

# 邵阳职业技术学院

## 毕业设计

产品设计	工艺设计	方案设计
		√

设计题目： 2022年恒大文化旅游城元旦营销活动策划方案

学生姓名： 益西卓玛

学 号： 201810301445

系 部： 财会工商系

专 业： 文秘

班 级： 文秘 1182

指导老师： 姚陶

二〇二一年六月五日

# 目录

摘要.....	1
一、活动背景.....	1
（一）西安市恒大文化旅游城项目背景.....	1
（二）西安市恒大文化旅游城周边配套.....	2
（三）西安市恒大文化旅游城市场定位.....	2
二、活动内容.....	2
（一）西安市恒大文化旅游城元旦营销活动主题.....	2
（二）西安市恒大文化旅游城元旦营销活动目的.....	2
（三）活动时间.....	3
（四）活动地点.....	3
（五）活动对象.....	4
三、活动宣传.....	5
四、活动流程.....	6
五、活动费用预算.....	7
六、活动预期效果与风险防范.....	8
（一）活动预期效果.....	8
（二）活动风险防范.....	9
参考文献.....	11
致谢.....	12

# 2022 年恒大文化旅游城元旦 营销活动策划方案

## [摘要]

伴着我国文化旅游行业的快速进步，文化旅游城的建设越来越多，文化旅游城的营销策划可以加旅游城的知名度、加强旅游城的稳健发展有着很大意义。元旦是新的一年开始，但各大房地产商都会在这一时期展开促销活动，做好前期宣传，为以后的销售旺季打下基础，恒大文化旅游城也不失时机的在 2022 年元旦举办一场营销活动。我写的这个恒大文化旅游城位于西安，择址大西安北部新中心。是集西安市旅居于一体的文化旅游胜地。本方案通过对恒大文化旅游城元旦营销活动的活动背景进行叙述，提出了本项目的营销主题、对象。主要叙述了元旦营销活动的活动方案，以提升楼盘的知名度和销售业绩。

[关键词]：恒大文化旅游城、元旦、策划方案

## 一、活动背景

### （一）西安市恒大文化旅游城项目背景

恒大集团是以民生地产为基础，文化旅游、健康养生为两翼，高科技产业为龙头的世界 500 强企业集团。

恒大旅游集团积极践行“文化自信”，专注文化旅游项目的开发和运营，致力于全方位构建文化旅游综合体版图，打造服务亿万少年儿童的世界童话神话乐园“恒大童世界”，全球人向往的文化旅游胜地“中国海南海花岛”，滨海文化旅游胜地“恒大海上威尼斯”，并在全国布局恒大文化旅游城，铸就文旅产业民族品牌。

### （二）西安市恒大文化旅游城周边配套

综合商场：王府井赛特奥莱、张裕瑞那城堡酒庄。

医院：交大二附院秦汉分院（在建）、空军军医大学（第四军医大学）（在建）、秦汉中心医院（在建）。

中小学：清华大学附属中学西安学校，项目内规划 2 所小学，2 所初中，1 所高中。

幼儿园：小区内部规划幼儿园。

内部配套：幼儿园、小学、商业街、运动场地、健身设施、儿童游乐场。

周边景观：渭河生态景观带、泾河生态景观带、秦汉森林公园、大秦文明园、西部芳香园、秦汉森林公园。

交通状况：

车行：10 分钟到西安咸阳国际机场

地铁、城轨、高速：30 分钟到西安北客站高铁站；地铁 1 号线、地铁 2 号线、城际 13 号线（距兰池二路站约 10 分钟车程）立体多维交通，畅达全城。

价格信息：优惠后房源 8800 元/m<sup>2</sup>起，参考价格 10500 元/m<sup>2</sup>。

### （三）西安市恒大文化旅游城市场定位

恒大文化旅游城建筑类型为高层小高层的精装修住宅，精装修免去了客户装修的烦恼，甚至可以拎包入住，这极大的节省了客户的时间和精力。

其学校、医院、交通、购物等配套设施的便利性，这些都吸引了一批中高端的客户群。恒大文化旅游城调查了购买人群的需求，恒大文化旅游城给自己楼盘定位在中高档位。可是这种定位也有不利的一面，表现在会让买房者觉得这个楼盘比别的贵，通过楼盘所有者对工程预算和成本计算后本着“薄利多销”的政策，向购房者承诺恒大文化旅游城的楼盘质量属于中高端，可是在价格却是很亲民的中低端价位，恒大文化旅游城这个举措很成功的获取很多想购房的人的芳心。

## 二、活动内容

### （一）西安市恒大文化旅游城元旦营销活动主题

休闲和宜居新城，造东方文旅传奇。

### （二）西安市恒大文化旅游城元旦营销活动目的

## 1、提高市场知名度

恒大文化旅游城元旦营销活动是以“回馈业主，服务业主”为主的，活动节目主要包括很好看的歌舞、文艺演出、游戏等，为的是想让现在的旧业主带来新的客户，再发布一些优惠价格、赠送礼品等能够吸引客户的信息，激发客户购买的欲望。以“休闲和宜居新城，造东方文旅传奇——迎元旦系列活动”为题材，来提升旧业主活动的人气，从而引发新客户购买的销售宣传活动。

通过举办元旦营销活动，扩大恒大文化旅游城楼盘影响，树立恒大文化旅游城形象，宣传恒大文化旅游城楼盘优势。利用进行元旦楼盘促销活动。而且利用元旦活动增加客户和开发商的交流互动，使物业和业主共同创建一个和谐的精品小区。

## 2、巩固良好的销售局面

大家都晓得房地产销售在每年的一、二月份因受“元旦”和“春节”的影响通常是销售淡季。可是由于恒大文化旅游城开盘晚，要让先期才打开的销售火爆的势头不减，特此开展了元旦的促销，以此来保持销售的热度，巩固来之不易的业绩。

### （三）活动时间

2021年12月20日—2022年1月7日。

元旦晚会于2022年1月1日晚7点举行。

### （四）活动地点

西安星河湾酒店的国际宴会厅

酒店地址：西安市渭城区西咸新区秦汉新城兰池大道中段

### （五）活动对象

恒大文化旅游城的客户30人；

来看过房、宣传中对恒大文化旅游城感兴趣的人或是老客户带来的有购买意向的新客户，和准客户。

## 三、活动宣传

开始时宣传组织工作是很重要的，具体实施如下：

- (1) 在小区的位置放置大的宣传画及海报；
- (2) 在合适的地点设置展牌；
- (3) 在小区主要干道悬挂条幅；
- (4) 在超市街道派发传单；
- (5) 在网络上进行宣传（微信、微博、QQ、短视频平台等）；
- (6) 在电视上做广告。

## 四、活动流程

### （一）系列促销活动

活动定在元旦这一天，邀请恒大文化旅游城的全部业主和他的亲朋好友和准买家，以先前送给他的邀请票，来参加在恒大文化旅游城举办的“休闲和宜居新城，造东方文旅传奇——迎元旦系列活动”活动。操作计划：2021年12月20日前样板间开放参观，向业主发放恒大文化旅游城元旦活动邀请票，预计每家5张；2022年1月7日前，给一些有购买意向的客户赠送邀请票；贯输促销优惠计划；从2022年1月1日至1月7日，先来的十名购房新业主，可以得到八五折的大优惠；如果在这个时期买房的新业主，可以优惠一年的物业管理费。

2022年元月8日至元月31日，由恒大文化旅游城旧业主推荐的前10名购房新客户可以赠送价值2万元的厨、卫用品(或者给房款打九折)，引荐新业主的原有业主免收其1年的物业管理费”。凡于2021年12月20日——2022年1月31日，对到售楼处咨询房源的客户赠送精美礼品。

### （二）活动方式

鉴于本次活动范围涉及恒大文化旅游城二期工程的新老业主，晚会将以“休闲和宜居新城，造东方文旅传奇”为主题。利用元旦促销节目，向人们展示恒大文化旅游城的魅力，加强

业主相互交流，物业部门和业主相互沟通。并溶亲情、友情、爱情于一体。

晚会采取歌舞和携着春的韵律，丰富优美的节目，赞美恒大文化旅游城，展示温馨、生机勃勃的全国示范文化旅游城——恒大文化旅游城。所有工作人

员。出示不同的体裁、和文艺形式展现小区人民积极进取、热爱生活的美好向往和精神面貌。

### （三）恒大文化旅游城元旦营销活动工作人员及工作安排

#### 1. 统筹组

组长：沈志刚

任务：选出晚会邀请的嘉宾，把请柬送到嘉宾的手里。负责邀请嘉宾品评对晚会。负责把所有嘉宾迎接并安排就座。

#### 2. 节目组

组长李丽华

任务：

- a、负责节目收集、筛选及前期期的彩排工作；
- b、负责节目的编排及晚会全流程的衔接；
- c、准备好晚会所需的一切服装道具；
- d、主持人的确定；

#### 3. 宣传组

组长：马浩文

任务：

- a、利用海报、条幅、网络、设点等方式开展宣传；
- b、负责现场摄影、照相等；
- c、负责晚会现场布置；

#### 4. 后勤组

组长：周贺

任务：

- a、负责会场后勤保障；
- b、负责观众进退场、维持会场秩序；

#### 5. 机动组

组长：李文军

任务：晚会期间，负责会场纪律维持以及处理紧急情况；

#### 6. 舞台组

组长：张扬

任务：

- a、负责晚会期间舞台设备和全部活动中使用的道具准备齐全；
- b、负责晚会演员的服务工作；
- c、负责晚会灯光及幕布；
- d、安排演员在会场等候、并安排演员排序上台；

7. 礼仪组

组长：金思思

任务：引导嘉宾入座、及给嘉宾戴花。

#### （四）营销活动实施细则

1、前期人员和物品准备

（1）准备相关的设备（例如：灯光道具、花篮，礼物，烟花，热气球，拱门，以恒大文化旅游城的 LOGO 为背景板，横幅，红地毯，酒水甜品、蛋糕，音响设备、投影设备用于播放恒大文化旅游城宣传片等）；

（2）邀请相关的人员；

（3）准备和排练相关的节目；

（4）表演人员及主持人的相关服饰的准备；

（5）预定客人入住的酒店；

（6）到会人们的车可以停在星河湾酒店的地下停车场内；

（7）礼仪小姐 10 人，要求 25 岁以下，着旗袍，身着绶带，端庄稳重，靓丽可人、负责引导客人签到、给嘉宾佩戴胸花。

（8）准备媒体签到处和贵宾签到处。主要物品有签到本 2 册，名片盒 4 盒，桌子两张，椅子 4 把。

（9）鲜花花篮两排：一边 8 个，共 16 个。

（10）国际宴会厅（做为晚会主会场）：配有小型演讲台放于主席台，并且配有立式麦克风和装饰鲜花。会场两侧：易拉宝或 X 展架每侧各 2 个，摄像机 2 个。

2、晚会现场布置

会场布置以“休闲和宜居新城，造东方文旅传奇”为主题，重点营造童话浪漫气氛。会场的布置色系定于蓝色和红色，渲染节日气氛。

(1) 舞台设计：舞台：长 10 米，宽 8 米，高 1 米。舞台铺上红毯，展台贴满蓝色，紫色，红色的气球。将舞台的正面，两侧用气球装饰，气球并排贴成条，给以活跃可爱的氛围，使得舞台看起来活泼喜庆一些。在舞台的两侧放置音响。

(2) 舞台的灯光设置：舞台的渲染力需要灯光来衬托，所以在照明道具的选择上需要精心选择。

舞台前方装配 6 个泛光灯，舞台两侧装配 4 个泛光灯，幕布上方装配 3 个聚光灯。

(3) 嘉宾席摆放设计：放置 6 套桌椅，桌布选择红色，跟元旦氛围呼应

(4) 工作区布置：相应道具摆设相应区域；区域设置音响、灯光控制区；演员等候区；主持人等候区。

(5) 整体会场设计：为了烘托节日的气氛，当晚的所有工作人员都身穿红色工装。

嘉宾席的每个桌子上摆放鲜花，进场区域用气球条装门口两边装饰，用彩带作门帘。

观众区域的过道用红色，蓝色，黄色作点缀，工作人员在无灯光的情况下使用电筒制造气氛，观众手上拿着荧光棒和手掌拍。

(6) 氛围配合布置：乐队 10 人，晚会开始前演奏，烘托气氛，聚集人气，节目进行中间歇演奏。弹奏的曲子包括有《迎宾曲》《康康进行曲》《凯旋进行曲》等欢快温馨的曲目。

(7) 外面门口：拱门上面做字体：“恒大文化旅游城元旦晚会”大厅门口，花环或气球搭建弓形入口并在上边安装霓虹灯字体“恒大文化旅游城元旦晚会”。门口的通道上铺上红毯直到和大厅连接。舞台上以深色地毯铺设，背景板用恒大文化旅游城 LOGO，直接展示本次活动的主题和文化。签到处放置鲜花和贵宾签名簿，用到核对到场人数。将贵宾通道两侧放置花篮和红地毯。桌椅的摆放位置必须能让所有的观众人员都能看到舞台。现场所有的画面请摄影人员全程记录，将此记录带用来以后的影视广告。

(8) 现场气氛营造：前调：运用激昂运动的音乐作为衬乐，用来寓意恒大文化旅游城的不断创新的精神。中调：以轻柔安静的轻音乐作为衬乐，让观众以轻松舒适的心情感受本田的企业信条与服务理念。尾调：以感动节奏快的因为作为衬乐，营造欢快的节日氛围。让每一个观众感受恒大文化旅游城人的热情。定制 10 层的蛋糕，在尾调的高潮时，推出蛋糕，邀请领导级别进行切蛋糕的仪式，与在场所有的来宾具备庆祝元旦的到来。

### 3、晚会节目安排

- (1) 主持人介绍本晚会、嘉宾、并宣布晚会开始；
- (2) 领导发表讲话（恒大文化旅游城董事长讲话）
- (3) 根据策划小组安排的节目进行演出；

A、开场舞(开门红)；

B、歌曲串烧；

C、小品

D、音乐剧

E、魔术

F、歌曲

G、互动环节

H、舞蹈

R、宣布晚会结束，宣读退场秩序，时刻提醒观众要保持秩序，避免拥挤，并请工作人员留下帮忙清理现场；

整体流程：18：50 观众入场完毕→会场一切准备工作就绪→19：00 主持人宣布晚会开幕开场舞→领导致辞→正式进入节目演出及现场活动→主持人宣布晚会闭幕→观众退场。

## 五、活动费用预算

见表 1

表 1 恒大文化旅游城元旦营销活动费用预算表

类别	支出费用项目	单价	数量	支出金额估算 (单位：元)

广 告	祝贺单位横 幅	50	5	250
	宣传海报、 宣传单等	20	5000	10000
活 动 现 场 布 置	主席台布置	1665	1	1665
	龙 门（16 米跨度）	150	1	150
	鲜花（摆时 令鲜花）	500	10	5000
	地 毯（大 红）	3	1500	4500
	气球门（五 彩颜色）	2	500	1000
	音响、话筒	4	700	2800
人 员	乐 队（10 人）	10	500	5000
	主持人（2 人）	2	400	800
	礼仪小姐 （10）	10	300	3000
其 它 费 用	胸 花（50 朵）	50	5	250
	绶带（双面 刻字10条）	10	20	200
	策划创意实 施执行费用	2	1500	3000
	饮品	5	400	2000
总计				39615

备注：此费用不包含相关的媒体广告。

## 六、活动预期效果与风险防范

### （一）活动预期效果

- 1、实际参加的人数不少于 5000 人次；
- 2、媒体对活动的相关报道不少于 5 篇；
- 3、活动和影响范围在本地区有 30%的人口知道。
- 4、活动经费严格控制在预算范围内；
- 5、活动后恒大文化旅游城美誉度和知名度明显提升。

### （二）活动风险防范

对恒大文化旅游城元旦营销活动中可能出现的风险，进行预测并制定出防范措施。如在晚会节目中不选有风险和不测发生的节目（杂技或有风险的游戏）；在疏导观众进退场时，为避免拥挤而发生的踩踏事件，要提前安排人员负责疏导，有秩序的退场。确保活动现场执行情况不发生危险和失误。

## 参考文献

- [1]李巍, 陆林. 房地产元旦营销策划方案[J]. 上海: 商业时代, 2018(03): 12~16.
- [2]苏亚莉, 张玉. 房地产开发经营政策风险及其应对研究[J]. 商业会计, 2017, (02).
- [3]罗有立. 从房地产广告看广告策略[J]. 重庆: 重庆商学院学报, 2017(01): 34~35.
- [4]杨春. 房地产营销策划存在问题与对策研究[J]. 商场现代化, 2019(10): 99~101.
- [5]岑军锋. 我国房地产市场营销策略浅析[J]. 企业家天地(理论版), 2017(09): 45~46.
- [6]姜士军, 李晓峰. 房地产项目全程策划[M]. 广东经济出版社. 2018(11): 7~10.
- [7]武银燕. 浅析房地产营销策划及策略[J]. 中国有色建设. 2017(01): 21~25.
- [8]黄文峰. 论房地产在新形势下的营销策略[J]. 企业家天地·理论版, 2017, (02).
- [9]李雪军. 房地产项目策划与风险管理[J]. 中国有色建设. 2019(01): 21~25.

## 致 谢

在我的策划方案设计过程中，我的指导老师姚陶老师在选题和设计内容大纲和整体构思的环节都做出悉心的指引，才能让我的策划方案最终完成。姚老师牺牲了自己很多宝贵的时间不厌其烦的一次次修改，让我深深的感动，姚老师的这种敬业的精神值得我敬佩和学习，再一次谢谢姚老师。同时，我要谢谢在大学中教过我的老师们！

如今，我的毕业设计完成了，也意味着大学学业即将画上句号。大学虽然即将结束，但新的开始即将到来。走出校门我将面临新的生活。承载着老师和同学的关怀和帮助，承载着大学收获的的知识，未来的路我会意气风发，勇敢、开心的走下去。