

劳动节活动开展方案(通用 12 篇)

劳动节活动开展方案篇 1

一、活动背景：

“五.一”黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

二、活动时间：

4月28日——5月13日

三、活动主题

每个季节都有礼！——“五一”有礼！

四、活动详细内容：淘巧好，好淘巧

(一)、劳模有礼

5月1—7日，凡历年获得过市级(含)以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份(衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣40件)。

(二)、购物有礼

淘巧好，好淘巧

(三)、母亲节有礼

“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制 10000 张小型“背粘胶”，打上“平顶山商场赠送”字样，所有礼品上都要粘贴。

五、室内外布置：（统一色调——蓝色）

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以“五一”促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传(包括 x 展架)。

4、各专厅可以 pop 海报、打折牌宣传价位及打折信息，渲染气氛，主题统一为——“五一”有礼!(部经理配合实施)

六、媒体宣传

1、4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为标题，重点宣传“劳模有礼”活动，并贯穿宣传本次“五一”促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于“为母亲祈福，送安康‘祥鹤’！”的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

七、要求

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。(每天活动工作人员名单另文下发)

4、4月27日、5月13日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票；不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

八、预算：

1、中厅布置：1000 元

2、“背粘胶”印刷：3000 元；

3、室内外布置：1000 元；

4、活动奖品预算：16000 元；

5、报纸广告：3000 元

总计：24000 元

其中：4 月 28 日——5 月 13 日(母亲节)共 16 天

间按各专柜销售额的 1%进行扣点，其余商场负担。

劳动节活动开展方案篇 2

活动目的：

1. 知道 5 月 1 日是国际劳动节。

2. 知道身边的人都是劳动者，他们用劳动为大家服务，有尊敬和热爱他们的情感。

3. 在活动中培养劳动意识，学习劳动技能，体验劳动生活。

活动对象：全园幼儿。

活动时间：5 月 1 日到 5 月 31 日。

活动主要负责人：各班正、副班主任，保育员。

活动口号：十个手指动动动，什么活儿都会干！

活动过程：

一、故事讲述篇

1. 各班搜集各种有关劳动的图片在主题墙上张贴，进行宣传。

2. 各班搜集适合本班幼儿的以劳动为主题的儿歌、故事，在活动中让幼儿听一听、讲一讲、唱

一唱。

3. 各班在家园栏里进行有关劳动内容的宣传，达到家园共育的教育目的。

二、劳动实践篇

(一) 小班-自己的事情自己做

1. 围绕“我会自己穿衣服”“我会自己洗手”“我会自己吃饭”等内容设计活动方案并开展活动。

2. 每个人选择自己认为做得好的一种劳动，参加班级组织的比赛，各班根据比赛结果，评选各种“劳动之星”。

(二) 中班-我是快乐的小帮手

1. 各班利用晨间谈话，给孩子讲解几种劳动技能，如擦桌子、扫地、叠被子、分餐点、分饭菜等。

2. 各班每天选出小值日生，帮助老师、阿姨做好班级各项日常工作，如擦桌子、扫地、叠被子、分餐点、分饭菜、收发本子等。

3. 各班每周评选出一名“值日之星”。

(三)大班-家务劳动小能手

1. 开展“爸爸妈妈真辛苦”调查活动。让幼儿观察自己的爸爸妈妈每天工作回家后所做的事情，利用晨间谈话进行交流，谈谈感受，让大家体会父母的辛苦。

2. 通过调查，了解父母的艰辛之后，让幼儿想一想如何去帮助爸爸妈妈，并与家长共同商量，定好家务劳动计划。

3. 让幼儿根据自己订制的家务劳动计划，开展“家务劳动小能手”的家务劳动实践活动。每天在家做一些家务劳动，让家长把孩子当天所做的家务记录下来。(发记录表)

4. 周末让家长对孩子在家的劳动进行评价。(在记录表上进行评价)

三、活动展示篇

“我能行”劳动技能大比武，分年级组进行比赛，每班男女各 10 人。

小班：穿衣服比赛。

中班：剥毛豆比赛。

大班：上学准备。(整理书包)

四、活动总结篇

各班在每周评选出的劳动之星中推选 2 到 3 名幼儿参选幼儿园的“劳动小能手”评选，给“劳动小能手”获得者发劳动奖章进行鼓励。

劳动节活动开展方案篇 3

一、说明及目的：

五.一黄金周是春节过后的第一个销售高潮，再加上恰逢春夏交替之时，应紧紧抓住销售，以促销为载体，提升客流，扩大销售，清甩春装库存，为夏装的全面上市及下一步的全面招商做好铺垫。

二、活动时间：

4月28日--5月13日

三、活动主题

每个季节都有礼 五一 有礼！

四、活动详细内容：

(一)、劳模有礼

5月1-7日，凡历年获得过市级(含)以上荣誉的劳动模范，可凭有效证件在我商场服务台领取礼品一份(衬衣一件，服务台值班经理负责登记发放，财务处准备库存衬衣40件)。

(二)、购物有礼

凡在4月28日--5月7日活动期间，购物单票金额在100元以上的顾客，即送洗衣粉一袋。购物累计金额500元以上的顾客，送价值48元遮阳伞一把；累计满5000元的前十位顾客，可领取价值288元的红宝石黄金吊坠一枚；累计满10000元的前两位顾客，可领取价值2750元的红宝石黄金手链一条。(图书、双星、三楼黄金首饰不参与，团购不参与，其它柜组全部参与！)

(三)、母亲节有礼

为母亲祈福，送安康“祥鹤”

1、为庆祝5月13日母亲节的到来，5月1日起，20XX只祥鹤，20XX个祝福，为20XX位顾客准备，送给20XX位慈爱的母亲！(凡购物的顾客均可凭小票

到正门口工作人员处领取 祥鹤 ，并留下你的真挚祝福，亲自悬挂在中厅许愿树上。)

2、5月13日---母亲节当天，凡在我商场购物满100元的前100名顾客，加2元即可获得 康乃馨 鲜花一束。

注：为加深顾客印象，宣传我商场，印制10000张小型 背粘胶 ，打上 平顶山商场赠送 字样，所有礼品上都要粘贴。

五、室内外布置：(统一色调--蓝色)

1、正门口上方以品牌宣传为主，配以 五.一 促销主题的宣传。

2、正门口两边广告牌以整体活动内容宣传为主。

3、二门口更换为详细活动内容宣传(包括-展架)。

4、各专厅可以 pop 海报、打折牌宣传价位及打折信息，渲染气氛，主题统一为 五.一 有礼!(部经理配合实施)

六、媒体宣传

1、4月30日，以软文的形式在晚报上以《劳模与平顶山商场的情结》为题，重点宣传 劳模有礼 活动，并贯穿宣传本次 五一 促销活动的整个内容。

2、母亲节前夕，与报社联系关于 为母亲祈福，送安康“祥鹤” 的新闻报道，是之成为我市商业同行的又一促销亮点。

七、要求

1、部经理大力配合，一定要把活动精神传达到每个商户和员工。

2、除黄金、双星、图书不参加活动外，其余商户无条件执行参加。

3、值班经理和活动组织人员要尽心尽职，各处室配合好此活动。(每天活动工作人员名单另文下发)

4、4月27日、5月13日下午到收款台统一缴款，部经理督促到位。

5、各收款员要履行职责，收款盖章，不可徇私舞弊。

6、各营业员、商户不得私自收款，截留顾客小票；不得参与此活动。一经发现，严肃处理。

八、预算：

1、中厅布置：1000元

2、背粘胶印刷：3000元；

3、室内外布置：1000元；

4、活动奖品预算：16000元；

5、报纸广告：3000元

总计：24000元

劳动节活动开展方案篇4

一、指导思想

开展以“快乐实践”为主题的第_届“劳动节”活动，让学生通过学习、实践，体验劳动所带来的快乐，从小养成自己的事情自己做的好习惯；通过在学校、家庭两个层面参与不同类型的劳动，培养少先队员积极劳动的热情，养成爱劳动的好习惯，并能珍惜他人的劳动成果。

二、活动主题

快乐实践。

三、活动时间

_月_日。

四、活动内容

家庭层面：

低年级(1-2 年级)：

1. 知道“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦”的含义，并能做到我的餐桌上没有一粒剩饭(菜)；

2. 学会自己穿衣服、系鞋带、整理书包；

3. 学会帮助家长做一件力所能及的家务。

中年级(3-4 年级)：

1. 知道 2 个全国劳模的名字和他们的事迹；

2. 学会帮助家人洗袜子、扫地；

3. 和爸爸妈妈一起对自己的家进行一次卫生大清扫；

4. 做一份“劳动最光荣”手抄报，每班上交五份。(上交时间：_月_日之前)

高年级(5-6 年级)：

1. 在父母的协助下，会蒸米饭、学会做一道菜等；

2. 学会整理自己的“小天地”；

3. “我和妈妈换一天岗”，做一天妈妈每天要做的家务活，体验劳动的甘苦。

本届“劳动节”采取学校和家庭相结合的原则，学校下发“家长反馈卡”，由家长对同学们的劳动成果做出相应的评价，学校将对同学们的劳动技能掌握情况进行抽查。

学校层面：

1、五年组同学深入学校食堂开展“今日我是小厨师”主题实践活动；

2、学校“菜地”由学生承包；

3、学校“啡香小筑”将继续面向学生进行招聘；

4、四年组“花样饺子”大赛。

劳动节活动开展方案篇 5

五一 金价在_____

__年__月__日

_____第三小组

组长：

组员：

一、任务概述

____超市公司是隶属于上海____集团的连锁超市公司，其以承担第一层次(大型超市、商场饭店、宾馆等)的卷烟管理和配送任务并以为大连锁超市、大卖场、宾馆、商场 24 小时配送到位为主营业务的捷强集团作为基础，因此经济实力雄厚，承担风险能力强，拥有巨大的潜能. 虽在同行业中起步比较慢，但因资

已经在全国建立了 200 家左右的连锁网点，并且挤身于上海第四、全国第六的连锁超市公司。

为了充分利用超市现有的资源，自食其力，早日成为集团的又一大支柱产业，因此抓住这次 五·一 长假，以上海市内的 60 家连锁超市为对象，由总公司统一策划的促销活动是一次很好的机会，初步安排促销活动时间 4.27---5.7，此次促销的目的是争取在 五·一 期间营业额比平日增加 30%。

二、 五·一 市场分析

根据所得到数据反映，目前 各大超市全年总营业额的 50%左右是来自于节假日消费。可见黄金假日的购物浪潮是一个大商机，近几年的 五·一 假期有三个明显的消费结构特征：

走亲访友多。平时工作忙，无暇与亲朋好友常来常往，很多人会利用长假去走访亲友，因此买礼品的就不在少数，酒类、水果、营养品等也就成为了畅销商品，商家们也应该在此多下功夫。

请客招待多。相对上述的 走亲访友多 ，同样别人来自家作客的也比较多，而招待客人用的饮料、水果、餐点便成为了焦点。

外出旅游多。利用难得的七天长假出去放松休闲是许多人的选择，一路上的旅游用品当然也就少不了，所以零食、干点、饮料、盥洗用品、杯子、针线包等也是热点。

又因每年一度的中考、高考就要来临，学生营养品销售旺季再次到来，所以，各类营养品也就成为一大卖点。

针对这一特点，我们展开了关于 五一 节家庭需求情况的市场调研，我们对家庭收入在 1000---3000，3000---5000，5000 以上的家庭进行了调查，数据表明 五一 期间，居民家庭平均消费支出为 500-1200 元，同时对联华、华联、农

类、零食类、冷饮类、营养品类等其它个别商品为主力商品，共计 40 种，我们分别用规格、建议价和促销方式拟定了一份具体方案

三、捷强超市营销概况

捷强超市公司隶属于捷强集团，主要经营烟草，酒类，饮料，糖奶，小食品，粮油制品，南北杂货，日用百货等 5000 余种商品，并且其进货渠道畅通，在上海乃至整个华东地区的糖烟酒经营上拥有雄厚实力。

在激烈的市场竞争中，捷强拥有与其独特的竞争优势：

首先，捷强拥有烟草，酒类专卖权，并享受全市烟草，酒类网络第一层次的销售权。

其次，完善的配送系统，使其商品价格低廉，质量稳定，因此受到了消费者的青睐。

但是，相对于联华，华联，农工商等起步早，资本雄厚，市场份额大的超市公司，捷强也存在许多不足：

1. 门店数量少，店面相对较小。

2. 商品种类少，更新速度不够快。

3. 生鲜数量少，不能满足居民需求。

4. 货架丰满度不够，陈列方式不够一目了然。

5. 促销手段缺乏亮点，不能很好吸引顾客的吸引力。

四、竞争对手情况

此次促销活动的主要对手是联华、华联和农工商。

联华超市有限公司是我国零售业的龙头，其门店数已近千家并不断在全国扩大销售网络，其2000年的销售总额已突破100亿元大关。联华积极实行全国采购，有效降低成本，并不失时机的开拓海外市场，是实力的竞争对手。

华联与联华一样，都是国内实力雄厚，成立较早的超市公司，它最近开始发展大卖场和便利店等优势业态，其良好的企业形象，新型的发展战略，使其成为可与联华抗衡的国内第二大超市。

农工商是全国超市零售业的一匹黑马，虽然起步较晚，但已成为全国第三的超市企业，其营业面积居各超市之首，以规模大，品种全，价格廉的特点，树立了良好的企业形象。

另外，麦德龙，家乐福，易初莲花等大卖场对假日的销售也有重要的影响，它们虽然分布区域偏僻，但营业面积大，商品价格低廉，品种齐全，服务多样化，并拥有完备的销售体系和丰富的营销经验。是五一市场的一股重要势力。

针对众多实力强劲的竞争对手，捷强应该立足自身的优势，利用完备的配送系统，确立适合自身发展的连锁经营模式，并要在五一的黄金假期里，增加促销的亮点，进一步扩大影响，提高知名度，为企业创造新的发展机遇。

五、确立主题

主题：五一 金假/价在捷强。

表现：五一 是可以放松，休闲的黄金假期。捷强在此为您提供轻松购物的场所，由此体现金假。

2. 捷强为您提供优质优价的放心产品，由此体现金价。

3. 此主题既突出了捷强的价格优势，又迎合了此次五一的黄金假期，达到一语双关的目的，可以有效的吸引顾客的注意力，并且树立良好的企业形象。

六、广告策划

对象：市内 60 家分店预算总额：40 万

负责人：广告宣传部期限：4 月 27 日前

项目数量发行手段费用预算作用

DM 广告 10 万份 邮寄 8 万份，派送 2 万份 10 万使顾客了解捷强五一促销产品及价格

海报 600 张 店内张贴 10 元/张 6000 元 制造节庆气氛，树立企业形象

吊旗 2400 张 店内张贴 8 元/张 19000 元 烘托店内气氛，吸引顾客购买

彩旗，彩色气球 600 面 40 个 较大门店前设置 6000 元；

4000 元 制造节庆气氛，树立企业形象

展台广告 300~350 张 展台设置 15 元/张 5000 元 突出店内重点商品

候车亭广告 50 座 1000 元/座，5 万 宣传活动主题，树立企业形象

新民晚报 4.25;5.1;5.3 每天半版报章广告 5 万 宣传活动主题，树立企业形象

990 电台 4.23~5.7 早新闻前后各一次广播广告 5 万 宣传活动主题，树立企业形象

纪念铅笔 1.2 万支 免费向附近小学赠送 0.5 元/支，6 万 通过赠送印有捷强标志的铅笔，培养孩子对捷强形象的认识

附注：1. 海报以草绿色为底色，用淡黄色、白色、深绿色、金黄色点缀，突出春天的气息。海报的主题与这次促销主题相一致。

2. 吊旗的整体色调与海报相同，因为吊旗是在店内设置的，所以其主题为金价风暴，字体要设计成爆炸式的，以刺激消费者的购买欲望。

超市 5.1 促销活动策划方案--策划书策划书策划方案 3. 对促销的商品，要明显的标出原价，让消费者在对比中感到实惠。

4. 店内的灯光、背景音乐及展台设置要突出喜庆欢快的节日气氛。

七、促销商品推出方案

向消费者提供精美的商品外包装，以满足送礼要求。

推出 买就送 活动，按照消费金额的大小实行 多买多送 ，刺激消费者购买更多商品。

向附近小学免费赠送印有捷强标志和形象的铅笔，培养孩子对捷强品牌的认识。

慰问附近孤寡老人，制造良好的社会舆论，树立捷强品牌形象。

实行买任何商品，只要加一元，就可换购明星海报的活动，刺激青年消费者的购买。

对于购买高档葡萄酒的顾客，可以免费赠送开瓶器。

对于饮料，酒类等，可以采取集中堆积销售的方式，使消费者产生 又多又便宜 感觉。

推出半成品加工活动，满足节假日消费需求。

购买满一定数额，赠送抵用券，还可进行抽奖活动。

按各种食品类别和它们的价格归类，同一品种同一价格的商品放在同一货架上，划定一个区间定为 一包盖天下 ，让顾客在每一货架上挑一样凑齐旅游大背包，其价格比单买要便宜。

准备半成品，分成早、中、晚三个区域，不论顾客自己吃或请客都不用亲自动手了，即为 一日三餐不用愁 。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/887014062005006163>