

# 最新如何进行房地产拍卖活动 房地产活动方案(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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 如何进行房地产拍卖活动篇一

20xx年4月29日~5月1日下午2点至5点

每一组到场家庭均可免费观看喜剧大片，还可亲自动手diy活动一系列。

(一) 温情蛋糕diy1□活动时间□20xx年4月29日

- 1、到场嘉宾签到领取体验券。一家人可以做一个蛋糕。
- 2、项目位置□xx销售大厅1楼休息处
- 3、工作人员：3名师傅，1名讲解人员。

4□diy活动所需物料清单：

12 (二)diy手绘t恤+欧文英语课堂

- 1、活动时间□20xx年4月30日下午2点--5点。
- 2、通过短信邀请业主带上孩子到北麓原免费听课。
- 3、到场嘉宾签到，5-10岁孩子可以免费体验欧文专业英语知识课堂讲解。每位到场的小朋友可以获得一件印有自己照片

的t恤一件。

4、项目位置：中冶北麓原负一楼露台。

### （三）手绘环保袋

1、活动时间□20xx年5月1日

2、到场嘉宾都均可领取一个环保袋。

3、活动地点：销售大厅外露台

物料必备：

由开发商提供冷餐及现场pop□现场设施设备

参与人群：

本项目业主及准业主

## 如何进行房地产拍卖活动篇二

随着五一小长假的到来□xx作为旅游地产，将会迎来很多的游客和返乡的本地人，中国的房产市场，很多人都会选择在五一小长假这个时机去为家人购房，而各开发商也纷纷借节献礼，促销活动接连发力。在目前市场白热化，供过于求，客户消费理性及观望的心态，为了能继续结合暖春购房活动的价格差异化营销模式，针对市场客户需求，作促销提案如下：本次促销拟将“单刀直入式”的促销手法。该手法虽然几乎所有的楼盘都有在使用，但是迎合了节日的氛围及项目所处位置和周边配套等的优势，突显“格差异化”的优惠政策，实时回馈客户，对于楼盘的销售的知名度和销售都起到“风声水起”的作用。

本次活动主要是针对商业广场、样板间落成、3、4号楼开盘及五一黄金周的促销为主。全力助推“××”在××本地市场的知名度，促进楼盘迅速销售快速回笼资金，为即将到来的海南房产6、7、8月份的销售淡季一个缓冲及海南金秋时节置业旺季做前期销售奠定好的基础。

促销对象主要是针对最后一批在海南过冬，即将返程的候鸟群客户，那大城市刚需居民及周边农场、乡镇想改变生活质量搬迁市区等的本地置业人群。

1、商业广场、样板间的正式开放，儋城壹品全新面貌迎接业主的到来

2、3、4#楼正式开盘，经典生活诚挚奉上，5月1日至5月7日每天5套特价房，限时抢购。

1、黄金周献礼，回馈客户；

2、3、4#楼正式开盘，5月1日起正式销售，在儋州市内、

5周边农场、乡镇悬挂横幅，增大广告宣传量；

4、每天特价房源，限时限套抢购；

5、现场促销氛围营造

广场放置遮阳伞及休闲桌椅，免费开放wifi[]免费提供饮料、咖啡、爆米花，增加人气，放置音响，播放音乐结合广场喷泉，形成一个典雅的休闲区。案场入口设置拱门，广告语“”

6、促销活动时间及地点；

促销活动时间；一口价房源时间为五一黄金周7天。折扣加送

装修大礼包活动截止与20xx年8月30日。

促销活动地址：××市区为主，周边农场及乡镇为辅；

## 如何进行房地产拍卖活动篇三

“五一黄金周”历来是各商家的一个重要销售时节，特别是冰箱、空调等夏季需求性较大的家电产品，同时也是楼市的一个旺点。为把握五一销售时机，建议联合市内较大、综合实力较强的家电经销商共同开展五一促销活动（天天润也可以考虑）。整合家电与房产两大主力时尚资源，以丰富的产品面及较大的广告号召力、较强的现场煽动力促进双方产品的市场认知度、促进双方产品的销售。

同时活动较之于平面广告更能加强产品的市场印象，能增进与消费者的互动，更好的调动起消费者对楼盘关注的积极性与购买欲。联合造势既可减少广告投入，又能提高市民对活动的关注度，是双赢之举。

1、与消费者零距离交流、扩大各自产品的市场影响力；

2、以优惠的措施，促进各自产品的销售；

1、活动区域固定居民

2、观光旅游人士

3、各自的目标消费群

4月28日——5月3日（可根据活动效果、天气另行调整时间）

以人口较为集中，有一定购买力的区域作为选择标准，暂定：天天润、

- 1、歌舞演出
- 2、有奖问答
- 3、发放宣传单

4、楼盘/产品咨询

1、多层单位的特价房先到先得。

2、多层单位非特价房活动期间购买，除享受二千、三千的优惠额度外，赠送指定空调或冰箱一台；但不再享受任何折扣优惠。

3、活动期间购买商铺的客户除正常折扣外，获赠指定空调或冰箱一台；但不再享受任何金额优惠。

4、来活动现场中答者，可获得礼品伞一支。

5、项目已购老客户在五一当天可至售楼部现场领取礼品一份，礼品暂定为xxx□

1、9：00主持人开场白

2、9：05节目

3、9：15楼盘项目/家电产品介绍

4、9：25节目

5、9：45有奖问答

6、10：00节目

7、10：15发放宣传单及咨询

- 1、展板2块，规格2.4x1.2□铁架焊制可折叠收放
- 2、易拉宝一个
- 3、音响一对含无线话筒
- 4、拱门1—2个（双方各提供一个）红地毯
- 5、咨询台1—2张、椅子6张
- 6、宣传折页、资料袋若干
- 7、礼品伞200支
- 8、冰箱、空调若干台（经销商提供）
- 9、家电类宣传展板由经销商制作安排
- 10、帐篷4顶（经销商提供）

1、活动短信：5万条

2、电视流字1周

3、宣传单页（各自制作、发布）

4、户外广告牌（长年效应）

1、活动短信：5万条xx元/条=x元（各出50%）

2、电视流字1周xx元/天=x元（各出50%）

3、演员费用：约x元/天。人xx人x5天=x元（经销商）

4、场地费用□x元/天。地x5天=x元（开发商）

- 5、拱门审批□x元/天x5天=x元（经销商）
- 6、绶带：4条x30元/条=x元（经销商）
- 7、地毯、台布：约x元（开发商）
- 8、展板□x元/个x2个=x元（开发商、含喷绘）
- 9、汽车租赁：250元x5天=1250元（各出50%）
- 10、户外广告喷绘约x元（开发商）
- 11、其他费用共计x元

## 如何进行房地产拍卖活动篇四

- 1、促进开盘成交客户合同签订；
- 2、提升开盘售楼部现场人气；
- 3、促进项目开盘成交，制造凯悦城的声音，及快速去化房源。

20xx年9月份(具体时间待定)

凯悦城售楼中心

- 1、置业顾问电话邀约

时间□20xx年9月份

- 2、电器的购买

时间□20xx年8月30日

### 3、抽奖券制作到位

时间□20xx年9月初

### 4、水果糕点现场布置到位

时间：开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动内容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励：

一等奖：笔记本电脑(2名)

二等奖：海尔冰箱(4台)

3000x2台=6000元

1500x4台=6000元

1000元x6台=6000元

600元x10台=6000元

100元x90台=9000元

费用预估：33000元

三等奖：海尔洗衣机(6名)

四等奖：微波炉(10名)

五等奖：榨汁机或电饭煲或加湿器(90名)

新客户到达售楼中心--进入签到区签到--拿排号单或序号--客户集中到门外--现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户--由销售带客户进行现场砸蛋区--由客户砸蛋获取奖券--销售带客户去领奖去等级(需带认购和客户身份证)--核对后领取奖品--销售让客户从后门离开。

(置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群)

1、抽奖券数量：100张

抽奖箱：1个

费用：100元

2、聘请婚庆公司费用：2500元

3、水果糕点费用：1000元

4、预计现场布置费用：

费用：500元

5、小礼品购置费：毛绒玩具等20xx元

6、不可预计支出费用：

费用：900元

7、家电费用：33000元

策划部

xx年8月22日

# 如何进行房地产拍卖活动篇五

1、负责：企划部

2、成员：各部门负责人

二、活动时间□20xx年9月份

地点：凯悦城售楼处

准备：职业顾问电话邀约、外面截流

三、活动目的：

1、促进开盘成交客户签订合同

2、提升当天现场售楼处气氛，使得房子很抢手

3、为凯悦城打响名气，促使人际口碑效应

四、活动主题：

庆中秋，迎国庆，送大礼！

五、活动口号：望景送情意，中秋礼上礼

六、场景布置：（时间开盘的前一天）

（一）、场外布置：

大门对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；（条幅或者对联，5元一米，5米x5=25元）

外墙悬挂巨幅：宽：高=10m\*13m□宣传活动内容；（130平

米x10=1300)

在门上方悬挂大红灯笼8个□(26x8=210)

共计费用：30+1300+210=1540元=1600元

(二)、场内布置：(开盘的前一天)

1、条幅：欢迎光临“凯悦城”售楼处

2、在一楼大厅设立一个大月饼;(kt板或塑料材料价格不详，预算大概300元)

3、在一楼入口处设立一座牌坊，在加上两个人进行现场月饼制作，在牌坊上端悬挂吊牌写上家乡月饼，烘托做月饼和家乡的气氛;(牌坊加上原料和人工1000元)

4、租用婚庆公司的地毯、拱门、音响、(500元)

5、在各楼层通道摆放上50个小吊旗(4x50=200元)

6、中厅中央吊一个大型(2、5米宽)的灯笼(用kt板制做)，在大灯笼下方吊方块字样“中秋节快乐”，在从再加上其它的装饰物。(费用500)

共计费用：2600元

七、宣传策略(时间：开盘前一天准备到售楼处，

1□dm海报宣传;

a□宣传内容：项目的户型与配套优势等相关内容;

# 如何进行房地产拍卖活动篇六

20xx年xx月xx日上午。

xxxxxx售楼中心现场。

工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

xx电视台□xx日报□xx新闻台等。

对外传达xxxxxx开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大xxxxxx的社会知名度和美誉度，体现xxxxxx的完美前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区xxxx房地产开发有限公司用心良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“xxxxxx开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区：届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在xxxxxx售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

1、室内外表现

1) 彩旗(彩条)

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

### 盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

### 3) 气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

## 2、现场表演活动资料：

1) 军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2) 腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3) 舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着xxxxxx完美的发展前景。

## 3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也能够简单赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，构成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

### 活动文案如下：

为酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡

统一售价1000元，卡面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由xx市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6:00开始理解排队。

本公司将于20xx年9月30日上午8:00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，务必与购卡收据一并出示，方为有效。

活动规定:参与者务必年满18岁以上，具有完全民事行为能力，持有效身份证明的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民(每人限购、取卡一张)

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款;不购房或超过购房时间期限此卡作废，不予兑换。能够自由转让，转让价格自定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

4、筹备工作:

- 1) 拟定与会人员。于月日向与会领导发出请柬。
- 2) 提前做好请柬，并确认来否回执。
- 3) 提前5天向xx气象局获取当日的天气状况资料。
- 4) 落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。
- 5) 提前6天落实指挥和负责秩序工作。
- 6) 做好活动现场的礼品、礼品袋
- 7) 提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别:来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

## 6、人员安排:

- 1) 预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。
- 2) 工作人员15名;
- 3) 公司工作人员30名;

11:00客户签约，开盘销售活动正式展开。

## 1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第版刊登整版广告，告知xxxxxx开盘的信息。

## 2、电视广告

xx电视台录制开盘录像，制成vcd作为开盘活动的资料。并由xx电视台制作新闻，报道整个开盘活动现场的状况，进一步扩大宣传。

### 3、电台广告

在开盘前后两个月播出xxxxxx开盘的信息。

### 4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕，采取派员发放与夹报相结合的方式。

1.《xx日报》27、28、30日整版xxxx元

2.电视台录制开盘录像及新闻报道xxxx元

3.电台广告宣传xxxx元

4.开盘仪式场地户外广告管理处审批xx元

5.礼仪公司各项费用xxxx元

(含舞台、音响、舞狮队、腰鼓队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金)

6.气球(开盘现场及市区主干道)xxxx元

7.鲜花盆景租赁xxxx元

共计xxxxxx元

贵州演艺策划传媒有限公司

贵州演艺策划传媒有限公司业务范围：

1. 专业文艺演出:大型演唱会、文艺晚会、电视综艺节目制作
2. 各式商务演出:公司晚会、会议演出、新年联谊活动
3. 新闻发布会、时装展示会、产品推介会及商务促销路演
4. 各种会议服务、展览展示
5. 礼仪庆典:开业庆典、周年庆典、开工奠基剪彩仪式及剪彩仪式等

## 如何进行房地产拍卖活动篇七

- 1、促进开盘成交客户合同签订;
- 2、提升开盘售楼部现场人气;
- 3、促进项目开盘成交,制造凯悦城的.声音,及快速去化房源。

20xx年9月份(具体时间待定)

凯悦城售楼中心

- 1、置业顾问电话邀约

时间□20xx年9月份

- 2、电器的购买

时间□20xx年8月30日

- 3、抽奖券制作到位

时间□20xx年9月初

#### 4、水果糕点现场布置到位

时间：开盘前一天

邀请凯悦城开盘，购房签约客户，将在售楼中心内部进行现场“砸金蛋得家电”活动，由项目经理对本次活动类容进行简单介绍，并传递前期购房客户，老带新活动政策，本次活动抽奖由当天购房客户现场抽取，产生以下奖励：

一等奖：笔记本电脑(2名)

二等奖：海尔冰箱(4台)

3000x2台=6000元

1500x4台=6000元

1000元x6台=6000元

600元x10台=6000元

100元x90台=9000元

费用预估：33000元

三等奖：海尔洗衣机(6名)

四等奖：微波炉(10名)

五等奖：榨汁机或电饭煲或加湿器(90名)

新客户到达售楼中心--进入签到区签到--拿排号单或序号--

客户集中到门外--现场维持开盘前客户情绪，待开盘开始，由销售带客户购房，已签订购房认购的客户--由销售带客户进行现场砸蛋区--由客户砸蛋获取奖券--销售带客户去领奖去等级(需带认购和客户身份证)--核对后领取奖品--销售让客户从后门离开。

(置业顾问全程接待，并一对一介绍，促进成交几率，深入挖掘潜在客户群)

1、抽奖券数量：100张

抽奖箱：1个

费用：100元

2、聘请婚庆公司费用：2500元

3、水果糕点费用：1000元

4、预计现场布置费用：

费用：500元

5、小礼品购置费：毛绒玩具等20xx元

6、不可预计支出费用：

费用：900元

7、家电费用：33000元

策划部

xx年8月22日

## 如何进行房地产拍卖活动篇八

利用返乡客回家过年的契机和元宵佳节，抓一批返乡客冲击1月份销售任务，促进尾货去化。鉴于湘阴市客户是项目一部分重要的客户构成，项目地州市的成交客户中，湘阴客户占到绝大多数比例，因此选择湘阴为此次巡展路演地点，同时是对前期湘阴市老客户的'一次老带新宣传和回馈活动。

项目湘阴县前期老客户、目前湘阴籍到访客户及潜在意向客户

前期预热巡展及行销派单

主题：新春钜惠---中国铁建·山语城湘阴专场新春嘉年华

时间：1月19日-1月23日，前期准备和预热时间为6天

1、商超销售咨询及行销派单：

时间：19号-23号

人员：6名置业顾问和12名行销

动作：在两个超市门口设咨询点，置业顾问在咨询台，12名行销人员在周边人流密集点进行派单，让客户了解项目信息以及24号的嘉年华活动信息，意向客户进行登记，登记客户发送新年礼包一份（台历、刮刮乐、购物袋各1个），6天预计发送礼包360个。2、成交老客户拜访：

置业顾问拜访去年成交的湘阴优质老客户，每组客户送食用油1瓶，并宣传老带新政策。

3、19号-23号看房车安排：（一台车）

8:30—9:30（长沙—至—湘阴）由山语城出发带领6名置业顾问和12

名行销去往湘阴县城派单；

13:30—14:30（湘阴—至—长沙）由3名行销带领前一天和当天上午的

客户从湘阴到山语城看房；

16:00—17:00（长沙—至—湘阴）班车送客户回湘阴；

17:00—18:00（湘阴—至—长沙）班车接置业顾问和行销回长沙。

4、24号看房车安排：（两台车）

8:30—9:30（长沙—至—湘阴）由山语城出发带领6名置业顾问和12

名行销去往湘阴县城派单；

12:00—13:00（长沙—至—湘阴）由山语城出发带领3名置业顾问去往

湘阴嘉年华现场；

13:30—14:30（湘阴—至—长沙）由3名行销带领前一天和当天上午的

客户从湘阴到山语城看房；

16:00—17:00（长沙—至—湘阴）班车送客户回湘阴；

17:00—18:00（湘阴—至—长沙）班车送6名置业顾问和12

## 名行销及

2. 其他工作人员回长沙。花车巡游宣传1、2、21号-23号有山语城的花车一天八小时的在湘阴县城巡游，获得高关注度；花车配有扩音喇叭，以宣传山语城项目信息和活动当天节目奖品信息等。

### 1月24日新春嘉年华活动

形式：以现场文艺活动、项目信息渗透和宣传、有奖问答和有奖游戏的方式进行整体流程安排：

1、活动当天清晨将把舞台和空飘、拱门搭建好，氛围营造到位，将吸引更多市民的注

意，宣告下午的新春嘉年华活动；

2、上午10：00开始音响播放音乐和项目信息，置业顾问提供现场咨询，吸引周边路人的关注；并进行暖场趣味游戏以吸引客户积极参与，聚集人气，告知下午14:00开始的新春嘉年华。嘉年华活动开始前，暖场游戏结束。

幸运大转盘：两圈全部套中的客户还可以参与我们的幸运大转盘，奖品设置为一等奖：食用油；二等奖：玻璃水杯；三等奖：开心果；四等奖：阿尔卑斯糖。

3、下午14：00新春嘉年华准时开始，持续3个小时。

4、嘉年华内容：

1)、向湘阴市市民展示项目形象（含车体形象、售楼员形象、宣传物料形象等）

2)、项目介绍以及产品推介；

- 3)、舞狮表演引爆全场（由活动公司承办）；
- 4)、综艺类、器乐类、歌舞类表演（由活动公司承办）；
- 6)、互动游戏：猜灯谜、抢凳子、大象鼻子踩气球等；
- 7)、现场客户可交纳定金（不限金额），现场认购或交纳定金的客户，送食用油1瓶，登记意向客户可送新年礼包1个。

备注：（以上活动内容暂定，具体活动内容见附件）

### 1、销售配合：

对前期湘阴成交客户进行梳理，由置业顾问对湘阴老客户进行宣传 and 告知新春嘉年华的相关内容，并宣传转介奖励等细节，通过口口相传对活动进行前期预热；制定“新春钜惠——制定20套元/平的特价房源，限时抢购”，制造噱头，吸引人气。

### 2、宣传支持：

19日前制作好湘阴巡展专题海报、展架宣传物料，预热期在各县进行地毯式派单并在活动前后通过网络、软文、短信等渠道进行推广。

3、活动布置：米\*6米的大舞台效果。8个空飘（两边各设置4个）。

1、19号-23号预热巡展：置业顾问6人，行销12人，司机2人，策划人员1人。

2、24日上午9：00——12：00：置业顾问现场到达6人，行销12人，司机3人，策划人员10人。

3、嘉年华进行时：置业顾问现场到达6人，行销12人，策

划10人，司机2人，协调人员10人。

以上仅为预算费用，以实际支出为准。

## 如何进行房地产拍卖活动篇九

地点：1、海盐新天地广场

2、现场售楼处

活动目的：

聚集开盘人气，重拳出击，在最短的宣传期间内，刺激大众，创造最佳口碑和打响海盐首盘小高层高档住宅小区的品牌。

活动方式：现场摇号、活动助兴、抽奖酬宾

活动安排：

一、前期广告宣传

3.30-4.05着重以信息发布为主宣传，主要是摇号参加办法、地点、时间等信息告知。发布途径为报纸、灯箱、跨街横幅。

宣传主题：未来城都市居住典范，海盐首期豪华高品位住宅楼销售在即。

引领都市时尚，坐居金仕海岸。

金仕海岸4月5号日真情放送，豪华住宅乍现海盐。

因为珍稀，所以珍贵。

金仕开盘有好礼，惊喜大奖等你拿。

## 二、摇号现场布置

1、摇号方式：现场公开，即选即定。具体摇号登记处暂定2处。

(确定小高层购买资格，建议摇号总数比实际户数多30%)

2、地点选定：海盐新天地广场

(a□需要一定活动场地b□场地方有举办活动经验c□有聚集人气的先例)

3、软环境布置：

高空气球4个；大型气拱门1个；30平方左右舞台1个；

楼盘效果展示牌1套；广告宣传易拉宝4个；宣传折页1000份

周遍跨街横幅、灯箱20套

4、员工统一着装

## 三、活动进程(4月5日)

1、下午14：00正式开始(13：50——14：00礼炮、奖品展示)

2□14□00——14□30

主持人5分钟、领导5分钟、嘉宾2人共10分钟、活动解说8分钟、公证人讲话2分钟。

3、摇号开始(14：30——15：00)同时登记汇总

4、摇号抽奖(15：00——16：00)

奖品分1、2、3等奖和纪念奖(100份)

5、现场答谢演出、小娱乐活动(16:00——17:00)工作人员休息

6、公布摇号和抽奖结果(17:10——17:30)

7、获奖群众领奖(17:30——17:50)

#### 四、摇号办法

1、一期总销售户

### 如何进行房地产拍卖活动篇十

注力于政府、媒体、公众、的实效传播，引发社会各界多层次围合关注！

维系老业主关系，累积销售蓄水。

打造xx地产，专属品牌文化盛宴。

文化搭台，品牌唱戏，将“共同成长。相伴一生”进行到底

借势邀请市场热映、口碑佳的话剧到xx地产巡演，并以此文化盛宴，巧妙推出xx地产的品牌文化魅力，在现场氛围营造、丰富多样的节目表演等综合艺术手段的表现下，最终达到实现xx地产品牌文化美誉外宣及项目楼盘热销的目的`。

本条主线将以首次巡演xx站最新经典舞台话剧为主线，贯穿活动始终；通过岁末经典话剧的表演，联动xx地产品牌外传，并有机的将话剧元素与xx地产的项目穿插并结合在一起。使得现场感觉生动、新颖而又融合，在不知不觉中将所要传达的相关信息巧妙的呈现。同时再配合现场的视觉特技特效，

互动节目表演，为参与者呈上一台丰富的视觉盛宴。重点突出全场欢乐，温馨、浪漫、时尚的整体氛围。

活动地点□xx体育馆(拟定)

活动形式：话剧

活动内容：项目信息发布+项目品鉴+趣味互动+抽奖

活动调性：时尚欢快华丽

活动规模：800人左右(单场人数拟定，建议分场次演出)

活动人员：地产相关领导