# 2024年房地产公司年会策划方案最新[5篇材料]

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-06-22

*第一篇：2024年房地产公司年会策划方案最新一年转瞬就过去了，看到公司今年的事业发展还不错，所以为之后的年会做一份策划方案吧，来庆祝这一年的成功。那你知道2024年房地产公司年会策划方案都有那些吗?下面是小编为大家收集的关于2024年房地...*

**第一篇：2024年房地产公司年会策划方案最新**

一年转瞬就过去了，看到公司今年的事业发展还不错，所以为之后的年会做一份策划方案吧，来庆祝这一年的成功。那你知道2024年房地产公司年会策划方案都有那些吗?下面是小编为大家收集的关于2024年房地产公司年会策划方案5篇最新。希望可以帮助大家。

2024年房地产公司年会策划方案篇一

一、活动目的1.通过活动安排，回顾在与这个城市的们在这个城市的足迹，一起见证城市的发展与繁荣，共同探讨20\_\_房地产走向。

2.推介企业信息服务产品模式，总结2024市场合作信息，并对20\_\_信息推广进行现场解说。

3.通过双向互动形式，增进企业与客户之间的关系与感情。

4.专设答谢晚宴，感谢新老客户在这一年中对公司的信任与帮助。

5.设置精彩的节目与现场抽奖环节，让来宾感受企业的多彩的企业文化氛围。

6.借此机会进一步提升公司的品牌影响力，为以后市场拓展奠定基础.二、场地布置

1.外围场地及亮点布置

A.酒店入口处设置条幅，根据现场实际情况可立拱门等，营造年会气氛。

B.设立专用停车区域，并由专人接待，统一标识。

C.全称安保为本次年会所邀请的嘉宾护航。

2.酒店内部场地及亮点设置

A.酒店入口至内部场地设立主题指示牌，与外部统一标识，安排礼仪及工作人员现场接待引导。

B.设立主题签到背景板，并由礼仪人员为来宾佩戴胸花，为来宾派发礼品。

C.全程、全方位摄影，为本次年会留住每一个精彩瞬间。

D.设置抽奖箱，由礼仪向每一位来宾派发抽奖券。

E.主会场两侧设立投影幕布(也可LED屏幕)投影展示。

三、活动内容

第一章节：Citiesandthe Future城市与未来

1.主题宣传片播放

2.《吉祥颂》、《中国的希望》、《中国鼓》开场曲

3.现代舞欣赏

4.省市领导讲话、祝贺词

5.启动仪式开始

第二章节：赢“动”未来Winthene\_tmove

1.主题宣传片播放

2.客户代表致答谢词

3.热舞《nobody》舞蹈演员与客户代表互动

4.京剧表演

5.现场抽奖

第三章节：感恩Thanksgiving

1.房地产公司发展历程VCR展示

2.公司领导致感恩谢词

3.歌曲感恩的心

4.互动魔术表演

5.抽奖环节

第四章节：房地产众“赢”

1.播放有气势的主题VCR

2.小提琴表演(2-3人)《卡农》励志

3.大合唱(\_\_员工)

4.抽奖环节

5.由公司领导启动“众”赢\"激光球.第五章节：宴会time

1.进餐时穿插互动游戏与抽奖

2.全程音乐

2024年房地产公司年会策划方案篇二

一、年会主题

融合梦想努力超越!

二、年会目的1、对\_\_\_\_\_\_年公司发展成绩总结，以及制定\_\_\_\_\_\_年公司总体规划，包括新年度计划、方向、目标等。

2、加强员工之间的交流，增强团队协助的意识，提升公司的综合竞争能力。

3、表彰优秀，通过奖励方式，调动员工积极性，鼓励大家在新的一年，工作都有出色的表现。

4、丰富员工生活，答谢全体员工一年以来付出的辛勤努力。

5、让员工充分的展现自我，在年会的过程中认知自我及对企业大家庭的认同感。

6、加强领导与员工之间的互动，让我们在同一舞台共同交流、联欢。

三、年会时间

1、年会策划及准备期(\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日)：

本阶段主要完成年会策划方案、通知发布、会场选址、节目收集，节目报名截止日期\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日。

2、年会协调及进展期(\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日)：

本阶段主要完成节目筛选、节目安排表、节目道具、礼品物品的确认及采买。

3、年会倒计时期(\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日)：

本阶段主要完成主持人、节目单等全过程确定。

4、年会正式演出时间：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_至\_\_\_\_\_\_。

四、年会概况

活动地点：\_\_\_\_酒店，提前20天预定酒店并协商好年会场地等各项内容。

参会人员：公司股东和高管、公司研发全体员工、分公司全体员工、工厂全体员工，约300人。

组织形式：由公司年会工作项目组统一组织、执行。

五、年会工作项目组成员及分工

组长：\_\_\_\_\_\_

副组长：\_\_\_\_\_\_

副组长：\_\_\_\_\_\_

副组长：\_\_\_\_\_\_

主持人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

六、节目参与形式

以部门或以中心为单位选送节目，也可以跨部门合作选送，各部门选送的节目以“自编自演、内容丰富、全员参与、精彩火爆”为宗旨，要求气氛活跃、有声有色。节目内容可包括：各类游艺、小合唱、各类特色节目(如小品、相声、舞蹈、独唱、诗歌朗诵、哑剧表演等)等。

年会节目报名方式：邮件报名、电话报名、现场报名。

报名联系人：\_\_\_\_\_\_联系方式：\_\_\_\_\_\_邮箱：\_\_\_\_\_\_

七、年会筹备阶段

节目编排：

为了使公司年会保质保量完成，节目选送之后要求进行定期彩排，以达到预期效果，在年会进入倒计时阶段需要进行三次整体彩排。

1、排练时间：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日——\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日期间的下班后。整体彩排为\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日——\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日期间;

2、排练地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

3、年会节目确定后，年会工作项目组会分别跟踪节目的排练效果同时进行审核，并解决遇到的问题，若解决不了，及时上报;

4、歌曲舞蹈类节目所需背景音乐自备，并拷贝一份至年会工作项目组，在年会节目正式演出时使用，若如未能提供，耽误演出和影响效果，项目组概不负责，请参演人员一定切记;

5、参演所需服装或道具向年会工作项目组申请费用自行租赁;

6、主持人参与节目顺序的编排，并组织串台词。

与会公司领导的安排：

1、提前告知领导年会的具体时间和地点以及致辞准备和颁奖顺序安排;

2、领导及其家属座位的安排;

3、迎接及引导入座。

与会嘉宾的邀请与安排：

1、前期与领导确认是否有嘉宾参会，年会开始前5天与嘉宾确认行程安排及能否参加，晚会当天再次确认嘉宾能否准时参加;

2、嘉宾胸花的准备;

3、嘉宾的迎接与引导入座。

会场布置与酒店协调：

1、负责人应提前4小时(或更早)到酒店与酒店负责人协调会场布置事项安排;

2、请酒店人员帮忙配合摆放公司领导和嘉宾的座位;

3、年会舞台背景搭建、现场装饰布置、横幅悬挂，入口醒目地方张贴员工座次表;

4、请酒店配备一名专业音响师和多媒体操作员。

与会人员的安全返回：

1、领导和嘉宾，公司包车和自驾车。

2、员工，公司包车。

可能出现问题及解决方案：

1、路上堵车

可提前2-3个小时出发，避开高峰期。

2、公司领导或嘉宾迟到

尽量提前去接，若迟到可先开始节目。

3、音响设备故障

提前调试好设备保证运转正常，若出现故障及时联系酒店专业音响设备维修人员排除故障。

4、出现醉酒

通知其家人、朋友或找专人陪护送回休息。

八、年会流程

年会整体分为五个部分：领导致辞、优秀员工表彰、节目表演、幸运大抽奖、年会聚餐。抽奖环节会在节目表演当中穿插到进行。

领导致辞：

1、播放暖场音乐，员工签到入席，查看各自座次表;

2、公司领导及嘉宾入席;

3、开场舞蹈;

4、主持人同时登场，开场白，简单介绍本次年会的五个部分，欢迎到场嘉宾;

5、董事长致辞。

优秀员工表彰：

1、此项工作由人力资源部统筹安排，确认各部门人员名单以及具体奖金金额，此项费用不在整个年会预算之列;

2、公司本年度优秀员工评选活动最迟在\_\_\_\_\_\_之前确定获奖类别及人员名单;

3、提前整理好优秀员工简单介绍，做好PPT，在主持人宣读获奖时投影展示;

4、工作人员提前准备好证书和奖金，颁奖领导和所有获奖员工准备上台，同时奏颁奖曲(此环节有会务组成员提前将获奖员工安排到舞台一侧)，依次颁奖;

5、颁奖结束后所有获奖人员与公司领导合影留念;

6、获奖感言，人力资源提前通知，建议放到总结会议上。

节目表演：

1、主持人串词，将节目起到承上启下的作用;

2、节目单确定后，主持人按照事先串好词的节目单顺序依次进行;

3、公司领导对节目进行评分，具体评分表在节目开始提前发放;

4、主持人宣布节目评选结果;

5、节目评选分为人气奖，表演奖，创意奖等，每个节目奖励现金分别为\_\_\_\_\_\_元、\_\_\_\_\_\_元、\_\_\_\_\_\_元;

6、领导颁奖后，所有演员与颁奖领导合影，表演节目环节结束。

幸运大抽奖：

1、此环节穿插到节目表演当中，由工作人员提前将抽奖号码发放和收集到位，抽奖号码每人一个(一式两联)，按照顺序发放;

2、共设立四个奖项。奖品价值设立，一等奖\_\_\_\_\_\_元一名;二等奖\_\_\_\_\_\_元二名，三等奖\_\_\_\_\_\_元三名，鼓励奖\_\_\_\_\_\_名，奖品为等值物品;

3、抽奖形式采取随机抽取的形式，由公司领导进行抽奖，顺序由低等至高等，当场凭抽奖号码?a href=\'//www.feisuxs/yangsheng/yibao/\' target=\'\_blank\'>医保绲笔比瞬辉谙殖。∠毕钭矢瘢匦鲁槿。钡匠槿⊥瓯希坏冉庇晒綺\_\_\_\_\_抽取;二等奖由\_\_\_\_\_\_抽取;三等奖;鼓励奖。兑奖同时，音响师播放比较激情的音乐，调节现场气氛;

4、所有抽中奖品的员工需当场表演节目一个，抽奖领导和中奖者合影留念;

5、抽奖结束后，主持人宣布活动结束，邀请\_\_\_\_\_\_致祝酒词,宣告聚餐开始;

6、会务组进行会场清理，我司设备等尚可使用的办公及装饰用品归位装车。

年会聚餐：

1、地点：与节目表演场所在同一地点。时间：\_\_\_\_\_\_开始;

2、员工入场时餐桌上摆放好瓜子、花生、糖果、边吃边看演出;

3、在节目表演结束前十分钟与酒店负责人进行沟通，准备上凉菜;

4、明确桌长姓名和职责(调节气氛，保证员工安全)可让主持人在台上明确;

5、\_\_\_\_\_\_祝酒词结束后聚餐开始。

全体起立，共同举杯，共同祝愿公司明年勇创佳绩，硕果累累。聚餐中间如有临时增加的节目主持人可灵活掌握。员工借助气氛相互祝酒，领导与员工相互祝酒，烘托气氛，表现公司业绩蒸蒸日上的势头。

聚餐结束，整个年会结束。

九、注意事项

1、提前确认年会现场舞台大小，按照其尺寸制作活动横幅和背景板。

2、提前采购年会所需的物品;

3、会场需提前布置，包括布置公司领导和嘉宾入座位置和姓名台卡;

4、时间的把控，主持人应注意好时间的把控，避免时间控制节点远远超出原计划的预定时间;

5、会务人员的工作安排，年会的具体工作会细化分解到相关责任人，确定每一项工作的负责人，例如：现场灯光及音响的调试、舞台及场地的布置、物品的采买与运输、酒店与用餐普的提前预定等等，中间如若出现什么问题需及时解决;

6、严禁酒后闹事，如若发生，公司将追究事故责任人。

十、费用预算

2024年房地产公司年会策划方案篇三

一、活动概述

活动背景：

1、热今后我们要更好的为国人们建造我们自己的房子。

2、庆祝我公司在2024年取得的优异的业绩让员工感受我公司的文化理念和管理理念，展望2024年的工作。

活动时间：

2024年\_\_月\_\_日下午14：00-22：00

活动地点：

\_\_酒店

参会人数：

公司\_\_名全体职工，\_\_位特别嘉宾

年会基调：

和谐、欢快、大气

二、活动主题

同心同行，共创未来

三、活动口号

集体的努力，大家的荣誉

四、活动流程时间安排1、14：00准时进入会场，14：30分会议准时开始。

2、14：00开场舞，主持人宣布大会的开始，致《开幕词》。

3、15：00-15：30首先请总经理做陈述报告，总要概括我公司去年所取得的业绩。

4、15：30-16：30请各部门负责人做年终陈述。

5、16：30-17：00由副总经历宣读\_\_年优秀员工名单，优秀员工上台领奖。优秀员工发表获奖感言。

6、17：00-18：25联欢文艺汇演，首先由领导表演，员工代表表演员工自己准备的节目。17：25-17：30所有演员上台齐唱《\_\_》

7、18：00-19：00互动游戏：

(1)三七令

用具：无

人数：无限制

方法：多人参加，从1-99报数，但有人数到含有3、7的数字或3、7的倍数时，不许报数，要拍下一个人的后脑勺，下一个人继续报数。如果有人报错数或拍错人则罚酒。

兴奋点：没有人会不出错，虽然是很简单的算术。

(2)开火车

用具：无

人数：两人以上，多多益善

方法：在开始之前，每个人说出一个地名，代表自己。但是地点不能重复。游戏开始后，假设你来自北京，而另一个人来自上海，你就要说：开呀开呀开火车，北京的火车就要开。大家一起问：往哪开?你说：上海开。那代表上海的那个人就要马上反应接着说：上海的火车就要开。然后大家一起问：往哪开?再由这个人选择另外的游戏对象，说：往某某地方开。如果对方稍有迟疑，没有反应过来就输了。

兴奋点：可以增进人与人的感情，而且可以利用让他或她开火车的机会传情达意、眉目传情。

8、19：0019：30欢乐大抽奖，凡是在公司就职满满三个月的员工均可参加欢乐大抽奖活动

奖项设置：

特等奖：一名，\_\_。

一等奖：两名，\_\_。

二等奖：五名，\_\_。

三等奖：十名，\_\_。

纪念奖：五十名，\_\_。

9、19：30主持人宣布此次大会结束。

10、19：30-20：00自由活动时间。

11、20：00-22：00首先由董事长讲话，展望\_\_年工作，激励员工在\_\_年能做的更好，大家新年快乐。用餐期间公司领导及员工到个桌敬酒，同事之间交流沟通，增进彼此之间的距离。

2024年房地产公司年会策划方案篇四

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，及各种各样的荧光盔，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：

每一个受奖人两支玫瑰花，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，受奖人在聚光灯柱下，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，聚光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，(\_\_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(一帆风顺……)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，(《\_\_》)结束。

2024年房地产公司年会策划方案篇五

一、年会主题

房地产公司20\_\_年度年终总结会

二、年会时间

20\_\_年12月31日下午14点00分至21点30分

会议时间：14：00——17：30

晚宴时间：18：00——21：30

三、年会地点西国贸酒店一层多功能宴会厅

四、年会参会人员公司全体员工(41人)

五、年会流程与安排本次年会的流程与安排包括以下两部分

(一)年终大会议程安排

13：50全体参会员工提前到达指定会堂，按指定排座就位，等待员工大会开始。

14：00—15：30大会进行第一项，各部门及各项负责人上台分别做年终述职报告。

15：30—15：45大会进行第二项，由行政人事部负责人上台宣读公司各部门及项目主要负责人人事任命决定书。

15：45—16：00大会进行第三项，副总经理宣读2024年度优秀员工获得者名单;优秀员工上台领奖，总经理为优秀员工颁发荣誉证书及奖金;优秀员工与总经理合影留念;优秀员工代表发表获奖感言。

16：00—17：30大会进行第四项，总经理做总结性发言。

17：30大会结束，员工散会休息，酒店布置晚宴会场。

(二)晚宴安排

18：00晚宴正式开始，晚宴主持人引导大家共同举杯，祝福大家新年快乐，祝愿公司的明天更加美好。(背景音乐)

2024年房地产公司年会策划方案5篇最新

**第二篇：万达房地产公司年会策划方案**

万达房地产公司年会策划方案

1.年会主题

2.整体会场布置概要

置策划方案

大亮点

2.场内布置及图片展示

3.颁奖仪式及亮点

4.服务人员

5.演员资料

1.公司案例

2.执行团队

3.联系方式 年会目的 公司自XX年成立以来，又走过了一年的时间，在传统佳节即将来临之际，通过举办公司年会，总结一年来的成绩与不足，在年会上向员工传达下一年的工作目标及战略思想。通过公司年会的活动，为员工提供一个展示自我的平台，拉近上下级之间的沟通，促进良好企业文化的形成。

以奥斯卡颁奖典礼的形式揭晓XX年公司全年的各种奖项。整体会场布置概要 签到处信息牌 年会主背景 年会部分 年会信息牌 演讲台标识 签到处背景 年会主舞台 LED会场整体导视 灯光音响架设 现场花艺装饰 服务人员布置及安排亮点N大亮点—

主题舞台设计

A 舞台布置：

a.灯光龙门架

主背景

c.灯光设备

作为本场年会第一个出现的亮点，展示形象的同时，主要用于重要嘉宾和获奖员工走上星光大道发言，在星光大道末端设置演讲台，当嘉宾走上星光大道的同时，主持人将作以介绍。

可设计有企业代表性的冰雕作品，公 司领导将代表红红火火的红酒倒入冰 雕内，暗喻公司以后的发展红红火 火。

N大亮点—展望篇沙画表演主持人介绍万达接下来5年的目标与展望，全场灯光渐暗音乐响起，追光灯照亮沙化表演者，现场大银幕同步呈现沙画画面旁白讲述关万达的发展战略与宏伟目标，表演者根据旁白讲述的内容即兴创作出相应的画面。N大亮点—名人效应邀请明星到场，讲诉他们自己的励志故事，从而激励员工奋发。推荐歌手李琛，出生于西安的歌手李琛 自幼因患小儿麻痹症致残，只能靠拄双 拐走路，1992年曾在全国残疾人歌手大 1998年秋，中国残联第三次全国代表大会在北 赛上获得一等奖，并转战北京寻找自己 京召开，在灯火通明的中国剧院，李琛作为“第 的音乐梦想。

二届奋发文明进步奖“提名奖的获得者，参加了 为中央领导和全体代表的专场演出。演出结 束，朱鎔基总理上台来与演员们握手并致以亲 切问候。朱总理深情地说：“我不明白你们为什 么会有残疾，你们比很多健全的人表演的都 好!看你们的演出，我们真正感受到了人的伟 大，意志力的坚强!“ 那一刻，站在总理身边的李琛热泪盈眶。不到一年，李琛推出的新歌《窗外》风靡 大江南北。每当谈起这段经历，李琛都十分激动，他 总是睁大那双明亮的眼睛，用他那洪亮的“歌 喉”大声说：“我是残疾人，但我更是一个跟别 人一样，有着普通梦想的普通歌手，社会应当 给我们一个与普通人一样的竞争机会。现场布置 场内布置大厅指示牌，使得嘉宾和员工在进入剧场第一时间对本年会所涉及区域一目了然 签到背景宴会厅门口放置签到背景，嘉宾和员工进入会场之前先签到留恋。

**第三篇：年会策划流程(房地产公司)**

2024年地产公司年会策划方案

时间：2024-1-25 17：30-19：30 地点：（根据公司就近，方便安排车辆进行选择）参加人数：150人

年会主题： 开拓创新 制胜明天

目的：

1、宣传企业文化，增强企业员工的凝聚力和向心力。

2、加强员工相互间的友谊和了解，和谐人际关系。

3、为优秀员工、优秀部门、销售组销售冠军等颁奖。

4、继往开来，庆贺新年。

一、筹备阶段 一）酒店预定

1、提前25天预定好酒店并协商好年会场地等各项内容。

二）节目编排

1、排练时间：下班后

2、排练地点：公司办公就近选择或下班后集中排练

3、年会节目确定后，行政及人力资源部联合主持组选定节目顺序，需照顾主持人参与表演的节目的顺序安排，确保不影响主持人的上场，合理安排。

4、整个导演组分为节目组、后勤组、化妆与道具组、主持组、场地安排组等，各组做好分工，并确定组长，负责具体的事务，定期召开组内会议，讨论进程。

定期向导演组负责人（一般为公司老总或人力资源部总监）汇报共组，如有难点，今早提出。

5、歌曲类节目伴奏拷贝好（由人事部负责），自己抽时间练习，按要求（提前通知）进行彩排汇报，筛选并调整。

6、主持人参与节目顺序的编排，并组织串台词。三）与会公司领导的安排

1、提前告知领导年会的具体时间和地点以及致辞准备和颁奖顺序安排。2、3、4、领导及其家属座位的安排。公司领导胸花的准备。礼仪迎接及引导入座。

四）与会人员的邀请与安排

1、年会开始前5-7天把通过公司内部邮件将晚会时间、地点、大概介绍等发送至公司各个员工，并制作邀请函，邀约员工家属参与，并确定其能否参加，晚会当天再次确认能否准时参加。

2、3、相关邀请函、道具的准备。座位安排与引导入座。

五）会场布置与酒店协调

1、负责人应提前到酒店与酒店负责人协调会场布置事项安排（一般此事项可由活动公司负责）。

2、3、摆放会场的桌椅及安排公司领导和嘉宾的座位。做好年会的ppt及现场宣传横幅及年会舞台的装饰和布置。

4、提前安排专业的音响师和多媒体操作员。

六）与会人员的安全返回1、2、公司包车和自驾车。员工，公司包车。

七）可能出现问题及解决方案

1、路上堵车

◆可提前2-3个小时出发，避开下班高峰期。

2、公司领导或嘉宾迟到

◆尽量提前去接，若迟到可先开始节目。

3、演员迟到或缺席

◆若有平时陪练者可替代，演出照旧；否则，通知主持人跳过或取消该节目。

4、音响设备故障

◆提前调试好设备保证运转正常，若出现故障及时联系酒店专业音响设备维修人员排除故障。

5、出现醉酒

◆通知其家人、朋友或找专人陪护送回休息。

二、年会流程

1、员工入席（领取年会节目评选票及幸运抽奖号码票）

2、3、暖场音乐

公司领导及嘉宾入席

4、公司历程展示（短宣传片）

5、开场舞蹈《大拜年》

6、主持人开场白，介绍嘉宾及领导

7、领导致辞、嘉宾发言

8、歌曲《好运来》

9、节目

10、游戏

11、节目

12、表彰颁奖典礼并合影，代表发言

13、幸运抽奖活动

14、节目

15、互动

16、节目

17、结束，全体人员合影留念

18、欢送领导及嘉宾离场

三、后续工作

1、送公司领导及嘉宾返回

2、吧台结账

3、安排公司员工安全返回

附2：奖品设置清单

一、大雁团队奖（1个）

二、爱因斯坦奖（1名）

三、伯乐奖（1名）

四、金算盘奖（1名）

五、小蜜蜂奖（若干）

六、老黄牛奖（1名）

七、新人奖（2名）

八、最佳店长、销售、业务、导购奖（各1名）

九、年会节目评选奖：状元奖、榜眼奖、探花奖（各1个）

十、现场幸运观众奖：一、二、三等奖分别（1、2、3名）

一、颁奖人员

3：颁奖说明6

附

服装道具及所需物品

奖券90张，双联。胸花，手捧花，喷花，拉花，气球，花环。邀请函，奖品，荣誉证书，奖杯，条幅，签到桌，抽奖箱。投影机，笔记本电脑一台。瓜子，糖。礼品。摄影师，灯光师，照相机。主持人：西装礼服一套（170），衬衣，蝴蝶结。女礼服1套。卡片10张。胭脂水粉等。

《三句半》：小锣1个，小鼓1个，小波2对。服装：上身黄，下身红，红腰带共4套。导购部：帽子5个（休闲）

理发室：假发2个（白色长直，黑色爆炸）镜子，桌子，椅子。

孔雀东南飞：服装：古装青年男子1套，青年女子1套，老夫人1套，丫鬟2套，带辫子的帽子各一个共5个。椅子一把，手绢一个。朗诵《佳人》：文件夹一个。小品《相亲》：帽子一个 四店：葱若干《甩葱舞）

**第四篇：成都金大成龙房地产公司年会策划方案**

电子书请到枯木书吧http:// 在线小说阅读请到 在线小说阅读请到

18:00—19:00 用餐时段：公司领导及员工到各桌敬酒，同事间交流沟通，拉近彼此距离。

19:00—21：00 娱乐时段：

文艺节目（2—3个节目）

游戏1：坐气球比赛，用具：3把椅子、各装20支气球的3个箱子；

游戏规则：2人一组，共3组，一个人递球，一个人坐球，限定时间为3分钟，3分钟后，箱子内省的球最少的胜出；

文艺节目（2—3个节目）；

游戏2：抢凳子；用具：5把椅子，围成一圈；

游戏规则：将椅子围成一圈，响音乐，6个人转圈围着椅

子走，音乐停，6个人抢坐，没有抢着的输；

文艺节目（2—3个节目）

游戏3：筷子运钥匙链；用具：12支筷子、2个钥匙链；

游戏规则：6个人一组，分为两组，每个人嘴里叼一只

筷子，将钥匙链挂在第一个人的筷子上，第一个人将钥

匙链传给第二个人，必须用筷子传，不能用手，哪个组

最先将筷子传到最后一个人的筷子上，为赢。

游戏4：呼啦圈传区别针；用具：呼啦圈3个、曲别针18个；

游戏规则：3个人，每人一个呼啦圈，手里6个曲别针，每个人在转呼啦圈的同时，要将手里的6个曲别针连

在一起，谁先将6个曲别针连在一起，谁就胜出；

游戏5：踩气球；用具：100个气球

游戏规则：分为两组，一组5个人，每个人球上绑10个气球，主持人限定时间3分钟，互相踩对方队员腿上的气球，3分钟

后，看哪个组队员总署气球省的多，就胜出。

幸运抽奖活动：用具：抽奖箱、卡片49张、乒乓球49个

每个人手里有一张带数字的卡片，将乒乓球上写上相应的数字，放进抽奖箱，指派专人分别来抽一至四等奖。

最后主持人邀请全体员工上台合影留念

电子书请到枯木书吧http:// 在线小说阅读请到 在线小说阅读请到

**第五篇：房地产公司销售策划方案**

房地产公司销售策划方案一

由于房地产与一般商品具有异质性，如其资金投入巨大、生产周期短、具有价值升值和货币功能、能够半品销售、品质基本不能提升、入市价格低、开盘多、竞争激烈等等。随着房地产竞争的日趋激烈，相应的营销策划也十分火暴，因此策划创新成为制胜之道。对于房地产的营销策划，主要是围绕消费者的消费行为、生活方式在产品设计、提升产品价值、营销传播、支付方式等方面进行创新，激发潜在消费需求或争夺现有顾客，其创新可以体现在创造一种新产品（如规划设计方面的独特性）；提供一种服务模式（如管家式的物业服务）；倡导一种生活方式（如运动、健康、休闲、品位等）；营造一种文化等等。

一、未来发展趋势

一方面是房地产已经进入品牌竞争时代，房地产市场的竞争已从价格竞争、概念竞争转而进入品牌竞争阶段，企业更注重对品牌的培养与利用。因此应注重对品牌的不断强化，输出品牌核心价值，进行统一品牌之下的分品牌战略；同时广告意识要超前，推广手段整合性强，利用一切可以利用的传播资源强化产品的概念。另一方面是消费市场日趋理性和个性化，近年经济持续放缓，居民收入（包括预期收入）持续下降，实惠性的心理占据主导地位；消费者经过长期的广告浸淫，偶然性、冲动性购买行为减弱，理性购买行为增强；各种不同类型的消费者对楼盘的选择逐渐建立自己的标准和喜好，消费者对商品房的选择会更趋“个性化”，会更加考虑自己的心理需求，寻找更加适合自己的楼盘。随着房地产市场竞争的加剧，大型化、集约化楼盘将成为未来市场竞争的热点；针对不同消费者的市场细分趋势日趋明朗，以满足不同类型消费需求的消费群；“设计时代”开始回归，发展商更加重视产品的开发，对楼盘的前期规划和设计将更加重视。竞争手段将会全方位、多元化，如一些大型的楼盘具备综合的竞争优势，而中小型盘就必须以其个性化和特色需求也在市场占据一席之地。在未来的发展过程中，将进一步追求境界（如历史、人文、文化等）；追求近距离（如与商务区、高效、车站等接近）；追求洁净（对光线、绿化、天然气配备等）；追求宁静（密度低、生态景观台等）等等，不仅对配套设施的需求提高，而且对房地产开发商的品牌高要求；不仅对设计有相应要求，可能还会对社区居民的生活群和社交卷具有相应要求；不仅对楼盘的品牌有要求，可能对设计和制造过程中的环节比较关注。在市场竞争形势进一步白热化的情况下，如何进一步挖掘自身楼盘的附加价值，稳定价格、吸引客源?如何根据目标消费群的理性购买需求，进一步深化自身楼盘的优点，使目标消费群产生“物有所值”的感觉?如何继续建立自己独特的品牌个性，突破强劲对手的包围，在市场上继续掀起一股新的旋风?如何适应“个人置业时代”的新趋势?这些都迫使开发商需要进行系统的全程营销策划。

二、房地产全程营销策划

一是策划为先。

在整个项目开发过程中，从思维上应该策划在先，包括项目认证、风险评估、资金渠道、市场定位、规划设计、施工招标、工程管理、材料选择、形象包装、开盘销售、广告宣传、营销策略、物业管理、品牌塑造、效益提升等等都需要系统策划，策划是建立在相应的市场调查的基础上，调查既可以是一手的资料，也可是二手的，如包括政府统计口径、银行统计口径、统计局、商业局、房管局、国土局、税务局等部门的统计年鉴，了解和分析市场购买力及消费趋势等等。根据不同的环节有针对性的展开调查，如围绕消费者的生活形态，围绕区域的楼盘情况，围绕促销策略等等。二是创新为赢。在整个策划过程中均应该进行营销策划创新，包括建筑形态、布局规划、户型设计、整合营销、广告宣传、公关活动、物业管理、融资方式等等，如在支付方式上，与金融有效结合；在价格制定上，有效利用消费者的心理；在宣传和定位上，利用消费者好奇、虚伪等心理。同时要全程为握，房地产开发的全程策划，每个环节、每道工序、每个细节都相当重要。如市场调研、市场分析、市场定位、市场形象、市场促销。

三是塑造差异。

差异化能够创造竞争优势，在房地产策划过程中，应在不同层面塑造差异，如建筑风格、外立面、风系设计、光系设计、户型设计、布局空间设计、功能设计、智能化设计、逃生设计等等。在差异的塑造过程中，应在价值提升、吸引眼球、新颖性和成本方面权衡考虑，因为企业的目的是营利为本。

四是整合营销。

一方面房地产企业在项目开发或经营中要体现人性化意识，关注企业形象、项目形象、员工形象、产品用料、营销方式等等，另一方面要善于整合，在定价方式、开盘起价、价格策略、付款方式、营销主题、广告创意、投放媒体、投放时间、媒体选择、卖点营造、物管承诺等方面都应该组合和整合。如引进组合家电、组合厨房；社区综合配套，整合内外部资源等等。在传播方面，从炒地段到炒升值潜力，从炒概念到炒设计和户型；从软文到单叶，从电视广告到车体、广播和户外广告等，在生活方式、生活品味等方面区塑造创意点。在品牌定位方面，根据消费形态和楼盘实际情况，寻找相应的目标消费群体，同时要善于培育楼盘的子品牌。当然，对于房地产销售力的实现，单纯靠品牌概念的输出无法达成，实在的产品和价格才是实现销售力的关键所在，因此应输出多元化的产品信息，提升楼盘的价值感，打动更加理性的消费群，为产品注入一些新的元素，赋予产品更加新鲜的形象，从而保持品牌的新鲜感。

总之，未来的社区将更加在产品自身方面加以关注：如园林设计好，有较大的休闲活动空间；间隔合理、实用率高、采光好、空气流通；楼距较大，有开敞的空间和视野；完善的小区配套，物业管理好，最好是封闭式管理；交通、购物方便，使房子成为有文化气息的房子，成为有创造力的房子。在营销传播上：抓住目标消费者的心态，务求直指人心，在销售策略、广告策略投其所好，促成他们购买，同时根据目标消费群的特性，配合产品的特点，使广告投入针对性更强更直接。一方面是组合利用软文、公关和不同形式的广告，在设计和投放过程中创新，另一方面是有效把握目标消费群体的消费心理和行为，关注其消费形态，从而有针对性地开展相应地传播和促销活动。

房地产公司销售策划方案二

对外传达金坤房产开盘典礼的信息、显示本企业的雄厚实力。扩大金坤房产的社会知名度与品牌美誉度，体现金坤房产的五大优势：公司的雄厚实力财力、“xx第一拍”的资历、极优的地理位置、很大的升值空间和一流的户型设计，展示公司美好发展前景，促进楼盘销售。同时进行企业社会公关，树立xx房产积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户的关系。

1、开盘时间：20xx年x月x日（暂预定）

2、活动地点：xx房产有限公司

3、剪彩嘉宾：贵公司确定

4、拟邀媒体：xx电视台、xx广告公司

5、活动方案

（一）前期准备

1、到场嘉宾

市政府有关主管领导、业界知名人士、公司的关系客户、各媒体

2、购买或制作一批有意义的礼品。

做好活动现场的礼品、礼品袋（可由我公司提前提供样品，由贵公司定稿后我公司统一制作）。

一是可以表达对领导的尊敬和谢意；

二是可以起到宣传作用和品牌效应。

3、剪彩仪式所需的红花、剪刀、托盘和鲜花

4、请柬的准备

提前印好请柬，非市内来宾请柬要在典礼前xx天寄出，本市提前x天发出，并确认来否回执。（请贵公司确认、确定。）

5、其他准备工作

提前x天向市气象局获取当日的天气情况资料。

落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

提前x天落实指挥和负责秩序工作。

（二）开盘前广告发布

在《xx广告》发布整版开盘庆典活动平面广告，于活动前2星期投放。在社区网站配合文字图片报导。

（三）开盘之日媒体报道

开盘当天邀请市电视台、平面及网络媒体，以新闻报导、文字和图片形式突出宣传xx房产的开盘庆典。

6、开盘现场活动

现场布置

售楼大厅：厅内分接待区和服务区。正墙做形象墙介绍公司整体情况，顶部做射灯突出效果；前面设立弧形售楼咨询服务台，正墙右侧做六个主推户型的写真。中间立柱上悬挂简介彩旗或宣传画面。另摆设沙发、茶几和楼盘简介资料。整体需体现出公司正规、有实力、有品位，给客户带来温馨和谐的感受。（效果图附后）

会场布置：会场布置以实际效果为准，按照不同区域不同划分。现场以售楼部为接待中心，配合媒体广告宣传，营造良好的接待环境和现场氛围。

主席台区：也就是剪彩区，设在公司或楼盘门口。左侧为贵宾致辞台，右侧为主持人用立式麦可风，台面铺有红色地毯，台前及左右侧有绿化盆景。

嘉宾区：可设在剪彩区域前方和两侧。

房地产公司销售策划方案三

最近的房地产业出现了销售受阻的情况，在这种情势之下更应该做一个商业计划书，做到有计划的有步骤的将楼盘销售掉。

由于房地产与一般商品具有异质性，如其资金投入巨大、生产周期短、具有价值升值和货币功能、能够半品销售、品质基本不能提升、入市价格低、开盘多、竞争激烈等等。

随着房地产竞争的日趋激烈，相应的营销策划也十分火暴，因此策划创新成为制胜之道。对于房地产的营销策划，主要是围绕消费者的消费行为、生活方式在产品设计、提升产品价值、营销传播、支付方式等方面进行创新，激发潜在消费需求或争夺现有顾客，其创新可以体现在创造一种新产品（如规划设计方面的独特性）；提供一种服务模式（如管家式的物业服务）；倡导一种生活方式（如运动、健康、休闲、品位等）；营造一种文化等等。

一是策划为先。

在整个项目开发过程中，从思维上应该策划在先，包括项目认证、风险评估、资金渠道、市场定位、规划设计、施工招标、工程管理、材料选择、形象包装、开盘销售、广告宣传、营销策略、物业管理、品牌塑造、效益提升等等都需要系统策划，策划是建立在相应的市场调查的基础上，调查既可以是一手的资料，也可是二手的，如包括政府统计口径、银行统计口径、统计局、商业局、房管局、国土局、税务局等部门的统计年鉴，了解和分析市场购买力及消费趋势等等。根据不同的环节有针对性的展开调查，如围绕消费者的生活形态，围绕区域的楼盘情况，围绕促销策略等等。

二是创新为赢。

在整个策划过程中均应该进行营销策划创新，包括建筑形态、布局规划、户型设计、整合营销、广告宣传、公关活动、物业管理、融资方式等等，如在支付方式上，与金融有效结合；在价格制定上，有效利用消费者的心理；在宣传和定位上，利用消费者好奇、虚伪等心理。如关注小孩教育、与名人做邻居、零首付、组合销售、在促销上合家欢礼品组合：丈夫赠送健身礼券、妻子赠送美容礼券、儿女赠送少年宫课程一门、老人赠送全面身体检查一次等等。同时要全程为握，房地产开发的全程策划，每个环节、每道工序、每个细节都相当重要。如市场调研、市场分析、市场定位、市场形象、市场促销。

三是塑造差异。

差异化能够创造竞争优势，在房地产策划过程中，应在不同层面塑造差异，如建筑风格、外立面、风系设计、光系设计、户型设计、布局空间设计、功能设计、智能化设计、逃生设计等等。在差异的塑造过程中，应在价值提升、吸引眼球、新颖性和成本方面权衡考虑，因为企业的目的是营利为本。

四是整合营销。

一方面房地产企业在项目开发或经营中要体现人性化意识，关注企业形象、项目形象、员工形象、产品用料、营销方式等等，另一方面要善于整合，在定价方式、开盘起价、价格策略、付款方式、营销主题、广告创意、投放媒体、投放时间、媒体选择、卖点营造、物管承诺等方面都应该组合和整合。如引进组合家电、组合厨房；社区综合配套，整合内外部资源等等。在传播方面，从炒地段到炒升值潜力，从炒概念到炒设计和户型；从软文到单叶，从电视广告到车体、广播和户外广告等，在生活方式、生活品味等方面区塑造创意点。在品牌定位方面，根据消费形态和楼盘实际情况，寻找相应的目标消费群体，同时要善于培育楼盘的子品牌。当然，对于房地产销售力的实现，单纯靠品牌概念的输出无法达成，实在的产品和价格才是实现销售力的关键所在，因此应输出多元化的产品信息，提升楼盘的价值感，打动更加理性的消费群，为产品注入一些新的元素，赋予产品更加新鲜的形象，从而保持品牌的新鲜感。

总之，未来的社区将更加在产品自身方面加以关注：如园林设计好，有较大的休闲活动空间；间隔合理、实用率高、采光好、空气流通；楼距较大，有开敞的空间和视野；完善的小区配套，物业管理好，最好是封闭式管理；交通、购物方便，使房子成为有文化气息的房子，成为有创造力的房子。在营销传播上：抓住目标消费者的心态，务求直指人心，在销售策略、广告策略投其所好，促成他们购买，同时根据目标消费群的特性，配合产品的特点，使广告投入针对性更强更直接。一方面是组合利用软文、公关和不同形式的广告，在设计和投放过程中创新，另一方面是有效把握目标消费群体的消费心理和行为，关注其消费形态，从而有针对性地开展相应地传播和促销活动。

房地产公司销售策划方案四

房地产系不动产的商品概念，与其他商品有着本质截然不同的区别，不同于买件衣服那样随心所欲，这是因为买房子价位高，耐用性长。买主务必经过审情度事、权衡利弊的反复斟酌才能作出决定，而且反弹心理很强，稍有不称心就会改变主意，买主思考的问题，内容丰富，错综复杂，既要考虑得天独厚的地理条件，又要科究优雅舒适的自然环境，楼质、交通、音贝、污染、安全等诸方面的慎之有慎。由此可见房地产营销深度广，难度大，负荷重，企求在房地产营销上取得卓然显著的成效，并非轻而易举、弹指一挥间，必须加强重视大脑智力投资的力度，具备冰冻三尺非一日之寒的韧劲和毅力。

一、创意理念

房地产营销策划方案要达到尚方宝剑的强大韧劲和力度，必须在创意理念上形成：

1、具有高度的自信野心

2、富于竞争，且乐此不倦

3、头脑敏锐，不拘传统

4、感性认识和理性认识相处融洽

5、注重历史，尊重现实，睽重未来

二、构思框架

1、以塑造形象为主，渲染品味和意念

2、展现楼盘的综合优势

3、体现楼盘和谐舒适生活

4、直切消费群生活心态

三、实战流程

1、形象定位：

对楼盘的综合素质进行整体概括，揭示楼盘从地理位置、物业档次到设计思想、具体细节等到方面的高起点定位。所谓高起点完全可以从楼盘的整体设计中体现到：吸取园外、境外高档物业经验，处处顾及住户需要，大到小区环境规划设计和公共空间的审美安排；小至空调机位、公共过道采光以及住户户型设计等等，都进行精碉细凿，力争完美。

好东西总有不同之处，因而“不同”二字构成了楼盘这一高档物业的形象基础，使它有机会从众多物业中脱颖而出。比如：地理位置不同，交通条件不同，物业品质不同，发展商信誉不同，人均拥有空间不同，升值潜力不同，车位数量不同，小区规划不同。这“八种不同”的明知故问句子成为开发商向楼盘消费对象阐述物业优势的重要线索。

2、主要卖点：

对楼盘进行全面分析研究，概括为四个方面的卖点构成：

1、地理位置

2、楼盘设施结构

3、楼盘做工用料

4、户型设计。突出明显优势，这是楼盘消费者最关心的物业指标。

3、绘制效果图：

根据开发商的条件和推广需要，分别绘制整体效果图、多层单体效果图。绘制效果图要强调公共空间开阔、细节丰富、品味高，因为楼盘的销售，需要启动购楼者对未来的想象，无数事实范例证明，精美的效果图对营销起了事半功倍的决定性作用。

4、广告诉求点：

1、阐述楼盘的位置

2、阐述楼盘所在地的历史渊源

3、阐述楼盘交通条件

4、阐述楼盘人口密度情况

5、阐述楼盘的升值潜力

6、阐述楼盘开发商的信誉

7、阐述楼盘的背景

8、阐述楼盘的舒适温馨

9、阐述楼盘的实用率

10、阐述楼盘的付数计划

11、阐述楼盘的品质

12、阐述楼盘的深远意义

13、阐述楼盘的物业管理有什么不同

5、广告阶段划分：

对楼盘的品牌推广是一个长期的行为，应有战略的考虑，从而使每一期广告都变成一次品牌的积累。都成为对楼盘形象的一次重要投资。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找