巧手宝宝，我心目中的大年夜
——2005 年“小灵通火力 100”之宝宝当家绘画展

一、活动内容：邀请适龄宝宝（5—8 岁）想象大年夜，并通过蜡笔画出来，张贴于小灵通展板上，并评选出不同奖项。

二、活动目的：宝宝是家庭的中心，也是对过节热情最高的。通过活动的举办，聚集家长的目光，将小灵通强大的亲和力更好地展现在消费者面前，使消费者了解小灵通及企业的文化，形成小灵通与家庭的互动，构建小灵通的品牌形象。

三、活动命名：2005 年“小灵通火力 100”之宝宝当家绘画大赛

四、推广口号：我眼中的大年夜

五、创意诉求：以宝宝为圆心引起社会及家长广泛关注，强化儿童过大年的喜庆，将儿童健康向上的心理活动描绘出来

六、突出主题：我有我心中的大年夜，你有吗？

七、活动时间：

05 年 1 月 15 日 - 1 月 31 日

八、活动地点：

哈尔滨市区

九、活动对象：

以家庭为单位的巧手宝宝

十、活动方式及流程：

- 将主要以单张宣传的形式对本次活动的主体进行邀请式宣传，以幼儿园为主要渠道，以小灵通营业厅及其他幼儿活动场所为辅助渠道进行发放。单张主体内容为介绍本次活动，如时间、流程、方式方法、需报名费 10 元等；设置回执部分，回执部分需填写家长姓名、孩子姓名、联系方式等。
- 1 月 15 日以前，家长持回执单至小灵通指定营业厅换取活动专用蜡笔、印有小灵通 VI 元素的画纸和小礼品，回家由孩子作画，邮寄至小灵通指定地址。
- 1 月 16 日以前，所有参加活动的优秀作品将上传到灵通畅想网站上，由观众通过网站和短信进行投票；投票活动至 1 月 26 日。
- 1 月 28 日，投票产生的前三十名的作品作者将集中在哈市最具规模的幼儿园进行集体比赛，由美术教师、专家进行现场评选，评出一二三等奖，并进行颁奖活动。
- 活动将分为：3 至 5 岁、5 至 8 岁两个年龄段进行。
- 优秀作品将在小灵通的营业厅以挂旗的形式进行展示。

十一、奖品设置：

1、参与奖：益智玩具、健康书籍、教学光盘等

2、三等奖 10 名：价值 50 元儿童冬季装备一套（帽子、手套、围脖）

3、二等奖 5 名：价值 100 元高级儿童玩具一套

4、一等奖 2 名：价值 300 元的儿童动感单车一辆

十二、媒体宣传：

1、**报纸：**活动期间根据时机进行软文炒作。活动告知发布时间初步定为每周三、周五，发布时间：1 月 5 日、1 月 7 日、1 月 12 日、1 月 14 日。获奖作品名单将在 1 月 27 日报纸中公布，总决赛的获奖名单及作品将在报纸中刊登。软文尺寸投放为 1/4 版。作品展示硬广投放尺寸为整版。

2、广播：黑龙江交通广播，投放半个月，进行活动前告知。如：小灵通为迎接新春佳节的到来，特在 2005 年 1 月 15 日至 1 月 31 日举行“巧手宝宝我心中的大年夜”绘画大赛活动届时将有丰厚的大礼等你拿，请有宝宝的家长多多留意，我有我心中的大年夜，你有吗？还等什么，快快报名参加吧！详情请咨询 10060。

3、**短信群发：**进行活动前的告知，期限为半个月。每周定为周三、周五分时段定时发送。短信内容为：小灵通将于 2005 年 1 月 15 日至 1 月 31 日举行“巧宝宝我心中的大年夜”绘画展活动，有宝宝的你还等什么，赶快参加丰厚大奖等你拿。

4、宣传单张：正面将有宝宝的整体形象，背面将活动的内容参与方式进行宣传告知。

尺寸：14×21（cm）

5、回执单：将在回执单的正面注明本次活动的主要内容。（回执部分可与宣传单设计融合）

十三、活动准备及分工：

小灵通方：

1、活动经费及奖品采购；

2、活动专用蜡笔、画纸准备；

3、活动信息告知性宣传；

4、评奖专家的邀请；

5、指定活动营业厅。

唐都方：

1、活动过程策略监控；

2、软文、广播、短信的撰写；

3、协助邀请评奖专家；

4、配合活动幼儿园的对接；

5、获奖作品报纸的设计。

十四、成本预算：

1、 奖品：（1）蜡笔：500 元

（2）回执奖品费用：500 元

（3）奖品费用：1600 元

2、专家邀请：约 1000 元

3、幼儿园场地租用费用：500 元

总费用：4,100.00 元

新春快乐一把抓
——2005 年“小灵通火力 100”之新春快乐抓宝

一、活动内容：凡在小灵通指定营业厅购买指定机型的消费者或一次性交费 200 元的消费者可以凭借发票，在服务台抓取春节礼品。

二、活动目的：在消费者购买小灵通或缴纳话费的时候，得到意外的惊喜和乐趣，增加节日购物快乐，从而达到对小灵通品牌形象的有效认知和促进销售的目的。

三、**活动命名**：2005 年“小灵通火力 100”之新春快乐一把抓

四、**推广口号**：欢欢喜喜过大年，丰厚大礼抓回家（抓回自己意外的新春幸运）

五、**创意诉求**：强化节日喜庆气氛，掌握自己手中的幸运

六、**突出主题**：小灵通新春意外惊喜，你抓得到吗？（今天我抓奖了，你抓了吗？）

七、活动时间：1 月 15 日 - 2 月 7 日

八、活动地点：服务台或收银台

九、活动对象：新入网用户购买指定机型小灵通，可在服务台抓取春节礼品

续存话费老用户一次性交费满 200 元，可在服务台抓取春节礼品

十、活动方式：用户凭借购物发票和缴费发票到收银台或服务台抓取春节礼品

十一、活动细节：

1、春节礼品箱中以糖果为主，年货为辅

2、抓取工具在活动开始前布置好

3、营业厅悬挂彩旗

十二、媒体宣传告知

1、报纸宣传：辅助性宣传，在活动初期打 1 至 2 期通栏广告进行活动告知即可，时间为 1 月 6 日与 1 月 12 日

2、广播宣传：辅助性宣传，在黑龙江交通广播投放一周的告知性宣传，时间为：1 月 9 日至 1 月 14 日。如：特大喜讯，哈尔滨市通信分公司小灵通将于 2005 年 1 月 15 日至 2 月 7 日，凡一次性交费满 200 元的用户便可到指定营业厅参加“新春快乐一把抓”活动，意外的幸福降临，赶快行动吧！具体详情请咨询 10060。

3、营业厅、专营店、售卖点单张、彩旗：作为重点媒体进行宣传，在指定营业厅通过立体式的视觉传播媒体营造节日氛围，充分调动用户参与活动的积极性。

4、短信宣传：每周 2 次进行活动告知

十三、成本预算：

1、糖果：1000 元

2、年货小礼品：2000 元

3、抓宝盆制作（5 个）：500 元

总费用：3,500.00 元

情感的交流　心灵的神汇
——2005 年“小灵通火力 100”之祝福短信群发

一、背景：由于网络覆盖和信号源等问题已给小灵通造成巨大的品牌损失，失去了许多潜在的用户群。在竞争激烈的市场，追求最高顾客满意度是企业生存的根本。充分运用自有的第五媒体优势主动出击，将危机化为转机，才能持续不断地吸引顾客上门，树立有效而亲和的服务形象乃是小灵通品牌建设之本。

二、目的：任何事物都具有优劣两方面，通过感谢用户、关心用户的行为，消除用户对信号不满等弊端，达到大事化小，小事化无，并进一步形成良好的口碑，树立起小灵通的健康、亲和形象，有效地将小灵通的形象提升到有利地位，增加用户权衡的优势率。同时，通过诙谐幽默的短信供应，提高用户短信使用兴趣，逐步培养小灵通用户短信使用习惯，增加增值业务收入。

三、活动命名：2005 年“小灵通火力 100”之祝福短信群发

四、推广口号：情感沟通，真情流动

五、创意诉求：真情感性的短信拉近小灵通与消费者的距离，树立小灵通健康和亲和的形象**六、突出主题**：小灵通全力进行品牌建设 关怀体贴用户细致入微
感性亲和，幽默搞笑，小灵通亲情大放送

三、时间：1 月 15 日开始

注：鉴于系统支持所限，可按照目前用户短信使用量统计，初步划分等级或发送顺序，逐步开展。

四、推广形式：

1、针对刚入网的用户——发展新用户，形成口碑宣传

1）发短信，告诉他可以提供什么样的服务

2）生日时发送生日祝福

3）节假日传递问候

2、针对老用户——留住老用户，形成忠诚度

1）每天免费发送一条短信：关心词、笑话或天气预报等。(1 月 15 日-2 月 15 日)

2）生日祝福短信、生日歌以形成好感，达到理解。例如：小灵通全体员工祝你生日快乐

3、针对高端用户—— 一对一递进沟通，形成偏好度

1）每天免费发送一条短信：关心词、笑话或营养食谱等。

2) 建立大客户经理制度，采取个人服务经理负责制，对大客户和金色俱乐部会员的生日用电话形式致以生日祝福，并派专人送去鲜花和生日蛋糕

3）节日回报联谊活动

注：　1）各种用户都应定期进行回访，以根据用户需要发扬优点，改进不足

2) 节日问候与倡议：春节、元宵节、情人节、植树节、愚人节、电信日、劳动节、母亲节、父亲节、教师节、国庆节、中秋节、圣诞节、元旦，等等。(见图表)

3）网络不畅时发短信致谦，并以业务通告的形式表示道歉。

小灵通节日祝福短信一览表

序号	日期	节日	祝　　辞
1	1.1	元旦（企业）	元旦见证新的一年，新的开始，万事从头起，良好的开端是成功的一半小灵通祝你永远是成功者。
	1.1	元旦（搞笑）	您好！这里是 10060 点歌台，您的朋友为您点播“元旦快乐”歌曲，因为网络繁忙，故无法直接收听，只好自己哼哼了。谢谢！
2	正月初一	春节（企业）	新春恭喜！小灵通全体员工祝您：身体健康，万事如意，合家欢乐！恭喜恭喜！恭祝您新年事事如意！马到成功!;
	正月初一	春节（搞笑）	新年到，吃大餐，少喝酒，多吃菜，够不着，站起来，有人敬，耍耍赖，吃不了，兜回来！
3	正月十五	元宵节（企业）	谨此元宵佳节，小灵通衷心地祝福您及您的家人：节日快乐、全家幸福、万事如意！
	正月十五	元宵节（搞笑）	亲爱的，你给我的感觉——滑滑的……甜甜的……耐人回味的……难以割舍的，就像可口的元宵！
4	2.14	情人节（企业）	祝愿天下有情人终成眷属！小灵通祝您真情恒长久，一生永幸福！
	2.14	情人节（搞笑）	知道情人节我想吃什么吗？煮你，炒你，清蒸你；烤你，焖你，红烧你；炸你，煎你，凉拌你！
5	3.8	妇女节（企业）	当你手机响时那是我的问候；当你收到短信时那有我的心声；当你翻阅短信时那有我的牵挂；当你准备关机时，记得小灵通今天说过三八快乐！
	3.8	妇女节（搞笑）	向天下所有妈妈们、准妈妈们致敬，您辛苦了！

6	五月初五	端午节（企业）	每逢佳节倍思亲，小灵通祝您及家人端午节平安快乐！！！
7	5.1	劳动节（企业）	小灵通全体员工祝您劳动节愉快!
	5.1	劳动节（搞笑）	劳动光荣！不劳动可耻！热爱劳动是中华民族的传统美德，大家都先去劳动吧，我先睡一会儿就来!
8	5.4	青年节（企业）	小灵通全体员工祝您永远年轻快乐，朝气蓬勃!
9		母亲节（企业）	小灵通全体员工祝愿所有的母亲节日快乐!
		母亲节（搞笑）	慈母手中线，游子身上衣，临行密密缝，意恐迟迟归，谁言寸草心，报得三春晖。
10		父亲节（企业）	小灵通全体员工祝福所有的爸爸笑口常开，父亲节快乐!
		父亲节（搞笑）	一个父亲胜于一百个教师。
11	七月初七	七夕节（企业）	愿您在牛郎织女鹊桥相会的日子里，与心爱的人彼此牵引。小灵通祝你七夕节快乐!
	七月初七	七夕节（搞笑）	千山万水飞难渡，何处离情诉？天涯地角几多愁，只有拥你入怀恨方休。
12	9.10	教师节（企业）	小灵通全体员工祝愿敬爱的老师节日愉快,永远健康快乐!
	9.10	教师节（搞笑）	好的管理人才不是天生的而是培养起来的，我的成长与你的关心是分不开的，真心的感谢你，师长!
13	10.1	国庆节（企业）	小灵通全体员工祝您节日愉快、心想事成。
	10.1	国庆节（搞笑）	国好，家好，国家好，家家都好，国圆，人圆，国人圆，人人皆圆。
14	八月十五	中秋节（企业）	在此中秋佳节来临之际，小灵通全体员工祝您中秋节快乐!人月两团圆!
	八月十五	中秋节（搞笑）	红红翠翠，年年朝朝暮暮。暮暮依依，时时鲽鲽鹣鹣。说不完的思念，但愿您的生活就象月一样美满!

15	12.25	圣诞节（企业）	愿天使此刻就在妳身边，小灵通全体员工祈祷妳的未来永远无忧无虑！Merry Christmas!!
	12.25	圣诞节（搞笑）	孩子，我是圣诞老人，有一份圣诞大礼要送给你。什么……你们家没有烟囱？还不去买！

五、加强性媒体宣传策略：

因为本次活动本身即为集长期性和信息传播为一体的公关活动方式，因此即通过报纸软文的投放进行传播效果的加强即可。

1、软文投放媒体：《新晚报》《生活报》《哈尔滨日报》，软文投放周期：活动开始后一个月内投放四次，每周五投放具体时间：1 月 7 日、1 月 14 日、1 月 21 日、1 月 28 日，软文题目：《小灵通全力进行品牌建设 关怀体贴用户细致入微》（800 字）

2、网站链接： 通过注册后，点击节日祝福浏览表，您便可将喜欢的祝福送给你身边的朋友

3、广播宣传： 活动告知：小灵通为回报新老客户的大力支持，05 年的您将会收到小灵通对您的不同祝福与问候，请广大消费者留意。

15 秒广播稿： 请随时留意你们的手机短信，小灵通将会不定期的给您送来节日的问候与意外的惊喜哦~~

30 秒广播稿：

女甲：（小灵通短信铃声），呀，今天我生日，小灵通给我发短信祝福哪！

女乙：可不是吗？生日、节日、重大纪念日小灵通全都记得，随时传来真诚问候。

女甲：对啊，天天都有好玩的短信，更可以定制天气预报，时刻关注我的冷暖。

女乙：小灵通想得可真周到，还能把我的问候带给朋友，而且是免费的哦！

话外音：小灵通短信祝福，天天有惊喜。

六、成本估算：

1、短信发送系统运行成本

2、媒体四期软文炒作：4 次*3 媒体*单价

3、广播广告投放

小灵通短信武林
——2005 年“小灵通火力 100”之发短信中大奖

一、活动目的

1、 提升小灵通短信量，拉动增值业务收入。

2、 培养用户使用短信的习惯，对小灵通短信进行广泛告知。

3、 增加小灵通整体收入，提高小灵通 ARPU 值。

二、活动地点：哈尔滨市（含郊县）指定营业厅内

三、活动命名：2005 年“小灵通火力 100”之小灵通短信武林

四、推广口号：小灵通短信武林大擂台，今天你发了吗?

五、创意诉求：短信武林盟主的争斗，战斗力强，更火爆，更刺激!

六、突出表现：小灵通短信武林大比拼，今天你发了吗?

七、活动时间：2005 年 1 月 21 日——2005 年 3 月 21 日

前期炒作时间：活动告知

2005 年 1 月 5 日——2005 年 1 月 20 日

抽奖炒作时间：现场抽奖

根据各抽奖环节，对抽奖结果进行事后炒作，

2005 年 2 月 15 日，对抽奖情况进行广告告知，并进行事后宣传炒作

2005 年 3 月 15 日，对抽奖情况进行广告告知，并进行事后宣传炒作

八、活动主题

——小灵通短信武林

武林盟主，谁与争锋

九、活动对象：时尚青年、大专院校学生群体、情侣

十、活动方式

（1）入主武林

在该活动时间范围内，小灵通用户每月发送短信数量超过 25 条的用户即可获得武林人士身份，对于入主武林的人士即可参与武林人士评选活动，评奖日期定为 2005 年 2 月 15 日，2005 年 3 月 15 日两次抽奖。

具体奖项设置如下

一等奖 10 名，赠送价值 100 元 96333 电话充值卡

二等奖 50 名，赠送价值 50 元 96333 电话充值卡

三等将 100 名，赠送价值 10 元 96333 电话充值卡

参与奖 1000 名，赠送 50 条短信

（2）武林争霸

在该活动时间范围内，小灵通用户月发送短信数超过 25 条的用户方有资格参与，竞选武林盟主，评选出两个月短信发送数量前 3 名的用户，设立武林盟主一名，武林盟主副手两名，评选时间定为 2005 年 2 月 16 日。

武林盟主 1 名赠送价值 3000 元品牌数码相机一部

武林副盟主 2 名赠送价值 800 元 MP3 一部

十一、媒体宣传：

1、报纸宣传：前期集中炒作，根据具体情况在活动开始的前半个月内投放至少二期硬广告。时间为：04 年 12 月 30 日、05 年 1 月 4 日。并将每次活动的抽奖结果在报纸上公布，公布时间为抽奖后的第二天，分别是：2 月 17 日、3 月 17 日两天。

2、短信告知：活动开始前半个月内每日进行短信群发，针对不同消费者分时段通知。并在活动期间对活动进程进行短信传播。短期群发分为二个时段：中午午餐时间、晚餐时间。例如：好消息：小灵通将于 2005 年 1 月 21 日——2005 年 3 月 21 日举行短信武林争霸，将有各界短信高手出现，想过招吗？赶快动起手来。具体详情请咨询 10060。

3、营业厅：主要依靠营业厅海报和单张进行活动的宣传。(建议使用宣传单张，主要因为宣传单张传播广泛可灵活运用)

4、广播广告：活动前半个月在黑龙江交通广播电台进行活动告知，结合报纸、短信与宣传品同时对活动进程进行传播。

15 秒广播稿：小灵通短信武林争霸已经开始。每月发送短信超过 25 条的小灵通用户就有资格成为武林人士，更多丰厚大奖等你拿。详情咨询 10060。

30 秒广播稿：小灵通短信武林争霸已经开始。每月发送短信超过 25 条的小灵通用户即可参加，时尚数码照相机、MP3 丰厚的大奖等你拿！还等什么，快来加入小灵通短信武林争霸吧。霸主就是你！详情咨询 10060。

十二、成本预算：

1、奖品费用：

武林盟主：1 人×3000 元/人=3000 元

武林副盟主：2 人×800 元/人=1600 元

总计：4600 元

2、充值卡费用：

一等奖：10 人×100 元/人=1000 元

二等奖：100 人×50 元/人=5000 元

三等奖：1000 人×10 元/人=10000 元

总计：16000 元

3、短信费用：1000 人×50 条×0.08 元/条=4000 元

4、公证处邀请：500 元

总费用 29600.00 元

十三、活动准备及职能分工：

小灵通方：1、主要将此次活动的信息通过各种媒介及自由媒体能够准确全面地告知消费者。

2、负责奖品的购买

3、负责整场活动的把控

唐都方： 1、协助小灵通进行此次活动的宣传告知

2、宣传物料设计
3、宣传节奏的监控
4、宣传计划的制定

小灵通畅想通话新乐趣
——2005 年“小灵通火力 100”之通话新乐趣

一、活动目的：刺激用户通话，增加话务量，进而增加小灵通收入
二、活动时间：2005 年 1 月 21 日 - 2006 年 1 月 21 日
三、活动命名：2005 年“小灵通火力 100”之畅想通话新乐趣
四、推广口号：通话有好礼，畅享新乐趣
五、创意诉求：仅仅只需比上一个月多消费 9 元钱，就可以得到丰厚的礼品。轻松之间即可获赠，何乐而不为?
六、突出主题：沟通更多，礼品更多
七、活动地点：哈尔滨市区含十二市县
八、领奖地点：中山营业厅、尚志营业厅、奋斗营业厅、和兴营业厅
九、活动方式

1、自 2005 年 1 月 21 日起，凡用户通话费用比上月通话费用增长 9 元钱，即可获赠精美纪念品一份。用户凭借两个月的消费单据至哈市指定营业厅均可兑现奖品，新入网用户需在下个帐期方可参与活动（例：用户在 1 月 10 日入网，用户在 3 月 21 日持 2 月份 3 月份的消费单据兑奖）。

兑现奖品每月均不同。可大可小。进而勾引消费者的欲望，吸引消费者关注。

例如：1 月 21 日，用户凭借 12 份消费单据及 1 月份消费单据即可领取奖品（用户可携带有效证件至营业厅打印当月消费单据）。

2、如用户连续三个月都比上月通话费用增长 9 元钱，并三个月都未兑换奖品的，可获得一次抽奖机会，抽奖 100%中奖。抽奖方式为在箱里子放乒乓球，球上标明奖品等级。一等奖一名，价值 300 元的 MP3；二等奖一名，价值 100 元的 96333 充值卡；三等奖两名，50 元的 96333 充值卡；四等奖不定，20 元 96333 充值卡。

例如：某用户 04 年 12 月份的话费量为 50 元，1 月份为 59 元，2 月份为 70 元，3 月份为 79 元，而且他并未在 1 月 2 月 3 月的任何一个月份兑换奖品，那么他可在 3 月 21 日至 3 月 31 日至指定营业厅抽奖一次。奖品最低将获得 20 元的 96333 电话充值卡。

3、如用户连续半年内都比上月通话费用增长 9 元钱，并半年内都未兑换奖品的，可获得一次抽奖机会，抽奖 100%中奖。抽奖方式为在箱里子放乒乓球，球上标明奖品等级。一

等奖一名，小灵通 UT728 (无话费) 一部；二等奖一名，价值 500 元的洗衣机；三等奖两名，200 元的 96333 充值卡；四等奖不定，50 元 96333 充值卡。

4、如用户连续一年都比上月通话费用增长 9 元钱，并一年内都未兑换奖品的，可获得一次抽奖机会，抽奖 100%中奖。抽奖方式为在箱里子放乒乓球，球上标明奖品等级。一等奖一名，价值 5000 元的电脑；二等奖一名，价值 3000 元的数码相机；三等奖两名，300 元的 MP3；四等奖不定，100 元 96333 充值卡。

十、媒体宣传

宣传分两个阶段

前期宣传：主要通过报纸硬广告和短信进行集中宣传，尽力在社会范围内形成影响，达到小灵通用户 90%以上的信息到达率。

活动中宣传：

1、报纸媒体：硬广告告知，同时在固定报纸媒体，如《新晚报》开辟专栏，每月 18 日 - 20 日，公布本月赠送礼品，及进行活动告知，在首期硬广告告知时应标注该专栏情况。

2、营业厅单张：通过单张的派发对本次活动进行广泛的宣传，营业员可在消费者交费时与消费票据一并给客户。

3、营业厅台牌

4、短信群发：每月 18 日提醒用户一次，告知用户奖品情况

5、交费单据：所有交费单据均打印该活动情况，交费单据内容应该包括《新晚报》专栏名称简介

6、96333 电话充值卡画面：正面为活动告知性的画面表现，背面为 96333 电话充值卡的使用说明

7、公交车把手：活动参与方式告知

8、网站宣传：将活动前告知与领奖时间及时地在网上提醒客户

9、广播广告：在黑龙江广播电台进行活动前告知，与活动进程。

十一、奖品设置

1. 2005 年 1 月 15 日--2 月 25 日，可获得免费 2 小时的家政服务；
2. 2005 年 2 月 25 日--3 月 25 日，可获得学生用品套装；
3. 2005 年 3 月 25 日--5 月 25 日，可获得手机装饰品套装；
4. 2005 年 5 月 25 日--8 月 25 日，可获得 5 元悦铃免费体验；
5. 2005 年 8 月 25 日--10 月 25 日，可获得 10 元悦铃免费体验 96333 充值卡；
6. 2005 年 10 月 25 日--12 月 25 日，可获得圣诞大礼包。

十二、职能分工：

小灵通：

1、主要是将此次活动的信息通过各种大众媒介及自有媒体能够准确全面地告知消费者。

2、在指定营业厅领奖处内设置专门的领奖台，兑奖时设置 2 名固定员工。每日分为不同时间段进行兑换奖品。

3、负责奖品的购买。

4、负责监督并视察活动现场

唐都：

1、协助小灵通进行此次活动的宣传告知

2、宣传计划的制定

3、宣传物料的设计

4、宣传节奏的监控

十三、费用预算：

奖品费用 2005 年 1 月 21 日—2005 年 2 月 21 日，共需费用 10 万元。