

品质川货 “十百千万网购节” 宣传方案

成都久广科技有限公司

二〇二〇年二月

目录

前言.....	3
一、活动主题.....	4
二、受众目标.....	4
三、宣传目的.....	4
四、宣传策略.....	4
五、宣传阶段.....	4
第一阶段.....	4
第二阶段.....	4
第三阶段.....	4
六、实施计划.....	4
（一）氛围营造阶段.....	4
（二）活动实施阶段.....	6
（三）活动总结阶段.....	8
七、素材提供和发布时间.....	9
附件一：“网购节”宣传方案汇总表.....	10
附件二：“网购节”活动计划表.....	11

前言

根据四川省商务厅《关于组织电子商务企业参加品质川货“十百千万网购节”的通知》（川商电商〔2020〕3号），结合四川省商务厅安排的宣传工作事宜，特制定本方案。

一、活动主题

品质川货“十百千万网购节”

二、受众目标

全国各地网民和消费者

三、宣传目的

通过购物节的宣传，对商品进行推广，扩大购物节辐射面，增强影响力；吸引观众的注意，让更多的人参与到购物节中。

四、宣传策略

以品质川货“十百千万网购节”宣传为中心，对网购节活动、促销、预告、展示等方面有序宣传，以各微信公众号、网站、新媒体、新闻媒体为主要宣传载体，带动全方位的辐射宣传，形成“以点带面”的宣传模式。

五、宣传阶段

品质川货“十百千万网购节”分为以下三个阶段：

第一阶段：氛围营造阶段

第二阶段：活动进行阶段

第三阶段：活动总结阶段

六、实施计划

（一）氛围营造阶段

1、宣传时间

2020年2月22日至2020年2月28日

2、宣传重心

本阶段主要对本次购物节进行前期造势、推广宣传，重点从宏观上介绍网购节相关情况，吸引消费者对网购节的关注度，为第二阶段产品营销打下基础。

3、宣传主题

主题一：方案发布

报道内容：对网购节活动最终实施方案进行发布。

涉及单位：四川省商务厅

素材提供：涉及单位提供最终活动实施方案。

主题二：市州动态

报道内容：市州区县商务局的活动准备情况。

涉及单位：市州区县商务部门

素材提供：涉及单位提供活动相关准备情况。

主题三：网销产品

报道内容：网购节活动总体情况，包括产品报名情况，报名数量，有哪些特色产品，哪些品牌参与，整体优惠度多大等。

涉及单位：三大直播基地

素材提供：涉及单位提供销售产品相关情况。

主题四：主播秀

报道内容：对部分腰部以上的主播进行介绍。

涉及单位：三大直播基地

素材提供：涉及单位提供需展示主播的图文介绍。

（二）活动实施阶段

1、宣传时间

2020 年 3 月 1 日至 2020 年 3 月 20 日

2、宣传重心

全方位报道开展活动后的情况，报道相关代表企业、代表农特产品，提前预告直播带货内容、促销活动等，并开设扶贫专区，对贫困地区产品重点介绍。

3、宣传主题

主题一：启动仪式

报道内容：对网购节的启动情况进行全方位报道。

涉及单位：省商务厅、各市州商务部门、各主流电商平台、三大直播基地

素材提供：涉及单位提供相关启动素材。

主题二：直播预告

报道内容：提前两天对活动进行预告发布。

涉及单位：三大直播基地、市州区县商务部门

素材提供：涉及单位提前 3 天提供直播预告，包括时间，直播平台，直播产品以及主播介绍等。

主题三：每日动态

报道内容：各产品每日交易、直播、订单以及沙龙、资源对接等动态。

涉及单位：各主流电商平台、三大直播基地、市州区县商务部门、公共服务平台

素材提供：涉及单位提供相关动态素材。

主题四：每日之星

报道内容：每日介绍两款有典型代表的农产品

涉及单位：三大直播基地、市州区县商务部门

素材提供：涉及单位推荐具有代表的农特产品进行展示、介绍，含产品介绍、产品文化、产品特点、产品种植或生产工艺等图文信息。

主题五：扶贫专区

报道内容：贫困地区产品情况及销售情况等

涉及单位：贫困地区商务部门

素材提供：涉及单位提供本区域内优势农产品及销售情况。

主题六：资源对接

报道内容：对供需资源对接进行介绍

涉及单位：协会、新型农民大户、传统商超、传统供应商等

素材提供：涉及单位提供产品对接及销售的情况，图文结合。

主题七：在线沙龙

报道内容：报道在线培训、在线技术讲授等情况

涉及单位：公共服务平台、有赞

素材提供：涉及单位提前两天提供活动预告材料，含主题、嘉宾等介绍。

（三）活动总结阶段

1、宣传时间

2020 年 3 月 21 日至 2020 年 3 月 24 日

2、宣传重心

对品质川货“十百千万网购节”进行总结，报道亮点、效果等。

3、宣传主题

主题一：案例亮点

报道内容：网购节的案例和亮点

涉及单位：州市商务局、三大直播平台、协会、公共服务平台

素材提供：各涉及单位对自己承担的工作进行总结，并提交图文材料。

主题二：活动概况

报道内容：对活动的规模、销售数据、订单量等进行报道。

涉及单位：省商务厅、市州商务局、主流电商平台

素材提供：涉及单位提供整个购物节相关销售订单情况。

主题三：活动效果

报道内容：对网购节活动的效果和影响力予以宣传

涉及单位：四川省商务厅

素材提供：涉及单位提供相关效果材料。

七、素材提供和发布时间

活动期间，每日 2 点前报送完毕相关素材，编辑后次日发布；2 点后提供素材的，在第三日进行发布。

八、素材提交方式

邮箱：1687053388@QQ.COM

电话：13908236105 联系人：蒋红雨

附件一：品质川货“十百千万网购节”宣传方案汇总表

附件二：品质川货“十百千万网购节活动”计划表

附件一：品质川货“十百千万网购节”宣传方案汇总表

大类	宣传阶段	宣传重心	序号	宣传主题	报道内容	素材提供单位	素材提供内容	备注
一	氛围营造阶段 (2月22日-2月28日)	本阶段主要对本次购物节进行前期造势、推广宣传，重点从宏观上介绍网购节相关情况，吸引消费者对网购节的关注度，为第二阶段产品营销打下基础。	1	方案发布	对网购节活动最终实施方案进行发布	四川省商务厅	提供最终活动实施方案	每日2点前报送完毕相关素材，编辑后次日发布；2点后提供素材的，在第三日进行发布。 邮箱：1687053388@qq.com
			2	市州动态	市州区县商务局的活动准备情况	市州区县商务部门	提供当地部门活动筹备情况	
			3	网销产品	网购节活动总体情况，包括产品报名情况，报名数量，有哪些特色产品，哪些品牌参与，整体优惠度多大等。	三大直播基地	提供活动开卖前的相关情况	
			4	主播秀	对部分腰部以上的主播进行介绍	三大直播基地	提供需展示主播的图文介绍	
二	活动实施阶段 (3月1日-3月20日)	全方位报道开展活动后的情况，报道相关代表企业、代表农特产品，提前预告直播带货内容、促销活动等，并开设扶贫专区，对贫困地区产品重点介绍。	5	启动仪式	对网购节的启动情况进行全方位报道	省商务厅、各市州区县商务部门、各主流电商平台、三大直播基地	提供相关启动素材	
			6	直播预告	提前两天对直播活动进行预告发布	三大直播基地、市州区县商务部门	提前3天提供直播预告，包括时间，直播平台，直播产品以及主播介绍等。	
			7	每日动态	报道各产品每日交易、直播、订单以及沙龙、资源对接等动态。	各主流电商平台、三大直播基地、市州区县商务部门、协会、公共服务平台	提供各自负责怎相关动态素材	
			8	每日之星	每日介绍两款有典型代表的农产品	三大直播基地、市州区县商务部门	推荐具有代表的农特产品进行展示、介绍，含产品介绍、产品文化、产品特点、产品种植或生产工艺等图文信息。	
			9	扶贫专区	报道贫困地区产品情况及销售情况等	贫困地区商务部门	提供本区域内优势农产品及销售情况	
			10	资源对接	对供需资源对接进行介绍	协会、新型农民大户、传统商超、传统供应商	提供产品对接及销售的情况，图文结合	
			11	在线沙龙	报道在线培训、在线技术讲授等情况	公共服务平台、有赞	提前两天提供主题、嘉宾等预告材料	
三	活动总结阶段 (3月21日-3月24日)	对品质川货“十百千万网购节”进行总结，报道亮点、效果等。	12	案例亮点	报道网购节的案例和亮点	州市区县商务局、直播基地、协会、公共服务平台	活动总结图文材料	
			13	活动概况	报道活动的规模、销售数据、订单量等	省商务厅、市州区县商务局、主流电商平台	提供整个购物节相关销售订单情况	
			14	活动效果	对网购节活动效果和影响力予以宣传	四川省商务厅	提供相关效果材料	

附件二：品质川货“十百千万网购节活动”计划表

一、活动单位基本情况

公司名称		企业所在市/区	
对接人		联系电话	
活动发布平台/网址			

二、项目进度明细

发布时间	活动名称	预期目标	活动简介	责任人