# 最新房地产中秋活动方案(模板8篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2025-01-17

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。房地产中秋活动方案篇一xx是一座集商品住宅和商业旺铺于一体的社...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**房地产中秋活动方案篇一**

xx是一座集商品住宅和商业旺铺于一体的社区。为使xx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22日（中秋节）18：00—21：00

xx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。

l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”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。

**房地产中秋活动方案篇二**

借助中秋节这个中国的传统节日，组织xx小区的各位业主举办一些联谊活动来联络感情，一方面是为了加强我们开发公司同业主间的相互交流和沟通，另一方面是为xx文化建设做好前期基础工作。同时，也可以充分树立业主口碑的有效传播资源，利用老客户关系，积极传播项目活动信息，继续推进老带新的活动，利用活动促销，集中解决滞销产品。借助举办此次联谊活动的`机会，提升开发商和xx项目的形象和口碑，也是向客户很好诠释xx品质的有效手段。

中秋情意浓，xx献真情——xx秋业主联谊会。

20xx年9月20日晚上17：30——21：00。

xx新售楼部广场

1、新城住宅小区开发建设领导小组领导

2、xx公司领导

3、xx项目组人员、xx业主以及周边居民人员等。

1、中秋晚会

安排一台答谢业主客户中秋文艺演出，节目时长为2小时，节目内容包括歌曲、舞蹈、变脸、反串、魔术等，中间穿插业主抽奖，晚会尾声安排品尝直径1米巨型月饼。

2、业主抽奖

凡在xx购买房屋的客户以交纳大定为准均可参加中秋抽奖，凭中秋业主联谊活动邀请函参加抽奖。

奖项设置：

一等奖1名：全自动洗衣机价值1000元

二等奖2名：微波炉价值500元

三等奖3名：豆浆机/榨汁机价值300元

纪念奖10名：电饭煲价值100元。

抽奖流程：

3中奖客户凭个人身份证、邀请函正券可当场到售楼部工作人员处办理领奖手续，现场未领奖的奖品在售楼部保留有效期为一周，过期视为放弃领奖。

3、猜谜游戏

1、1730：来宾开始签到、参观售楼部，参加猜谜游戏

2、1820：来宾到贵宾区就座

3、1825：主持人宣布活动开始，介绍与会佳宾

4、1827：政府领导讲话3分钟

4、1830：公司领导讲话3分钟

5、1835：中秋晚会演出约2小时，中间穿插业主抽奖活动

6、20xx：晚会结束。

售楼部广场广场彩虹拱门1个、气柱2个、墙体条幅竖若干条，演出舞台一个及灯光、音响、无线话筒等道具一组，现场摆放露天塑料座椅。从大门到财政局，沿着绿化带两侧，均匀布置彩旗。

售楼部贵宾区、洽谈区，以及演出现场前排贵宾座席，安排月饼、糖果、瓜子、纯净水等节日食品。

1、短信：50000条主要面向手机高端客户。9月20日至9月22日发送成交客户短信提前发送。

2、单页：20000份，大8k，150克双胶纸。9月20日至9月22日派发。

3、邀请函：800份。9月18日开始向客户发放。

4、电视流字：9月20日至9月22日播出。

5、单页和邀请函须在9月16日开始印刷，9月17日交付使用。

总策划及现场指挥：xx

物品采购、演出洽谈：xx、xx

手续办理、政府协调：xx

客户通知、邀请函发放、奖品兑换：xx

现场布置：xx，工程部、物业部同事配合

现场客户接待：xx，全体销售人员

秩序维护：xx，公司其他部门同事配合具体分工另行安排。

**房地产中秋活动方案篇三**

1、负责：企划部

2、成员：各部门负责人

地点：凯悦城售楼处

准备：顾问电话邀约、外面截流

1、促进开盘成交客户签订合同

2、提升当天现场售处气氛，使得房子很抢手

3、为凯悦城打响名气，促使人际口碑效应

庆中秋，迎国庆，送大礼

一、场外布置：

外墙悬挂巨幅：宽：高=10mx13m，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

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

共计费用：2600元

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

b、时间：20xx年8月30日

c、宣传形式：图片加文字。

2、场外巨幅、展板宣传

3、场内播音宣传售楼处有

活动流程

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

外场景布置巨幅+灯笼+对联费用1600元

内场景布置kt板+牌坊费用2500元

不可预算费费用500元

共计费用：4600

**房地产中秋活动方案篇四**

房地产中秋节活动方案，中秋节有什么活动吸引顾客呢?下面是小编带来的房地产中秋节活动方案，欢迎阅读!

一、 活动思路及目的

2、 加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力;

4、 增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

二、 活动主题：中秋月·邻里情——天中豪园中秋节感恩答谢酒会

三、 活动时间：9月15日(周五，农历八月十三日)下午5：00-8：35

四、 活动地点：天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全)

五、 活动参与人员

1、 认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、 天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字 摄影)

3、 \*\*公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

六、 参与方式

1、 客户：由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、 媒体：由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注：制作出邀请券放置营销中心，共分三联，凭第一联入场，第二联抽大奖，第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人(一张最多3人参加)，总人数控制在180-230人左右。

七、 活动形式：自助冷餐酒会 互动游戏 表演 抽奖 隐性项目推介

八、 活动内容及流程

时 间 节目安排 备注说明

5：00 客户陆续到场并签到 安排背景音乐，同时发放项目最新的折页，来宾签字将采取在签字板签字的形式，同时为签字的来宾在签字板前照相留念，既可以增加此次酒会的重要性，又可以体现人性的归属感。此签字板在本次活动过后可裱起来放在销售中心作为纪念，以展示项目的社区和谐氛围。来宾签字后同时将抽奖卷放进抽奖箱。

6：00 开场演员演唱《花好月圆》 掀起现场之节日气氛。

6：05 主持人致开场欢迎词

6：08 \*\*公司代表及客户代表致辞 邀请一位客户代表本次酒会的来宾与开发商共同致辞，在增进双方共识的同时突出发展商对客户的尊重;客户代表及发言由发展商安排。

6：10 主持人公布活动主要内容 主要概述有奖互动游戏及抽奖之信息。

6：15 节目表演 豫剧及流行曲等共2首，推高现场气氛。

6：25 \*\*公司代表讲话，宣布冷餐会开始并祝酒 介绍片区及项目未来远景描述，表达对客户支持的.感谢。

6：30 歌舞表演 音乐演奏表演、歌曲演唱等共5个表演，让主办方与客户在愉快中交流及进餐。可邀请客户即兴表演。

6：50 互动游戏 中秋有奖猜谜。

7：10 国基公司代表讲话及第一轮砸奖 讲述承建商资质、项目工程质量及工程进度。抽奖3份，被抽中人员上台砸奖(模仿央视砸金蛋游戏)，国基代表颁奖。

7：25 互动游戏 中秋有奖猜谜以及项目知识问答。

7：45 趣味表演及歌舞表演 各一个表演，增加现场欢笑声。

8：00 规划设计院代表讲话及第二轮砸奖 讲述建筑设计理念，所能提供给居住者的优越品质生活。抽奖5份，规则同前次，设计院代表颁奖。

8：15 独唱 2首，第一首演员独唱，第二首可邀请现场观众共同即兴表演。

8：25 \*\*公司代表介绍最新销售政策，第三轮砸奖 宣布项目最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次，\*\*代表颁奖。

8：35 共同歌唱《朋友》，活动结束，客户领取礼品 由主持人及演员领歌，在欢乐中结束活动。

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为200x80=16000元(需要最后与酒店方面落实)

一、活动目的

借助中秋节这个中国的传统节日，组织水晶城小区的各位业主举办一些联谊活动来联络感情，一方面是为了加强我们开发公司同业主间的相互交流和沟通，另一方面是为水晶城社区文化建设做好前期基础工作。同时，也可以充分树立业主口碑的有效传播资源，利用老客户关系，积极传播项目活动信息，继续推进老带新的活动，利用活动促销，集中解决滞销产品。借助举办此次联谊活动的机会，提升开发商和水晶城项目的形象和口碑，也是向客户很好诠释水晶城品质生活的有效手段。

二、活动主题

中秋情意浓，润安献真情——水晶城中秋业主联谊会。

三、活动时间

20xx年9月x日晚上17:30——21:00。

四、活动地点

水晶城新售楼部广场

五、参加人员

1、新城住宅小区开发建设领导小组领导;

2、润安公司领导;

3、水晶城项目组人员、水晶城业主以及周边居民人员等。

六、活动内容

1、中秋晚会

安排一台答谢业主客户中秋文艺演出，节目时长为2小时，节目内容包括歌曲、舞蹈、变脸、反串、魔术等，中间穿插业主抽奖，晚会尾声安排品尝直径1米巨型月饼。

2、业主抽奖

凡在水晶城购买房屋的客户(以交纳大定为准)均可参加中秋抽奖，凭中秋业主联谊活动邀请函参加抽奖。

奖项设置：

一等奖(1名)：全自动洗衣机(价值1000元);

二等奖(2名)：微波炉(价值500元);

三等奖(3名)：豆浆机/榨汁机(价值300元);

纪念奖(10名)：电饭煲(价值100元)。

抽奖流程：

(3)中奖客户凭个人身份证、邀请函正券可当场到售楼部工作人员处办理领奖手续，现场未领奖的奖品在售楼部保留有效期为一周，过期视为放弃领奖。

3、猜谜游戏

活动现场布置字谜，由来访客户和业主自由参加猜谜游戏，凡猜中谜底的客户可到售楼部前台工作人员处兑换礼品一份(礼品为抽纸和扑克)。(详见方案)

七、活动流程

1、17:30：来宾开始签到、参观售楼部，参加猜谜游戏;

2、18:20：来宾到贵宾区就座;

3、18:25：主持人宣布活动开始，介绍与会佳宾;

4、18:27：政府领导讲话(3分钟);

4、18:30：公司领导讲话(3分钟);

5、18:35：中秋晚会演出(约2小时)，中间穿插业主抽奖活动;

6、20:40：晚会结束。

八、会场布置

售楼部广场广场彩虹拱门1个、气柱2个、墙体条幅(竖)若干条，演出舞台一个及灯光、音响、无线话筒等道具一组，现场摆放露天塑料座椅。从大门到财政局，沿着绿化带两侧，均匀布置彩旗。

售楼部贵宾区、洽谈区，以及演出现场前排贵宾座席，安排月饼、糖果、瓜子、纯净水等节日食品。

九、推广配合

1、短信：50000条(主要面向手机高端客户)。9月20日至9月22日发送(成交客户短信提前发送)。

2、单页：20000份，大8k，150克双胶纸。9月20日至9月22日派发。

3、邀请函：800份。9月18日开始向客户发放。

4、电视流字：9月20日至9月22日播出。

5、单页和邀请函须在9月16日开始印刷，9月17日交付使用。

十、人员安排

总策划及现场指挥：李德伟;

物品采购、演出洽谈：王涛、李凯峰;

手续办理、政府协调：王涛;

客户通知、邀请函发放、奖品兑换：张国虎;

现场布置：李凯峰，工程部、物业部同事配合;

现场客户接待：张国虎，全体销售人员;

秩序维护：郭浩祥，公司其他部门同事配合(具体分工另行安排)。

一、本次活动背景:为尽一步拉动潜在客户，增加客户介绍力度，推出本次中秋活动计划。

二、本次活动目的: 增加客户忠诚度，融洽客户关系; 推出商业摊位，基本通过老客户消化掉; 老客户带新客户，通过本次活动拉动销售。

三、本次活动时间:15年9月6日--9月28日，四个周每周六、日。

四、本次活动主题:中秋了，回家吧，带上亲朋好友一起来!

五、本次活动具体实施方案:

(一)室内活动内容:(室内内容参加人:云海老客户)

赏灯猜谜。在现场灯笼飘带上取下灯谜，如谜底正确，则可获得，如未能猜正确，则没有。

对诗古韵。在月亮飘带上取下古诗名句，如果对得正确，则可获得，如未能猜正确，则没有。每个客户只能选择一个，才可猜一次，猜错没有第二次机会。

老客户抽奖。所有抽奖客户全部有奖，设立大奖5名，吸引客户参加。

中秋礼品。所有老客户中秋威利发月饼一份。

(二)室外活动内容:(室外内容参加人:云海老客户及意向客户)

冷餐会:包括水果、超大月饼、汤圆、糖果等小吃。客户来后随便吃。

风情表演:包括印度舞、街舞等现场活动，边表演边学习，并增加客户参与游戏及有奖问答等内容，主持人邀请91.2云天主持。

儿童区域:原有儿童游乐设施免费儿童玩耍。

(三)老客户带新客户内容:

老客户带朋友看房。老客户带1--2名朋友看房，可获得便携式手电筒一个，朋友可获得指甲刀各一套。老客户带3名以上朋友看房，可获得快餐保鲜盒一套，朋友可获得携式手电筒各一个。

老客户带朋友看房有小孩的。孩子额外获得儿童音乐卡通玩具一个。

首推客户有效信息奖励。老客户:老客户除直接介绍意向客户成交双倍积分，即刻返利外，本次推出新政策，即提供有价值信息的客户，经销售人员接触努力后未成交，给予价值300元床上三件套一套;提供有价值信息的客户，经销售人员接触努力后成交，正常积分，即刻返利。新客户:新客户如提供有价值信息，经销售人员接触努力后未成交，给予价值300元床上三件套一套;如提供有价值信息，经销售人员接触努力后成交，即刻返利，价格同老客户。本政策制作易拉宝重点提示。

(四)本次活动新定房优惠:

定房后，新定客户随机抽字。字由四个字组成，“中”5000元房款优惠，“秋”6000元房款优惠，“团”7000元房款优惠，“圆”8000元房款优惠。

本次活动旨在达到老客户、新定客户、新朋友未定客户及公司四方四赢的局面，达到融洽客户，促进下定的宗旨。

**房地产中秋活动方案篇五**

20xx年xx月xx日（中秋节）18：00—21：00

xx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。

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。

**房地产中秋活动方案篇六**

1、利用中秋节事件营销，通过中秋节暖场活动，活跃现场气氛，提高客户来访率。

2、通过暖场活动，为项目营销中心聚集人气，提高项目认知度。

3、通过口碑扩大项目影响力与知名度，提升良好的社会形象，为后期销售打下良好的`口碑基础。

4、回馈老客户，稳定客户情绪，提高老客户购买信心。5、活动中穿插项目宣传片播放，达到项目广告多元化宣传。

二、主题

《月满情缘·欢聚中秋》——xxxx中秋客户答谢会

三、活动时间

四、活动地点

“xxxx”营销中心

五、活动内容

主要形式：蛋糕diy活动，现场热场表演，抽奖，商家联盟。

1、蛋糕diy

参与对象：老客户、意向客户、现场新客户需登记后参与活动活动内容：

邀请蛋糕师傅给大家示范了手绘蛋糕的做法，客户、来宾在蛋糕师傅的指导下，体验自己动手的乐趣，自己手绘属于自己的专属蛋糕(客户可以活动时间内自由参与)蛋糕为事先制作完成，活动现场参与客户只需领取蛋糕及奶油、果酱等材料给蛋糕绘图或者写字即可客户绘制的蛋糕，当场送给客户作为纪念。

2、热场表演

目的：

穿插项目知识问答，深化项目优势客户传播度

活动时间：20xx年9月4日19：00---20：30

活动地点：“xxxx”营销中心参与对象：营销中心现场全体客户活动内容：

中秋歌舞表演(节目串烧)

3、抽奖活动

目的：

活动时间：20：40---21：00

活动对象：缴纳报名申购金老客户、意向客户活动形式：

客户到达营销中心，至前台，由前台接待将客户邀请函副卷投入抽奖箱，作为抽奖卷

活动尾声进行抽奖，随机选取现场人员进行抽奖奖品设置：

一等奖(1名)：洗衣机/电冰箱(800元以内)

二等奖(5名)：电饭煲/蒸汽挂烫机(200元以内)三等奖(10名)：嘉华代金卷(50元)

4、商家联盟(与物业管理公司、xx蛋糕协商具体展销时间及价格)

活动时间：20xx年9月2日-9月8日活动地点：

“xxxx’营销中心邀请联盟单位参展联盟形式：

联盟商家参与我公司中秋活动，我公司提供或出租适当展位为其展销月饼或其他商品，增加我项目现场人气联盟商家至我公司营销中心外场展销月饼或其它产品，自备相关销售道具(户外伞、桌椅等)

六、老客户回馈

目的：回馈老客户，稳定客户情绪，提高老客户购买信心客户回馈对象：

缴纳报名申购金客户及意向登记客户回馈时间：20xx年9月4日-8日

回馈方式：回馈礼品

回馈礼品设置：嘉华礼品包(30元以内)数量：150人

七、客户邀约

注：为保证活动氛围及项目口碑广告宣传，活动当天邀约公司家属参与相关活动。

八、执行工作计划

九、活动分工

十、活动流程

十一、活动现场分工

十二、现场布置及功能分区图

现场布置

1、背景板2、来宾休息区

预计摆放60把椅子3、月饼展示区

由嘉华自行搭设(户外伞、长桌、桌巾)5、蛋糕diy区

长桌、桌巾、diy材料、户外伞、活动流程示意图。

功能分区示意图

十三、活动物料及费用预估

预案：

提前5天查询天气状况，若出现下雨，提前进行活动时间修改。

**房地产中秋活动方案篇七**

借助中秋节这个中国的传统节日，组织xx小区的各位业主举办一些联谊活动来联络感情，一方面是为了加强我们开发公司同业主间的相互交流和沟通，另一方面是为xx社区文化建设做好前期基础工作。同时，也可以充分树立业主口碑的有效传播资源，利用老客户关系，积极传播项目活动信息，继续推进老带新的活动，利用活动促销，集中解决滞销产品。借助举办此次联谊活动的机会，提升开发商和xx项目的`形象和口碑，也是向客户很好诠释xx品质生活的有效手段。

中秋情意浓，xx献真情——xx秋业主联谊会。

20xx年9月20日晚上17:30——21:00。

xx新售楼部广场

1、新城住宅小区开发建设领导小组领导；

2、xx公司领导；

3、xx项目组人员、xx业主以及周边居民人员等。

1、中秋晚会

安排一台答谢业主客户中秋文艺演出，节目时长为2小时，节目内容包括歌曲、舞蹈、变脸、反串、魔术等，中间穿插业主抽奖，晚会尾声安排品尝直径1米巨型月饼。

2、业主抽奖

凡在xx购买房屋的客户(以交纳大定为准)均可参加中秋抽奖，凭中秋业主联谊活动邀请函参加抽奖。

奖项设置：

一等奖(1名)：全自动洗衣机(价值1000元)；

二等奖(2名)：微波炉(价值500元)；

三等奖(3名)：豆浆机/榨汁机(价值300元)；

纪念奖(10名)：电饭煲(价值100元)。

抽奖流程：

(3)中奖客户凭个人身份证、邀请函正券可当场到售楼部工作人员处办理领奖手续，现场未领奖的奖品在售楼部保留有效期为一周，过期视为放弃领奖。

3、猜谜游戏

活动现场布置字谜，由来访客户和业主自由参加猜谜游戏，凡猜中谜底的客户可到售楼部前台工作人员处兑换礼品一份(礼品为抽纸和扑克)。(详见方案)

1、17:30：来宾开始签到、参观售楼部，参加猜谜游戏；

2、18:20：来宾到贵宾区就座；

3、18:25：主持人宣布活动开始，介绍与会佳宾；

4、18:27：政府领导讲话(3分钟)；

4、18:30：公司领导讲话(3分钟)；

5、18:35：中秋晚会演出(约2小时)，中间穿插业主抽奖活动；

6、20:40：晚会结束。

售楼部广场广场彩虹拱门1个、气柱2个、墙体条幅(竖)若干条，演出舞台一个及灯光、音响、无线话筒等道具一组，现场摆放露天塑料座椅。从大门到财政局，沿着绿化带两侧，均匀布置彩旗。

售楼部贵宾区、洽谈区，以及演出现场前排贵宾座席，安排月饼、糖果、瓜子、纯净水等节日食品。

1、短信：50000条(主要面向手机高端客户)。9月20日至9月22日发送(成交客户短信提前发送)。

2、单页：20000份，大8k，150克双胶纸。9月20日至9月22日派发。

3、邀请函：800份。9月18日开始向客户发放。

4、电视流字：9月20日至9月22日播出。

5、单页和邀请函须在9月16日开始印刷，9月17日交付使用。

总策划及现场指挥：xx；

物品采购、演出洽谈：xx、xx；

手续办理、政府协调：xx；

客户通知、邀请函发放、奖品兑换：xx；

现场布置：xx，工程部、物业部同事配合；

现场客户接待：xx，全体销售人员；

秩序维护：xx，公司其他部门同事配合(具体分工另行安排)。

**房地产中秋活动方案篇八**

1、负责：企划部

2、成员：各部门负责人

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

1、促进开盘成交客户签订合同

2、提升当天现场售处气氛，使得房子很抢手

3、为凯悦城打响名气，促使人际口碑效应

庆中秋，迎国庆，送大礼!

望景送情意，中秋礼上礼

(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

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;

b、时间：20xx年8月30日;

c、宣传形式：图片加文字。

2、场外巨幅、展板宣传;

3、场内播音宣传;(售楼处有)

活动流程

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)

外场景布置(巨幅+灯笼+对联)费用1600元

内场景布置(kt板+牌坊)费用2500元

不可预算费费用500元

共计费用：4600元

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn