

# 最新房地产晚会策划案例(精选8篇)

个人简历是一个人在求职过程中向雇主展示个人背景、教育和工作经验的重要文件。【公司名称】研发岗位职责范文：...

## 房地产晚会策划案例篇一

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)。

### 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。

## 房地产晚会策划案例篇二

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。

## 房地产晚会策划案例篇三

### 房地产中秋晚会活动策划方案

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：

#### 一、活动时间

20xx年9月12日(中秋节) 18:00—21:00

#### 二、活动地点

名城中心广场

#### 三、活动主题

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。

#### 四、活动目的

- 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

#### 五、活动预计参与人数

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

#### 六、活动宣传语

“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。

#### 七、及创意构思

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”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。

#### 中秋晚会策划

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“”，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。

#### “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。



## 房地产晚会策划案例篇四

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：

20xx年9月12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

五、活动预计参与人数

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”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。

## 房地产晚会策划案例篇五

20xx年9月12日(中秋节)18：00—21：00

名城中心广场

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。

参与人数

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。

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”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。

## 房地产晚会策划案例篇六

本站发布房地产中秋晚会活动策划，更多房地产中秋晚会活动策划相关信息请访问本站策划频道。

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：

### 一、活动时间

20xx年9月12日（中秋节）18：00—21：00

## 二、活动地点

名城中心广场

## 三、活动主题

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。

## 四、活动目的

- 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

## 五、活动预计参与人数

中秋晚会：600人

中秋酒会：400人

合计：1000人

## 六、活动宣传语

“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。

## 七、及创意构思

### 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”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。

### 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“”，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。我公司认为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。

## 房地产晚会策划案例篇七

20xx年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”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。

(2) 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“”，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。

##### （3）“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。

##### （4）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。

## 房地产晚会策划案例篇八

为了确保事情或工作安全顺利进行，常常需要预先准备方案，方案可以对一个行动明确一个大概的方向。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编为大家收集的房地产中秋晚会策划方案，欢迎大家分享。

20xx年9月xx日(中秋节)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？”

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；

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。

### 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

本环节以娱乐为主，同时起到宣传公司品牌形象的目的。

##### 1“xx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xx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。