

营销类计划和方案审批表

标题	伊河湾项目9月月度营销方案-营销类计划和方案审批表-郭智鹏-2023-08-31		
申请人	郭智鹏	申请时间	2023-08-31 22:03
申请公司	地产	申请部门	新澜-销售部
所属项目	伊河湾项目		
审批事项		涉及人力薪酬绩效	否

填报内容



第一部分 8月营销总结

目录

CONTENTS

- 01 8月营销总结
- 02 9月营销计划
- 03 需支持事项

8月营销总结 任务完成



伊河湾项目本月，截止8月31日，签约任务3354万，完成100万，完成率3%，回款任务3337万，完成23万，完成率0.7%；

类别	指标	签约	回款
月度任务 (组)	月度任务	3354	3337
	实际完成	100	23
	完成率	3%	0.7%
累计任务 (组)	1-8月累计任务	20407	18059
	1-8月实际完成	3173	1000
	完成率	16%	5.5%

8月营销总结 营销回顾



8月推广动作如下：8月完成朋友圈单图32张，客户累计群发10.8万次，视频号推送视频15条，顾问个人视频推送360条，顾问直播30场。

推广形式	朋友圈单图		视频、直播		
	项目自发 (张)	客户-分群群发 (次)	项目视频号 (条)	顾问个人抖音 (条)	顾问直播 (场)
数量	32	10.8万	15	360	30

8月营销总结 营销回顾



8月营销动作，活动组织如下：
8月活动共支出费用500元，共吸引到访91组，来访费效比5元/组，成交1套，成交费效比500元/组。

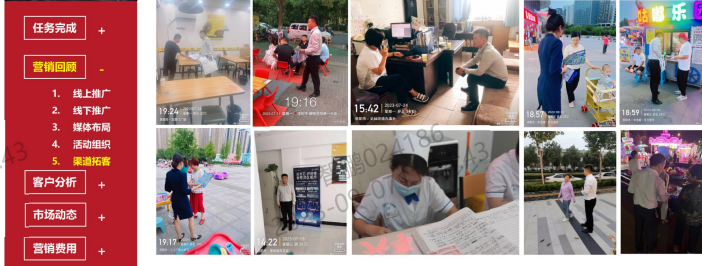
活动时间	活动内容	活动费用 (元)	来访数量 (组)	来访费效	成交数量	成交费效
8月12日-12日	周末触点案	240	44	5元/组	1	240
8月19日-20日		260	47	5元/组	0	/
合计		500	91	5元/组	1	500



8月营销总结 营销回顾



8月营销动作，渠道拓客如下：
8月完成拓展（推介7场，经纪人发展382组，合伙人发展69组，微信新增908组，拓客到访48组）；



8月营销总结 客户分析



8月截止至27日来访客户172组，日均来访6组分析如下：
来访渠道最高是员工合伙人57组，其次是自拓43组；
来访对比最多的是周边二手房31组，其次是周边新房28组；
未成交客户原因最多是决策人不在65组，其次是不急切观望19组。



8月营销总结 市场动态



8月份多数竞品来访、成交量环比继续下降，其中有政策调整的项目情况如下：

- **佳兆业洛阳中心**：本月降价促销，价格由原12500元/m²，降至11900元/m²，对外特价输出10800元/m²；片区内最高佣金点数（3.5%）+带访奖励150元礼品。
- **碧桂园望台**：本月佣金上调，由原2%提升至3%，但受碧桂园暴雷影响，本月成交惨淡。
- **建业天明观山悦**：本月“变相降价”以工抵房名义包装了一批特价房，降价幅度为500-800元/m²，在当周集中挤压成交了5套，其余时间成交继续停滞。

来访 环比数据					成交 环比数据						
序号	区域	项目名称	7月来访	8月来访	环比	序号	区域	项目名称	7月成交	8月成交	环比
1	洛龙区	伊河湾	157	172	10%	1	洛龙区	伊河湾	4	1	-75%
2	洛龙区	开元壹号	523	178	-45%	2	洛龙区	开元壹号	13	9	-31%
3	洛龙区	钰源府	84	70	-17%	3	洛龙区	钰源府	8	4	-50%
4	洛龙区	碧桂园望台	358	236	-34%	4	洛龙区	碧桂园望台	22	3	-86%
5	洛龙区	佳兆业洛阳中心	262	237	-10%	5	洛龙区	佳兆业洛阳中心	23	16	-30%
6	洛龙区	宝龙天地	286	80	-72%	6	洛龙区	宝龙天地	69	0	-100%
7	伊滨区	建业天明观山悦	160	95	-41%	7	伊滨区	建业天明观山悦	4	6	50%
8	伊滨区	泽信云锦天香	310	255	-18%	8	伊滨区	泽信云锦天香	12	18	50%

第二部分 9月营销计划

目录

CONTENTS

- 01 8月营销总结
- 02 9月营销计划
- 03 需支持事项

9月营销计划 任务分解



伊河湾项目，9月营销任务指标：
签约4488万（约47套）、回款3695万元；按照来访成交比30:1，约需要1400组来访；

任务分解

- 1. 签约回款任务
- 2. 来访任务

货值盘点

营销策略

具体执行

其他策略

9月任务指标分解						
类别	指标	第一周 9.1-9.3	第二周 9.4-9.10	第三周 9.11-9.17	第四周 9.18-9.24	第五周 9.25-9.30
来访 (组)	1400	150	200	250	300	500
成交 (套)	47	5	6	8	10	18

来访渠道	自然访	中介到访	员工推荐	社会合伙人	自拓/约访	业主合伙人
来访 (组)	100	500	200	30	500	70
成交 (套)	3	20	5	2	15	2
转化率	33:1	25:1	40:1	15:1	33:1	35:1

9月营销计划 任务分解



小组及个人任务分解：

项目按照**签约4488万（约47套）、回款3695万元**的整体经营指标考核项目；因项目目前处于**破冰期**，结合项目实际情况，**申请将营销负责人及销售经理的考核奖惩均下调50%，调整后为：**

任务分解

- 1. 签约回款任务
- 2. 来访任务

货值盘点

营销策略

具体执行

其他策略

岗位	保底基础任务奖惩		超额任务成交奖励（单套）		基础任务未完成处罚
	奖励	惩罚	奖励	惩罚	处罚
置业顾问	1200		3000		1000（月）
销售经理	250		500		100（每少1套）
营销负责人	100		200		50（每少1套）

组别	置业顾问	销售目标 (套)	到访目标					
			中介到访	员工推荐	社会合伙人	自拓/约访	业主合伙人	
王海洋	段亚坤	4	40	18	4	40	2	12
	田国峰	4	40	18	4	40	2	12
	胡玉宝	4	40	18	4	40	2	12
	王瑞宁	4	40	18	4	40	2	12
	李俊	2	20	9	2	20	1	6
张海鹏	小计	18	180	81	18	180	9	54
	靳玉新	4	40	18	4	40	2	12
	马楠	4	40	18	4	40	2	12
	小计	8	80	36	8	80	4	24
	古俊阳	4	40	18	4	40	2	12
王静雅	曹发洋	4	40	18	4	40	2	12
	靳彤	4	40	18	4	40	2	12
	张磊	4	40	18	4	40	2	12
	张旭成	4	40	18	4	40	2	12
	张旭静	4	40	18	4	40	2	12
小计	24	240	108	24	240	12	72	
合计		50	500	225	50	500	25	150

9月营销计划 货值盘点

伊河湾项目住宅754套、约8.47万㎡、货值9.29亿元;
 高层货值: 494套, 约5.28万㎡, 货值5.69亿; 洋房货值: 184套, 约32355.74万㎡, 货值2.63亿;
 装配式(高层): 76套, 约8575.43万㎡货值0.97亿。
 (已去化3#12套、5#10套、6#1套、7#8套、8#12套、9#5套) 共计48套

取证后: 案场禁止推售3/8号楼以外房源!

任务分解 +
 货值盘点 -
 1. 库存分析
 营销策略 +
 具体执行 +
 其他策略 +



9月营销计划 货值盘点3#楼

3号楼已售10套, 89㎡已售5套, 99㎡已售2套, 109㎡已售2套, 119㎡已售1套, 主推89㎡

任务分解 +
 货值盘点 -
 1. 库存分析
 营销策略 +
 具体执行 +
 其他策略 +

二单元(西)												一单元(东)					
04户(西)				03户(西)				01户(东)				03户(西)		02户(中)		04户(东)	
房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积
3-2-2004	111.59	3-2-2003	89.28	3-2-2002	89.28	3-2-2001	111.59	3-1-2203	109.40	3-1-2202	99.11	3-1-2201	119.66				
3-2-2204	111.59	3-2-2203	89.28	3-2-2202	89.28	3-2-2201	111.89	3-1-2203	109.40	3-1-2202	99.11	3-1-2201	119.66				
3-2-2104	111.59	3-2-2103	89.28	3-2-2102	89.28	3-2-2101	111.89	3-1-2103	109.40	3-1-2102	99.11	3-1-2101	119.66				
3-2-2004	111.59	3-2-2003	89.28	3-2-2002	89.28	3-2-2001	111.89	3-1-2003	109.40	3-1-2002	99.11	3-1-2001	119.66				
3-2-1904	111.59	3-2-1903	89.28	3-2-1902	89.28	3-2-1901	111.89	3-1-1903	109.40	3-1-1902	99.11	3-1-1901	119.66				
3-2-1804	111.59	3-2-1803	89.28	3-2-1802	89.28	3-2-1801	111.89	3-1-1803	109.40	3-1-1802	99.11	3-1-1801	119.66				
3-2-1704	111.59	3-2-1703	89.28	3-2-1702	89.28	3-2-1701	111.89	3-1-1703	109.40	3-1-1702	99.11	3-1-1701	119.66				
3-2-1604	111.59	3-2-1603	89.28	3-2-1602	89.28	3-2-1601	111.89	3-1-1603	109.40	3-1-1602	99.11	3-1-1601	119.66				
3-2-1504	111.59	3-2-1503	89.28	3-2-1502	89.28	3-2-1501	111.89	3-1-1503	109.40	3-1-1502	99.11	3-1-1501	119.66				
3-2-1404	111.59	3-2-1403	89.28	3-2-1402	89.28	3-2-1401	111.89	3-1-1403	109.40	3-1-1402	99.11	3-1-1401	119.66				
3-2-1304	111.59	3-2-1303	89.28	3-2-1302	89.28	3-2-1301	111.89	3-1-1303	109.40	3-1-1302	99.11	3-1-1301	119.66				
3-2-1204	111.59	3-2-1203	89.28	3-2-1202	89.28	3-2-1201	111.89	3-1-1203	109.40	3-1-1202	99.11	3-1-1201	119.66				
3-2-1104	111.59	3-2-1103	89.28	3-2-1102	89.28	3-2-1101	111.89	3-1-1103	109.40	3-1-1102	99.11	3-1-1101	119.66				
3-2-1004	111.59	3-2-1003	89.28	3-2-1002	89.28	3-2-1001	111.89	3-1-1003	109.40	3-1-1002	99.11	3-1-1001	119.66				
3-2-904	111.59	3-2-903	89.28	3-2-902	89.28	3-2-901	111.89	3-1-903	109.40	3-1-902	99.11	3-1-901	119.66				
3-2-804	111.59	3-2-803	89.28	3-2-802	89.28	3-2-801	111.89	3-1-803	109.40	3-1-802	99.11	3-1-801	119.66				
3-2-704	111.59	3-2-703	89.28	3-2-702	89.28	3-2-701	111.89	3-1-703	109.40	3-1-702	99.11	3-1-701	119.66				
3-2-604	111.59	3-2-603	89.28	3-2-602	89.28	3-2-601	111.89	3-1-603	109.40	3-1-602	99.11	3-1-601	119.66				
3-2-504	111.59	3-2-503	89.28	3-2-502	89.28	3-2-501	111.89	3-1-503	109.40	3-1-502	99.11	3-1-501	119.66				
3-2-404	111.59	3-2-403	89.28	3-2-402	89.28	3-2-401	111.89	3-1-403	109.40	3-1-402	99.11	3-1-401	119.66				
3-2-304	111.59	3-2-303	89.28	3-2-302	89.28	3-2-301	111.89	3-1-303	109.40	3-1-302	99.11	3-1-301	119.66				
3-2-204	111.59	3-2-203	89.28	3-2-202	89.28	3-2-201	111.59	3-1-203	109.40	3-1-202	99.11	3-1-201	119.66				
3-2-104	111.59	3-2-103	89.28	3-2-102	89.28	3-2-101	111.59	3-1-103	109.40	3-1-102	99.11						

9月营销计划 货值盘点8#楼

8号楼已售13套, 117㎡已售3套, 129㎡已售10套, 去化较为均衡, 洋房重点推129㎡

任务分解 +
 货值盘点 -
 1. 库存分析
 营销策略 +
 具体执行 +
 其他策略 +

8号楼(洋房)							
二单元				一单元			
02户		01户		02户		01户	
房号	面积	房号	面积	房号	面积	房号	面积
8-2-1102	117.77	8-2-1101	129.95	8-1-1102	128.94	8-1-1101	128.94
8-2-1002	117.77	8-2-1001	129.95	8-1-1002	128.94	8-1-1001	128.94
8-2-902	117.77	8-2-901	129.95	8-1-902	128.94	8-1-901	128.94
8-2-802	117.77	8-2-801	129.95	8-1-802	128.94	8-1-801	128.94
8-2-702	117.77	8-2-701	129.95	8-1-702	128.94	8-1-701	128.94
8-2-602	117.77	8-2-601	129.95	8-1-602	128.94	8-1-601	128.94
8-2-502	117.77	8-2-501	129.95	8-1-502	128.94	8-1-501	128.94
8-2-402	117.77	8-2-401	129.95	8-1-402	128.94	8-1-401	128.94
8-2-302	117.77	8-2-301	129.95	8-1-302	128.94	8-1-301	128.94
8-2-202	117.77	8-2-201	129.27	8-1-202	128.26	8-1-201	128.94
8-2-102	117.77	8-2-101	129.27	8-1-102	128.26	8-1-101	128.94

9月营销计划 策略调整

伊河湾最初定位: 定义城市精英 智慧住区新标准

任务分解 +
 货值盘点 +
 营销策略
 1. 策略调整
 2. 营销政策
 具体执行 +
 其他策略 +



伊河湾现状: 营销团队和模式需重新思考

面向 刚需 放大 优势

优势匹配



核心卖点: 首付 **8万** 总价**80万** 住洛龙万达旁 河景三房



面向 刚需 放大 优势

优势匹配



核心卖点: 首付 **8万** 总价**80万** 住洛龙万达旁 河景三房

虹吸 全城刚需 杀疯 流量红盘!

北: 保利堂悦 (月均10), 西: 凤起开元 (月均10), 东: 洋堡 (月均15套), 洛龙: 洛阳中心 (月均15套)

伊河湾9月阶段目标突破

规避地段不利因素, 期房抗性

总价优势放大刚需的核心诉求, 屏蔽其他抗性

9月营销计划 策略调整

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略

1. 策略调整

2. 营销政策

具体执行 +

其他策略 +

特价房申请:

一阶段:
申请10套特价房, 4%优惠, 去化完毕后;

二阶段:
申请15套特价房, 3%优惠, 依此类推, 有量之后, 逐步收回折扣, 找回价格。

预计货值折损:
第一阶段: 4%×10×85万=约34万
第二阶段: 3%×15×85万=约38万
共72万, 8号楼洋房找补, 每平方米提价约120元。



9月营销计划 策略调整

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略

1. 策略调整

2. 营销政策

具体执行 +

其他策略 +



9月营销计划 具体执行

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略

1. 营销计划

2. 活动/媒体

3. 渠道/广告

4. 业主/商家

其他策略 +



9月营销计划 具体执行

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略

1. 营销计划

2. 活动/媒体

3. 渠道/广告

4. 业主/商家

其他策略 +

销售政策

买房送全屋家电

执行说明: 成本价1万元采购多样家电 (具体数量及品类待与招商确定), 客户可双向选择, 选择家电礼包, 少优惠1万元, 或者不要家电, 房款直接减1万元。 (礼品拜访, 礼品包装)

优惠调整: 现场点位: 交一万享98折, 新开优惠9.9折, 按时首付签约9.9折, 总经理点位1%, 区域总点位0.5%, 集团营销总点位0.5%, 集团总裁点位1% 低报关系: 报价*0.93=底价;

9月营销计划 具体执行



媒体计划

主攻线上 流量为王

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 -

1. 营销计划
2. 活动/媒体
3. 渠道/拓客
4. 业主/商家

其他策略 +

招聘抖音主播

招聘高颜值抖音主播，官方号每日推送视频+直播，利用“流量密码”提升项目曝光

全员自媒体矩阵

置业顾问抖音视频、视频号直播每日持续进行，优秀者给予抖音支持（每月增加绩效1000元）

投放抖音信息流

9月利用样板间开放节点和特价房促销政策，进行120W次曝光的抖音投流

客户群裂变变

发动所有客户资源（到访、业主、中介）每日持续执行群发邀约，实现低费推广，能效：0.025元/人

8月营销计划 具体执行



活动计划

鉴证河湾美好家
(浩德伊河湾样板间开放)

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 -

1. 营销计划
2. 活动/媒体
3. 渠道/拓客
4. 业主/商家

其他策略 +

活动时间: 9月9日-9月10日;

活动形式: 重包装和线上宣传、轻仪式，开放当天集中邀约业主和意向客户参观，现场注重体验和仪式感，提前邀约集团影视部拍摄高质量照片和视频素材，后续持续推广，主推户型优势;

活动推广: 抖音/快手/视频号/微信 (影视部拍摄视频，项目全员微信、抖音自媒体矩阵式宣传)



9月营销计划 具体执行



活动计划

喜封金顶 美好盛启
(浩德伊河湾封顶仪式)

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 -

1. 营销计划
2. 活动/媒体
3. 渠道/拓客
4. 业主/商家

其他策略 +

活动时间: 9月16日;

活动形式: 示范区举办封顶仪式，空飘+楼挂广告的氛围包装，启动仪式采用抛洒金沙的形式，邀约8#楼业主、意向客户、媒体参与;

活动推广: 抖音/快手/视频号/微信 (影视部拍摄视频，项目全员微信、抖音自媒体矩阵式宣传)



9月营销计划 具体执行



活动计划

每周业主暖场

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 -

1. 营销计划
2. 活动/媒体
3. 渠道/拓客
4. 业主/商家

其他策略 +

开学季文具1元购	业主生日茶话会	亲子趣味运动会	秋分送礼活动	中秋双节游园会
9月2日-3日	9月8日-10日	9月16日-17日	9月23日-24日	9月29日-10月6日
结合开学季节点，采购文具类商品，定向邀约客户	邀请业主生日、业主抽奖相结合，现场抽奖，邀约业主带上亲朋好友，现场品茶、煮茶	邀请业主带上孩子参与亲子游戏，形式以室内趣味游戏为主	秋季秋天，采购秋礼邀约业主朋友来售楼部领取，万种大吉	中秋国庆双节，以双节为主题举办中秋游园会，游园会包含中式布置

9月营销计划 团队提升

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 +

其他策略 -

1. 团队提升
2. 激励政策
3. 销售政策
4. 营销费用

梳理出共**86项**案场提升调整工作，按计划稳步**推进**，提升现场氛围包装，**优化**销售话术口径，**调整**营销团队导向动作

序号	事项	责任人	完成时间	备注
1	案场氛围提升	张三	9.10	完成
2	销售话术优化	李四	9.15	进行中
3	营销团队培训	王五	9.20	待开始
4	案场物料更新	赵六	9.25	进行中
5	客户接待流程优化	孙七	9.30	待开始
6	案场安全巡检	周八	9.10	进行中
7	案场卫生维护	吴九	9.15	进行中
8	案场设备检修	郑十	9.20	进行中
9	案场绿植养护	钱十一	9.25	进行中
10	案场灯光调试	孙十二	9.30	进行中
11	案场背景音乐调整	李十三	9.10	进行中
12	案场空调系统维护	王十四	9.15	进行中
13	案场消防设施检查	赵十五	9.20	进行中
14	案场监控系统升级	孙十六	9.25	进行中
15	案场门禁系统优化	周十七	9.30	进行中
16	案场网络系统维护	吴十八	9.10	进行中
17	案场电话系统升级	郑十九	9.15	进行中
18	案场视频会议系统搭建	钱二十	9.20	进行中
19	案场直播系统搭建	孙二十一	9.25	进行中
20	案场VR看房系统搭建	周二十二	9.30	进行中

9月营销计划 激励政策

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 +

其他策略 -

1. 团队提升
2. 激励政策
3. 销售政策
4. 营销费用

团队奖惩政策：**重奖重罚，PK淘汰机制，销冠特权！**

奖惩激励			人员考核	
取证前销售任务奖惩				
岗位	保底基础任务单套奖励	超额任务单套奖励(单套)	滞后任务未完成处罚(元)	
置业顾问	1500	3000	1000(月)	
销售经理	250	500	100(每少1套)	
营销负责人	100	200	50(每少1套)	
<p>(一) 政策执行之日起至10月7号，未完成置业顾问直接优化；(取证后于销期内连续两月未完成置业顾问直接优化)</p> <p>(二) 8月底前，销售经理所在小组未突破成交，降级处理，并调离项目。(取证后，当月销售经理所在小组未完成等级处理并调离项目，其中新人取销售给予1个月的保护期，次月起按此执行)</p>				

9月营销计划 销售政策

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 +

其他策略 -

1. 团队提升
2. 激励政策
3. 销售政策
4. 营销费用

- 销售政策**
- 一、推出套特价房，聚焦89m²；
 - 二、案场底保关系调整：增加优惠包装；
 - 三、首付分期10%（金融公司+商业公司）；
 - 四、分销聚焦（执行时间：9.1号-10.31号，预付佣政策，佣金点位：为2.5%+1万元；100元带看奖；）
 - 五、鼓励自拓，激励竞品拦截，到访激励；
 - 六、增加裂变礼、竞品拦截礼、复访邀约礼；

9月营销计划 其他策略

任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

具体执行 +

其他策略 -

1. 团队提升
2. 激励政策
3. 销售政策
4. 营销费用

8月份，伊河湾项目，营销费用预算**38万**。

序号	类别	事项	金额(万元)	备注
1	活动费	样板间开放+封顶仪式+暖场活动	6	/
2	推广费	抖音+抖音信息流	3	/
3	物料费	案场包装+户模	1.78	/
5	人工成本	基本工资	17.4	/
7		福利费	0	/
8		公积金	0	/
9		社会保险	3.01	/
10	招待费	媒体公关费/客户邀约拓展费	0.2	/
11	水电费	水电费	3	/
12	印刷费	印刷费	2	/
13	营销服务人员工资	营销服务人员工资	1.27	/
14	车辆使用费	车辆使用费	0.34	/
	合计		38	/

需支持事项 需支持事项



项目为完成9月营销任务，需集团支持事项如下：

序号	事项	具体内容	协同部门	时间要求
1	人员招聘	项目主策1人、销售经理1人、置业顾问5人	人力资源部	9月1日前

人员流动、活水计划、优胜劣汰



关联流程	关联文档
附件	伊河湾9月月报.pdf 11.9
审批意见	
归档	集团-营销客服中心/张鹏飞 2023-09-06 14:12:05 批注 来自iPhone客户端 新澜-销售部/郭智鹏 2023-09-04 12:02:14 转发
营销客服总监	月度营销方案已审核。 销售任务按照年度经营任务中9月份排布计划执行。 同意销售经理和销售负责人按照集团营销奖惩上限按照同比例下调。 来自Android客户端 集团-营销客服中心/赵瑞波 2023-09-02 09:02:33 批准
销售管理3	同意，请领导审批 来自企业微信 集团-营销客服中心/郑总辉 2023-09-02 07:13:57 批准
区域总1	来自Android客户端 来自iPhone客户端 开元区域/罗桦 2023-09-02 06:53:47 批准 新澜-销售部/郭智鹏 2023-09-01 23:03:46 催办
项目总3	同意 来自Android客户端 河南浩德新澜置业有限公司/王国壁 2023-09-01 21:25:44 批准
项目销售总监	已根据项目实际情况按照比例调整奖惩，请领导审批！ 系统自动批准 新澜-销售部/郭智鹏 2023-09-01 21:19:52 批准

2023-09-01

申请人	已根据项目实际情况按照比例调整奖惩，请领导审批 新澜-销售部/郭智鹏 2023-09-01 21:19:49 提交
-----	--------------------------------------------------------------

2023-09-01

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43

郭智鹏024186
2023-09-0711:24:43