

# 最新房地产的活动策划 房地产活动策划方案(优秀10篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 房地产的活动策划篇一

20xx年迎新年联欢?晚会活动准备好了吗?想不想您的晚会活动更加与众不同，活动节目更加精彩?一个电话交给传古文化传播有限公司，所有都统统搞定!

### 一、活动目的

增进领导与员工的零距离沟通，激发员工蓬勃的斗志，迎接新的挑战增强公司的向心力和凝聚力，体现公司与职员的，同心、同德、同赢共生、共存、共荣。

深度了解企业文化，有效整合团队精神，调动企业员工积极性，感受公司大家庭带来新年气氛和温馨。让职员体会到他就是公司，公司就是每一位职员。

为先进个人与集体颁奖，给员工一个充分展示表演天分的舞台，展示(中国)的激情与蓬勃发展之态。

### 二、活动亮点

#### 整体协调亮点

会场入口有绚丽的五彩气球，卡通兔偶及美丽大方的礼仪模特和红地毯，过道两旁有(中国)发展历程的图文资料及视频

资料，主会场以红和金色为主色调的红地毯、红条幅等，舞台采用设计制作，及各种各样的荧光盃，手掌拍。

整体会给人一种庄严、喜庆、辉煌的效果。

开幕亮点：

兔子曲及兔子舞处处彰显着活力、拼搏、激情辛劳的兔子精神，大胆创新、专业策划、和谐发展的中国文化。

颁奖亮点：

每一个获奖人两支玫瑰花，一支在口袋上，一支拿在手里，在授奖台上有一个精心制作的“家”字，获奖人在聚光灯柱下，徐徐从会场入口通过左侧走上授奖台把手里的花插在家字上，300支花组成一个家字，这是音乐想起(家和万事兴)合影完了一起唱！

文艺演出及猜猜有奖亮点：

在文艺表演的中间，参插互动游戏，(像有奖问答、动手动脑、砸金蛋)等。

三、活动环节衔接

在到场每一位都不知情的情况下。所有灯光唰的暗淡下来了(5秒)，这时激情的奔跑舞曲响起，聚灯光柱照在帷幕接口处，帷幕慢慢的拉开，一对兔子舞演员听着他们熟悉的旋律，姗姗起舞。随后上海传古文化传播有限公司提供活动策划，九对兔子舞演员陆续入场，共十对，寓意着，十全十美。也寓意着是房地产业的真诚和十分专注专业的企业。

舞曲和舞蹈到了结尾，主持人上台向在坐的各位拜年两句以后，突然手机(免提手机)响起，((中国)领导打的)说该是我

们给大家伙拜年了吧，然后领导快步的走上舞台(一个上、聚光灯柱迎接)主领导向员工拜年完，说一句祝福的成语。未见其人就听其声，下一个领导说着成语上台(鼠年腾达、达官显贵……)最后所有领导向员工同说一句拜年的话。

拜年结束，一个领导说是不是给大伙颁奖了啊，所有领导沉思后说“好”激情的音乐轻轻响起，进入颁奖环节，聚光灯柱迎着每一位领奖人及两个礼仪小姐伴随着走上领奖台。(或者用“道具兔子车”拉到领奖台，同样礼仪，灯光都要到位)

在“家和万事兴”歌曲结尾时灯光慢慢暗下来，突然亮起，带着面具的表演人员在台上站着，(面具可摘)这个之后，就可以不用暗灯了，文艺演出结束后，也面临着此次年会的结束，所有领导上台再次给大家拜年，音乐响起，(明天是个好日子)结束。

## 房地产的活动策划篇二

xx年9月8日18:00—21:00

xx名城中心广场

xx望月

主题释义：该主题将开发商与中秋有机地结合起来，同时渲染出一种家的温馨氛围，暗喻进入xx就是回到了家。

- 1、为业主与开发商之间搭建近距离沟通的平台
- 2、树立开发商企业形象和进一步宣传楼盘
- 3、深度挖掘潜在消费群体

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

“今晚回家吃饭吗？”

活动宣传语释义：中秋佳节作为中国一个传统节日，有道是：“每逢佳节倍思亲”，佳节都是家人团聚的时候，故活动宣传语以一种亲人的问询来触发本次活动，这句话也更能引起大众的共鸣，同时也暗喻本次活动将为所有与会者以家的温馨感觉。

1活动前的推广措施：

2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干；

3、制作“xx名城”字样的中秋印入场卷(造型可参考月饼造型)；

以上活动的目的旨在达到强化活动宣传效果和彰显开发商人性化的经营理念。中秋晚会

为达到更佳的宣传效果和更广泛的认知，本次活动拟将晚会分为两部分：晚会部分和酒会部分，并通过一些活动和环节将两部分有机地结合起来。

晚会内容：

晚会以突出家的氛围和格调为主，诠释中秋的内涵和底蕴，弘扬中国传统文化，触发所有与会者的共鸣，并使其能以最快和最自然的方式融入到本次晚会当中，使所有与会者真正体会到家的温馨情怀。

晚会进行当中由xx集团相关领导为xx地产第1000位业主授予xx荣誉员工称号(注：具体数字可根据开发商具体情况定，既可以是整数位，也可以是第815位、第918位等与中秋有关联的数字位)。

现场互动环节：

### 1、现场制作月饼

由聘请的厨师现场演示月饼的制作工艺和流程，由互动业主现场实地操作，并将制作好的月饼送与他最想送的人品尝。

该环节主要突出家庭的一种温馨氛围，尤其是那些整日奔波劳碌的业主，他们很难帮助家里做什么，以这种方式表达他们的歉意，可以更深刻的让他们体会到操持一个家的不易。

### 2、现场征集有关中秋的诗词歌赋

由主持人向现场观众征集有关中秋的各种形式作品(例如：歌曲、诗词等)送与他们想送的人，赠送形式既可以是现场献歌，也可以当场挥毫泼墨，也可以吟诵给他们的亲人听(看)。

该环节主要考虑在各种形式的有关中秋的作品中大多以中秋寄情来抒发一种对家和亲人的思念之情，其目的是可以更加强化家的感觉和氛围，体现以诗咏情、以词吟情、以歌颂情的一种格调。

### 3、月饼的味道家的味道

由主持人邀请现场观众上台品尝月饼，月饼分为酸、甜、苦及特殊月饼几种。吃到酸的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件让他(她)感到心酸的事；吃到甜的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件感到最为甜蜜的事；吃到苦的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件(段)感到最为痛苦的事(历

程)；吃到特殊月饼的观众可当场获得开发商现金或物质的奖励。本环节主要是让参与者能够和与会者去分享他们生活当中的各种滋味，进而达到共鸣！

#### 4、词语置换

由主持人邀请现场观众上台朗读一篇文章，将文章中的“中秋”置换成“xx”□将“xx”置换成“中秋”。无错误的参与者将得到开发商的现金或物质奖励，读错者将受到一定的`惩罚。

### 房地产的活动策划篇三

十一月的第四个星期是西方传统节日感恩节。西方的感恩节虽有其宗教内涵，但完全可以吸收其积极成分，融入传统美德中，并赋予新的涵义，设立有中国特色的“感恩节”。

#### 二、活动目的

为了加强大学生的感恩意识，我们特别借以感恩节让同学用眼睛去看，用耳朵去听，用心灵去感受什么是感恩文化，从而在自己的心中培植一种感恩的情感，学习换位思考，理解父母，互相体谅，让人际关系更和谐。

#### 三、活动主题

生命因为有了恩情，而有意义。用快乐的心创造生活，用进取的心赢取未来，用公正的心评判是非，用宽容的心融入社会，用真诚的心浇灌希望，用感恩的心感受世界。

#### 四、活动时间

x月x日至x月x日。

#### 五、活动地点

2号女生寝室楼下，活动后期在5号楼报告厅。

## 六、活动对象

全校师生。

## 七、活动组织

院社团联合会爱心社。

## 八、活动流程

### 1、活动前期宣传

(1)做展板，拉横幅，贴通知，发宣传单。

(2)邀请其他社团一起参加活动并帮助宣传。

### 2、活动的开展

工程一：在全校发起感恩的倡导，以打电话、发短信的方式为身边的人献上祝福，带去感恩。即让广阔学生能够在感恩节那天给父母打电话、发短信致以问候。为老师、朋友、献上感恩的祝福，诚挚的谢意。发放卡纸让同学写下最理想感恩的人或事，然后贴在感恩板上。

工程二：在全校发起感恩的倡导，在活动举办地点分发黄丝带，参加活动的同学在便利贴或者小纸片上写上祝福语，再由在场的筹划人员为他们系上黄丝带，便利贴贴在专门准备的展板上，纸片叠成千纸鹤或者爱心放在储物盒里。

工程三：组织个部门拉横幅签名，使感恩深入人心。

工程四：组织秘书部全体成员为学校教职员工发送黄丝带，送上感恩祝福。

工程五：一起来到当天活动地点的好朋友，还可以参加一个“抱抱留影”的活动。可用拥抱或者其它表示友好的姿势来拍照留念。

### 3、活动后期安排

在活动举行后，把签完名的横幅拉出来悬挂，把照片洗出来贴在展板上在五号楼大厅展出，感恩的爱心便利贴和千纸鹤安放于学校四季花奶茶店，活动的筹划，照片，放在爱心社的博客和群共享上，加强爱心社的宣传力度。

## 【房地产感恩节策划活动方案范文】

### 房地产的活动策划篇四

：芜湖碧桂园销售中心、湿地公园

今年种下一棵树，几年后将收获一片绿荫。你可以带着孩子一起来种属于你们的亲子之树，你也可以和心爱的ta来种一棵爱情之树，你还可以和好友一起来种颗友谊之树，让树的成长见证曾经的`岁月和年华。同时，植树造林，功在千秋，是一件非常有意义的事情，赶快来参加吧。

### 房地产的活动策划篇五

一、市场背景：

汉沽位于天津东部滨海地区，是天津滨海新区的重要组成部分，辖区面积441、5平方公里区政府坐落在寨上街辖区内，全区共有常驻人口17万。汉沽是我国重要的化学工业基地之一、已形成以海洋化工为主，多门类综合发展的工业体系，全区共有工业企业300余家，主要有制盐、化工、轻纺、服装、冶金、机械加工等十多个工业门类。汉沽不仅是一个工业重地，而且还是一个鱼米之乡，盛产水稻、水果及水产品。其



中的茶淀葡萄和水产品久负盛名。

xx所在寨上街，其南部为天津老牌化工企业一天津化工厂，她曾为汉沽区的发展立下了汗马功劳，但随着改革开放的进行及国有老企业的通病，企业的效益大不如前，也在某种程度上影响了汉沽区的发展。随着汉沽新一届领导班子对当地经济结构的调整，将第三产业作为汉沽区结构的补充体，使汉沽成为一个经济结构多元化的地区，从而保证汉沽区经济的健康、可持续发展。

## 二、竞争对手分析：

由于汉沽房地产市场的发展属于初级阶段，市场对价格的敏感度较高，面对产品的认知及感知程度相对较低，故此我们在分析竞争对手时主要针对地段、价格、产品三个层面进行归纳与比较，我们将其分为直接竞争对手与间接竞争对手。

1、在汉沽我们的直接竞争对手是谁呢？

2、在汉沽我们的间接竞争对手？

在汉沽市场中我们将绿地人家、滨河小区及富达花园定为间接竞争对手，具体原因我们分列如下：

绿地、滨河及富达的销售均价与第壹城相差500元左右，故此在目标人群层面，不与第壹城形成直接竞争。

## 三、竞争项目基本信息：

项目名称 规划面积 销售均价 基本情况

绿地人家27万平方米1760社区规模较大，销售单价较低，一期开发面积7万平米，整体社区规划及户型设计较为南方化，销售楼层以一、二、三、六层为主。

滨河小区12万平方米1584社区规划有中心景观带，五层建筑形态，社区无会所，邻近蓟运河及烈士陵园，价格优势明显，户型面积控制较好，并带简单装修。

井田·蓝月湾6万平方米20501型地块，与第壹城一路之隔，户型、价格、配套与第壹城相近。

分析：从已销售的户型比来看，其中两室占了绝对的比例，即便是顶层的两室也由于价位较低得到了市场的认可，所以我们有理由说，汉沽市场的主要需求在两室，对于一室户型的销售由于存量较大，我们仍需给予足够的重视。在两室的销售当中主要以a□b□e户型为主导，是典型的经典户型，面积在90—100m<sup>2</sup>之间，这样也从另一侧面反映了我们客户的主流消费价格在18万左右。

### 3、楼栋售出率分析

分析：在我们项目楼栋售出情况的分析中我们可以看出，大量消费出现于临街与临学校的一面，而在景观中心区附近的楼栋销售情况一般。出现这种情况的原因，一方面是现场销售控制的原因，一方面也与居住观念有关。但这样的销售情况也为项目后期景观节点释放后的销售，提供有力的产品支持。

### 4、已售出产品面积区间与总价格区间分析：

## 四、已购客户分析

### 1、付款方式分析：

分析：我们从已成交的客户付款方式的比例中可以看出，一次性付款与贷款的比例相差较大，说明当地的消费者在消费能力上虽有一定的问题，但他们具有相当稳定和充足的还款能力，且在消费意识上较为超前，这当然也与客户的职业及

受教育的程度有关。

## 2、年龄结构分析：

分析：我们从已购客户的年龄层面上去分析，主要可以得出的判断是我们的客户以中年人为主，他们对新事物的接受能力较强，具有一定的购买力及资金支配能力，相应对生活质量的要求也较高。而且我们从客户的年龄层次分析中还可以得出另外一个问题，即是他们的需求不只存在于房子一方面，在生活当中还有更多的需求，比如：子女的教育问题、娱乐问题、收入及职业状况问题等。由于汉沽当地群众对当地经济状况的担忧，更多反映出的是对子女教育的关注较多。

## 3、行业分析：

行业累计销售套数累计百分比

天化5830、05%

石化52、59%

个体及私营3618、65%

银行94、66%

学校94、66%

医院52、59%

盐场63、11%

税务52、59%

规划局21、04%

保险21、04%

其它5629、02%

总计193

分析：从已购客户的行业特征来看，大部分的已购客户集中在企、事业单位及个体行业。由此所反映出的是我们业主大部分为工薪阶层，其收入状况较稳定，收入水平相对较优厚。而这样的客户在汉沽当地的数量较多，为我们提供了较好的市场承接力，且在一方面确定了我们主要的`宣传目标。

#### 4、居住区域分析：

分析：从项目已购客户现居住区域情况的分析中，我们可以看出我们的主要消费对象仍是以汉沽城区附近的居民为主，且以天化宿舍为主，这样即为我们以后的宣传通路指明的方向。

#### 五、产品前期市场推广简要分析：

xx在前期的媒介宣传过程中，主要是对汉沽区的发展、顺驰的品牌、工程质量、物业及部分户型进行了市场传达。其项目的促销活动，主要是结合项目的工程节点进行了一些老客户的维系活动。

在我们对宣传及活动的分析当中，发现了其中存在三个方面的问题。一是宣传主题与客户需求上的错位，也即宣传内容的针对性不强；二是在各宣传节点上的诉求不能成为体系，缺乏对项目主题的支撑；三是宣传中对产品的价值宣泄不足。

#### 六、分析|总结：

##### 1、对市场、产品、消费者的总结：

我们在前面对市场及竞争对手、产品及客户进行了一个简要的分析，通过分析我们得出我们对市场、产品及市场中的消费者的理解，我们在明示如下：

**市场：**在汉沽的房地产市场中充斥着大量的房地产项目，单从供应量上来讲已基本可以满足市场现有的消费需求，而且在新的一年里将有新的地产公司进入市场，并为市场带来新的产品，这样我们就可以说20xx年的汉沽房地产市场，将快速成长为供大于求的买方市场。对于在市场中的各个项目来说，汉沽将是一个各项目进行快速掠夺的市场。

我们从目前所了解到的市场中各项目的销售情况来看，虽然汉沽已经进入了买方市场，虽然各项目都已经在市场中得到相应的认知，虽然各竞争对手之间的差异较大（包括产品及价格），但是却没能有一个项目成为市场追逐的热点，成为市场销售的领跑者，成为市场中最具杀伤力的项目。在这样的市场情况下，一方面给我们留下了一个绝佳的市场机会，一方面也让我们反思我们近一年来所做工作的欠缺及未来工作中的跟进措施。如果我们能够在未来的工作中，及时总结我们的经验教训，及时调整我们的营销战略，及时登上市场领军者的宝座，我们的项目明天将会异常光明。

**产品：**在汉沽房地产市场中，我们不能说我们的产品规模是最大的，不能单就一个方面说我们的产品是最好的，但我们可以说我们产品的从整体上来说是最好的，虽然我们销售价格高于竞争对手，但这个价格是与其价值相符的，这从我们产品的前期销售中即可看出。虽然目前市场上普遍认为我们的价格高，但那只是表面现象，那只是因为我们没能在项目的前一阶段销售过程中让市场认清我们产品的价值而已，只要我们能让消费者实际感受到我们的产品，看到我们的产品价值，我们的销售必然会放量，我们的项目必然会成为市场关注的热点，我们的项目必然会成为市场的领跑者。

**消费者：**在汉沽当地的消费市场中，主要以工薪收入阶层为

主，这是由当地相对单一的经济结构所造成的。虽然这些工薪阶层的收入水平不高，但是却相对稳定，这为他们购买房地产产品提供了物质基础。同时由于他们受教育程度相对较高，这样对新鲜事物的接受能力也相对于一般消费者要强，因此也就说明他们是我们的目标消费群体，是我们产品信息释放的主渠道。

## 房地产的活动策划篇六

### 1、活动介绍

活动主题：《闹元宵，砸大奖》

活动对象：关注xx房产微信账号的顾客

活动口号：其乐融融庆元宵，喜气洋洋砸金蛋

活动时间□20xx年xx月xx日

举办场地□xx广场

主办单位□xx房地产开发有限公司

承办单位□xx房地产开发有限公司

### 2、活动背景

农历正月十五日，是中国的传统节日元宵节。正月为元月，古人称夜为“宵”，而十五日又是一年中第一个月圆之夜，所以称正月十五为元宵节，又称为“上元节”。按中国民间的传统，在一元复始，大地回春的节日夜晚，天上明月高悬，地上彩灯万盏，人们观灯、猜灯谜、吃元宵合家团聚、其乐融融。为了进一步促进社区文化及节日氛围(商场则为吸引人流，带旺人气，借元宵之际开展元宵旺场活动)开展本次活动。

### 3、活动目的

通过开展晚会活动，能提高群众对于xx房产的好感；以大家喜闻乐见、形通俗易懂的游戏节目内容、营造成一个充满节日氛围的“欢乐大舞台”，充分体现群众与元宵节同欢、同庆、同喜、同乐，激情沸腾的热烈场景，使整场元宵晚会的气氛达到最高潮，是更多的群众认识了解xx房产。

1、布置效果：具有中国元素的新春元宵气氛，欢快、热烈，以灯笼、灯谜、窗花、鞭炮等等物品装饰，烘托出温馨喜庆的元宵气氛。

3、活动现场播放元宵节喜庆音乐。

4、搭建舞台，全新红地毯，显眼活动主题背景，突显节日喜气洋洋的气氛。

5、提前释放出活动信息。

6、广场入口粘贴活动海报。

1、关注xx房产微信账号，送红包。

游戏规则：现场节目开始前，观众可以通过关注xx房产的微信账号与会场大门处获得现场赠送的红包，红包有三百个，只有进入会场且关注xx房产的微信账号的前三百名观众可获得红包，一个账号只能获得一个红包，经现场服务人员验证后领红包者签字领取，送完为止。

注：每个人只有一次获得红包的机会，同一个人多个微信账号也只能获得一个红包。

道具：红包三百个，发奖台一个

奖品：进入活动现场并关注后获1个红包

所需人力：共五人，两名保安在发奖台两边维持现场秩序，一名服务人员负责检查领红包观众是否关注xx房产微信账号，一名服务人员负责发红包并监督领红包观众签字，一名服务人员负责保管所有的红包。

## 2、砸金蛋

游戏规则：晚会进程中每位观众可通过所关注的xx房产的微信账号在手机微信上参加砸金蛋抽奖活动，每个关注的账号有三次砸金蛋机会，通过砸金蛋来随机获得现场所提供的不同奖品，奖品分为一等，二等，三等(如有需要可增加奖项)，每次砸金蛋的中奖概率为百分之五十，中奖后观众微信账号上会显示获奖信息，中奖的观众可在晚会结束后凭借中奖信息到领奖处领取相应的奖品，奖品限当日兑现，经现场服务人员验证获奖信息签字领取，过期作废。

道具：手机，桌子，板凳(条件允许的话可在现场提供免费wifi)以方便观众参与活动)

奖品：待定

所需人力：共九人，四名保安位于领奖台周围维持现场领奖持续，一名服务人员负责监督领奖观众签字验证，一名服务人员负责发放奖品，三名服务人员负责保管所有奖品。(可根据奖品的数量适当增减保管奖品的服务人员。)

1、兑奖方式：红包所获奖金直接在红包里以现金方式提供。砸金蛋所获奖项可在晚会结束后，凭借xx房产微信账号所提供的中奖信息到指定的领奖台当场兑现。

2、奖品设置：



送红包游戏：每个红包内金额随机为一元，三元，五元。一元红包设两百个，三元红包设八十个，五元红包设二十个。总金额五百四十元。

金蛋游戏奖品待定

### 3、注意事项：

获得奖券者领取奖品前需亲笔签字后才能领取对应奖品。

1、进行活动总结，分析问题经验。

2、发布活动成果信息。

房地产营销活动策划方案

年会活动策划方案范文

会议活动策划方案范文

元旦活动策划方案范文

公益活动策划方案范文

大学团日活动策划方案范文

公司春游活动策划方案范文

文明宣传活动策划方案范文

社团活动策划方案范文

汽车促销活动策划方案范文

## 房地产的活动策划篇七

名城是一座集商品住宅和商业旺铺于一体的社区。为使名城的销售达到“更上一层楼”的目的，特决定举办中秋晚会。现对本次中秋晚会实施方案详述如下：

9月22日(中秋节) 18:00—21:00

名城中心广场

望月

主题释义：该主题将开发商与中秋有机地结合起来，同时渲染出一种家的温馨氛围，暗喻进入就是回到了家。

- 1、为业主与开发商之间搭建近距离沟通的平台
- 2、树立开发商企业形象和进一步宣传楼盘
- 3、深度挖掘潜在消费群体

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

“今晚回家吃饭吗？”

活动宣传语释义：中秋佳节作为中国一个传统节日，有道是：“每逢佳节倍思亲”，佳节都是家人团聚的时候，故活动宣传语以一种亲人的问询来触发本次活动，这句话也更能引起大众的共鸣，同时也暗喻本次活动将为所有与会者以家的温馨感觉。

1活动前的推广措施：

2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干；

3、制作“名城”样的中秋印入场卷(造型可参考月饼造型)；

以上活动的目的旨在达到强化活动宣传效果和彰显开发商人性化的经营理念。

1中秋晚会

为达到更佳的宣传效果和更广泛的认知，本次活动拟将晚会分为两部分：晚会部分和酒会部分，并通过一些活动和环节将两部分有机地结合起来。

晚会内容：

晚会以突出家的氛围和格调为主，诠释中秋的内涵和底蕴，弘扬中国传统文化，触发所有与会者的共鸣，并使其能以最快和最自然的方式融入到本次晚会当中，使所有与会者真正体会到家的温馨情怀。

晚会进行当中由集团相关领导为地产第1000位业主授予荣誉员工称号(注：具体数可根据开发商具体情况定，既可以是整数位，也可以是第815位、第918位等与中秋有关联的数位)。

现场互动环节：

1、现场制作月饼

由聘请的厨师现场演示月饼的制作工艺和流程，由互动业主现场实地操作，并将制作好的月饼送与他最想送的人品尝。

该环节主要突出家庭的一种温馨氛围，尤其是那些整日奔波

劳碌的业主，他们很难帮助家里做什么，以这种方式表达他们的歉意，可以更深刻的让他们体会到操持一个家的不易。

## 2、现场征集有关中秋的诗词歌赋

由主持人向现场观众征集有关中秋的各种形式作品(例如：歌曲、诗词等)送与他们想送的人，赠送形式既可以是现场献歌，也可以当场挥毫泼墨，也可以吟诵给他们的亲人听(看)。

该环节主要考虑在各种形式的有关中秋的作品中大多以中秋寄情来抒发一种对家和亲人的思念之情，其目的是可以更加强化家的感觉和氛围，体现以诗咏情、以词吟情、以歌颂情的一种格调。

## 3、月饼的味道家的味道

由主持人邀请现场观众上台品尝月饼，月饼分为酸、甜、苦及特殊月饼几种。吃到酸的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件让他(她)感到心酸的事;吃到甜的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件感到最为甜蜜的事;吃到苦的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件(段)感到最为痛苦的事(历程);吃到特殊月饼的观众可当场获得开发商现金或物质的奖励。

本环节主要是让参与者能够和与会者去分享他们生活当中的各种滋味，进而达到共鸣!

## 4、词语置换

由主持人邀请现场观众上台朗读一篇文章，将文章中的“中秋”置换成“”，将“”置换成“中秋”。无错误的参与者将得到开发商的现金或物质奖励，读错者将受到一定的惩罚。

本环节以娱乐为主，同时起到宣传公司品牌形象的目的。

## 1 “望月” 酒会

酒会以推广和宣传为主，播放一些轻柔的背景音乐，同时设置部分“望月”茶座，会场设置业务洽谈区、品茗区、月饼制作演示区、餐饮区等。其中休闲娱乐区拟邀请木偶戏团、小型民乐演奏等现场助兴作为酒会的一个亮点推出。

### 关于本次晚会节目的一些设想

晚会是以各种节目的形式来烘托中秋的节日气氛，同时为体现开发商的形象，所以应体现出家庭生活的温馨、浪漫，而此处的家庭应理解为广义的家庭，它既指每个人的小家，也涵盖着名城这个大家庭，因此所有节目应围绕这个主题展开，所有节目也应为这个主题服务。

晚会应包含演艺团体的节目、企业员工节目、互动节目及企业领导致词或颁奖等几个部分。

演出团体的节目应以格调高雅的民族类节目为主，可以包括一些民乐演奏、体现中秋节日气氛的民歌等，同时可以考虑邀请一些专业的播音人员来现场吟诵一些反映中秋的诗词，考虑到各年龄段业主的需求，可适当增加一些流行时尚的元素，但该部分只能属于陪衬和渲染气氛，不应喧宾夺主。为实现宣传品牌的目的，拟采用模特现场走秀的形式来展示，模特可以穿上印有集团开发的各个楼盘标识和形象的文化衫进行现场展示，以达到最佳的宣传效果。模特既可以邀请专业模特，也可以考虑使用企业自己的员工来展示。

企业所出的节目应体现出企业的风采、员工的风貌，同时所选节目应突出集团与业主是“一家人”和处处都是为业主考虑的一种人文关怀。

企业领导致词或颁奖是体现本次活动目的的一个重要载体，其作用是强化本次活动的意义和作用，同时也通过致词表达

人对所有业主和潜业主的祝福和感谢。

本次晚会的一个目的是希望现有业主介绍其周边亲戚或朋友来购买，但如果去过份渲染这一目的势必会起到适得其反的作用。我认为最佳的办法是只在主持词中体现这一目的，然后通过本次晚会的举办能让与会观众能切实感到该企业的独到之处，只有让业主能深深感受到该企业 and 该楼盘的好，才能真正触发他们的宣传意识，使这种宣传和介绍由一种被动行为变成一种主动行为，将这一目的由宣传变为无形，也就是“此处无声胜有声”，其效果才能达到最佳。

## 房地产的活动策划篇八

xx新城二期申购工作10月12日正式启动；

情感维护增强老业主对项目认可度，挖掘客户老带新潜力；

浓情xx□感恩重阳

1， 可持续的(如15天左右)

2， 持续1-3天

1， 可持续的(如15天左右)活动，如

1xx新城金秋菊花展

活动内容：

1) 工地售楼部举办小型菊花展，100200盆菊花规模；

2， 持续1-3天的活动，如：

2xx新城关爱老业主，重阳送健康

活动内容：

- 1) 横山售楼部现场提供中医把脉、免费体检(血压、心率等)；
- 2) 邀请医师进行冬季生活健康、饮食、养生知识讲座等；

3xx新城重阳嘉年华

活动内容：

- 1) 互动小游戏□diy重阳糕；室内投篮、抓娃娃机、转盘抽奖等；
- 2) 全家福合影、个人照片(diy马克杯制作、精致画框赠送)

1、采桑子 重阳

毛泽东

人生易老天难老，岁岁重阳，  
今又重阳，战地黄花分外香。  
一年一度秋风劲，不似春光，  
胜似春光，寥廓江天万里霜。

2、九月九日忆山东兄弟

(唐)王维

独在异乡为异客，每逢佳节倍思亲。  
遥知兄弟登高处，遍插茱萸少一人。

### 3、九日齐山登高

(唐)杜牧

江涵秋影雁初飞，与客携壶上翠微。尘世难逢开口笑，菊花须插满头归。

但将酩酊酬佳节，不作登临恨落晖。古往今来只如此，牛山何必独沾衣。

## 房地产的活动策划篇九

- 1、“男人帮女人帮”——亲友帮你赚优惠
- 2、“男人帮女人帮”——相亲相爱攒幸福赚优惠
- 3、“男人帮女人帮”——亲友相帮家享优惠

促销剩余房源，实现冲刺；

增加来访客源，积攒人气，促进销售；

周六

楼盘营销中心

由老客户带来的新客户及自然来访新客户

暖场活动+抽奖送礼（抽奖仅针对认购成功客户）

活动规则：

老带新客户抽奖送礼：若新客户认购成功，新客户可直接参加抽奖赢取奖品，老客户即免物业费，并获得抱枕一个。



新a客户带新b客户：新b客户认购成功可直接参加抽奖赢取奖品，新a客户可获抱枕一个；如若双方都成功认购，即可参与抽大奖并抱枕一个。

## 暖场活动内容

女人帮——光棍节送温馨给朋友！

2、活动结束后，手持礼品券的客户都可凭券领取抱枕（或伞）一个，礼品送完即止；

男人帮——光棍节不做宅男！

中午13:00-16:00，男士可在小区内部的篮球场以一组3对3进行篮球比赛，一天之内设定3场比赛，现场男士可报名参加，报名人数共18个名额，现场将请篮球裁判一个，最后获胜队每人也可获价值150元/个的电水壶一个，依次类推，获奖名额共有9个，此处需备9个电水壶作为游戏获胜者发放。

抽奖活动针对所有认购成功客户，抽奖完毕后，应凭首付款发票领取奖品；

抽奖礼品：一等奖□ipad1名，价值4000元/个；

二等奖：冰箱2名，价值2500元/个；

三等奖：电水壶10名，价值150元/个；（篮球赛获胜者需另备9个水壶作为礼品发放，故现场需备20个电水壶）

另，普通奖礼品：抱枕（或伞）50名，价值40元/个；伞（价值30元/个）（普通奖适用于所有参与活动且手持礼品券的客户，礼品送完即止；）

# 房地产的活动策划篇十

端午节的到来又为当地地产的销售带来了机遇，为了把握住这次的机遇，我们特地举行端午节活动来带动销售的进行。

“青年置业———小户型当家”xx看房团暨浓情端午？“粽”享未来。

20xx端午节期间。

xx报名客户（200人左右，分为两批）

现场来访客户。

前期来访来电客户（置业顾问回访邀请）

（一）线上部分□□xx报宣传）

1、活动前期的新闻预报和参与读者的咨询、报名；

（二）线下部分□□xx报北线看房直通车）

组织读者参与专门针对小户型的看楼直通车活动；

（三）现场活动：（浓情端午？“粽”享未来）

目的：以端午节为噱头，结合xx报看房团的到场，通过现场客户参与性小活动，并以赠送小礼品形式给客户利益点，使看房团及来访客户愿意长时间停留在销售中心，营造现场销售气氛。

形式：

2、购买端午荷包制作材料，邀请荷包制作老师，现场给客户

制作荷包，客户更可亲手diy端午小荷包。

3、外场接待，在邀请荷包制作老师现场教客户diy荷包的同时，做茶艺表演，同时会有演绎四人组配合表演现场弹奏古典音乐，让客户亲身体会高雅的茶文化，品评幽香茶味。

4、现场提供冷饮、冰激凌、爆米花，给客户带来凉爽夏季的感觉。

5、在xxx超市门口请2个环保大使派发环保袋，环保袋内装max未来宣传资料树立max未来节能环保楼盘的公众形象。

时间 内容 物料、人员准备 备注：

10：00——12：00 环保袋的派发 2名环保大使□xx□□

环保袋若干□xxx□ 物业手续已办好，但在派发中仍需注意城管。

16：00——18：00 环保袋的派发 2名环保大使□xx□□

环保袋若干□xxx□□

09：30——14：00 活动布展 xx传媒；

14：00——15：00 香包diy区、演绎人员到位；

15：41 接待第二批看房团客户，内场向客户进行项目户型的解说，外场进行茶艺表演及香包diy□

16：00 看房团活动结束 整理场地及物料；

由于看房团集中人数到场较多，活动当天分两批到场（每隔四十分钟一批，每批约100人）。

1、讲解：重点培训三人，分区域负责讲解，其他置业顾问做配合咨询解答。

岗位 负责人 接待内容：

现场配合 xxx 主要负责现场客户单点答疑、调查问卷填写、客户银行存款手续、引导礼品领取及其他紧急事项协调。

2、接待物料准备

接待物料 内容 数量 负责单位：

xx接待说辞 项目整体介绍、区域位置、产品类型、科技卖点等内容； 1份；

项目百问 项目百问问答内容 1份；

扩音器 三个主讲人讲解使用 3个；