

# 最新房地产观影活动 房地产活动方案(通用8篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 房地产观影活动篇一

本次房地产开盘活动初定时间为20xx年x月xx日，星期x□

xxx售楼中心

强调氛围突出品位提升档次有条不紊圆满成功

1)透过开盘当天在周边及现场的包装和庆典活动，给项目渲染出浓烈的喜庆氛围，突出表现项目的开盘盛典。

2)透过在售房部现场的包装和水酒供应，工作人员的细微服务来突出表现项目的品位和档次，让到来的客户都能从现场感受到一种尊贵感和荣誉感。

3)透过合理的区域划分，有效的活动流程安排，现场工作人员工作职责的合理分配以及对客户关于“选房、购房流程”的讲解和传达，有条不紊地对开盘当天的现场人流人群进行有效合理的控制，以使整个项目现场感觉有次序、有层次，整个项目现场有条不紊。

4)透过一系列的工作辅助，最重要的是在销售过程中抓住客户心理，充分利用好销控掌握的方法，以置业顾问来用心调动购房者的迫切心态，以使之到达成交，签定相关合约。

## 1) 现场布置

a□在售楼部根据场地尺寸搭建半米高上下舞台一个，后设背景板，舞台两边用花篮装饰。附设一个用鲜花包扎的讲台，以作嘉宾发言及领导致辞用，整个舞台主要用做剪彩以及主持、发言用途。

b□售楼部东北角面塔南路与新安路交汇处设彩虹门一个，鞭炮气球8串，花篮若干，礼炮18门，舞台下用花扁、花架装饰，售楼部入口设红色地毯，售楼部前广场设空飘若干。

c□舞台前设座椅两排，20个位置左右，供嘉宾及领导使用。

## 2) 外围道路布置

a□塔南路两侧按排号活动期间方案设计，插上彩旗。

b□在塔南路进入售楼部路口处设空飘两个，以到达吸引人流，车流，指引来宾，宣传开盘的作用。

## 3) 售楼部分区布置及其他布置

### a售楼部内部分为4个区域

a□选房区：主要用做通知到的放号客户在该区域透过销售人员的二次讲解和价格预算，进行选房，确定房号，并签署相关协议。

b□签约区：主要用做已经选好房的客户在该区域签定认购书、缴纳房款定金，履行相关手续。

c□展示区：主要用作未通知到选房的客户参观沙盘和模型，索取资料，户型图，在选房前有个心理准备。

d□休息区：原洽谈区位置，主要用作客户逛累了之后临时休息用。

## b其他区域

a□活动区：售楼部门口广场，用作开盘活动、剪彩等，同时作主要的包装区域。

b□休闲区：用作客户观赏表演的区域。

天隆?三千海作为北海具有全球影响的高端海景楼盘，深受国内外客户的青睐。很多客户对项目的高尔夫别墅情有独钟。应广大客户要求，天隆?三千海拟定于20xx年5月1日(暂定)开盘，推出项目一期高尔夫别墅。

为了展示项目的高端形象和开盘的热烈氛围，天隆?三千海市场营销部现面向社会公开邀标开盘活动方案。标书具体资料如下：

### 一、资格要求及邀标范围

- 1、合法经营相关资质(工商营业执照等)
- 2、国内外专业房地产营销活动公司及公关策划公司
- 3、具有策划、组织、执行大型、高端房地产项目开盘活动、个性是别墅项目开盘活动的承办经验(附承办过大型活动的资料)

### 三。开盘活动时间及地点

- 1、时间□20xx年5月1日(暂定)
- 2、地点：北海三千海项目内(海神广场)

## 开盘活动策划方案主要资料要求

- 1、整体流程的设计
- 2、活动现场布置(含物料准备)与活动氛围营造
- 3、活动现场参与人员的组织
- 4、活动流程执行
- 5、方案报价(清单)

## 房地产观影活动篇二

“正月的花灯，三月的鹞儿”。春天放风筝、玩风筝已经成了广大市民与青少年、小朋友户外运动爱好者喜爱的运动。2012年是中国龙年，为迎接龙年春天，江南天池推出首届“祥龙迎春心灵飞翔”为主题的风筝节活动。此次活动主要由专业风筝选手及广大风筝爱好者参加，并欢迎各位过往游客参与，不论技艺，不限年龄，为期一月，为龙年新春添一道亮丽风景。

为了给景区增添热闹的节日气氛，给游客制造风筝放飞的环境和氛围，增加游客丰盛的视觉盛宴和参与项目，此活动除了风筝放飞表演还安排了环库跑、体验高山温泉，露营红歌会等精彩活动内容。

风筝节的主要特色风筝有八爪聚财(160m<sup>2</sup>的大章鱼)、龙腾虎跃(大型龙串、软板串，大型老虎)，九龙串大型、中型，蜻蜓点水软翅串大型，莲年有鱼硬板串，耄耄富贵硬翅超大型等等不少于20项各类风筝，形态各异、大大小小的风筝争相在天空飞翔，将给2012年春天带来一场视觉盛宴。

的天荒坪抽水蓄能电站和中国竹乡山峦翠竹为背景，将雄伟

壮观的水利工程和纯朴秀丽的自然风光融为一体，成为远近闻名的高山旅游休闲胜地。近年来相继获得全国工业旅游示范点、浙江省科普教育基地、中国水利风景区、湖州市十大品牌景区等称号，获得市、县优强服务业单位多次。在海拔千米的山顶放风筝，风筝飞起即达千米。

在春色满园的江南天池景区，处处挥洒着吉祥喜气。龙，作为华夏民族的“族徽”象征着吉祥、高贵、尊荣。龙年看祥龙、画祥龙、放飞祥龙，象征着龙年的飞跃。让我们的心灵随着风筝飞翔！

活动主题：祥龙迎春心灵飞翔

时间：2012年3月31日-4月30日

地点：安吉江南天池景区

主办单位：湖州市体育总会

承办单位：安吉江南天池度假村有限公司

协办单位：湖州市户外运动协会

安吉县户外运动协会

媒体合作：湖州电视台、安吉电视台、钱江晚报、湖州报、体坛报等

各级领导、邀请嘉宾、湖州地区户外运动爱好者、广大游客

(1)开幕式“画龙点睛”活动

时间：3月31日

(2)室外大型彩色风筝艺术展

- 1、硬翅风筝 用上下两根竹条做成翅膀的风筝，如沙燕等。
- 2、软翅风筝 用一根竹格支撑翅膀上沿，翅膀上沿不设竹条，放飞时，翅膀下沿随风飘荡，故称软翅风筝。
- 3、拍子风筝 造型基于平板形的风筝。
- 4、直串风筝 由若干个单元联接成串的风筝。
- 5、桶形风筝。
- 6、半挑风筝。
- 7、软风筝。

### (3) 专家放飞风筝活动

“草长莺飞二月天，指堤杨柳醉春烟。儿童放学归来早，忙趁东风放纸鸢。”朋友们，正如诗中所说，乘着春光美景，放风筝吧！在龙年放飞祥龙，象征着龙年的飞跃。由杭州风筝协会，湖州风筝协会等派出的20多位放飞高手协助领导放飞其亲手点睛的祥龙，一个腾越，一个摆尾，气势非凡，处处挥洒着吉祥喜气。

### (4) “一箏春色”活动

风筝达人现场制作巧手协力扎风筝，专业教师现场教学

征集20户家庭、20对情侣现场亲手制作风筝放飞心情

(二) 驴友环库跑

(三) 驴友论坛

议题待定

#### (四) 露营红歌会

搭帐篷，升篝火，唱红歌，忆往昔。让我们在歌声中重温历史，展望未来，在新的一年里再创辉煌！

### 房地产观影活动篇三

20xx年5月1日

xx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xx开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大xx的社会知名度和美誉度，体现xx的美好前景，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积极良好的社会形象，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“xx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xx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、现场表演活动内容：

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xx美好的发展前景。

## 3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

## 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情况资料。
- 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x版刊登整版广告，告知xx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情况，进一步扩大宣传。

### 3、电台广告

在开盘前后两个月播出xx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xx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xxx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xxx元

## 房地产观影活动篇四

秦绿地产名仕城6.1儿童节

6.1童乐会全家总动员之爱的拓印

继5月18日青年歌手大赛后,通过6.1儿童节全家总动员——马克杯diy活动,使名仕城再次深入人心,给孩子带来快乐的同时,在家长的心中树立起良好的秦绿品牌形象,提升品牌品质。在活动过程中,大力展现空中花园/中央空调/双层立体停车场/承诺保值增值四大卖点主题,从而促进业主对名仕城档次和品质的认可,增进与业主之间的交流。

20xx年6月1日--6月3日

名仕城政府街售楼中心

- 1、前期认购并转签合同的`业主
- 2、前期认购的客户
- 3、电话邀约的意向客户
- 4、活动期间到访的新客户

- 1、儿童创意签到(田字本)/家长诚意签到(家长登记表)
- 2、“爱的拓印”拍照留念
- 3、马克杯diy制作

1、签到区工作人员:负责儿童及家长登记签到,协调签到区域秩序整理并发放资料

- 1、橱窗海报
- 2、展版海报
- 3、数码相机一部

- 4、打印机一台
  - 5、马克杯热转印设备烤杯机一台、转印墨水、转印纸
  - 6、名仕城logo
- 1、名仕城logo
  - 2、“爱的拓印”现场拍照
  - 3、马克杯diy制作

## 房地产观影活动篇五

- 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（具体时光待定）

凯悦城售楼中心

- 1、置业顾问电话邀约时光□20xx年9月份
- 2、电器的购买时光□20xx年8月30日
- 3、抽奖券制作到位时光□20xx年9月初
- 4、水果糕点现场布置到位时光：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）

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

费用：33000元

20xx

费用合计：40000元

策划部20xx年8月22日

## 房地产观影活动篇六

活动背景：

国庆七天黄金周，除了是旅游旺季外，也是全家睇楼买楼的好时机。市内各大小楼盘，均将展开铺天盖地的宣传及促销攻势，以祈提高售楼销量。除了楼盘的地段、楼盘的质素等等综合因素外，如何在众多售楼广告中，吸引并促使买楼人士莅临售楼现场，详细了解楼盘的详情及参观现楼，以及提高现场的人流量，将是房地产发展商每一次宣传及促销活动收效与否的首要关键因素。

随着人们生活水平及文化水平的不断提高，如何科学孕育下一代，让自己的宝宝赢在起跑上，是每一个父母、每一个家庭重点关注的问题。一切与宝宝有关的讯息，均将引起每一个家庭的注意。而这些新一代家庭，大多收入稳定，三代同堂，正是买楼置业的人生阶段。

主办单位：房地产开发公司

协办单位：代理公司

活动时间□20xx年10月1日——10月3日或10月6日

活动地点：广场。

活动内容：

(1) 久长街口-儿童“金鹿杯”《阳光下成长》绘画比赛活动；  
购房知识咨询服务活动。

(2)、塔尔门广场-购房知识咨询服务活动。

活动程序及要求：

(1)、儿童“金鹿杯”《阳光下成长》绘画比赛活动

a□联络小学或幼儿园，邀请老师带一班学生来参加绘画比赛。

b□办理相关手续。

c□成立绘画比赛评委，邀请有绘画专业知识的或稍有名气的人参加。

d□准备好铺地的绢布和礼品、奖状、奖品。

e□由公司派出一名主持人，负责活动的组织、管理；一名现场维护人员，负责秩序的维护及安全防范。

f□布置现场。地下铺绢布，挂“合川市金鹿杯阳光下成长儿童绘画比赛活动”横幅，设置评委台。

g□老师及学生1：00钟入场，1：30分钟开始绘画，3：30分钟交卷并经评委评选，4：00钟发奖，4：30分钟活动结束。

## (2)、购房知识咨询服务活动

a□联络场地并办理相关手续。

b□现场布置。两张普通办公桌，铺红色台布，台布上印字：金鹿城市花园—购房知识咨询服务台；并设置幕景，幕景边框用白、浅蓝、黄三色编织成螺旋状。

c□咨询师一名，准备好购房的相关法律、法规和购房程序等知识资料。

d□促销小姐一名，佩带绶带或工作牌，准备好“”宣传资料，适时派发并口头宣传。

e□该活动在久长街口增加气模拱门及宣传横幅的设置，并有两具活动卡通气模在久长街口和塔尔门之间游行。

f□在两处活动地点皆放置展板若干。

费用预算：（略）

## 房地产观影活动篇七

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，特决定举办五一晚会。现对本次五一晚会实施方案详述如下：

20xx年5月1日18：00—21：00

名城中心广场



## 望月

主题释义：该主题将开发商与五一有机地结合起来，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。

五一晚会：600人

五一酒会：400人

合计：1000人

“今晚回家吃饭吗？”

活动宣传语释义：五一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：

- 1、在本次活动中推出当日购房可享受9.18折的优惠促销活动（注：可根据开发商情况酌情制定一些限制条件）。
- 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.五一印入场卷（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。

## 房地产观影活动篇八

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平方米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；