

项目营销政策审批表

此流程仅限营销政策类审批，**禁止用于房间销售过程中的调价，延期签约付款，更名，换房的审批。**

标题	开元壹号12月营销政策审批-林竹青-2024-11-30		
申请人	林竹青	申请时间	2024-11-30 09:28
申请公司	地产	申请部门	开元壹号-销售部
所属项目	开元壹号		
审批事项	不涉及价格、费用、佣金、激励等政策及政策变化		

填报内容



第一部分 11月营销总结

目录

CONTENTS

01

11月营销总结

02

12月营销计划

03

需支持事项

11月营销总结 任务完成

开元壹号项目：

- ✓ 11月签约指标2840万，实际完成4236万，完成率15%；回款指标2956万，实际完成202万，完成率7%；
- ✓ 1-11月签约指标31038万，实际完成11353万，完成率37%；回款指标29843万，实际完成9552万，完成率32%；

类别	指标	签约 (万)	回款 (万)
月度任务 (万元)	月度任务	2840	2956
	实际完成	423	202
	完成率	15%	7%
1-11月任务 (万元)	1-11月累计任务	31038	29843
	1-11月实际完成	11353	9552
	完成率	37%	32%
年度任务 (万元)	2024年度任务	35037	33394
	2024实际完成	11353	9552
	完成率	32%	29%

11月营销总结 工作回顾-客户分析

✓ 到访分析: 截至11月29日到访166组, 其中首访156组, 2访10组
 ✓ 到访转化
 分销99组(首访93组, 2访6组) 占比59.6%, 成交4套, 转化率25.1
 自渠19组(16组首访, 2组3访) 占比11.4%
 自访自拓22组, 占比13.5%, 其他渠道26组

11月渠道来源客户占比分析			11月渠道来源客户占比分析			11月渠道来源客户占比分析		
渠道来源	人数	占比	序号	渠道名称	占比	序号	职业	占比
总人数	29	17.47%	1	落龙区	114	1	职员	65.1%
意向成交	4	2.41%	2	柳西区	11	2	个体	24.1%
售楼	64	38.53%	3	柳内城中城市	9	3	退休	7.8%
售楼	2	1.20%	4	伊川	6	4	自由职业	1.2%
售楼	0	0.00%	5	漭河区	5	5	公务员	0.6%
售楼	0	0.00%	6	老城	3	6	教师	0.6%
售楼	16	9.64%	7	滨河	3	7	无业	0.6%
售楼	3	1.81%	8	西工区	3	8		
售楼	11	6.33%	9	伊滨区	2	9		
售楼	0	0.00%	10	西工区	3	10		
售楼	10	6.02%	11	柳东	2	11		
售楼	8	0.00%	12	伊滨区	2	12		
售楼	1	0.60%	13	西工区	2	13		
售楼	24	14.40%	14	吉利区	1	14		
售楼	0	0.00%	15	梁子	1	15		
售楼	1	0.60%	16	梁子	1	16		
售楼	1	0.60%	17	梁子	1	17		
合计	166	100.00%	合计		166	合计		100%

11月营销总结 营销费用

✓ 11月营销费用, 预算107万, 实际产生39.92万, 结余70.3万
 ✓ 1-11月营销费用, 预算857.6万, 实际产生438.9万, 结余418.7万

类别	签约金额	营销费用预算	实际支出	预算营销费率	营销费率
11月	423	120.53	39.92	4.24	9.43
1-11月	11353	1240	487.3	3.99	4.29

类别	事项	内容描述	11月实际发生
媒体投放	线上媒体	抖音矩阵投放	2
		河洛楼市矩阵投放	0
		档案袋, DM单	0.3
广告物料	物料	清水样板间灯箱(4个灯箱, 5个户型图)	1
		清水样板间地毯	0.55
		工地围挡, 绿网, PVC立体字	0.4
		暖场活动	0.9
		拓客物料采购	0.2
活动	活动	招聘会	0.6
		业务招待	0.24
招待费	招待费	通讯费	0.25
		通讯费	0.33
物业费	物业费	保洁耗材, 水电物料, 售楼部维修	0.4
		分租/合伙人	12.75
代租手续费	代租手续费	基本工资	17
		售楼工资	2
人工成本	工资薪金	202奖励	1
		合计	39.92

12月营销计划 任务分解

12月营销任务指标

✓ 签约指标1800万; 经营团队1125万(案场销售945万, 车铺团队120万), 增收团队675万
 ✓ 回款指标1440万; 案场团队900万, 增收团队540万
 ✓ 认购指标(天逸17+南商业3+公寓2+车铺14) 22套; 参考年度来访成交比14:1, 来访任务305组

类别	指标	占比	12月指标分解			
			第一周 (12.1-12.8)	第二周 (12.9-12.15)	第三周 (12.16-12.22)	第四周 (12.23-12.31)
签约指标	1800	100%	360	540	540	360
案场	1125	63%	225	338	338	225
增收	675	38%	135	203	203	135
回款指标	1440	100%	288	432	432	288
案场	900	45%	180	270	270	180
增收	540	55%	108	162	162	108

渠道来源	分销	员工合伙人	社会合伙人	业主合伙人	自渠	自然到访	抖音	小计
目标成交	13	1	1	1	2	2	2	22
目标目标	195	3	7	10	30	30	30	305
转化率	15.01	3.01	7.01	10.01	15.01	15.01	15.01	14.01

12月营销计划 任务分解

团队及个人指标分解

序号	名字	所属团队	12月指标(签约万)	12月指标(回款万)	12月团队指标(签约万)	12月团队指标(回款万)
1	程丽萍	陈金戈	225	180	675	540
2	陈凤娜		225	180		
3	聂裕洋		225	180		
4	孙征征		225	180		
5	王帅强	王泽宇	225	180	1125	900
6	牛红乐		225	180		
7	张薇薇		225	180		
8	任智利	常宽	225	180	120	96
9	梁佳祥		60	48		
10	李雅雯		60	48		
11	金傲		80	64		
12	刘相钦	金傲	80	64	160	128

12月营销计划 货值盘点

已推未售库存8.83亿，其中商业和公寓合计1334套占比71.29%，住宅合计159套占比15.07%，车棚合计1373个占比13.64%

销售进度	业态	套数	建筑面积 (m²)	货值 (万元)	占比
已推未售	五期露台住宅	21	3671	3557	4.03%
	天逸住宅	138	13002	9752	11.04%
	公寓	1234	56999	36715	41.58%
	商业	100	13760	26231	29.71%
	车位合计	1206	/	9816	11.12%
	储藏间合计	167	4414	2228	2.52%
库存货值		1493 (不含车棚)		88299	100.00%

任务分解 +
货值盘点 -
1. 库存分析
2. 销售计划
营销策略 +
其他策略 +

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 营销核心轴

样板间开放 双十二优惠 年终大促

第一周 第二周 第三周 第四周

主题 钜惠双12 狂欢抢先GO 浩德天逸双12云端购房节 年终置业 钜惠来袭 浩德地产年终总裁签售会 真优惠 真价格

推广主线 天逸福利季 12.12感恩洛阳 年终冲刺 疯狂大促

活动动作

- 1. 百万大V探盘：邀请10-15个房产博主进行实地探盘（次日播出）
- 2. 百位大咖发声：邀请媒体/合作方/本地网红为项目赋能直播短视频
- 3. 业主代表发声：由开元壹号业主发声安利浩德物业及天逸项目
- 4. 百万福利12.12大放送：联动安居客平台资源进行双12专场直播

政策 50套特价房均价7500元/㎡起，首付1万，剩余房款全部贷款

推广 线上：抖音直播/朋友圈/洛阳楼市/安居客；线下：自拓门店/业主维系/渠道维系/企业推介

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/拓客
4. 业主/商家
其他策略 +

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 推广工作核心思路

多点轰炸，集中爆破

联动大V，强化发声
联动甄选好房MCN旗下的12名房产主播，通过主播探盘视频，对天逸项目产品价值点，周边配套，促销政策等内容进行输出

姓名	粉丝数	获赞数	获赞率	获赞数/粉丝数
张某某	1.2W	1000	8.3%	0.67
李某某	2.5W	2000	8.0%	0.32
王某某	3.8W	3000	7.9%	0.21
赵某某	5.1W	4000	7.8%	0.16
孙某某	6.4W	5000	7.8%	0.08
周某某	7.7W	6000	7.8%	0.08
吴某某	9.0W	7000	7.8%	0.08
郑某某	10.3W	8000	7.7%	0.08
冯某某	11.6W	9000	7.7%	0.08
陈某某	12.9W	10000	7.7%	0.08
林某某	14.2W	11000	7.7%	0.08
罗某某	15.5W	12000	7.7%	0.08

常态化直播，拓宽线上获客
与河洛楼市签订内容推广，对账协议。通过线上直播、视频号/抖音号内容输出/本地房产社群进行产品的内容输出。

投放内容：
每周三场直播，每场次2小时。每月四次精简视频，20+条引流视频，及粉丝群，矩阵号推送。
运营账号：浩德天逸（目前已推送36条视频，其中21条视频破万播放，4条破10万播放，1条破30万播放）

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/拓客
4. 业主/商家
其他策略 +

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 推广工作核心思路

多点轰炸，集中爆破

发展分销拍摄，多账号发声
发展贝壳/懿家分销，对天逸项目进行拍摄。从分销的角度出发，用更直观，更油爆的话术，从三方的角度向客户安利天逸，筛选天逸客群，扩大基础。
费用预算：200元/人基础拍摄费用+100元封顶的播放量激励

安居客硬广上线，平台赋能
在安居客平台的安居客焦点圈，新房团购页，洛阳站屏广告，安居客大首页腰封等广告位输出“7666元/㎡ 住洛龙万达旁”销售信息，并在中梁百悦府，中成九都城，常绿，中成伊山苑等刚需楼盘植入项目销售广告，拦截竞品客户

工艺工法，专业输出
充分利用工艺工法样板间，由工程部进行工艺工法讲解，拆分成系列视频，输出项目精工品质价值点。由销售人员讲解户型，产品对比优势，代入生活场景，从客户的角度出发进行项目输出。

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/拓客
4. 业主/商家
其他策略 +

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 双十二专题

浩德天逸双12云端购房节

【云端购房节：12.12天逸&安居客专场直播】

- 12.12当天在开元壹号营销中心，组织12.12天逸&安居客云端购房节专场直播活动
- 由安居客洛阳城市经理赵国峰，及项目营销负责人作为云端福利官，进行天逸产品的阐述，户型介绍，以及12.12的优惠促销政策。
- 同时在安居客平台、安居客视频号、天逸抖音号三平台直播。

【前期预热】

1. 百万大V探盘：选择12个房产博主进行天逸探盘（甄选好房）
2. 行业大咖背书：邀请媒体/合作方/其他项目为天逸录制推荐视频
3. 业主代表发声：由开元壹号业主发声安利浩德物业及天逸项目
4. 百万福利12.12大放送：联动安居客平台资源进行双12专场直播

【导客收客】

1. 线上派发限时购房抵扣券，通过留资线索进行后期跟进
2. 针对意向客户，以直播活动为噱头，限时释放折扣进行逼定
3. 线上客户以抽奖/红包福袋等形式引导留资，扩大天逸影响力，扩展客户基数

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 活动计划

时间	12.1-12.31	12.12	每周末	12.14
活动主题	分销火锅宴答谢活动	云端购房节	"天逸很有料"暖场活动	天逸年终答谢会
活动形式	宴请贝壳/链家分销门店，进行火锅12.12当天在开元壹号营销中心，组织线上直播活动，邀请媒体/合作方/其他项目为天逸录制推荐视频	组织12.12天逸&安居客云端购房节专场直播活动	每周周末组织4场大片观影活动，糯米花轿秀、自游人、轻人到现场进行抽奖棉花糖、DIY手工、儿童画活动，再次维系粘性，冲刺年底推荐客户量	邀请24年向天逸客户的合作伙伴，再次维系粘性，冲刺年底推荐客户量
活动对象	重点分销门店	视频号/抖音号线上用于	老业主，意向客户	合伙人经纪人
预计人数	180	/	每周60人	50
费用预算	餐标100元/人，预计每场15人，预计执行12场。	0 (库存礼品，员工主持人)	每周预算400元，合计1600元	预计10000

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 12月到访重点策略

到访

1. 增加晨拓、夜拓：全员周一至周五上午/傍晚集客留电5组/人，利用小礼品，小活动形式等
2. 老带新：业主维系，私宴，上门送礼品，抖音拍视频等形式，让业主参与活动，增加到访；
3. 圈层拓客：每人每周一场推介会，根据单位资源前期沟通进行宣讲，通过礼品，活动添加微信群，释放销售政策；
4. 合伙人注册量：每周每人真实注册合伙人不低于5组（社会合伙人和同行合伙人）获取合伙人身边资源导客；
5. 抖音直播：专人直播抖音运营+视频输出，增加项目线上获客；房产大v/主播粉丝多的投流增加项目曝光（1条/天/人）
6. 街拓：商超/街区/沿街个体商户/社区，展点设立，专人拦截，拉通物业内部资源嫁接等，量化考核留电，微信指标，喜客
7. 分销门店维系：置业顾问拜访经纪人门店，主动询问经纪人要客户，把经纪人要推荐的客户邀约，与经纪人保持良好的关系，促进客户的成交；每周给予经纪人一次培训，邀约经纪人参观项目并讲解项目信息，灌输项目优势，有客户第一时间推荐项目

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下


12月营销计划 12月转化重点策略

转化

1. 节点：通过节点挤压（五期开盘、天逸员工房、年终大促），通过价格挤压（一口价房源和特价房）
2. 说辞：针对市场下滑，客户犹豫对比，交房时间抗性，价格抗性，信心不足应对说辞提升
3. 培训：竞品说辞（新房和二手房），对抗说辞每日一练，项目优势给培训，分销竞品劣势；
4. 考核：周度和月度分解到人，到访，转化，成交，日常基础工作严考核

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 天逸专项



任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

其他策略 -


1. 销售政策

2. 营销费用

- ✓ **期房主推:** 以天逸为核心推荐产品，直球出击7XXX元/㎡起对外输出，用“小面积，低首付，低总价，刚需置业浴龙最后的上车机会”等方式低价接收低能级，价格敏感客户；
- ✓ **价格政策:** 50套均价7500元/㎡天逸房源；高评高贷，首付1万，剩余房款全部贷款；促销房源中14F, 18F楼房源销售完毕后，可再选择其他房源做补充。房源补充申请需要审批至执行总裁
- ✓ **分销聚焦:** 沿用12月政策，天逸当月认购房源1-5套，按照30000元/套计提；认购房源≥6套，按照40000元/套计提
- ✓ **案场动作:**
 - 强化使用保交房协议：所有销售手机，pad中全部保存《保交付协议》，明确项目交付标准、时间节点及违约责任，作为标准动作向客户展示讲解，消除客户对期房交付的顾虑与抗性
 - 消化天逸项目优势价值卖点，按期培训反复练习话术形成记忆，顾问讲出自信心传递客户感染客户
 - 天逸工艺工法/清水样板间作为客户必看环节，强制要求参观讲解，置业顾问牢记背诵工艺工法讲解辞
 - 利用营销云端购房节和促销政策，敲动分销，逼定客户，提高转化率

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 商铺专项



任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

其他策略 -


1. 销售政策

2. 营销费用

- ✓ **期房主推:** 万达金街1F, 2F, 共计19间，1646平米，总货值4601万，均价27947元/平。以万达广场高客流，高收益，高回报拉升价格
- ✓ **现铺主推:** 南商业57# 10间现铺及北商业51#/53#/55# 31间现铺，共计5296㎡，总货值8680万，均价16400元/㎡，对外输出15XXX元/起，小面积低价吸客
- ✓ **案场动作:**
 - 维系开元壹号老业主，挖掘业主复购商铺潜能
 - 包装特价现铺，主推小面积商铺，底价引流客户
 - 交叉回访前期到访商铺客户，提前准备邀约话术，增加电call
 - 每日转发发送万达施工最新进度，以及商铺及周边社区的客流/收益/商户/转租进度，提升商业客户的持续关注

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 公寓专项



任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

其他策略 -

1. 销售政策

2. 营销费用

- ✓ **公寓产品:** 50公寓作为补充产品推荐
- ✓ **案场动作:**
 - 梳理前期跟进的酒店，民宿资源，突破酒店租铺自用。以带租约销售为噱头，撬动公寓去化
 - 每日小红书，抖音，快手视频推送，同时抖音私聊任务，针对单身年轻女性私聊介绍公寓产品及合伙人推荐政策，引导线下见面及到访详谈。
 - 渠道在公寓扫楼的同时，针对前期拜访的酒店/民宿大客进行回访，突破租/售机会
 - 大客户一客一议

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划 合伙人政策



任务分解 +

货值盘点 +

营销策略 +

其他策略 -

1. 销售政策

2. 营销费用

佣金政策

分销

合伙人

住宅:
天逸: 当月认购房源1-5套，按照30000元/套计提；
认购房源≥6套，按照40000元/套计提。
开元壹号成交房源2.5%+1万元/套

公寓: 15000元/套
商铺: 3%+10000元/套

住宅: 1%
商铺: 2%
公寓: 10000元/套
车位: 1000元/套
储藏间: 500元/套

到访奖励: 有效到访每组奖励100元
裂变奖励: 转发朋友圈单图，收集好友点赞，1个赞1元钱，100元封顶
政策执行期间: 2024年12月1日-12月30日
政策执行客户: 合伙人和自拓都可以参与

浩德控股集团 HONDEN HOLDING GROUP 浩然正气 德行天下

12月营销计划		激励政策		
在集团正向激励的战略目标下，开元壹号12月营销团队激励政策				
岗位	激励政策	标准	开元壹号 12月签约任务	
置业顾问	无责底薪	3000元 (连续2个月无任何产品成交，淘汰)	顾问签约25万/人/月 自渠签约80万/人/月 年签约90万/人/月	
	当月有1套自然成交	奖励1000元		
	当月完成签约任务	奖励1000元		
	当月完成签约任务	奖励1000元		
	提成	市区项目： 未完成当月签约，所有销售房源提成2%不计(季度不打折) 完成当月签约，所有销售房源提成2%不计(季度不打折) 市区项目(当月认购每月正榜签约计入业绩，每月延期不计入业绩)： 超额完成当月签约110-150%，奖励5000元 超额完成当月签约151-200%，奖励10000元 超额完成当月签约200%以上，奖励15000元 0档(未完成考核指标，提成+奖励)		
	1档(签约110-150%，提成+奖励)			
	2档(签约151-200%，提成+奖励)			
	3档(签约200%以上，提成+奖励)			
	销售部经理/策划经理	市区项目(住宅分组)： 未完成当月签约，提成0.3%。 完成当月签约，提成0.5%。 市区项目(住宅不分组)： 未完成当月签约，提成0.15%。 完成当月签约，提成0.25%。 市区项目(商业分组)： 未完成当月签约，提成0.4%。 完成当月签约，提成0.6%。 市区项目(商业不分组)： 未完成当月签约，提成0.2%。 完成当月签约，提成0.3%。 提成经理提成：市区项目，所属项目总签约，提成1.5%。 签约任务奖励：超额完成当月签约4000元 0档(未完成，测算住宅，提成+奖励) 1档(完成，测算住宅，提成+奖励)		薪金支助销售经理签约67.5万/月 在渠销售经理签约112.5万/月 渠道经理签约1800万/月
	销售部经理/策划经理	市区项目(住宅分组)： 未完成当月签约，提成0.3%。 完成当月签约，提成0.5%。 市区项目(住宅不分组)： 未完成当月签约，提成0.15%。 完成当月签约，提成0.25%。 市区项目(商业分组)： 未完成当月签约，提成0.4%。 完成当月签约，提成0.6%。 市区项目(商业不分组)： 未完成当月签约，提成0.2%。 完成当月签约，提成0.3%。 提成经理提成：市区项目，所属项目总签约，提成1.5%。 签约任务奖励：超额完成当月签约4000元 0档(未完成，测算住宅，提成+奖励) 1档(完成，测算住宅，提成+奖励)		薪金支助销售经理签约67.5万/月 在渠销售经理签约112.5万/月 渠道经理签约1800万/月

12月营销计划		激励政策	
在集团正向激励的战略目标下，开元壹号12月营销团队激励政策			
岗位	激励政策	标准	开元壹号 12月签约任务
营销负责人	提成	市区项目(住宅)： 未完成当月签约，提成0.2%。 完成当月签约，提成0.3%。 市区项目(商业)： 未完成当月签约，提成0.3%。 完成当月签约，提成0.4%。 0档(未完成，测算住宅，提成+奖励) 1档(完成，测算住宅，提成+奖励)	签约1800万/月
	签约任务奖励	完成当月签约110%，奖励10000元 超额完成当月签约，按比例进行奖励，上不封顶	
	签约任务奖励	完成当月签约110-150%，奖励团队15000元 超额完成当月签约151-200%，奖励30000元 超额完成当月签约200%以上，奖励50000元	签约1800万/月
	车位销售奖励	超额完成当月车位任务数量，奖励团队500元	5个/月
	12月营销冲刺任务		2000万

12月营销计划		营销费用	
12月签约任务1800万，年度预算中12月营销费用预算146万，计划当月营销费用67万，营销费率3.72%			
类别	事项	内容描述	12月预算(万)
媒体投放	线上媒体	甄选好房大V探盘	2
	线下媒体	河洛楼市矩阵投放	4.5
广告物料	印刷品	档案袋、4取单、DM单	1.5
	物料	直播间搭建	0.5
	活动	天逸样板间包装	0.3
	活动	分姆火锅宴	0.5
活动	年终维系抽奖活动	1	
招待费	招待费	业务招待	0.2
通讯费	通讯费	通讯费	0.33
物业费	物业物资	保洁耗材，水吧物料，售楼部维修	0.4
代销手续费	代销手续费	分销/合伙人	26
人工成本	基本工资	基本工资	17
	提成工资	提成工资	8
	激励	激励	3
合计			67.03

注：以上营销费用为预估，具体以实际支出为准

浩然正气
德行天下

汇报完毕，谢谢！

关联流程	中心营销政策审批-张鹏飞-2024-11-18 开元壹号新增签约任务营销政策审批-林竹青-2024-11-21	关联文档
附件	开元壹号项目12月度营销方案.pdf	2.8M
审批意见		
归档	开元壹号-销售部/林竹青 2024-12-02 11:15:44 转发	
营销客服中心	集团-总裁班子/罗桦 2024-12-02 10:20:2 提请领导审批 1 批准 开元壹号-销售部/林竹青 2024-12-02 09:13:10 催办	
区域总	同意	

	系统自动批准 开元区域/徐飞飞 2024-11-30 10:10:42 批准
项目总	同意 来自Android客户端 开元区域/徐飞飞 2024-11-30 10:10:39 批准
销售部	同意 来自iPhone客户端 开元壹号-销售部/张超 2024-11-30 09:55:03 批准
策划组	开元壹号12月营销方案提请审批，其中佣金/激励/促销政策已通过专项审批，分销/合伙人策延续11月政策，无调整。 系统自动批准 开元壹号-销售部/林竹青 2024-11-30 09:34:45 批准
申请人	开元壹号12月营销方案提请审批，其中佣金/激励/促销政策已通过专项审批，分销/合伙人策延续11月政策，无调整。 开元壹号-销售部/林竹青 2024-11-30 09:34:42 提交

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01

林竹青024530
2024-12-03 11:26:01