# 最新电影院情人节活动主题方案(五篇)

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2024-12-26

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**电影院情人节活动主题方案篇一**

活动时间：20××.8.23

1、活动当天，影院大堂会有许愿墙，情侣们可以把对另一半的祝福等写在便利贴上贴在墙上留下您的联系方式，我们会在2024.2.14情人节时从这些顾客中抽出幸运顾客，给您一份意外的惊喜;

2、观看“13:14(一生一世) 17:20(我爱你) 19:07(七夕)情侣专场”的情侣可以享受20元观影及情侣套餐8折并且购票即赠送玫瑰花一支(每对情侣限领一支)。

奥运猜猜看：

活动时间：20××.7.27-8.10

活动期间，凡是在沈阳金逸影城龙之梦店购票的顾客，均可领取“奥运猜猜卡”一张。只要顾客在“奥运猜猜卡”填写上相关个人信息，并预测出中国代表团获得的金牌总数并投入抽奖箱，就能参加本次的“奥运猜猜看”活动。奥运闭幕当天抽取10位猜中金牌总数最接近结果的顾客，均可获得一张”jyy贵宾劵(可观看imax)”，我们还会在这些观众中抽取一名幸运顾客，可获得一张钻石卡。

奥运祝福语：凡是在沈阳金逸影城龙之梦店购票的观众，均可在我们的“奥运祝福语”的板上留下您对我们中国代表团的祝福.例如：“中国队，加油!”“跳水梦之队，再创佳绩”等!

点映：

8月1日 午夜24点 《暮色之城：破晓》(上) 2d原版

8月1日 午夜24点 《机械师》 2d原版

8月9日 午夜24点 《听风者》 2d中文

8月16日 午夜24点 《河东狮吼2》 2d中文

8月29日 午夜24点 《超凡蜘蛛侠》 3d/imax原版

待定 午夜24点 《黑暗骑士崛起》 2d/imax原版 (沈阳商场活动)

看购网：与看购网合作，团体价格，以卡计次类专门渠道推广电影票销售，普通电影25元/张(根据中影最低票价需补齐差价)，imax电影2张兑一张。

imax体验：7月20-8月15日，利用imax预告片合集以及《超凡蜘蛛侠》预告片为观众安排免费体验场，必要时预备特价优惠券派发，即：凡在活动期间参加imax免费体验的观众均可获得《超凡蜘蛛侠》imax特价观影优惠券，50元购票另赠送小可乐1杯。

百味联 盟：与百味餐饮合作(23家店)，在龙之梦百味餐饮所属23家店中每张桌子上均可摆放金逸影城桌牌;百味餐饮dm单上会给金逸影城留出一定版面做宣传;影城可在百味餐饮23家店铺玻璃上贴上金逸影城的宣传海报;持金逸票根到百味餐饮用餐可享受7折优惠;百味餐饮每会员日(每月8号)当天，持金逸龙之梦店票根至百味餐饮享受5折优惠;集齐10张金逸影城的票根可至百味餐饮免费办理会员卡一张;

微博抢票： (沈阳商场活动)

(1)《超凡蜘蛛侠》、《黑暗骑士崛起》、《暮光之城：破晓(上)》上映期间，[email protected]/\*

\*/@5位好友的顾客将有机会获得免费观影的机会;

浪漫七夕 恋爱“逸”夏：2024年8月15日至8月25日，登陆新浪微博，[email protected]/\*

\*/ #浪漫七夕 恋爱“逸”夏#微博抢票活动，分享你们和金逸的故事，即有机会获得金逸影城赠送的免费观影券两张(共5个名额)。

金牌大赢家 全民大竞猜：2024年8月1日至8月10日，登陆新浪金逸微博，[email protected]/\*

\*/ #金牌大赢家 全民大竞猜#微博抢票活动，预测中国队此次奥运金牌数量，竞猜正确者即有机会获得金逸影城赠送的免费观影券两张(共五人)。

会员活动：

活动时间：20××.8.1-8.31

(1)充值100元+20元工本费，可办理金卡，享受周一至周日5折观影(imax厅除外)，办卡同时赠送迷你小爆米花一桶;

(2)充值800元+20元工本费，可办理钻石卡，享受全年5折观影(包括imax影片)(本月钻石卡看imax依然享受40元/张，且赠送小可乐一杯); (沈阳商场活动)

(3)活动期间，影城每日推出会员专场。(晚间时段场次1场，包含3d影片)会员以25、30元购买影票。

影院情人节活动策划书(三)[\_TAG\_h3]电影院情人节活动主题方案篇二

一、 活动时间：七月初七 暂定20:30

二、 活动地点：

三、 参与方式：

1. 办理业务即可获得本活动入场券

2. 通过官方微博、微信转发本次活动内容即有机会获得本次活动入场券

3. 私信至官方微博、微信，参与 心心相“影”，爱需要一些惊喜的活动环节，讲出您和您的恋人的浪漫爱情故事和意想中为他/她制造的“惊喜”瞬间，一经采纳，即可获得本次活动入场券，同时还有专业策划团队为您出谋划策!

四、 活动内容：

1. 永恒爱墙

在电影院大厅，情侣们手牵手肩并肩，手执玫瑰，穿过心形的蜡烛池来到u互动的“爱墙”，情侣们把手中的玫瑰插在爱墙的前面的插花篮中，共同在爱墙上写下真心的爱情誓言。爱墙上写满甜言蜜语及u互动对他们的祝福。

2. 星座恋情测试/真爱无敌 u之选邀你进入“真爱试炼”

在电影院售票大厅处设置一展位为情侣们提供星座运势、爱情测试，装饰得非常有神秘感，可以与相关占卜机构的合作，如一些有研究占卜的水晶门店。

如操作困难换成：

真爱无敌 u之选邀你进入“真爱试炼”

在售票大厅处设置一角密室逃脱游戏，情侣们可进入体验，装饰得神秘而又浪漫，可以与密室逃脱机构的合作。

3. 心心相“影”，爱需要一些惊喜

让恋人通过照片、话语、短片等等方式在观影厅内进行表白或者求婚的环节。求婚片段及活动花絮可以在u互动内点播收看。

4. 抓对“机”遇

每对参与观影的情侣可以在椅子下面找到一张粉红色卡片，如写有：马上有“机”，则获得丰富礼品!如找到半张红色卡片，上面写着一半的文字，则手握半张卡片的情侣要在十秒内找到对方情侣，并同时来到主持人身旁，并回答正确主持人的问题及完成主持人的游戏，则双方均可获得礼品!

5. 观看电影

**电影院情人节活动主题方案篇三**

一.活动时间 2024年8月22日-8月24日。

二.活动影片安排计划

22日: 下午《华丽之后》、 晚上《一起飞》

23日: 下午《河东狮吼2》、 晚上《hold住爱》

24日: 下午《做次有钱人》、晚上《爆笑角斗士》

三.活动内容

活动1：“情深双至”，22-24三日内，凡到影院观看的情侣、夫妻可以购买30元情侣套票，可享受价格上的优惠，两人即可入场。(套票只限一男一女)，单人购票不享受此活动，购正价入场，3天内(除上午动画片外)不设儿童、学生等半价或其它任何优惠。

活动2：“激情久久”， 23日晚场，每对顾客现场以99元的价格购买一张5次观影卡(2人看完一场，以后还能看3场电影)，送一筒爆米花+2瓶可乐，前99位还可获赠一支玫瑰花，还有机会获得其它小礼品。

活动3：“真情心语”，23日当晚，所有观看电影的朋友可在我们在影院设置的示爱宣言板上，写下你们的爱情宣言、美好愿望。

影院情人节活动策划书(六)[\_TAG\_h3]电影院情人节活动主题方案篇四

活动一：“七夕缘”情侣甜蜜合影

购2张以上电影票的观众现场微信扫一扫，关注“××2024”影城官方微信，即可参与七夕情侣甜蜜合影活动，免费佩戴情侣摄影道具，现场由专业摄影师为其拍摄情侣甜蜜照2张，直接发送至观众邮箱。观众接收照片后进行微博分[email protected]/\*

\*/，@北京ume国际影城，即可至指定地点领取12寸时尚拉米娜一副。

活动二：幸运抽奖

ume会员持会员卡购票即可参与抽奖活动，有机会获得由“北京孟摄影”提供的精美奖品。最高奖项为价值3999元情侣写真及价值2999元个人写真一套。没有抽中写真集的观众也也机会获得价值199元玫瑰香皂花礼盒一份!

8月13日七夕节，来ume影城，看一部感人的爱情影片，拍一本两人的甜蜜写真，以此纪念属于两个人，独一无二的甜蜜和浪漫!

活动三：精品书吧赠送创意纸杯插画

七夕节当日凡购买影城精品书吧的“七夕甜蜜特饮”即可获得由布克书籍公司提供的专业插画师为您现场绘制创意纸杯插画您还可以把爱情宣言写在杯子上送给你的ta，让你们的爱延续一辈子!

七夕前后，丰富多彩类型多样的影片可供情侣们选择，爱情主导的郭敬明编导的青春时尚影片《小时代2：青木时代》、高群书最新力作《一场风花雪月的事》、范冰冰、李治廷主演的爱情喜剧《一夜惊喜》、周冬雨主演的《宫锁沉香》以及前一阵上映的3d进口大片《环太平洋》、《速度与激情6》都非常适合情侣一起观看。

影院情人节活动策划书(五)[\_TAG\_h3]电影院情人节活动主题方案篇五

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。

第三部分：活动方案一

活动名称(主题)：“玫瑰心情”

活动类型：互动

活动地点：\*\*\*图书城

活动时间：2024年2月12日

活动主要内容：

(1)、2月12日当天在书城入口附近显著位置摆放一大型“双心结”(由竹子和花泥制成，具体制作要素如附件1所示)。凡是在2月12日当天进书店的顾客都可以获得一个为爱情许愿和祝福的机会，那就是每人获得一支红玫瑰(代表“一生一世”和一张标签(代表“一生承诺”)。顾客可以在标签上写出对自己、对他人爱情的愿望和祝福，然后系在玫瑰花上一同插在“双心结”上，以此来表达对完美爱情的祈盼和祝愿，参与的顾客就有机会参加心动礼品抽奖活动(全天不定时抽取10次，每次5位)，还有礼品赠送(定制巧克力)。“双心结”在书城展览一个星期，期间顾客可以拍照留念。

(2)、2月12日当天进店的前21(代表“爱你”)对情侣可获得祝福礼品一份，并可以成为书城的“天使情侣”，他们的合影将悬挂在书城里的显眼位置，让他们的爱情和新知一起成长。

(3)、持有2月10日至2月12日购书小票(仅限百汇书城)的顾客还可以参加情人节当天下午17：00举办的抽奖活动(由顾客抽取，结果现场公布及新知网站公布，获奖者电话通知)，奖品为昆明某著名餐厅的餐券，价值为情侣套餐的价格(方案待定)。

宣传策略：

采取“平面报纸+电台广播+书城现场pop广告+宣传单页”四种方式相结合的形式进行宣传。2月9日至2月11日在昆明发行量较大的几家报纸上刊登主题为〈“玫瑰心情”我们大家的心情〉平面广告，以及在几个主流广播电台播放同主题的立体广告。选择在这段时间刊登广告主要是为了避免其他商家的效仿，从而导致活动失败。2月10日至2月12日在店内用宣传单页对活动展开宣传。2月12日在报纸上刊登主题为〈今天我们的心情“玫瑰心情”〉的平面广告，2月11日及12日在店内用主题pop展开宣传。

观点阐述：

玫瑰代表着爱情，代表着浪漫，是情人节不可或缺的东西。“双心结”的“结”与“情人节”的“节”同音，代表着“永结同心”，代表着爱情的长久。把玫瑰和“双心结”结合起来体现出爱情是浪漫的，更是蕴涵了责任的。这样一来，活动就充满了人情和文化，正好体现了书城兼具文化与时尚的形象。“天使情侣”的合影照片在书城里悬挂，不仅体现出活动的长效性，还体现了书城广纳百川的胸怀与气魄。

第四部分：活动方案二

活动名称(主题)：“红线系住你的心”

活动类型：互动

活动地点：\*\*\*书城

活动时间：2024年2月12日

活动主要内容：

(1)、在书城入口附近显著位置摆放一个大展板，用玫瑰化装点四周(具体制作要素如附录1所示)。凡是2月12日进店的顾客都有一个给爱人承诺的机会。那就是进店时每人可获得一张心型卡片(红色代表年轻的爱情，适合25岁以下的年轻人;蓝色代表成熟的爱情，适合25---45岁的人;金色代表完美的爱情，适合45岁以上的人)，以及一根红丝线。把自己的“心”和最爱的人的“心”用红丝线系在一起，象征对美满爱情的祝愿和纪念。顾客可以把连在一起的“心”带走，也可以留在店里。对于留在店里的，书城制作一个玻璃展窗收藏展览，给参与的顾客一个纪念。

(2)、2月12日当天进店的前52位顾客可以获得情人节礼物一份，开心的度过情人节。

(3)、持有2月10日至2月12日购书小票(仅限东城区书城)的顾客还可以参加2月12日下午17：00举行的抽奖活动(由顾客抽取，结果现场公布及新知网站公布，获奖者电话通知)，奖品为超值双人艺术照一套(方案待定)。

宣传策略：

采取“平面报纸+电台广播+书城现场pop广告+宣传单页”四种方式相结合的形式进行宣传。2月9日在昆明发行量较大的几家报纸上刊登主题为〈中国古老传说—牵红线〉软文广告，2月10日至2月11刊登主题为〈我要一辈子系住你〉的平面广告，以及在几个主流广播电台播放同主题的立体广告。选择在这段时间刊登广告主要是为了避免其他商家的效仿，从而导致活动失败。2月10日至2月12日在店内用宣传单页对活动展开宣传。2月12日在报纸上刊登主题为〈情人节、我用红线系住你〉的平面广告，2月11日及12日在店内用主题pop展开宣传。

观点阐述：“月老牵红线”是中国古老的传说，人们一直以来都将姻缘的美满寄托给“月老”来实现。这是一种对爱情，对美好家庭生活的祈盼和眷恋。情人节是西方的节日，如今被广大中国人所接受，他代表了对美好爱情的祝愿，对浪漫爱情的向往。这两者恰好可以结合起来，既追求到了西方情人节的时尚，也回归了中国的古老传统，可以为大多数人所接受。

第五部分：补充说明

从表面上来看以上这两个活动，和增加销量毫无关系，完全就是聚拢人气的活动。但是我认为，促销主要有两个关键问题构成，那就是“促”和“销”。“促”是对人而言的，就是把人“拉”到卖场，聚集起人气;“销”是对商品而言的，就是要通过一些传统的、成功的方法激发顾客产生消费行为，从而把商品卖出去;这样就完成了整个“促销”活动。所以我在考虑以上两个方案时的策略就是：通过一个较大型的、新奇的、互动性的活动把人(消费群体)聚集到书店里，再通过一些行之有效的销售方法激发消费群产生消费行为，最终达到增加销量的目的。同时还考虑到企业形象的提升和维护，从不同的面上都对企业的文化作了很好的反映。那么为何把活动放在2月12日呢?因为2月14日为星期二，不利于举行大型活动。而且把活动放在2月12日即星期天，离情人节还差一天，这样幸运顾客就有足够的时间考虑安排如何使用餐券。同样的，充分体现了企业人性化的关怀。

话虽如此，但是很多东西是需要团队多次沟通后才能达到最佳表现的，所以活动的许多方面还需探讨，修整，完善。

影院情人节活动策划书(二)

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找