# 地产活动策划方案(五篇)

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2024-09-10

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。地产活动策划方案篇一凤凰城项目位于郑州房地产市场的东南板块，在郑汴...*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**地产活动策划方案篇一**

凤凰城项目位于郑州房地产市场的东南板块，在郑汴路路南，凤凰东路、凤台路(在建)和青年路三条路呈型将社区同周边的商品大世界、名优建材市场等分开。

凤凰城现有的物业形态由连排别墅、普通现房多层和在建的小户型多层组成。一期连排别墅市场定位发生失误，出现了销售障碍。一期5#、7#、9#、11#、13#、15#六栋多层吸取了别墅的教训，以超低价位入市，顺利的实现了

销售，但没有为开发商实现预期的利润，没有树立中、高档物业的品牌形象，无意中形成凤凰城下一期小户型开发和小高层开发的品牌障碍。

现在，一期多层尚有37套现房、准现房，销售额850万元。其中159.7m2的三室两厅有23套，以五、六楼为主;127m2的三室两厅7套;这两种房型的销售金额占一期余额的90.4%。

二期小户型总销售金额预计2800万元，临街商铺1700万元，合计4500万元。预售许可证预计\_\_年5月底办下。

由此可见，目前凤凰城的可售资源由三种不同的物业组成：期房小户型、现房大户型和商铺。其中二期小户型占所有可售金额的52%，一期大户型销售额16%，二期临街商铺占32%。如何解决可售资源过于分散的障碍，是我们面对的重大挑战之一。

二、市场概况及基本竞争格局：

a、东南板块及郑汴路商圈。

郑州房地产市场的东南板块主要由三部分组成：郑汴路沿线、东明路南段沿沿线、航海东路与107国道沿线。

郑汴路沿线主要由建业、英协、百合花苑、东方明珠等中高档楼盘组成。在郑汴路商圈的支撑下，这里已经成为明确的高尚住宅区。凤凰城位于这一区位之内。与英协、建业几乎是一路之隔。但凤凰城在操盘过程中，没有除理好商务环境与居住环境的品牌区分与借势，纯粹以低价位的品牌内涵介入竞争，不仅没有收获天然的地段价格优势，而且为二期、三期制造了品牌障碍。

东明路南段沿线目前竞争非常激烈，主要由东明花园、佳艺花园等楼盘组成。

航海东路与107国道沿线是\_\_年以来的楼市亮点，宝景、金色港湾、悉尼阳光、燕归园等一批中价位大型楼盘。其中燕归园是凤凰城二期小户型明确的竞争楼盘，其它几乎所有的楼盘都和凤凰城一期159、127平米现房形成明确的竞争关系。

b、小户型市场概况。

自\_\_年底时尚party介入郑州楼市以来，小户型这种物业形态迅速发展起来。尤其是\_\_年初，青年居易(easy-go)以1900余套的投放量冲击市场，形成了小户型的“市场黑洞”，彻底打破了市场的竞争格局，实现了小户型从供小于求到供大于求的转变。今年4月份更是破天荒地出现了小户型销售量的急剧下降局面。

燕归园位于货站街东段，由盛煌房地产公司开发，已成功实现一期的开发，在几乎没有什么竞争的情况下，收获了小户型市场的第一批需求者，现在燕归二期正在认购阶段。燕归园提前介入了小户型市场，并且认识到小户型的主力市场是60-80平米的两室户型和100平米的三室两厅。这与我们的市调结果完全一致。此次燕归二期开发的正是此类户型(两室两厅75平米，三室两厅95平米)。可以说，同燕归园的户型配比上比较，我们没有优势。

c、商铺市场

商铺是一个比较特殊的物业形态，商铺的价格是由商铺能为房东带来的租金多少决定的。目前郑州的商铺市场尚处于起步阶段。凤凰城二期商铺位于商品大世界、名优建材市场南端，即将建成的大卖场的商业价值将会决定二期商铺的价格。人们对大卖场的商业认同也将影响二期商铺的价格。

和二期商铺有竞争的主要楼盘是建业新天地的临街商铺、英协尚未售出的部分商铺。

三、项目swot分析

一)优势

1)郑汴路商圈天然的地段优势，这里是财富的俱乐部，富翁的制造厂，在这里百万富翁比比皆是，每年都有新一代需求产生，源源不断的需求是我方楼盘最有力的支撑2024房地产营销策划书策划书。

市场细分如下：

a、高端市场被英协、建业等高档楼盘满足，这一部分客户大部分是第二次或第三次置业，是终极消费，10年内不会再置业。

b、中端市场被东方明珠、百合花苑、虹景家园等中档楼盘满足，属过度消费和终极消费的结合

c、复合市场。凤凰城一期是一个大众楼盘，从价位角度划分，属中低档楼盘。凤凰城二期小户型项目的目标群，预计业主身份复杂，置业心理不尽相同，故推广过程中，不能拘泥于单一的推广主线。

本区域年轻人多为收入较低的蓝领阶层，有效需求不足。如果凤凰城二期销售象青年居易一味的向年轻时尚族诉求，我方楼盘销售可能面临比较严峻的局面

地产活动策划方案篇二

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，(\_\_\_\_(中国)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(兔年腾达、达官显贵……)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，(明天是个好日子)结束。

地产活动策划方案篇三

在去年金融危机之前，我们国家的房地产市场一片繁荣，楼房的价格被炒到了历史，不过在我看来只不过是虚假的繁荣，果然自从全球金融危机到来之后，我们国家的楼市持续低迷，虽然房地产厂家想出了多种促销方式，不过似乎作用一直不大。

房地产的持续低迷也影响了国家经济的发展，所以很多地产商在投资的时候更加谨慎了，一般的地段是不会再投资了，不过已经盖好的楼房却需要销售，我做房地产策划工作已经很多年了，奉命写出了房地产公司营销策划书。

一般说来，“营销策划书”并没有统一的格式和内容，但是，大部分的“营销策划书”都是针对发展商的需要而撰写的，通常包括下列内容：

一、研展部分

1、项目简介。其内容包括开发商、基地面积、总建筑面积、住宅面积、公建面积、容积率、绿化率、建筑密度、停车位、自行车停放面积、住宅总套数、地理位置等。

2、区域市场分析。其内容包括地理位置、交通配套、个案市调等。

3、swot分析。主要是在区域市场分析的基础上分析本案的优势(strength)、弱点(weakness)、机会点(opportunist)及存在的问题(threats)。

4、客源分析。包含客层分析、年龄层分析、客户来源分析等。通过对目标客户的分析，从而可以对产品进行定位。这部分内容通常可以用饼图来显示，较直观。

5、产品定位。包括产品建议、价格建议及付款建议。在产品建议中必须罗列出为什么这样定论的理由和房型配比建议，在价格建议中也要罗列出定价的理由和随工程进度和销售率可能达到的价格。

二、企划部分

包括：

1、广告总精神。

2、诉求重点。

3、np稿标题初拟。

4、媒体计划。

三、业务部分

主要包括销售阶段的分析、业务策略及执行计划两大部分。其中销售阶段分析一般分为三阶段(引导期、强销期、持续期)做详细阐述。业务策略及执行计划也分为三部分：策略拟定、销售通路及业务执行等做一一陈述。

完成了以上研展、企划、业务三大部分的报告后，一份提案报告书基本上出来了，但最后不要忘记还有一个关键的事情必须在报告书里涉及，那就是与开发商的“合作方案”，营销公司一般可以有三种代理的方式：

(1)纯代理;

(2)代理(即包括广告);

(3)包销。这三种方式的代理价格与佣金提取方式都是不同的，可以在报告书中罗列出来，由发展商去选择，双方再做进一步的商讨。“提案报告书”写出来后，做一个闪亮的包装也是很必要的。这可以给开发商一个醒目的感觉，使开发商感觉营销公司对提案报告是相当重视的，也可以让开发商对营销公司的实力有充分的了解。从而赢得开发商的信任。

总之，撰写“提案报告书”的主要目的在于能够成功地取得销售代理权，让开发商觉得“非你莫属”。

“以正合，以奇胜”房地产策划之体会

成功的房地产策划最重要的不是靠什么高招奇招，最重要是靠踏踏实实的规范操作;只要在每一步的操作都到位的基础上，再加上一些突破之举，策划才能绽放异彩，取得成功!策划工作中应把握以下关键要点：

一、定位(市场定位、产品定位及规划设计等)

你的市场定位是否适应市场的需求，产品定位是否满足目标客户需求，这是项目成败的关键所在。“金×豪园”失败的定位是一个有力的反面例证。

二、时机(投资开发的时机)

投资时机的决定是建立在房地产市场把握的基础上。如果对投资开发时机的决策失误，则你所策划的项目很可能在未出世前已注定失败。“汇展阁、东海一期”的成功正是很好地把握时机的结果;“大厦、中心时代广场”的失败正是生不逢时的例证。对时机的把握关键的要点是你要清楚在什么时候应投资开发什么类型的房地产，还要清楚在不同的时期，房地产投资的利润水平会有所不同。因此，做好项目的前期分析是策划的第一步工作。

三、位置(项目开发所在的地理位置)

位置的选择取决于发展商的投资眼光。同样一块地，对于不同的投资者有不同的价值;不同位置的地块，其地价水平也不同，在选择位置时要清楚地价成本是楼宇总建造成本中决定的因素，能否取得物有所值的地块将直接影响着投资的利润水平。因此，了解发展商地价水平，做好项目的可行性分析是策划的第二步工作。“罗湖商业城”地块是物业集团在90年以4亿2千万的天价投标所得，这在当时被认为是一个失败的投资项目，但现在看来，再没人怀疑其敏锐的投资眼光了。

在接受代理楼盘时，发展商往往会要求其写出“营销策划书”。根据“提案报告书”的好坏，发展商决定由哪一家营销公司来代理其楼盘，所以，“提案报告书”制作的好坏，基本上决定了营销公司生存的命运。一份好的“营销策划书”，必须由营销公司的研展部门、企划部门、业务部门通力合作，才能很好地完成。撰写“营销策划书”来时，首先必须要求发展商提供个案资料、建筑规划设计初稿或蓝图，以及其他相关资料。在此基础上，再收集个案所处区域的都市计划图、人口统计资料、交通建设计划、公共工程建设计划及其他利多利空资料。同时，还要收集该个案区域市场的市场调查资料表，作为“营销策划书”的附表,据以作为提出“价格建议”、“产品定位”的数据资料。

其实我感觉策划书并不是最重要的，最重要的还是楼房的设计和地位问题，策划书只不过是一个参考，明眼人都知道策划书的作用只不过是一种宣传，至于宣传的效果，楼房的质量问题是最重要的。

做房地产策划已经还是不错的，不过最近的房地产市场普遍低迷，我知道这也许是暂时的，不过楼房确实要降价了，现在的房子实在太贵，超出了一般人的承受范围。我会在今后的工作中继续努力的!

地产活动策划方案篇四

一、活动目的和背景

本次房地产开盘活动初定时间为2024年12月25日。在\_\_\_\_项目的推广，\_\_\_\_花园在市场上已经具有一定的知名度，通过媒体推广和销售接待，客户群对项目的了解已经趋于成熟，同时根据项目销售情况统计说明，项目的已放号客户群中准客户所占比例较大，预计到开盘前夕，项目放号量将会持续增加，因此开盘活动的市场背景条件应该说是比较成熟的，同时通过一段时间的推广，项目也已到了必须开盘的时候，再推迟势必会造成客户的流失。

房地产开盘活动紧紧围绕销售为中心，通过一系列的包装等工作，在开盘后两天内争取达到30~40%的成交率，同时将\_\_\_\_花园的市场知名度和美誉度扩大化，为一期项目的销售成功和今后二期的推广、销售打下坚实的基础。

二、活动时间

20\_\_\_\_年12月25日

三、活动地点

\_\_\_\_花园项目销售中心现场

四、房地产开盘策划方案主题思路定位

强调氛围、突出品位、提升档次、有条不紊、圆满成功

1)通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)通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)通过合理的区域划分，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)通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，以置业顾问来积极调动购房者的迫切心态，以使之达到成交，签定相关合约。

五、房地产开盘活动现场规划布置方案

1)现场布置

a在售楼部立柱前根据场地尺寸搭建半米高上下舞台一个，后设背景板(双面)，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，汽柱两个分别立在彩虹门两端。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舞台前设坐椅两排，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项目工地临塔南路一侧安置空飘若干。

c在塔南路进入售楼部路口处设空飘两个，以达到吸引人流，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通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。注：选房区与签约区设在同一区域，意向性划分。

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：用作舞狮表演及客户观赏表演的区域。

4)新客户排号台：设在售楼部入口右侧，立柱之后，用作新客户临时排号之用，同时也用作临时室外咨询台之用。

地产活动策划方案篇五

一、时间:年月日上午。

二、地点:\_\_\_\_\_\_售楼中心现场。

三、人员:工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

四、拟邀贵宾: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。

五、拟邀媒体:\_\_电视台、\_\_日报、\_\_新闻台等。

六、预定目标:对外传达\_\_\_\_\_\_开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大\_\_\_\_\_\_的社会知名度和美誉度，体现\_\_\_\_\_\_的完美前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立\_\_地区\_\_\_\_房地产开发有限公司用心良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

七、会场布置:

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“\_\_\_\_\_\_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\_\_\_\_\_\_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。

八、开盘活动要点:

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、现场表演活动资料:

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\_\_\_\_\_\_完美的发展前景。

3、开盘促销活动配合:

以“1000元当10000元，不买房也能够简单赚一把”为活动宣传主题，吸引客户踊跃购房，构成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

活动文案如下:

为酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡统一售价1000元，卡面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由\_\_市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6:00开始理解排队。

本公司将于2024年9月30日上午8:00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，务必与购卡收据一并出示，方为有效。

活动规定:参与者务必年满18岁以上，具有完全民事行为潜力，持有效身份证明的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民(每人限购、取卡一张)

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款;不购房或超过购房时间期限此卡作废，不予兑换。能够自由转让，转让价格自定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

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)提前准备好请柬，并确认来否回执。

3)提前5天向\_\_气象局获取当日的天气状况资料。

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;

九、仪式流程:

09:00-09:30所有工作人员进场。包括公司主要负责人及礼仪公司负责人、各类工作人员以及表演人员。

09:30-09:50来宾陆续进场。贵宾到现场签到处签到同时发放礼品。客户可入售楼现场咨询并领取宣传资料。

09:50-10:00贵宾由礼仪小姐引入会场。

10:00-10:08仪式开始主持人开场白介绍贵宾。

10:08-10:13公司总经理\_\_\_致欢迎词。

10:13-10:25舞狮表演。

10:25-10:35政府领导致辞、公司投资方代表致辞。

10:35-10:50主持人邀请政府领导、公司领导、及建委、房管局有关领导为\_\_\_\_\_\_开盘揭幕剪彩，吉庆礼花、礼炮同时升放，仪式到达高潮。

10:50-11:00主持人宣布典礼结束，来宾赶往午宴现场。

11:00客户签约，开盘销售活动正式展开。

十、媒体计划:

1、报纸广告

27日、28日、30日在《\_\_日报》第\_版刊登整版广告，告知\_\_\_\_\_\_开盘的信息。

2、电视广告

\_\_电视台录制开盘录像，制成vcd，作为开盘活动的资料。并由\_\_电视台制作新闻，报道整个开盘活动现场的状况，进一步扩大宣传。

3、电台广告

在开盘前后两个月播出\_\_\_\_\_\_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。

十一、广告预算

1.《\_\_日报》27、28、30日整版\_\_\_\_\_元

2.电视台录制开盘录像及新闻报道\_\_\_\_元

3.电台广告宣传\_\_\_\_元

4、开盘仪式场地户外广告管理处审批\_\_\_元

5、礼仪公司各项费用\_\_\_\_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)\_\_\_\_元

7.鲜花盆景租赁\_\_\_\_元

共计\_\_\_\_\_\_元

贵州演艺策划传媒有限公司

贵州演艺策划传媒有限公司业务范围:

1.专业文艺演出:大型演唱会、文艺晚会、电视综艺节目制作

2.各式商务演出:公司晚会、会议演出、新年联谊活动

3.新闻发布会、时装展示会、产品推介会及商务促销露演

4.各种会议服务、展览展示

5.礼仪庆典:开业庆典、周年庆典、开工奠基剪彩仪式及剪彩仪式等

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