾客进店，以借此机会成交顾客。所以，在前期工作完成以后，接下来，考验的就是导购员的销售能力了。所以，对于那些在活动期间能吸引众多顾客进店，却无法提升销售成绩的专卖店来说，导购人员的专业能力低下是急需解决的问题。除了进行专门的导购人员培训，专卖店管理人员更要督促和鼓励导购员自觉运用网络和书本资源学习导购知识，提升销售能力。

这四个方面是每个经销商都耳熟能详的。但要做好，还需要经销商树立正确的经营理念、不断提升品牌意识，充分认识到这四个方面对雅宝品牌和专卖店发展的重要性并认真践行。

**中秋节促销活动总结篇六**

20xx年中秋“思乡月”专项营销活动已圆满结束。在市局召开中秋“思乡月”营销动员会议之后，我局领导深感任务艰巨，当即召开中心主任以上管理人员会议，研究制定详细营销方案，组建了以局领导为主的营销队伍，发扬“亮剑”精神，变压力为动力，克服困难，主动出击。截至9月底，共完成“思乡月”月饼销售额36.0864万元，完成市局下达计划的171.84%，取得了此次营销活动的胜利。现将思乡月营销活动工作总结如下：

一、立足“早”字，抢占市场。

在传统中秋节来临之际，各大商家都想抢占这块市场，要想在这块有限的市场上分得限度的一杯羹，就必须早安排、早动手，结合往年经验，做好前期的营销准备工作。知己知彼才能百战不殆，为此我局组织人员对市场进行了详细的调查研究，了解掌握客户的心理及所用月饼的用途和需求。

二、加大宣传，营造氛围。

营销的效果好坏，宣传是关键，为了达到理想的宣传效果，制定了一套详细的宣传方案。

一是组织策划了20xx年中秋“思乡月”产品推介会，向客户详细介绍生产厂家和不同产品的特点，会上气氛热烈，当场有三家客户达成了定货意向，为下步营销活动的展开打下了基础。

二是利用报纸夹送dm中邮广告、张贴宣传海报、营业厅门前悬挂宣传横幅，电子屏飘字、电视上飘字等手段，营造宣传氛围来达到宣传的目的，让家喻户晓，提高了“思乡月”活动的感知度，为寄递和销售市场做好了前期业务推广。

三、准确定位、分类营销。

根据县域经济特点和不同的客户群体，制定相应的营销方案。

一是把产品分为高、中、低三个档次，有针对性的对各个机关、企业、厂矿、学校等单位进行地毯式的营销；

二是采用目标认领的方式，托熟人、找关系，充分利用人脉关系向客户介绍推荐产品来进行营销；

三是利用节日拜访大客户的机会向客户介绍推荐员工福利产品；

四是营业员采取多说一句话的精神不失时机的以“买邮政月饼，免费寄递亲情”“明月寄相思，千里送真情”向用户介绍业务，引导用户购买产品，增加寄递业务量。

四、领导带头、身先士卒。

在“思乡月”活动开展以来，局领导身先士卒，扑下身子，冲锋在宣传、营销第一线。分别拿上宣传资料、产品样品对认购的单位逐一进行宣传、攻关、营销。见局长们亲自登门拜访，各单位的领导们深受感动，纷纷想方设法定购产品。领导们的这种精神也深深感动了员工，部分管理人员和员工自告奋勇，纷纷请缨，加入到“思乡月”营销活动当中，形成了你追我赶比拼营销的局面，取得了良好的营销效果。

**中秋节促销活动总结篇七**

一、活动目的：

中秋节、中国传统三大节日之一，国庆节、国定的长假。本次活动为“中秋篇”与“国庆篇”。中秋篇围绕“中秋情浓意更浓”这个活动主线，全力突出中秋节的“团圆”“情意”“礼品”三大节日特征，利用极富人情味的活动来打动消费者。而国庆篇则以“欢乐国庆欢乐颂”为主线，分“幸运”“实惠”“会员”“时尚”四个系列进行，通过国庆系列商品促销活动，我们将力求既争取商品的销售高峰，又赢得个性化的商品口碑、价格口碑，从而真正做深做透我们的节假日市场。

二、活动时间：

20xx年9月x日——20xx年10月x日

7号就结束了国庆长假，而中秋送礼，吃团圆饭更是在6号之前的事，所以此次活动的时间定为以上的时间。

三、活动主题：

“同喜同贺中秋国庆，同欢同乐精彩”

四、活动内容：

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

“欢乐在，情浓意更浓”

1、20xx年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

2、20xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

3、20xx年名酒名特产荟萃展

中秋节本来就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长。(烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。)

4、“送情意，中秋礼上礼”

凡在本超市购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，xx大礼乐翻天”

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送!

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推!可得到指针指中的相应的奖品。

2、“欢乐实惠颂”

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价，让顾客能感到实实在在的实惠。

3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“欢乐时尚颂”

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停!

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推!(建议：家纺还可以针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。)

五、活动配合：

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关适宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置，dm的制作与发放，活动的监督执行。

六、dm

制作页面为大4k、8p，费用约为0.6万。

具体内容根据公司总体安排。

**中秋节促销活动总结篇八**

20xx年传统节日——中秋佳节，在这喜庆团圆的美好日子里，龙江县通过开展各种主题迎庆活动，为“中秋”增添喜庆祥和、浓厚和谐的节庆氛围。

一、开展“心系弱势群体，爱洒浓情中秋”慰问活动

为了让空巢老人、留守儿童、残障人士等弱势群体充分感受到来自党和政府的关怀，感受到社会大家庭的温暖，在“两节”前夕，龙江县组织开展了“心系弱势群体，爱洒浓情中秋”慰问活动。活动中，为他们送去了米、面、月饼等生活必需品和节日慰问品，并与他们亲切谈心，详细询问他们的身体状况、生活状况和学习情况，积极鼓励他们乐观生活，好好学习，让他们共享节日的快乐。

二、开展慰问离退休老干部、老职工活动

国庆、中秋两节前夕，龙江县各单位、各部门组织干部职工，登门慰问离退休老干部、老党员、老职工。他们向老同志们转达了县委、县政府的关怀，详细了解老同志的生活情况，认真听取和征求老同志的意见和建议，并帮助解决实际困难。老干部们真诚地表达了对县委、县政府及单位领导的谢意，对单位今后的发展和管理提出了宝贵的意见和建议，并纷纷表示，将一如既往的关心和支持龙江县的发展，多做力所能及的事情，继续发挥余热。

三、开展“迎中秋、庆国庆、颂祖国”主题教育活动

1、组织开展传播中秋文化教育活动。为了让广大青少年学生了解中华民族悠久灿烂的传统文化，增强浓烈的爱国之情，“两节”前夕，龙江县在各中小学校中，组织开展了“迎中秋、颂祖国”系列主题教育活动。通过开展讲中秋故事、说中秋习俗、读中秋赞歌、赏中秋诗篇、送中秋祝福等系列教育活动，让广大青少年学生了解了中秋节的由来、中秋节的意义等知识，丰富了学生们的传统文化知识，感受了节日的氛围，增强了对祖国优秀传统文化的热爱之情。

2、组织开展迎庆主题教育活动。在党的xx大胜利召开前夕，在“两节”来临之际，龙江县在各中小学校中，组织开展了迎庆主题教育活动。活动注重突出未成年人、突出人文关怀、突出营造氛围，紧紧围绕活动主题，进一步唱响共产党好、社会主义好、伟大祖国好、各族人民好的主旋律。通过开展“庆国庆”主题班会、“祖国在我心中”集体读书活动、“红歌唱给党”、“诗文朗诵会”、“诗词赏析讲座”、“优秀诗歌”征集、经典诵读等系列教育活动，让广大青少年学生传承中华文化血脉，汲取思想精华，进一步增强了学生的爱国情感和做国家栋梁的决心。

3、组织开展“我把安全带回家”安全常识讲解活动。 为了让广大学生安全的度过“十一”长假，提高学生的安全意识和自我保护能力，两节前夕，龙江县各中小学校开展了“我把安全带回家”安全常识宣讲活动，通过向学生们讲解消防安全知识、文明交通规则等知识，进一步让学生们了解和掌握了基本的安全知识和自救方法，为欢度两节提供了必要的安全保障。

4、组织开展走访留守学生和单亲家庭学生活动。为了让留守学生和单亲家庭学生能愉快的度过双节，龙江县各中小学校组织教师利用假期时间，走访留守学生和单亲家庭学生。教师们详细了解学生的思想动态，询问他们的生活和学习情况，并鼓励他们要好好学习，自强自立，帮助他们解决生活和学习中遇到的困难。

四、开展群众性文化活动。

为在全县范围内营造出喜庆、热烈的节日氛围，“两节”期间，在休闲广场、八一广场、爱民广场及乡镇农村群众文体活动场所，组织开展了秧歌表演、跳集体舞、文艺演出等多种形式的群众性文化活动，增添了节庆氛围，丰富了群众精神文化生活。

通过系列主题活动的开展，在全县范围内形成了健康和谐的迎庆氛围，展现了全县群众积极向上的精神风貌，达到了爱国主义教育的目的

**中秋节促销活动总结篇九**

一、活动目的

1、丰富服务部成员的课余生活,增进各成员之间的友好关系。

2、提高各成员的动手能力合作 。

二、活动地点

731教室

三、活动时间

20\_\_年\_月\_日\_点至\_点

四、 活动费用

每人十元,aa制原则

五、参与者

服务部全体成员

六、活动流程

1、先讨论包饺子所需购置的材料和所用工具 ：争取同学意见想吃什么肉,合计需要多少肉;争取同学意见想吃什么菜,合计需要多少菜;碗、筷子、勺子是自带;所用餐具由部长们统一借。

2、开展活动

我们以简单自己动手为乐趣,让同学全部参与活动中,并且避免铺张浪费。

①先动手洗餐具、择菜、洗菜、和面,并同时准备包饺子所用的各种菜陷。

② 开始一起动手包饺子 ,包括揉面擀面皮;并欣赏、观察饺子的外形,启发同学相互交谈家人平时是怎样包饺子的。

③为了节省时间在包饺子过程中有一部分同学负责煮饺子。

七、活动结束后我们一起清洗餐具,打扫卫生

八、活动效果

此次活动由材料工程系服务部主办,旨在增进各成员之间的感情,即让同学深感家务事的不易,体会到父母的伟大;也让同学们学会了擀面皮、包饺子等手艺,锻炼了同学们的动手能力、活动中,大家分工明确,这也让大家明白了合作的重要性,增强了大家团队合作的\'意识、而活动中不绝于耳的欢笑声，表明各成员间的感情得到了进一步升华、让大家在学校感受到“家”的温暖、活动前我们进行了大量准备工作,包括借用餐具,购置菜和所需用品,以确保活动顺利进行。

对任何一个集体而言，团结的重要性是不言而喻的。团结是一个集体生存的基础，是班级之所以成为整体的保障;团结是一种力量，是我们不断前进的动力。一年来，班级注重团结工作，做了大量工作。为了让班级的凝聚力更强，班级组织了许多业余活动，是班级更加融合在一起，比如这次的中秋聚餐，农家乐等。

全班同学的参与让这个活动更加有意义。举办这个活动是要让同学之间能有更深的了解，更加增强班级的凝聚力，同时感受到节日的温暖与快乐。中秋佳节，在外游子聚在一起聊天吃饭，这个场面是温馨的，因为有深厚的感情所以大家在一起觉得特别有意思。班上的同学来自全国各地，我们不分彼此相互交融在一起，就这样组建了一个快乐的大家庭。聚餐中同学们都热情的交谈着，不时还互相敬酒祝福，无形中拉近了我们彼此的距离，使我们更加了解，更加团结，增进了同学间的感情。

总结：这样的聚餐活动虽然小也很平常，却含义深远。给同学们紧张忙碌的学校生活带来娱乐的机会，让同学么抛开一切，尽情享受生活，促进班级团结，激发同学们热爱生活的激活基因。同时在中秋这个代表团圆的节日，活动让我们感受到的是一种家的温馨，感受到班集体的团结与同学的关心。这次中秋活动，办得圆满成功，得到了同学们的认可。

**中秋节促销活动总结篇十**

为深入贯彻落\_\_出的弘扬中华文化、建设中华民族共有精神家园的战略部署，切实加强中华优秀文化传统教育。20\_\_年中秋节期间，长城社区举办了“中秋联谊会”主题文化活动，引导干部、党员、群众进一步了解传统节日、认真对待传统节日、由衷喜爱传统节日，传承节日文化。通过活动，使社区广大市民度过了一个安全健康的中秋佳节。现将活动开展情况总结如下。

一、领导高度重视

长城社区领导对此次联谊会活动开展提出明确要求。把开展好“中秋联谊会”作为推进社会主义核心价值体系建设的重要抓手，作为丰富群众精神文化生活的重要形式，作为精神文明建设的一件大事，摆上重要位置，加强组织领导。

二、认真制定工作方案

中秋节是我国传统的节日，也是人民群众家人团聚的节日。如何让社区居民过上一个平安的节日，引导和推动全社区文明过节，健康过节、安全过节，是我们社区本阶段的主要工作。社区按照红牌楼街道有关中秋节活动的工作安排，认真制定了中秋节活动方案，精心策划，科学分工，确保了此次“中秋联谊会”有序开展。

三、“中秋联谊会”丰富多彩

参加此次联谊会的是长城公司员工和长城社区委员会工作人员共计300多人。中秋节是我们的传统节日，举行此次联谊会就是为了引导人们感受传统文化魅力，增强爱国情感。在联谊会中，还举行了中秋送问候活动，给他们送去了党的温暖和社区祝愿，让群众切实感受到节日的温暖，过上了一个丰富的中秋佳节。通过引领居民广泛参与社区活动，让小家与大家架构亲情，连接纽带，为构建社区和谐文明创造良机。

四、问题与思考

这次活动成功的举行说明社区对传统节日的重视，但是还存在一小部分问题，今后应该继续加强宣传，扩大影响：活动前应调动各种宣传手段，利用丰富多彩的文化活动，引导群众加强民俗传统节日的保护意识。

**中秋节促销活动总结篇十一**

为深入贯彻落实党的xx大提出的弘扬中华文化、建设中华民族共有精神家园的战略部署，根据市区有关要求，我校开展了以“我们的节日中秋”为主题的系列活动，以“中秋情浓意更浓”为主线，全力突出中秋节的“团圆、和谐”的节日特征，引导学生进一步了解传统节日，传承民族文化，弘扬民族精神，激发爱国热情。现将活动情况总结如下：

一、活动准备充分。

学校按照区社会事业局的部署制定了“我们的节日中秋”活动方案，各班班主任支部学生搜集有关中秋的来历、民间风俗、经典诗词以及新中国成立x周年、改革开放x周年祖国发生的巨大变化，并利用班晨会课对学生进行教育，让全体学生知国情，爱祖国、爱家乡

二、活动丰富多彩。

1、开展了“迎中秋诗文诵读”主题班会活动。各班师生精心准备，以诵读传统经典诗句，齐唱名谣的方式来欢庆中秋佳节，诵读内容及形式丰富多彩，在愉快的氛围中同学们进一步了解了中秋习俗，激发了学生对祖国语言文字和中华优秀文化的热爱，增强学生的民族自豪感和文化自信心。

2、开展“祖国万岁”爱国歌曲大家唱活动。班班支部，班班共唱节日歌，同学们感受到浓浓的中秋文化氛围，用歌声抒发爱国主义情怀，激发爱国热情，振奋民族精神。

3、开展“致远方父母的一封信”活动。支部留守儿童向爸爸妈妈写一封信，向父母汇报自己的学习、生活情况，表达对父母的思念之情和渴望团圆的殷切之情。

4、举办迎国庆、中秋手抄报展和“喜庆祖国x华诞”为主题的黑板报评比。全校学生通过网络搜索、图书查阅等途径，搜集有关国庆、中秋节的资料制作手抄报和黑板报，由学校择优张贴宣在传橱窗供同学间交流学习。

通过本次活动的开展，同学们不仅了解到了更多的中秋节知识、习俗，还对中国这一传统佳节及传统文化有更深层次的了解和热爱，使中华传统文化内涵得到更好的传承。

**中秋节促销活动总结篇十二**

1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送!

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推!可得到指针指中的相应的奖品。

2、“欢乐实惠颂”

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价，让顾客能感到实实在在的实惠。

3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之一。

4、“欢乐时尚颂”

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停!

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推!(建议：家纺还可以针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。)

五、活动配合：

采购处：与供应商洽谈活动、赠品的相关适宜。

营运处：场地、地堆的提供。

企划处：场地的布置，dm的制作与发放，活动的监督执行。

**中秋节促销活动总结篇十三**

根据市文明办的要求，市粮食局在中秋节期间，围绕\"我们的节日.中秋\"主题，精心部署，认真组织，为深入贯彻落实党的\_\_大提出的弘扬中华文化、建设中华民族共有精神家园的战略部署，切实加强中华优秀文化传统教育，中秋节期间区全局认真组织下属各单位开展了“我们的节日.中秋”主题认化宣传活动。引导全体干部职工和群众进一步了解传统节日、认真对待传统节日、由衷喜爱传统节日，传承节日文化。

一、领导高度重视

我局开展好中秋节主题文化活动作为贯彻落实科学发展观，推进社会主义核心价值体系建设的重要抓手;作为丰富群众精神文化生活的重要形式，作为精神文明建设的一件大事，摆上重要位置。召开专题会议对本次活动作出部署、加强组织领导，落实任务，并制定了专门的活动方案。

二、宣传引导有力宣传引导有力

粮食局对此次活动进行了充分的宣传，切实加强对民族传统节日的舆论宣传，积极营造尊重民族传统节日、热爱民族传统节日、参与民族传统节日的浓厚氛围。在局内以“我们的节日”为主题通过制作宣传展板和条幅的形式，大力营造节日气氛，扩大了传统节日的社会影响，使“我们的节日”更加深入人心。

三、文化活动丰富多彩

1、积极开民“中秋赏明月”、“中秋赏美景”中秋活动的文字、图片及感言寄语等，分享欢度传统佳节的喜悦。

2、根据中秋祭月的传统习俗，发动党员干部在网上模拟制作“爱心月饼”，并在饼上留言祈福，向亲朋好友、道德模范、身边好人等送饼祝福。

3、积极引导各党支部广大党员干部看望慰问困难群众，为他们送去水果、月饼等节日慰问品。与他们一起一起吃月饼、话家常活动，让群众感受到社会主义大家庭的温暖。

4、组织收看中央电视台中秋特别节目。通过节目，让全体干部职工感受到张掖悠久的历史文化、时尚现代的城市风貌、和谐美丽的人居环境。“我们的节日·中秋”主题活动，是更好地利用传统节日，弘扬中华民族优秀文化的一个载体，是我局精神文明建设的重要组成部分这次活动，丰富了全局干部职工的文化生活，群众中产生了一定影响力，大大增强了人们的民族自尊心、自信心、自豪感和与伟大祖国同呼吸、共命运的爱国热情。

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