

房交会个人工作总结

一、展会主题——“和谐天津·和谐家园”

房交会从4月21日到4月25日，共持续5天时间，首次在天津梅江会展中心举办。展馆面积达15000平方米，共设展位860个，吸纳参展企业84家，较上届增加了29%。其中房地产开发企业51家、经纪及评估机构8家、媒体和金融机构25家。推出各类房屋1502万平方米，囊括了普通商品住房、限价商品房、商业地产、写字楼、存量房、租赁房等各类型房源。

本届房交会共有93个商品房项目参展，参展项目之多达到了近五年最高；上市销售面积820.74万平方米，比上届增长了12.13%。n1展馆布展项目不多，除少量开发企业参展项目外，多以媒体、房地产

中介、展会服务机构为主。】

。n2展馆参展项目集中，四区域板块项目悉数亮相。其中品牌开发商项目

联动、新盘项目展会推介、保障房两限房的聚焦，都成了n2展馆最大

的亮点。

二、众商家云集亮相，助推本市住宅产业发展

本市房交会已连续举办了 31 届，已经成为本市房地产业的盛会和品牌展会。本届房交会以“和谐天津·和谐家园”为主题，首次在天津梅江会展中心举办，展馆面积达 15000 平方米，较 2021 年秋季房交会增加了 23.6%，展会整体标准明显提升。房交会共设展位 860 个，吸纳参展企业 84 家，较上届增加了 29%，其中房地产开发企业 51 家、经纪及评估机构 8 家、媒体和金融机构 25 家。共推出各类房屋 1502 万平方米，囊括了普通商品住宅、限价商品房、存量房、租赁房等各类房源，满足广大群众的不同购房需求。

三、市民参加踊跃，潜在刚性需求量加大

房交会五天来吸引了超过 14 万人的市民，明显反映了群众购房意愿较强，需求仍有相当潜力。

据一些开发企业和中介机构介绍，无论是新建商品住宅还是二手住宅，买卖都需要一定的成交周期，房交会期间除部分房屋成交外，也趁机积累了很多客户，形成了大量的客户回访和看房的情况。

四、宏观调控效果初现成交价格稳中有降

在国家和本市宏观调控政策的作用下，本市新建商品住宅、二手住宅交易价格有所回落。房交会期间，新建商品住宅成交平均价格 9537 元/平方米，与上届

交易会相比均价下降了 8.1%。同时，二手住宅房主不再盲目涨价，定价更趋理性。五天来，成交的二手住宅平均价格 8546 元/平方米，比去年秋季交易会下降 0.8%。

房屋租赁市场成交活跃，房交会期间共成交 251 套、17164 平方米，其中，外地人约占 7 成。据中介机构介绍，随着我市经济快速发展，外来人口不断增加，推动房屋租赁市场日趋活跃，同时由于租赁市场供应比较充足，目前租金价格相对还比较平稳。

五、保障房展区人气颇旺限价房成为关注热点

为方便中低收入家庭选房，本届房交会对购房群众最为关注的保障房项目，专门设立了展示区。共有参展企业 3 家，参展项目 5 个，参展面积 129.01 万平方米。5 个项目分别为天津住宅集团华城佳苑项目、华城秋苑项目、华城景苑项目、天津渤海天易置业公司渤海天易园项目以及万科新里程项目。

市国土房管局住房保障政策咨询受到市民的广受关注，很多群众对限价房购买条件、受理地点、房源情况、区位地图等问题进行了咨询。据统计，房交会期间共接待群众各类咨询上万人次，其中关于住房保障政策方面的咨询占半数以上。

六、中小户型普通住宅供需平衡为满足广大群众的购房需求，本届房交会共推出各类房屋 1502 万平方米。其中超过八成为中低价位、中小户型普通商品住宅和保障性住房。

从五天交易量看，商品住宅累计成交 604 套、55794 平方米，平均单套面积为 92.4 平方米，二手住宅成交 296 套、20212 平方米，平均单套面积 70.4 平方米，说明中小户型房源仍是市场主导，参展项目户型的供需结构基本平衡。

七、服务多元化方便市民选房

本届房交会在整体布局上，首次按照行政区域划分为中心城区、滨海新区、环城四区及其他区县四个板块，切实反映了天津市行政区域内的房地产市场发展动向，也更大程度的方便群众选房。

本届房交会继续坚持优惠政策，体现服务企业、让利于群众的宗旨。

在多元化服务手段上，筹委会保持了历届房交会总服务台导引、法规政策信息查询等措施，天津国土资源和房屋管理局政务网还开设房交会专题，购房群众可网上查询售房许可证和欲购房的相关信息。

房交会现场还同期举办了房屋交易、评估、中介、测绘、权属、租赁、住房保障、资金监管等诸多房地产法规政策咨询活动，帮助群众及时了解、掌握政策

八、本届房交会宣传力度进一步加大

国土房管部门以房交会为契机，宣传国家及本市楼市调控政策、房地产市场管理、住房保障政策，合理引导群众住房消费观念。

鲁能 7 号院 2021 年春季房展会活动总结

北京公司顺义新城项目

2021 年 4 月 14 日

一、参展背景 2021 年顺义新城项目承担着快速去化现有小高层和洋房的营销重任，同时鲁能 7 号别墅将于 2021 年入市，并要实现 15 亿元的别墅销售任务，为顺利完成此目标，项目核心战略之一是：依托鲁能在顺义业已形成的知名度和美誉度，继续保持顺义区域热销标杆的市场地位，从项目与鲁能品牌双维度营销，双方面合力出击，通

过产品力的持续升级与项目高品质的持续展现，进一步抬升鲁能地产的负责任、守承诺、高品质的品牌形象与市场口碑。

在 2021 年初项目在年度营销工作中，就制定了以“活动营销造影响”的营销方向，参展 2021 年北京春季房展会的方案，以利用北京年度规模最大、影响力最深、传播范围最广的春季展会平台，广泛传播项目品牌形象与影响力，并为现有平层产品和别墅产品积累意向客户，进而提升项目到访、促进成交，以市场形象与客户口碑宣传切实支撑 2021 年鲁能七号院销售工作。

二、项目参展策略与思路 1. 2021 年北京春季展会情况

展会时间。4 月 10-4 月 13 日北京房地产春季展览会 2021 北京春季房展会于 4 月 10 日至 4 月 13 日在北京展览馆举办，本次房展会面积达两万多平米，参展的国内外项目共计 500 余个。其中，北京项目近 50 个，海外项目共计 300 余个项目参展，为期四天的展会共计吸引 19 万余人次参观。本次展会鲁能 7 号院项目展位位于 1 号馆，面积约 122 平米。

2. 鲁能 7 号院项目参展策略

本次展会鲁能 7 号院项目展位位于 1 号馆，面积约 122 平米。为了更好地利用本展会平台，达到“低成本，高回报”的目的，本届展会参展思路如下：1) 线上：展会前充分与组委会进行提前沟通与协调，利

节目中从购房者身份与角度来看待顺义新城项目价值与购

道，对项目进行最具公信力的宣传推广，提升购房者对项目品牌信赖度，增加项目在展会期间公众范围内的影响力，从而提升项目知名度和影响力。2）线下：组织协调好各代理公司在展会期间项目展台与售楼处的客户登记与接待工作，为项目小高层四期蓄客。

三、项目参展活动组织与重点工作安排 1. 展会组织

成立“展会协调小组”统一统筹协调安排展会期间所有组织与参展工作安排。组织协调成员如下图：

2021 年北京春季房展会组织协调小组

孙佳皓

王云

何春叶

2. 展会重点工作安排

（一）关于展位布置与展会物料安排 1）展会展位设计以 7 号院为主，格拉斯小镇与优山美地为辅进行总体展位设计。2）展会期间宣传物料安排 4000 套，发放资料：小高层与别墅户型册+楼市图册+手提袋；礼品：项目笔记本（到访项目客户）。3）登记所用的本、笔：登记本内容统一由甲方售后规范。

常婷婷安心

（二）关于展会公关与促销活动安排 1）展会期间小高层登记客户可到现场登记、验资，享受交 1.5 万抵 3 万的优惠，到访有精美礼品。

2）售楼处。展会期间项目现场安排茶歇，4 月 12 日安排暖场

活动。

（三）关于展会看房车辆及路线安排

展会期间每天安排 2-3 班看房办证，并安排班车引导人员及项目宣解人员进行客户引导及项目宣讲。

（四）展会常规推广安排

展会期间及之后安排搜房、焦点、新浪等网络进行项目信息。

四、展会成果

1. 客户统计分析

展会期间客户统计。（4 月 10 日--4 月 15 日）累计登记客户 773 组。其中，由展会到访售楼处客户 20 组。

展会之后客户统计。（4 月 14 日--4 月 18 日）后续来访 13 组，排卡客户 8 组，预计本周末到访 30 组。

2. 客户关注点分析

在意向客户统计中，大部分客户以改善型需求为主，客户关注问题主要集中于销售价格、交通情况、项目品牌、产品设计、周边配套、未来升值性等；

五、展会经验总结：

项目层面。通过参展本届房展会，在北京电视台财经频道对项目进行了较客观真实报道，增加项目在展会期间公众范围内的影响力，极大的提高鲁能 7 号院项目在北京市场的知名度，拔升项目整体形象，达到了“低成本，高回报”的目的。

销售层面。通过参加北京春季房展会为销售人员提供与客户深入交流的契机，了解客户需求，加强蓄客。

2021.11.19-2021.11.18 年月 11 月 16-18 日 2021 年贵阳市房地产交易展示会在金阳会展中心举办，本届房交会主题 “生态贵阳、宜居城市，本次参展 44 个楼盘，集中开展以商品住宅为主、商业地产、家装设计等相关行业产品、服务为辅的交易展会，以生态宜居主题指导展会运营。

一、展会特点：

2、除现场各参展楼盘外，增设五光十色图片展：“贵阳与城市记忆与未来影展”、“贵阳二环四路市场带开发建设图片展”、“贵阳市棚户区、城中村改造图片展”集中于 2 号馆展示；

3、增设地州分会场派发会刊资料，童心画我家，选出 60 名小画家在 11 月 17 日现场进行“我画我家”绘画比赛，其中 10 位获奖的将被送到专业绘画学校展开 4 个月绘画培训；

4、11 月 16 日下午举办房地产城市建设发展论坛，重点介绍二环四路中棚户区与城中村改造难点及规划特点，未来政策所带来的竞争压力。

二、参展大盘特点：

1、中天城投集团七盘联动，集利让利促销：a. 未来方舟：金海湾 h 区 88—125m²，付款方式优惠 9.5 折，最高九折优惠，认筹 1 万抵 2 万，g 区特价房 20 套；b. 会展城九号：179-543m²大平层，一次性付款 97 折，按揭 99 折，，认筹 5 万抵 10 万，商铺 45-78m²，一次性 93 折，按揭 95 折，认筹 5 万抵 8 万，持中天会员卡享 97 折优惠；c. 世纪新城：东城旗郡 223-302m²坡地别墅，东城时代：96-130

m²，交 1 万抵 4 万认筹登记；

d. 托斯卡纳：256-344m²独栋别墅，现场认筹 5 万抵 15 万，如期签约总价再减 20 万，一次性付款优惠 10 万，按揭、分期付款优惠 5 万；e. 中天花园：100-200m²社区商铺，10000 元/m²起价，f. 帝景传说：156-322m²社区商铺，13500 元/m²起价，校区商铺：40-50m²，均价格 12021 元/m²，一次性付款 8.9 折，按揭 91 折 g. 万里湘江：96-148m²，4480 元/m²起，交 1 万抵 3 万认筹，联名星力百货 vip 钻石卡限量发放，临街中心商业，一次性付款 92 折，按揭 97 折

2、保利集团五盘联动：优惠时间：11 月 8 日-11 月 25 日，所有楼盘中限量 8 折清仓 a. 温泉新城：85-180m²，4080 元/m²起，限量 70 套；5 套清仓价 b. 国际广场：滨水都市综合体，五星私产公寓，5a 甲级写字楼，小户型，最高优惠 26 万，仅限 8 席；

c. 云山国际：65-91m²，直减 10 万起，限量 70 套；2 套清仓价 d. 春天大道：140-230m²，4480 元/m²起，限量 70 套；5 套清仓价 e. 紫薇郡：80-156m²，最低首付 10 万起，限量 70 套；5 套清仓价

3、花果园：参展户型：39-60m²商务公寓，均价 5680 元/m²，国际金融街 56-200m²甲级写字楼，贵阳都会 56-1800m²投资型写字楼，

起价 7180 元/m²，利用连续 23 个月（2021 年月 12 月-2021 年 10 月）贵阳楼市销冠优势为产品促销，除写字楼外，公寓每平方米单价减 200 元后，一次性付款 95 折，按揭 98 折

4、万科系列 3 盘齐发，提速贵阳品牌居住步伐 a. 万科大都会 75-144m²三房、四房送品牌装修 b. 万科玲珑湾 130-170m²景观户型加推十席 c. 万科悦城：72m²、89m²、116m²精装修，房交会期间团购登记，单价立减 200 元/m²。

5、西南国际商贸城：一期商铺发售，面积：36-65m²展会期间，公司让利 1 亿，每天限量推出 200 张 vip 卡，持卡享受优惠，每间商铺可享受房价目-25 万元优惠，到访客户有礼品赠送。

三、新盘摘录：

1、观府壹号。金阳北路 378 号 120 万方大盘，100-200m²5 层滨水电梯墅级洋房，6800 元/m²起价，均价 7360 元/m²，90-143m²中庭高层 4950 元/m²起，均价 6620 元/m²，228-240m²合院别墅认筹，凭折页享受 98 折优惠，房交会全线 95 折，30 套特价高层，现场送到访礼品。

规划设计：容积率 1.95，建筑密度 23%，2 万m²首层架空设计，160 米超宽楼间距，7 万m²中庭景观，42 万m²德国黑森林，2 万平米中央水景，30 米带状公园，3 万平米独立商业，公建配套 18 班幼儿园、24 班小学，物管：第一太平戴维斯 157 年物管历史。

设计创新：洋房 3.1 米层高，6 米挑高设计，客厅与餐厅错层设计-1f：超大负一层全赠送，不仅可多一个酒窖，视听影音室，送私家车库和储物室，1f：6 米挑高客厅，前庭后院设计，景观露台赠送 2f：

3.1 米层高，生活阳台、阔景双露台赠送 3f：大露台赠送、双

重入户动线，客厅与餐厅错层设计 4f：阔景双露台全赠送

5f+1：207m²顶跃，超大面积露台赠送

2、群升融鑫广场。位于金阳诚信南路与梨园路交汇处，总建面 9 万 m²，由新锐 loft、soho 公寓、青年主题街区组成，总体定位为 mini 都市 cbd 圈层，以青年创业、投资、居住为主题的微型城市综合体，房交会期间交 2 万抵 5 万，折后价格 6888 元/m²。

设计亮点：

5.4 米层高，买一层得两层，拥有比平层更多的使用空间年享受 12%投资回报，商铺 20-50m²，临街价位 36000 元/m²，背街面 32021 元/m²。

现场反馈：

1、房价偏高，受众较少。

2、物料不够齐全，只有一份单张，和户型图。置业顾问在介绍时反应在地理位置，配套设施的介绍上有难度。

本次房交会的时间为 2021 年 4 月 18 日至 21 日 17.00，本次春交会 4 日共成交各类房屋 5063 套，建筑面积 46.68 万平方米，成交金额 32.05 亿元。共有 112 家房地产开发企业推出新房 48720 套，16 家房产中介推出 15.8 万套二手房房源。新房房源比去年秋交会相比略减少，可供交易商品住房面积为 549.9 万平方米，可交易住房面积为 117.4 万平米。二手房面积，16 家房产中介共推出 15.8 万套，交易面积达 1264 万平米，相比去年多了 1.5 万套。借助春交会的人气，不少房地产开发企业也在房交会期间加推新房源或新开楼盘。据不完全统计，共有 30 余楼盘在春交会期间新推和开盘，其中包括龙湖地产、金科股份、协信集团、远洋国际、旭阳地产、招商局地产、中交集团等多个品牌房企。对此，房企选择在春交会期间的周末开盘，在展示形象的同时，亦能实实在在地揽金。

今年房交会上旅游地产任为主角，在会场中心广场上。来自海南、文昌，万宁等地的 25 家房企携旅游大盘集体亮相与之对垒的是武隆县组织，以武隆仙女山旅游度假区的形式出现同时在一号展馆内来自武隆、长寿、南川、等区县以及习水两地的楼盘皆是旅游地产。有品牌房企情结的顾客可在二号展馆淘房，这里集中了万科、恒大、融创、龙湖、金科、东原、华宇等。此外今年主委会把房产中介和二手交易区也设在二号馆，除钢运外，包括大泽，中原都设在二号馆。

作为消费者在淘房中注重的话题：

（一）、对于大多数消费者来说，60-80 平米的房子更加受他们的青睐，对于大户型的房子只是少部分的人比较喜欢，在房交会现场

来看房子的顾客，在接到宣传单的时候就只会问，你们这个房子是哪里的。好多钱一平米。有多大。然后才会注意房产的开发商，一般就只会这几个问题，从中我们可以看到对于消费者来说买房子更注重的是房子的地段跟大小。好的地段好的价格可能会吸引跟多的顾客。钢运房产推出一套位于小龙坎的房子，是二手房，建面 92 平米三室两厅，只要 55 万还带装修。大业兴置业推出一套位于九龙坡龙江路的一套房源，建面 108 平米的三室两厅也只需 65 万。

（二）一次性付款享 6.9 折，春交会期间优惠最大的是南岸南滨路的东原 1891 和位于南岸金辉半岛风临路的金辉融侨城。前者房交会期间可销售建筑面积 5685.1 平方米，拟售面均价 13000 元每平方米，按揭 7.2 折，一次性付款 6.9 折，后者房交会期间可销售建筑面积 121600 平方米拟售建面均价 7500 元每平方米，给出 7.3 折-9.1 折的优惠。

（三）、有优惠的房产，这种方式也是顾客比较喜欢的，在这次房价会上位于南岸区弹子石的聚丰江山天下就给出了“交 7000 抵 5 万至 15 万”，位于长滨路的大唐亚诺交“8000 抵 20210”龙湖地产这次推出了分期按揭、易房节、老带新按期签约等多种优惠各种优惠还可以累加。

（四）、免税房源，钢运置业的房产的 2021 多套优质房源中，力推 500 套免税房源“基本上是业主唯一住房，且满五年的有意向的客户可放心购房，来自大业房产的数据显示，今年房交会一共推出 1056 套精品房源，其中 280 套房源将推出满五年的房源为免营业税或个税。作为学生的我在参观了这次房交会后，给我感触最深的还是展馆内的设计，还有各大房产的的展台都设计的非常美观，很值得我们学习。

一、展会主题——“和谐天津·和谐家园”

房交会从 4 月 21 日到 4 月 25 日，共持续 5 天时间，首次在天津梅江会展中心举办。展馆面积达 15000 平方米，共设展位 860 个，吸纳参展企业 84 家，较上届增加了 29%。其中房地产开发企业 51 家、

经纪及评估机构 8 家、媒体和金融机构 25 家。推出各类房屋 1502 万平方米，囊括了普通商品住房、限价商品房、商业地产、写字楼、存量房、租赁房等各类型房源。

本届房交会共有 93 个商品房项目参展，参展项目之多达到了近五年最高；上市销售面积 820.74 万平方米，比上届增长了 12.13%。n1 展馆布展项目不多，除少量开发企业参展项目外，多以媒体、房地产

中介、展会服务机构为主。】

。n2 展馆参展项目集中，四区域板块项目悉数亮相。其中品牌开发商项目

联动、新盘项目展会推介、保障房两限房的聚焦，都成了 n2 展馆最大

的亮点。

二、众商家云集亮相，助推本市住宅产业发展

本市房交会已连续举办了 31 届，已经成为本市房地产业的盛会和品牌展会。本届房交会以“和谐天津·和谐家园”为主题，首次在天津梅江会展中心举办，展馆面积达 15000 平方米，较 2021 年秋季房交会增加了 23.6%，展会整体标准明显提升。房交会共设展位 860 个，吸纳参展企业 84 家，较上届增加了 29%，其中房地产开发企业 51 家、经纪及评估机构 8 家、媒体和金融机构 25 家。共推出各类房屋 1502 万平方米，囊括了普通商品住宅、限价商品房、存量房、租赁房等各类型房源，满足广大群众的不同购房需求。

三、市民参加踊跃，潜在刚性需求量加大

房交会五天来吸引了超过 14 万人的市民，明显反映了群众购房意愿较强，需求仍有相当潜力。

据一些开发企业和中介机构介绍，无论是新建商品住宅还是二手住宅，买卖都需要一定的成交周期，房交会期间除部分房屋成交外，也趁机积累了很多客户，形成了大量的客户回访和看房的情况。

四、宏观调控效果初现成交价格稳中有降

在国家和本市宏观调控政策的作用下，本市新建商品住宅、二手住宅交易价格有所回落。房交会期间，新建商品住宅成交平均价格 9537 元/平方米，与上届

交易会相比均价下降了 8.1%。同时，二手住宅房主不再盲目涨价，定价更趋理性。五天来，成交的二手住宅平均价格 8546 元/平方米，比去年秋季交易会下降 0.8%。

房屋租赁市场成交活跃，房交会期间共成交 251 套、17164 平方米，其中，外地人约占 7 成。据中介机构介绍，随着我市经济快速发展，外来人口不断增加，推动房屋租赁市场日趋活跃，同时由于租赁市场供应比较充足，目前租金价格相对还比较平稳。

五、保障房展区人气颇旺限价房成为关注热点

为方便中低收入家庭选房，本届房交会对购房群众最为关注的保障房项目，专门设立了展示区。共有参展企业 3 家，参展项目 5 个，参展面积 129.01 万平方米。5 个项目分别为天津住宅集团华城佳苑项目、华城秋苑项目、华城景苑项目、天津渤海天易置业公司渤海天易园项目以及万科新里程项目。

市国土房管局住房保障政策咨询受到市民的广受关注，很多群众对限价房购买条件、受理地点、房源情况、区位地图等问题进行了咨询。据统计，房交会期间共接待群众各类咨询上万人次，其中关于住房保障政策方面的咨询占半数以上。

六、中小户型普通住宅供需平衡为满足广大群众的购房需求，本届房交会共推出各类房屋 1502 万平方米。其中超过八成为中低价位、中小户型普通商品住宅和保障性住房。

从五天交易量看，商品住宅累计成交 604 套、55794 平方米，平均单套面积为 92.4 平方米，二手住宅成交 296 套、20212 平方米，平均单套面积 70.4 平方米，说明中小户型房源仍是市场主导，参展项目户型的供需结构基本平衡。

七、服务多元化方便市民选房

本届房交会在整体布局上，首次按照行政区域划分为中心城区、滨海新区、环城四区及其他区县四个板块，切实反映了天津市行政区域内的房地产市场发展动向，也更大程度的方便群众选房。

本届房交会继续坚持优惠政策，体现服务企业、让利于群众的宗旨。

在多元化服务手段上，筹委会保持了历届房交会总服务台导引、法规政策信息查询等措施，天津国土资源和房屋管理局政务网还开设房交会专题，购房群众可网上查询售房许可证和欲购房的相关信息。

房交会现场还同期举办了房屋交易、评估、中介、测绘、权属、租赁、住房保障、资金监管等诸多房地产法规政策咨询活动，帮助群

众及时了解、掌握政策

八、本届房交会宣传力度进一步加大

国土房管部门以房交会为契机，宣传国家及本市楼市调控政策、房地产市场管理、住房保障政策，合理引导群众住房消费观念。

鲁能 7 号院 2021 年春季房展会活动总结

北京公司顺义新城项目

2021 年 4 月 14 日

一、参展背景 2021 年顺义新城项目承担着快速去化现有小高层和洋房的营销重任，同时鲁能 7 号别墅将于 2021 年入市，并要实现 15 亿元的别墅销售任务，为顺利完成此目标，项目核心战略之一是：依托鲁能在顺义业已形成的知名度和美誉度，继续保持顺义区域热销标杆的市场地位，从项目与鲁能品牌双维度营销，双方面合力出击，通过产品力的持续升级与项目高品质的持续展现，进一步抬升鲁能地产的负责任、守承诺、高品质的品牌形象与市场口碑。

在 2021 年初项目在年度营销工作中，就制定了以“活动营销造成影响”的营销方向，参展 2021 年北京春季房展会的方案，以利用北京年度规模最大、影响力最深、传播范围最广的春季展会平台，广泛传播项目品牌形象与影响力，并为现有平层产品和别墅产品积累意向客户，进而提升项目到访、促进成交，以市场形象与客户口碑宣传切实支撑 2021 年鲁能七号院销售工作。

二、项目参展策略与思路 1. 2021 年北京春季展会情况

展会时间。4月10-4月13日北京房地产春季展览会 2021 北京春季房展会于4月10日至4月13日在北京展览馆举办，本次房展会面积达两万多平米，参展的国内外项目共计500余个。其中，北京项目近50个，海外项目共计300余个项目参展，为期四天的展会共计吸引19万余人次参观。本次展会鲁能7号院项目展位位于1号馆，面积约122平米。

2. 鲁能7号院项目参展策略

本次展会鲁能7号院项目展位位于1号馆，面积约122平米。为了更好地利用本展会平台，达到“低成本，高回报”的目的，本届展会参展思路如下：1）线上：展会前充分与组委会进行提前沟通与协调，利

节目中从购房者身份与角度来看待顺义新城项目价值与购道，对项目进行最具公信力的宣传推广，提升购房者对项目品牌信赖度，增加项目在展会期间公众范围内的影响力，从而提升项目知名度和影响力。2）线下：组织协调好各代理公司在展会期间项目展台与售楼处的客户登记与接待工作，为项目小高层四期蓄客。

三、项目参展活动组织与重点工作安排 1. 展会组织

成立“展会协调小组”统一统筹协调安排展会期间所有组织与参展工作安排。组织协调成员如下图：

2021年北京春季房展会组织协调小组

孙佳皓

王云

何春叶

2. 展会重点工作安排

（一）关于展位布置与展会物料安排 1）展会展位设计以 7 号院为主，格拉斯小镇与优山美地为辅进行总体展位设计。2）展会期间宣传物料安排 4000 套，发放资料：小高层与别墅户型册+楼市图册+手提袋；礼品：项目笔记本（到访项目客户）。3）登记所用的本、笔：登记本内容统一由甲方售后规范。

常婷婷安心

（二）关于展会公关与促销活动安排 1）展会期间小高层登记客户可到现场登记、验资，享受交 1.5 万抵 3 万的优惠，到访有精美礼品。

2）售楼处。展会期间项目现场安排茶歇，4 月 12 日安排暖场活动。

（三）关于展会看房车辆及路线安排

展会期间每天安排 2-3 班看房办证，并安排班车引导人员及项目宣解人员进行客户引导及项目宣讲。

（四）展会常规推广安排

展会期间及之后安排搜房、焦点、新浪等网络进行项目信息。

四、展会成果

1. 客户统计分析

展会期间客户统计。（4 月 10 日--4 月 15 日）累计登记客户 773 组。其中，由展会到访售楼处客户 20 组。

展会之后客户统计。（4 月 14 日--4 月 18 日）后续来访 13 组，排卡客户 8 组，预计本周末到访 30 组。

2. 客户关注点分析

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/398077030101007011>