# 《房展会活动策划方案-》

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-08-22

*第一篇：《房展会活动策划方案-》活动策划新利器 2024年国庆中原动漫展会儿童趣味冲关现场 活动策划新利器 2024年国庆中原动漫展会儿童趣味冲关现场 活动策划新利器 2024年某楼市开盘儿童趣味冲关现场 活动策划新利器 2024年某楼市...*

**第一篇：《房展会活动策划方案-》**

活动策划新利器 2024年国庆中原动漫展会儿童趣味冲关现场 活动策划新

利器 2024年国庆中原动漫展会儿童趣味冲关现场 活动策划新利器 2024年某

楼市开盘儿童趣味冲关现场 活动策划新利器 2024年某楼市开盘儿童冲关栏目调查――热火的冲关2024年湖南卫视创办《智勇大冲关》以来，收视率跃升至全国同时段排名第二，更是进入了36家卫星频道晚间节目收视TOP10。在各大城市中的收视表现也是颇为抢眼，其中长沙、上海、成都、福州、昆明、西安、重庆等城市收视份额均超过了4%。另外，午间时段重播的《智勇大冲关》也是一片飘红，平均收视率飙升至同时段全国排名第二。其他电视台也行动了：安徽电视台开办了《男生女生向前冲》、浙江电视台开办了《冲关我最棒》，山东电视台开办了《闯关上梁山》，宁波电视台开办《今天我最强》、河南电视台九频道开办《莲花英雄汇》、淮北电视台开办了《冲关大乐园》、莒南县开办了《全民夺标》„„国内刮起了冲关热，大江南北，男女老少无不为这种放松身心、精彩刺激的活动痴迷！聪明的您看到了其中的机会了吗？？赶快了解一下国内最新的儿童趣味冲关吧！什么是儿童冲关 儿童冲关是以儿童为主要参与对象的娱乐活动，又名儿童兴趣冲关，可同时通过6个人，各个关卡风格迥异，玩法丰富，孩子们在里面可以任意体验钻、爬、骑、沿、穿、滑、跳等动作，放松身心；色彩斑斓的美化图片、形象逼真的动漫形象，让孩子们仿佛置身于美妙的童话世界。个性化量身定制 我们为客户提供专业服务儿童趣味冲关场地配置标准部分城堡展示 现场组织结构图 应急指挥组织结构图岗位责任结构图项目的社会和经济效益

1、弘扬中原大文化，增强文化软实力党的十七届六中全会吹响了建设社会主义文化强国的新号角，标志着我国文化建设进入了一个新的发展阶段。一场影响深远、波及整个文化领域的深刻变革在中国展开。国务院的指导意见指出积极推进具有中原特色和国家水准的重大文化项目，支持开展文化改革发展综合试验，探索政府主导与发挥市场作用有机统一的文化事业和文化产业发展机制，加大金融对中原文化产业发展支持力度，加快文化产业投融资平台和公共服务平台建设。积极推动文化市场开放，鼓励社会力量参与公益性文化建设。

2、建设气模冲关乐园，投资小、收益大建一座气模冲关乐园花费从十几万元到几十万元，从投资的角度来看，气模产品投资不大，资金回笼快，又有良好的移动性和可复制性。从气模的寿命上来讲，正常使用的情况下，一般可用上3-5年的时间，一般来说，经营半年左右就可收回投资的成本。儿童趣味冲关商业运营项目投资分析我公司从事充气行业近20年，在产品开发和设计能力上处于同行业国际先进水平，响应国家发展文化产业政策，结合国内流

行的“冲关热”，为各地电视台少儿栏目开发了一系列“儿童趣味冲关”产品。为防止竞争对手模仿，保护购买者在当地区域的“唯一性”，最新的关卡组合图片只对有意向的客户开发，如果您有意冲关栏目的制作，请联系我们，我们会在最短的时间内给您回复。\* max.book118.com 儿童趣味冲关项目介绍 项目部2024-9-7 2024年某楼市开盘儿童趣味冲关现场开业庆典 楼市开盘 企业活动 商家活动 各种文化节 美食节等集会 儿童趣味冲关在哪些活动中使用 为什么要选择儿童冲关？ 充气型儿童冲关有什么优势？ 主题表现： 针对不同的主题设计不同的产品，寓教于乐。儿童冲关设备以其刺激性、娱乐性和强大的造势功能会形成很强的吸引力。安全系数高: 使用无毒、无味、经国际标准认证的环保新材料，多年实践经验，科学进行气压调试可移动 性: 对场地的要求相对较低 , 免除了目前流行冲关设备 地点固定的缺点。项目 优势 无季节限制: 不受季节的限制，除了雨雪等 恶劣天气，其他时间均可进行经济性： 造价低廉，运营成本较低，投资回报率高 快捷方便： 组装的程序，既方便简单 可组合性： 由多个冲关模块组成，可以根据不同的需要 进行重新组合 便于携带： 只需要利用小型风机对冲关设备进行充、放空气；在活动结束之后只需要把气体放掉就可以直接打包带走。项目背景:国家政策支持2024年2月14日，《中国游乐行业“十二五”发展规划纲要》中明确提出：“积极推进游乐与文化产业的融合，游乐与商业的融合，游乐与地产的融合，游乐与其它产业的融合，”并明确要求中国游艺机游乐园协会通过国资委向国家有关部门反映税费高等制约游乐行业发展的瓶颈问题，争取国家给予游乐行业在政策上的支持。国内现状：城市儿童身心教育平衡在玩得开心的同时,身体得到有氧耐力煅炼；有利于满足小朋友们争强好胜、不甘落后、勇于探险等心理要求，使孩子们更加健康快乐聪明地成长；同时有利于培养儿童勇敢、坚韧、顽强的个性,??锻炼速度、力量、平衡、协调等素质，达到强身健体、健脑益智的目的。市场前景：高安全度、移动性符合城市发展需要充气产品容易形成隆重

热闹的活动场面，具有安装简易、移动方便、安全放心、玩法丰富、性价比高等特点，是一种全新的广告媒体。运营模式：合作双赢客户购买到的将是一套冲关和一整套的经营方案。服务跟踪 项目策划 投资建议 客户购买到的将是 一套冲关和一整套的经营方案 根据要求，定制主题包装策划方案 现场活动方案、比赛规则制定 提供相关操作人员现场模拟培训设备安装、维修、保 养手册 操作人员 现场模拟 培训比赛规则 活动 门票管理 活动广告 宣传方案 人员配置 及岗位职责活动 组织结构活动 应急预案活动 环节设计、流程图拟定现场平面布置活动过程 时间安排 项目 运营 计划 项目场地规划及配置 豪华型 标准型 迷你型 项目运营机制 冲关活动总指挥部 冲关活动办公室 安保部 活动现场工作部 医护组 财务组 宣传组 后勤保障部 环卫组 供应组 技术组 裁判组 防护组 登记组 疏导组 治安组 门岗组 应急指挥中心 办公室 疏导组 办公室 财务组 宣传组 善后处理组 后勤及救护组 保卫组 总指挥长 应急指挥 部长 安保部长 现场活动 部长 活动办公室 主任 后勤部长 疏导 组长 治安 组长 门岗 组长（出入）裁判 组长 安防（巡视）组长 引导 组长 医护 组长 财务 组长 宣传 组长 环卫 组长 供应 组长 技术 组长 停车场 疏导 人员 门口 疏导 人员 内部 疏导 人员 消防 人员 维持 人员 发令 人员 计时 人员 裁判 人员 报名 引导 人员 排队 引导 人员 领奖 引导 人员 现场 卫生 人员 卫生间 人员 场外 卫生 人员 仓库 保管 员 食品 供应 人员主管 会计 现金 会计 售 票 员 舞台 主持 人员 节目 活动 人员 广播 人员 护士 水电工 设备 维护 医生 项目投资与收益预算 公司实力简介

**第二篇：房展会策划方案**

新疆住邦地产行销

呈：龙兴房产、住邦行销，各位领导

国庆秋季房展会策划方案

（2024年10月2日至4日）

一、房展会地址与展位：

1、展会地址与展位分布图

（展位分布图）

2、龙腾居展位

龙腾居展位为A7展位（位置详见展位分布图），展位价格为：1.4万元（3天）。

二、龙腾居展位所需物料与人员

1、物料

展位背景一张（3米\*2.8米）；

展台一张（长2米左右）；

看房接待车一辆；

迎宾绶带（每人一条）；

宣传彩页（预计每天1000张）；

手提袋（计划每天500只）；

抽纸或纸杯，计划200份/天（现场看房售楼处领取）；看房抽奖券200张（10月2日当天）；

2、人员

主管1名；

置业顾问1名；

模特4名；

保安1名（形象好）；

司机1名；

三、房展会活动安排1、10月1日

19：00进场布置展位；

2、10月2日

09：40前相关人员到展会现场集合；

10：10前做好所有准备工作，准备接待来宾；

工作内容：

通过发放宣传单、手提袋，引导来宾到售楼中心现场看房，增加来访量和宣传裂变；

通过看房送小礼品与看房抽奖活动，吸引来宾到售楼中心现场看房，增加来访量和宣传裂变；

20：00整理物料，结束当天工作。

3、10月3日

09：40前相关人员到展会现场集合；

10：10前做好所有准备工作，准备接待来宾；

工作内容：

通过发放宣传单、手提袋，引导来宾到售楼中心现场看房，增加来访量和宣传裂变；

通过看房送小礼品与看房抽奖活动，吸引来宾到售楼中心现场看房，增加来访量和宣传裂变；

20：00整理物料，结束当天工作。

4、10月4日

09：40前相关人员到展会现场集合；

10：10前做好所有准备工作，准备接待来宾； 工作内容：

通过发放宣传单、手提袋，引导来宾到售楼中心现场看房，增加来访量和宣传裂变；

通过看房送小礼品与看房抽奖活动，吸引来宾到售楼中心现场看房，增加来访量和宣传裂变；

17：00房展会结束，整理物料回售楼处。

关键词：十一国庆长假、开盘、房展会。

**第三篇：房展会策划方案概要**

房展会策划方案

1592.\*\*\*0

“2024”

2011920—23 2011924—925 20119 26

94.9

参展单位长治市范围内的房地产开发企业、房地产中介机构、各有关金融、保险机构、各装饰装修公司、物业管理公司、各家装用品（如家具、地板、灯具等）经销商、各建材、陶瓷产品经销商以及异地房展团等相关企业。

本次展会特成立组委会，由主办方、承办方、协办方三方人员共同组成。组委会负责监督、协助展会筹备、展出及后期的各项工作，保证展会顺利进行、圆满成功。

五、展会主题：魅力长治 人居福地

六、房展会推广策略：推介会主流媒体推广网络推广其他媒介、媒介策略

报纸：8月25日—9月25日在长治日报、上党晚报做5—6专版报道

8月25日刊登展会有奖调查并宣传征集：“展会冠名权”

9月1日开始在长治日报、上党晚报等媒体进行倒计时提示。

网站及网络：即日起做专项宣传

选择网络合作方，利用网络的传播效率和长期存在的特点加强广告效果。并专门建立展会主页进行虚拟房展、广告宣传等活动。

广播电台：9月1日开始利用长治交通文艺广播电台，针对有车族和出租车乘客等高端消费者进行宣传，并开播展会倒计时报道。

公交：车身条幅广告与车厢内标牌广告相结合，主要选择经过长治市交通主干道、商业地区和展场附近的公交车辆进行广告投放，以这种流动的媒体形式增加展会的暴光率。

户外：以大幅面喷绘广告为主，辅以其它形式的建筑物大型悬垂广告，目标地点设置于展场周边。

印刷：采用宣传单形式，在目标消费群集中的区域和商业中心区域进行派发。

刊印冠名商冠名秋季房展会刊物，刊物内容将大力宣传参展企业，创造一个相对长期的静态宣传，使秋季房展会的影响更广泛更深刻。

“立晟人”报纸即日起，对展会全程报道，同时配合展会期间展刊的发送等活动加强宣传效果。、人员推广

8月29日召开2024年秋季房展推介会。

9月1日—20日组委会将安排推广组成员与各房地产开发企业接洽，后续有针对性的跟进式推广招商、后期宣传

展会结束后，长治房地网将在一定时期内跟进报道展会后续影响。

“立晟人”刊物对展会后续跟进报道，同时刊登展会期间摄影大赛的优秀作品，评比奖项。

4、展会安排：

邀请特邀嘉宾 市领导 举办两场房展晚会

七、主办方举办“2024年秋季房展”推介会

时间：8月29日上午9：00时

地点: 财苑大厦十一层（长治市长兴中路305号）期间邀请主流媒体做新闻报道

八、本次展会共设展位个

（1）展位标准：

本次展会分为东、西两个展区，分别为楼盘展示区和装饰建材区，共四个区域： A区域：A1-A2 展位面积为15米×6米 B区域：B1-B10 展位面积为10米×6米 C区域：C1-C16 展位面积为6米×3米 D区域：D1-D22 展位面积为6米×3米

所有展位均由主体支架及喷绘布组成，只配备1组电源（展位喷绘布、洽谈桌椅由参展商自备。）

（2）每展位均配备220V电源插座一只，供参展企业用于电视VCD展示用（电视VCD由参展商自备）。

（3）各参展企业需在楣板处标明企业中文全称（楣板字由参展商自备）

（4）参展商严格按商品房有关规定宣传（5）以下为标准展位透视图。

1、A展位：90平米，收费为10万元人民币

2、B展位：60平米，收费为6万元人民币

3、C展位：18平米，收费为3万元人民币

4、D展位：18平米，收费为3万元人民币 C、D展位参展商如需扩大，按1200元／㎡缴费；

5、展会冠名权为15万元，提供90㎡的展位一个 注：所有展位背后广告位归主办方所有。

具体见附件1《2024年长治秋季房展会展位分布图》

1）长治市住房保障和城乡建设管理局

2）长治市交通文艺广播电台）长治日报社）长治电视台）长治市公证处）长治市公安局交通警察支队）长治市公安局城区分局）长治市城区环境卫生管理处）长治市城区市容监察大队 3456789展会秘书处设在长治市立晟房地产中介服务有限公司总部

地址：长治市西大街259号（人民公园对面）电话：0355—8567005 8567015（传真）邮箱：czfdw@sina.com 秘书处：唐宁 马超群 赵慧智 韩小军

展位招商联系人：马超群 联系方式：\*\*\*

E、抽奖箱＋礼品

里面设置价值1888元、5888元、11188元的购房抵用券，另设置1000份精美礼品奖（价值20元），保证人人有奖，票票有奖，带动来宾情绪。

建议

需制作1000张“价值20元礼品”的抽奖条，10张“价值1888元购房抵用券”的抽奖条，5张“价值5888元购房券”的抽奖券，3张“价值11188元购房券”的抽奖条。

A、抽奖部分

现场所有来客登记过的客户，均可获得一次抽奖机会，保证100％的中将率。奖品设置为以下几种不同类别：

a、鼓励奖

价值20元精美礼品一份，送完为止

b、购房抵用券（只能用于购买新星都市房子上面，不能折换现金，过期作废，时间设定于2024年12月31号之前使用）

三种档次：

1888元一档；

5888元二档；

11188元三档

以上所有抵用券只限购买一套住房时使用，不得累积，可参加新星都市推出的其他优惠活动。

一、策划背景

随着我国经济的高速发展，房地产业大量中小型企业和大量开发项目蜂涌而出，市场竞争的方式和层面呈现出不断加剧的快速变化。房地产市场出现了 “各自经营，闭门发展”等一些恶性竞争现象，不仅自身薄利耗资，发展缓慢，而且影响整个行业的发展态势，再加上国家中央宏观调控的制约，2024年年底至今房地产市

场出现冷清低靡现象。

作为龙南县经济支柱型产业之一的房地产业也受到了大大小小的冲击。为了走出楼市寒冬，进一步激发房地产市场的活跃性，引导龙南县房地产业的健康发展，由龙南县房地产管理局牵头主办，赣州市美博会展服务有限公司承办的2024龙南金秋房展会拟定于2024年10月18日-10月19日在龙南隆重举行。在“金秋飘香•和谐宜居”的展会主题下，本届房展会将会为诠释品质生活提供很好的平台。

二、策划目的

1、推动整个龙南房地产业及相关行业的向前发展为理念，为房地产业及相关行业搭建一个展示自己、互相沟通、共同发展的互动平台；

2、通过本届房展会的举办与房地产及其相关行业的相互通力配合使龙南房地产及相关行业以一个良性形态向前发展；

3、通过房展大型集中展示的形式和房展会有关活动大力展示龙南县房地产市场的全方位信息，提升参展单位的知名度及其品牌的推广，促进房地产市场信息的交流，更好地向龙南人民展示房地产开发公司等相关行业的整体形象与实力；

4、通过此展会架起龙南县政府、房地产开发企业、房地产相关企业及龙南百姓之间的桥梁，用品质塑就企业品牌；用诚信服务龙南人民；用整体实力促进行业的健康发展；

5、最大限度的激发消费者的购房欲望，从而尽可能多的完成销售目标；

三、展会宗旨

本届房展会将全景展现龙南县房地产市场的健康发展趋势，集中展示龙南县近年来房地产发展的辉煌成果，是龙南房地产精品楼盘的一次展示盛宴；同时本次房展会也直接服务于市民，为广大龙南县民众提供购房置业的绝佳良机。

关注百姓需求•服务开发企业•树立企业品牌•推动行业发展

四、展会名称

2024龙南金秋房展会

五、展会主题

金秋飘香•和谐宜居

六、展会时间

1、展会时间: 2024年10月18日—10月19日

2、展会开幕时间：2024年10月18日

3、布展时间：2024年10月16日—10月17日

4、展会闭幕时间：2024年11月19日

4、撤展时间：2024年10月20日

5、展会作息时间：展期上午8：30—晚上21：30

七、展会地点

龙南县龙翔广场（拟定）

八、展会主承办、宣传媒体单位

主办单位：龙南县房地产管理局

承办单位：赣州市美博会展服务有限公司

媒体支持单位：(待定

九、展览范围

☆ 房地产开发商

☆ 房地产代理商

☆ 建材家装用品供应商

☆ 其他房地产相关企业

十、展会分区

1、展区规划

☆ 商品房展区（含别墅、普通住宅、写字楼、商业项目）

☆ 建材家居展区（物业管理、家用器材、建材、装修装饰展示等）

☆ 房产咨询区（房地产政策咨询、法律服务）

2、展位规划（具体展位个数待定）

☆ 展会会场计划占地@@m2（龙翔广场可用区域）

☆ 舞台（具体面积按场地大小来定）

☆ 标准展位：3m\*3m（9 m2）

☆ 特装展位：6m\*8m（48 m2）

十一、展会相关活动

本届组委会将认真听取各开发企业对展会组织的建议和意见，努力办好本届展会。在展会期间将不定期的召集各参展企业代表，通报房展会进展情况，组织召开展会交流会，集思广益，不断改进展会各项活动的组织计划，使本届展会能够起到真正的服务于开发商，宣传开发项目，促进商品房销售的根本作用。

㈠ 开幕式

☆ 开幕式时间：10月18日上午

☆ 开幕式地点：会场中心舞台

☆ 开幕式议程：

1、新闻单位记者的邀请；

2、参加开幕式的房地产开发商、代理商、建材家装用品供应商及观展

人员的组织；

3、舞狮队、腰鼓队奏乐活跃现场气氛

4、龙南县房地产管理局领导致辞；

5、参展单位代表致辞；

6、宣布开幕（剪彩仪式、鸣礼炮等）；

7、舞台道具：横幅、音响、彩旗、气球、背景板、鲜花等；

㈡ 金秋房展主题日活动

☆ 活动时间：2024年10月18日—19日

☆ 参与单位：所有参展单位

☆ 活动形式：主题日内参与活动的参展单位将给出相关优惠政策，优惠

幅度将不少于该企业或楼盘任何一次大型优惠活动。优惠内容包括价格折

扣、送家具装修、送物业费用、送其他礼品等。

㈢ “我心中理想的家”有奖涂鸦活动

☆ 活动时间：2024年10月18日—19日

☆ 活动地点：展会场内指定地点

☆ 活动形式：

1、参与者通过手中的蜡笔在A4白纸上涂鸦出自己心中理想家的蓝图，并

属上名称贴在“圆梦墙”上；

2、组委会在闭幕式晚会上将所有作品放入抽奖箱中，并抽取圆梦奖1名、憧憬奖2名、幸运奖2名，获奖者凭身份证件领奖；

3、奖品设置：圆梦奖----高档冰箱一台、憧憬奖----高档家具一件、幸

运奖----室内装饰一件（均可由建材家装用品供应商赞助）；

4、活动道具：蜡笔、A4白纸、方桌、展板、抽奖箱、胶；

㈣ 楼市知识有奖问答活动

☆ 活动时间： 10月18日、19日：上午11：00、下午15：00各一次

☆ 活动地点：会场中心舞台

☆ 活动形式： 1、2024年10月17日前，各参展楼盘提供4题关于其楼盘相关的问题及配套答案和与之数量对应的奖品数；

2、在对应的活动时间内由主持人在舞台上提问，参与者以抢答形式回答问题，答对者获精美礼品一份（奖品按问题所提及的楼盘进行发放）；

3、每次活动以提7个问题为标准，即所有参展楼盘问答均参与其中；

4、活动道具：音响、问答题、奖品；

㈤ 娱乐串串香（本活动为“楼市知识有奖问答活动” 配套举行）

☆ 活动时间： 10月18日、19日：上午10：30、下午15：00各一次

☆ 活动地点：会场中心舞台

☆ 活动形式：活动期间乐队表演、拉丁舞、街舞表演、Cosplay Show四种类型表演之一配合楼市知识有奖问答活动进行演出；

㈥ “幸运观众”礼品派送

☆ 活动时间： 11月18日、19日上午11：30、下午16：30各一次

☆ 活动地点：会场中心舞台

☆ 活动形式：组委会派人在展会现场定时派发礼品，适时拉动观众的观展乐趣（每次派发数量待定）；

☆ 活动道具：小礼品（组委会自行准备或由参展单位赞助）

㈦ 闭幕式暨“秋§韵”歌舞文艺晚会

☆ 活动时间：2024年11月19日晚20：00—21：30

☆ 活动地点：会场中心舞台

☆ 闭幕式议程：

1、嘉宾致闭幕词；

2、礼仪公司组织表演团演出；

3、晚会中段时间进行“我心中理想的家”有奖涂鸦抽奖活动；

4、演出完后主持人宣布本届放展会闭幕；

5、舞台道具：横幅、音响、彩旗、气球、背景板、鲜花等；

十二、参展说明

1、参展单位须有独立的法人资格；

2、参展单位有相应的《商品房预售许可证》、《营业执照》；

3、展位的租赁合同须由参展单位的法人代表或相关负责人签字；

4、参展单位需服从组委会在展会期间的统一安排，以全局为重；

5、参展单位在缴清展位租赁费用后领取参展证后方可进场布展；

6、参展单位须在10月10日前将展位的布展方案交由组委会审核，审核通

过方可施工布展，逾期后果自负；

7、展位设计须新颖、美观大方，有开发楼盘模型、公司楣板；

8、展位未经组委会许可不得转让他用；

9、参展单位应遵守《广告法》进行产品的宣传布展；

10、参展楼盘要求：符合上市销售的要求（具备国有土地使用权证、建设工程规划许可证、建设工程开工许可证、建设用地规划许可证、商品房预售许可证）质量佳、形象好，能保证交付时间的楼盘。没有预（销）售许可证的项目只能进行企业形象、项目展示，不能以任何形式销售房屋。

11、参展单位在展期现场交易的，不得以欺诈行为损害购房者的利益。违反

者取消参展资格，展位费用不予退还；

12、参展单位的展位物品自行看管，有损失的，自行负责；

13、参展单位如在10月18日上午8：30前未到展会报到的，组委会有权将

其展位另做他用，已付展位费用不予退还；

14、参展单位可委托组委会为其设计布展广告设计，也可自行设计，最终由

组委会统一制作；

以上未尽事宜组委会将及时与参展单位沟通。

十三、参展展会收费标准

1、标准展位:（3m\*3m）人民币3000元/个

标准展台是展台搭建中的一种便捷而有效的形式，帮助您简化工作。标准展台是由组委会指定搭建商来为您搭建和展会结束拆除并收回展台，从而达到节省时间和费用的效果。

☆ 展位规格：标准展位为3m\*3m桁架搭建展示空间一个；

☆ 配套设施：一张咨询台、两把座椅、两盏射灯、一个电源插座；

☆ 建议装饰：为了使您的展台效果达到最佳，我们建议您使用一些装饰物来点缀您的展台，增加展台吸引力。通常展台内可用的装饰物包括：背景布、展板、海报、样品等等；

☆ 注意事项：展台内不允许残留永久性、不易清除的物品。

2、特装展位：（6m\*8m）人民币12000元/个

如果您觉得标准展台无法满足您展台设计、搭建的要求，那么我们向您推荐适合您的特装展台。它将满足您独特的设计要求，使您实现百分之百并且夺人眼球的展台效果。

☆ 展位规格：特装展位为6m\*8m桁架搭建而成的特色展示空间一个；

☆ 配套设施：一个电源插座；

十四、参展程序

1、申请参展的单位填写好“参展回执表”并加盖公章，邮寄或传真至组委

会；

2、参展商应在申请展位后7日内将参展费用全额电汇或交至组委会，我们

将在收到参展费用后开具发票；

3、为保证大会的顺利进行，组委会保留更改部分参展商展位的权利；

4、展位顺序分配原则：“先申请、先付款、先安排”；

5、参展商在汇出各项费用后，请将银行汇款单传真至组委会，并在汇款单

上注明“安远房展参展费用”；

6、参展商只有在规定期限内付款后，所定展位才可保留；

7、参展单位自行转让展位，本会将取消其参展资格，不退回展费；

8、本会严禁假冒伪劣产品参展。

十五、承办单位权责

考虑到此次房展会的复杂性、地方性、关联性所带来的工作难度，在保持其品质、格调和布展风格一致情况下进行配置，并做到所配置在一起的项目相互衬托和呼应，进而达到艺术一体化的效果。承办单位具有总策划、总设计、总招（展）商、和运作总操盘的能力。承担以下主要工作内容：

1、负责整个房展会的策划工作；

2、承担房展会的总设计任务；

3、策划和安排房展会的开幕式；

4、负责布置会场的彩虹门、彩旗、彩球、喷绘、横幅以及相关的广告宣传资料制作、发布等；

5、负责房展会的展位招商工作；

6、负责参展商展位的指导搭建工作；

7、负责协调各方（部门）通力合作工作，保证展会期间秩序正常；

8、提前做好展会的宣传推广工作，充分调动市民参会热忱和积极性，做到人气旺，效果好；

9、整理和收集会场相关信息和数据，掌握和服务于现场的正常运作；

10、负责展会期间治安保卫以及水、电安装服务工作；

11、负责对来参展人员的服务工作；

12、展会结束后，配合相关部门做好清场工作；

以上所述均为组委会主持安排。

十六、计划工作要求及时间安排 1、2024年9月10日前，主办、承办方统筹展会各方面执行方案；

☆ 落实会展地点和时间；

☆ 建立机构，分解任务；

☆ 拟定各项活动方案，做出概算；

☆ 向龙南有关部门协调展会有关问题； 2、2024年9月10—10月10日：展会会场内外非展位区域的广告推广招

商； 3、2024年9月10日—10月10日：参展单位的招展，各需要参展协议的

签订，展会相关手续的完成； 4、2024年9月10日—10月10日：给政府领导及有关单位发邀请函和办

理工商、消防、市政、广告等方面报批； 4、2024年10月11日—10月17日：海报(2万份、户外条幅(50条 投放； 5、2024年10月13日—10月17日：宣传车(2辆巡回宣传、礼品5000份； 6、2024年10月8日--10月17日：电视台游字广告(10天、短信3 次（3万条/次）投放； 7、2024年10月16日—10月17日：各参展单位对其展位的布展；展会

会场非展位区域的广告的布置；做好布展期间的交通、安全等工作；组委会现场

组织人员对展会会场的布展现场进行监督、协调及检查落实； 8、2024年10月18日—19日：展会开展及展会活动组织（活动具体时间

见附表1）； 9、2024年10月20日：展会现场展位撤展及现场清理；

十七、组委会构成（具体人员待定）

1、房展组织领导：

☆ 总指挥：

☆ 副总指挥：

职责：拟订展会方案，整个展会的策划筹备工作；

2、房展承办机构：

☆ 会务组：职责：会展活动的组织、策划、统筹、协调；参展单位进场和开幕式安排，负责邀请接待市领导和参展单位的组织等；

☆ 宣传组：对外宣传，广告标语口号的审查，宣传单的制作与派发，新闻媒体的组织与接待；

☆ 安保组：展会安保预案的制定，展会次序、安全及通道的维护及展会防火、防盗、放损、防暴的维护等工作；

房展会活动策划方案

2024-01-05 09:46:37| 分类： 地产活动策划 |字号大中小 订阅

一、参展目的：

 传递项目信息、收集和积累客户资料  锁定客户

 利用优惠条件达成交易

 树立企业品牌形象

二、销售策略

本案在前期积累客户量很少，欲使我们的项目在开盘期间能保证一定的成交量，达到“井喷”效果，并使业界及消费者树立良好的口碑效应，故中原认为，以4月26日为一个契合点，为开盘蓄积客户。

三、参展主题

现场气氛描述： “橙心诚意”

通过项目整体形象宣传，树立独特品牌形象，以企业品牌拓展的手段占领客户心理，为企业开发项目进入市场夺取先机，利用诚意卡锁定客户，为开盘蓄积新客户。

四、会展流程

1、促销人员发放DM

2、客户登记与需求调研问卷填写

3、现场定时发放橙子

4、现场体验住宅品质（拍照留念）

5、邀请客户参观现场

五、参展期间活动内容

1、展会期间的宣传 主题诉求：

版面表现：

1、强大的视觉冲击力

2、借文化渲染下的住宅感受。

2、现场展示

 实物展示：老剧照、老场景······

 展板展示：由实物产生的联想，寓意影视文化渲染的住宅高品质。

 体验空间：以长影世纪村的各种效果图为背景，拍照留念，体验生活氛围。

 灯光效果：采用柔和光源，衬托展位的舒适感，可考虑在角落适当采用七彩射灯活跃展位气氛

 设施设备：建议采用简约、品质高的办公设备；有液晶显示器和透明机箱的电脑设备；在总控台和休息区采用晶亮、前卫的小型摆饰来突显展位的先进概念。 客户资料登记、调研问卷填写  背景音乐

建议只在洽谈区采用抒情音乐，节奏舒缓，令人心旷神怡，能够体现自然观感。例如经典电影音乐。 味觉刺激

建议采用橘子香水或香薰橙子味道的香味充满会场。

现场活动

活动

一、“橙心诚意”——赠送橙子活动

定时发放橙子，该礼品的选定可以契合该房展会活动及房展会包装的主题。活动

二、“长影魅力”

现场利用大头贴拍摄照片，把长影世纪村的规划立面以及小区以后的园林景观等景象作为背景，免费索取者只局限于购买诚意卡的客户和填写调研单的客户，对于其他客户可以采取低廉费用吸引人群注意。

活动

三、调研

目的：简单积累客户，属于意向调研，根据现场情况，时间控制在一分钟之内。填写调研问卷的人士均可送赠光碟一张。内容：

1、您会选择在哪个区域购买房产

□朝阳区 □二道区 □南关区 □绿园区 □其他

2、您现在居住在哪个区域

□朝阳区 □二道区 □南关区 □绿园区 □其他

3、您能接收的价位

□2500元～3000元□3000元～3500元 □3500元以上

4、您选择的面积在哪个区域

□60㎡以下 □60～100㎡ □100～140㎡ □140～180㎡

5、您对户型的要求

□两室一厅 □两室两厅 □三室两厅 □三室三厅 □三室以上

6、您最喜欢下面哪种物业服务方式

□基本的保洁、保安服务 □高档小区物业服务 □异国风情式服务 □管家式服务

7、您工作单位所在区位

□朝阳区 □二道区 □南关区 □绿园区 □其他

8、您的职务

□公司职员 □企事业工作人员 □政府公务员□私营业主 □其他

姓名：联系电话：

提供被选答案，以客户打挑选择的形式回答问卷。

印刷规格：16开白纸，单色胶印，数量：2万份 人员配备

人员数量、分工及统一服饰

a、资料发放及引导人员5人，橘子装束。b、展示现场7人，工作装。

c、展会期间人员工作分工表；资料发放及引导人员分工及位置分布图（附图2）

d、财务人员2名。

e、保洁人员：从物业部抽调，对售楼处进行全天清洁。f、保安人员：负责协调现场的秩序与宣扬物业形象。

设备配备（详见物品管理清单）

六、展会期间媒体配合

1、展前

由于前期时间紧张，中原建议采取重拳出击的策略，以三则硬性广告，占领市

场。寻找

发布主题：寻找城市中央大型生态社区

诉求：着重讲诉大环境，朝阳区各大知名建筑与人文设施（通过画面强烈的冲击

视觉，抢占市场）

发布诚意卡、展会位置的消息。

发现

发布主题：带着思绪，沿着城市的文脉，发现长影世纪村。

诉求：项目周边地理位置，着重小环境的描述，发布诚意卡、展会位置的消息。

打造

发布主题：是谁打造了城市中央大型生态社区

诉求：开发商介绍，曾经开发项目等，将项目建设与长影二次创业联系在一起进

行描述。

发布诚意卡、展会位置的消息。

会刊硬性广告

● 追求视觉冲击效果，中原建议以大面积整体图片形式出现。

发布主题：城市中央大型生态社区

发布内容：建议采取一幅画面的形式，这样视觉冲击力比较强。可象胶片似的展现出不同的生活画面，文字需表现出“长影世纪村——城市中央大型生态社区”的字样，并把橙心诚意卡的有关信息做详细说明。后注项目热线即可。

2、展中

一则硬性广告，三篇软文报道。

硬性广告

发布主题：关注橙心诚意

诉求内容：长影世纪村的展会位置，诚意卡发售情况，展会评述。

软文

主题：本已系出名门，更加丽质天成

诉求：展会火爆场景解析 主题：富足新主义，长影世纪村

诉求：区域环境

3、展后

推广工作排期 主题：富氧生活圈，长影世纪村主人健康生活态度

诉求：生态环境

两则硬性广告，两则软文报道。

硬性广告

主题：他们为什么不说话

诉求：从销售人员接待客户角度谈房展会上热销

主题：性价比，是赢得市场的关键 诉求：房展会上热销的情况的总结。

软文

主题：长影世纪村，热销为哪般。主题：坐拥都市健康领地，安享绿色精英生活

4.20 销售工作内容 推广工~5月初

作

电话预约（客户 户外围档4月20（针对日）原有客户）

市场调研点对点访问客户

现场咨询处接待客户

月24日销售员通知客户认购

4月26日发放诚意卡

销售中心气氛营造

房展会展板设计

展会期间路演准备

制作大头贴准备工作，设计、租用设备等

4月20

日硬性广告

月21日硬性广告

4月23

日硬性广告

月中旬 房展会会刊

月27

日硬性广告

4月27、28、29软文

5月10

日硬性广告、软文

5月13

日硬性广告、软文

媒体排期

发布日期 4月20日

寻找城市中央大型生态社区

发布性质 媒体

东亚经济 硬性长春晚报

着重讲诉大整版 环境，朝阳区各大知名建筑与人文设施（通过画面强烈的发布主题 寻找城市中央大型生态社区 发布内容 规格

着重讲诉大环境，整版 朝阳区各大知名建

筑与人文设施（通过画面强烈的冲击视觉，抢占市场）

发布诚意卡、展会位置的消息。

4月21日

带着思绪，沿着城市的文脉，发现长影世纪村。

4月23日

4月27日

冲击视觉，抢占市场）发布诚意卡、展会位置的消息。

东亚经贸 硬性

长春晚报

项目周边地整版 理位置，着重小环境的描述，发布诚意卡、展会位置的消息

东亚经济 硬性

长春晚报

长春晚报 硬性

东亚经贸

带着思绪，沿着城市的文脉，发现长影世纪村。

是谁打造了城市中央大型生 态社区 关注橙心诚意

项目周边地理位整版 置，着重小环境的描述，发布诚意卡、展会位置的消息

开发商介绍，曾经整版 开发项目等，将项

目建设与长影二次

创业联系在一起进

行描述。

发布诚意卡、展会位置的消息。

长影世纪村的展会整版 位置，诚意卡发售情况，展会评述。

4月27城市晚报 长春晚报

软文

长影世纪村，风景这边独好

（一）展会火爆场景

100日

4月28日

4月29日

5月10日

5月10日 城市晚报 长春晚报

城市晚报 长春晚报

东亚经济 长晚

长晚 城市晚报

软文

长影世纪村，风景这边独好

（二）软文

长影世纪村，风景这边独好

（三）硬性

性价比，是赢得市场的关键 软文

长影世纪村，热销为哪般。

0字

区域环境

1000字

生态环境

1000字

房展会上热销的情整版 况的总结。

。100

0字

5月13日 东亚经济 长晚

硬性

性价比，是赢房展会上热销的情整版 得市场的关键 况

5月13日 城市晚报 长春晚报

软性

长影世纪村，让高尚生活走进长春。

1000字

七、销售计划优惠政策 优惠措施，以时间控制优惠。

5月份之前购买诚意卡的客户享受1.5万或1万元的优惠 6月份之前购买诚意卡的客户享受1万元或5000元的优惠 6月份之后购买诚意卡的客户享受5000元或1500元的优惠 依据产品类型，此优惠分两个档次，优惠幅度与面积有关。

下定计划

开盘后有意向购房的客户交纳定金人民币贰百元整，并签写《认购书》，如客户在1天之内不满意认购的单位，可以将此定金退还给客户。如果客户对认购的单位满意，将于1天之内诚意定金1万元，15日之内签订《商品房买卖合同，届时一次性的客户将补齐全部的房款，按揭的客户将按照付款方式的约定并提供贷款

所需的资料。

展会期间销售流程：

由于前期种种原因，项目对外没有任何的俄宣传，客户量的积累造成了销售资源的枯竭。现阶段通过及时地调整策略，还是有部分准客户，但与期望相差甚远，这批客户还要涉及到先选房，直接影响销控工作，所以中原建议在不影响下一阶段的销售在房交会前，将这批客户分流赛选。所以在4月24日25日的时候按原计划进行认购，在销售单位上对这一阶段购房客户进行控制。

以硬控的方式解决其中矛盾，这批客户没有选到合适房源，可打入下阶段选房活动中。（销售人员统一说辞），4月26日开始大面积公开发放诚意卡，6月18日开盘当天进行大规模认购。

八、现场包装计划

项目 单品价格（租用购买）

数量

预算

备注

/ 人员开资

午餐费用

印刷品

促销100元/人员天/人

费用

10元10人5/天/天 人

调研表制

作

6人、5天

500

2万 3000

3000

活动用品 矿泉水

备品设备

音响

办公 服装费用

电脑

200元/身

1套

1200

200

2台

用品

看房车

礼品 光碟

大头贴照片

橙子

2辆

1万个

万个

租用

机器

物品管理清单

名称 数量 总控台 1 洽谈座椅 24 登记区桌椅 6 电脑 2 矿泉水饮水2 机

办公用品（需要细

备注 名称

洽谈桌

调研表

促销服装

DM单

音响

休闲椅

数量 备注

3万

6套

2万

1组

一组

化）

人员作息时间表

到场

上午

午休

下午

离场

展位现场人员 8：30 9：00—12：00

12：00—13：30 二人为一组，每组轮休

30分钟

13：30—16：00

16：30

宣传引导人员A组 8：30 9：00—12：00

12：00—13：00 13：00—16：00

16：30

宣传引导人员B组

]

人员联系表 8：30 9：00—12：30

12：30—13：30 13：30—16：00

16：30

姓 名 联系电话 紧急联系联系电话

人

姓 名 联系电话 紧急联系联系电话

人

办公备品使用日报表

时间 使用物品 数量 用途 备注

2024年大庆冬季房展会招商方案

大庆市位于黑龙江省西部的松嫩平原，距省会城市哈尔滨159公里，全市下辖五个区、四个县，总面积2.1万平方公里，2024年末全市总人口286万人。近年来，大庆经济总量稳步增长，大庆油田在岗职工约40万人及家属共计约60万人，主要分布在让胡路区和各厂区，人均年收入约为5万元；粗略估算，仅油田职工家庭可支配收入就高达300亿元！

随着大庆人经济实力的增长和居住观念的转变，多次置业、异地购房的潮流已基本形成。近两年海口、三亚、威海、烟台、秦皇岛、北海等地的精品楼盘在大庆销售情况良好，大庆人的购买能力吸引了更多的异地楼盘来大庆掘金。

为进一步满足市场需求，威海房地产（包括荣成、文登、乳山、石岛）将组团北上大庆，闪亮登场“2024年大庆秋季房展会”！此次活动将把参展商和购房者的

权益放在首位，以全新的创意和实效的服务，把参展商和开发项目在展前、展中和展后，利用各大主流媒体报纸、电视等，进行立体式、全方位的宣传，以迅速提升参展项目的知名度。

诚邀有意开拓黑龙江大庆市场的威海开发商及精品楼盘项目积极参与，共创辉煌。

二、展会时间安排：

布展：2024年x月x日—x日;开展时间：x月x日—x月x日

撤展：2024年x月x日

三、展会地点：

大庆万达购物广场

四、组织机构：

主办单位：

承办单位：

媒体支持：

五、威海展团参展范围

威海（包括荣成、文登、乳山、石岛）在建及在售的各类住宅项目、商业地产项目。

六、宣传计划： 1、8月上旬召开大庆市各主流媒体参加的新闻发布会。2、8月中旬分别在《中国房地产报》上发布会议招商广告两次。3、8月下旬开始，在大庆油田电视台黄金时间、《大庆晚报》、《大庆油田报》、《大庆广播电视报》等每周发布一期会议筹备消息或广告。4、9月8日—28日，在大庆油田电视台连续发布会议报道、房产广告。

5、9月26—29日期间，为威海展团举行专场的“威海人居楼盘大庆新闻推介会”，参加媒体：大庆晚报、大庆油田报、大庆日报、大庆电视台、大庆油田电视台、淘房网。

七、展位标准：

1、国际标准展位即3×3米，三面围板2.4米高，配备2只射灯，1张洽谈桌，2把椅子。

2、每展位均配备220V电源插座一只，供参展企业用于电视VCD展示用。

3、电视、VCD租赁费：600元/套，4天。（此项自愿）

八、威海展团收费标准：

A套餐：每个参展地产项目18000元。享受如下特超值回报：

■2个标准展位及标准展位配置（价值20000元）；

■发行量16万份《大庆油田报》1/8版广告2个（价值8000元）；

■大庆油田有线电视台综合频道黄金时段广告15秒×30天（价值9000元）；

■大庆房地产超市1年推介服务；

■出席 “威海人居楼盘大庆新闻推介会”；

■参展单位广告统一做成《美丽威海 人居福地》彩页会刊，用报纸夹递的形式随《大庆油田报》发放；

■威海房地产信息网、威海圈生活网、搜狐公司焦点威海房地产网等网站开辟专题进行报道。

B套餐：每个参展地产项目12000元。享受如下超值回报：

■1个标准展位及标准展位配置（价值10000元）；

■发行量16万份《大庆油田报》1/8版广告1个（价值4000元）；

■大庆油田有线电视台综合频道黄金时段广告15秒x15天（价值4500元）；

■大庆房地产超市1年推介服务；

■出席“威海人居楼盘大庆新闻推介会”；

■参展单位广告统一做成《美丽威海 人居福地》彩页会刊，用报纸夹递的形式随《大庆油田报》发放；

■威海房地产信息网、威海圈生活网、搜狐公司焦点威海房地产网等网站开辟专题进行报道。

C套餐：每个参展地产项目6000元。享受超如下值回报：

■1个标准展位及标准展位配置（价值10000元）；

■大庆房地产超市1年推介服务；

■出席“威海人居楼盘大庆新闻推介会”。

**第四篇：房展会活动方案**

大兴第一城

2024秋季房展会“掷骰子·抽现金红包”活动

一、活动主题：掷骰子·抽现金红包活动

二、活动说明：为了增加房展会活动现场的来人，进一步的吸引目标客户的关注度，并加深客户对开发商及本案的了解，达到房展会预期的目的，为项目积累客户，特建议在房展会期间举行本活动。

1、凡是到场客户均可参加此活动；

2、本活动可以穿插介绍项目的简介，增加项目的知名度；

三、活动时间：房展会期间（每天上午10:30，下午15:00，各一次）

四、执行细则：

1、掷骰子需要比较大的空间，为了骰子的安全性及公平性要有掷骰子的空间；

2、所有客户必须排队登记，方可参与。

3、客户需在规定的地点掷骰子，骰子必须要高于头顶才能往下掷，掷的那面朝上才有效。

4、现场设置红包墙，每天限量100个。

5、每人仅限参加一次本活动，重复参与者视为无效。

6、工作人员维持好现场秩序

7、本活动的最终解释权归开发商所有。

五、奖项设置：

六、红包的数量及金额：

红包奖项建议（每天数量）：

100元：1个

50元：1个

20元：2个

10元：6个

5元：20个

1元：70个

共计100个，现金总金额： 420元（不含纸抽、广告笔费用）

七、具体流程如下：

意向客户到展位前登记

↓

客户排队等待（工作人员可以先给客户发资料）

↓

10:30分根据客户排队的先后顺序依次投掷骰子

↓

确定客户掷中点数，并带至登记区登记

↓

登记后引导客户至红包区选择红包，由工作人员代为取下

↓

客户拿到红包或礼品离开现场

八、开发商需要配合事项：

1、活动场地的布置（掷骰子时，客户需要站在一个比较高的地台往下掷需要制作一个50cm\*50cm高20cm的地台）；

2、制作一个50cm\*50cm\*50cm的2个大骰子（骰子必须用压膜并且张贴结实）；

3、广告笔500支；

4、纸抽500盒

**第五篇：房展会活动方案**

宏铭·时代华庭秋季房展会活动方案

活动思路：为期五天（9.21-9.25）的秋季房展会，旨在营造每天不同的主题活动，让客户身临其境地体验原味西班牙……

9月21日

活动主题：“激情西班牙”歌舞秀

活动目的：以激情四射的弗拉明戈舞，表现时代华庭的活力与热情

活动介绍：舞动的吉普赛女郎，是西班牙风情的又一标志。现场由乐手弹奏融合了莫扎特、巴赫名曲的弗拉明戈舞，乐队与舞蹈演员同台献艺。现场配备点歌本，客户可以为爱人、亲友送上祝福

活动时间：开场热舞、乐队演奏半个小时，客户点歌1小时，活动间隙销售人员带领客户观赏楼盘、侍应生引领客户到茶水区

9月22日

活动主题：巴洛克风情

活动目的：人体艺术展示古典巴洛克风情，近距离感受西班牙生活

活动介绍：请人体艺术表演者着欧式贵族服饰，于展房接待处、墙立面展板或者楼市沙盘做观赏、休闲的造型，使客户身临其境感受西班牙生活 活动时间：整天

9月23日

活动主题：魔术走进你的世界

活动目的：利用大众对魔术世界的好奇与热爱吸引客户陆续前来

活动介绍：魔术的奇幻绚丽的手法，让人走进如梦如幻的世界，房展间隙近身魔术表演与舞台表演结合，魔术师表演时和观众积极互动，调动现场气氛 活动时间：上午场室外表演、下午场室内表演

9月25日

活动主题：西班牙美食节/美食DIY/美食大比拼（三者任选一种形式）活动目的：放松心情，尽享美食，或者家人一起动手，尽享温馨时刻

活动介绍：饮食，是西班牙文化中非常重要的一部分。尤其当这吃又伴随着乐队弹唱，或随意聊天，从味觉、视觉到听觉的感官享受都是如此温馨难忘。（家庭DIY给表现出色的小朋友颁发奖状、参赛选手获得素描纪念照一份）

其他细节

1、展房入口发放DM单页，发单员与巡场者穿着帅气斗牛士服装

2、租用马车巡场、马车身后穿着欧式宫廷装女士发放单页

3、休息区摆放欧式糕点、茶水，派发专员身着侍应生服饰，给予客户贴心服务

4、到访的意向客户赠送礼品(如精致月饼礼盒)

5、现场组织抽奖，建议每天在成功下定的客户中，抽取一、二、三等奖

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