

“群雄逐鹿”之创意战：

# 广告营销，不与你玩空城妙计

专刊记者 冉全金

广告，玩的就是吸引力。对逐鹿烟台的众多房企群雄来说，如何迅速抓住消费者的眼球，是一项重要课题。创意无处不在，但这把双刃剑却容易变成“伤敌一万，自损八千”的危险存在。相对来说，一线品牌的广告受品牌定位影响以沉稳大气为主，而本地品牌的广告则更天马行空一些。



广告抓住目标人群效果更显著。

据了解，烟台部分优良地段的高架广告牌一年的租金价格都在四五十万元不等。而如果是在南大街这种最要的交通要道上的广告牌价格会更高。

高价格并未阻挡广告主的热情，热门资源的租赁周期已经短至以天或者月为单位而不是年。在这些寸土寸金的面积上，开发商们也在进行着一场场激烈的遭遇战。而武器，就是广告概念。

## 创新图变，只为吸引眼球

在广告中一味强调自身优势，已经无法吸引更多人的关注。一条精彩的广告语，却可以让人眼前一亮。创意，在方寸之间显露峥嵘。

然而，房地产广告强调

的是产品的功能和个性的需求。创意虽然能吸引人的注意，但如果产品的特色无法充分展示，也不是一个好的广告。

一个创意好的广告还必须具备感召力。重要的是，创意应该产生差别，把人们领入另一个区域；创意应该简洁明了，但不仅仅是简单；而且，广告要注意广告消费的环境。

据统计数据显示，生活在城市中的人们每天平均要接收到6000条广告讯息，但他们能记住的只有那些独一无二的创意。广告不是做给广告人看的，在现实生活中，广告创意必须要能够具备俘获心灵的感召力，在他们心中留下深刻的印象。而在激烈的房地产攻防战中，找准广告定位人群尤为重要。

## 创意飞扬，传递产品信息

张先生在地产广告行业摸爬滚打已经多年了。他告诉记者，创意就是去体味内心世界，好好地酝酿它，“勇于将独特的东西向公众展示”。好的广告能发掘和创造出楼盘中与众不同的东西，让它在市场上翻起轩然大波；同时引起反馈，得到受众的认可与赞美。

在张先生看来，真正的创意产生，是创意人员对产品认真分析及与同类产品比较后得出最佳方案。面向年轻人的社区，需要跳跃而充满激情的概念；而面向高端人群的产品，则更倾向于产品特性和文化质量的诉求。

## 外地品牌加入，冲击猛烈

一线大鳄们的到来，给烟台楼市的广告带来了新的创意。简单的文字堆叠，或者平铺直叙的信息传递，被图文并茂的视觉冲击所代替。无论是文字的斟酌，还是色彩的运用，都开始由粗放向精细转变。

无处不在的围挡、高炮、户外，所体现出来的信息时刻冲击着人们的视线。随处可见的地产广告，潜移默化地影响着人们，让信息在城市的空间流动。处于防守方的本地地产商们，渐渐也对这些广告手段驾轻就熟。而这出表面上的空城计，背后却是强大的品牌或质量支撑。

“群雄逐鹿”之阵地战：

# 产品升级，扎稳根基韬光养晦

专刊记者 姜晓燕

在严峻的房地产宏观调控下，一线房地产商纷纷向二三线城市迁移，如今进驻烟台的品牌房企也是越来越多，逐渐形成了双盘、多盘联动的趋势，更加有利于其项目的营销推广。

面对外来大鳄加快速度抢占市场份额，本地房企也不甘示弱，多根据市场调整项目定位，采用“直接、实在”的营销策略深入人心。到底是“外来的和尚会念经”，还是“强龙难压地头蛇”？本土房企和外来品牌“两地对峙”，谁会更胜一筹？

## 本地人更爱本土房企

记者走访中了解到，很多烟台人买房子还是喜欢买本地房企的房子，每个人都有一股“家乡情缘”，这种感情在人们的成长过程中不断地加深。所以面对一线外来房企大手笔的“圈地运动”，烟台本地品牌并不畏缩。他们充分发挥本地深耕多年的优势，更易形成口碑效应。在这方面，本地开发商比一线城市的外来房企更具优势，本地人对本土房企的了解要深于外地房企，而口碑效应也不是仅仅靠打广告就能形成的。

上周末，记者走访了金象泰·吉祥家园售楼处，很多客户表示，“选择吉祥家园就是冲着



本地品牌金象泰项目受到市民的信賴。

烟建的品牌来的”。据悉，烟建集团在烟台深耕60年，已经积攒了充分的市场美誉。吉祥家园深知客户需求，秉承建筑以人为本，筑就生活理想的信条，创新采用超低密度规划，为港城居住开启了新的篇章，表现了烟台人对金象泰·吉祥家园的期许，更是对老品牌烟建的认可。

## 外来房企唤醒本地品牌

从企业竞争的层面来讲，

面对新的市场形势，本土企业和外来企业的竞争将会逐渐升级，项目间的单向竞争时代也将成为过去。竞争将会转化为楼盘品质、景观营造、物业管理、附加服务等综合实力的比拼。外来一线房企在开发经验和资金等方面表现出过人的雄厚实力。

以万科等龙头老大为主的外来品牌，一直以来以楼市“风向标”的魄力让其他中小房地产开发商望尘莫及。其产品、开发模式以及物业管理等都成为

许多同行学习的对象。外来房企的加入是一种楼市“催化剂”，不断加快楼市发展的步伐。

外来品牌房企不断涌入，加剧了市场竞争激烈程度，为港城楼市注入一股活力，本土房企在慢慢苏醒，开始逐步审时度势，不再是以往的“盖了房子慢慢卖”。而是更注重品质、物业管理、服务等。无论是本地房企还是外来房企，只要做好产品，扎稳根基，都会受到购房者的追捧。

买房攻略

## 购房应该看明白 四种二手房买不得

在二手房的买卖过程中，购房者总有一些疑问。购房者都应该弄个清楚明白，避开这些“买不得”的房子。

### 权属不明的不买

产权不明确的房屋是购房者首先要避开的。按照物权法的规定，不动产物权设立、变更、转让和消灭，都应依照法律规定登记，经依法登记，才发生法律效力；而未登记的，则不发生法律效力。因此买房前，我们就要核对出卖人是否具有产权。

同时，土地权属不清的房屋也买不得。根据土地管理法的规定，我国土地所有权包括两种方式，即国家土地所有权和集体土地所有权。城市居民从事建设应当依法使用国有土地，农村居民每户可申请一处宅基地，农村土地不能用于非农用途。因此才说大量存在的利用农村集体土地建设的房屋对外出售的“小产权房”不受法律保护。

### 违规违章的不买

违章建筑是指未经主管部门许可而擅自动工新建的各种建筑物，主要是指房屋。从违章建设人有无土地使用权的角度来讲，违章建筑大体可分为两种情况：一是建造人未合法取得土地使用权即擅自建造房屋；二是在已经取得使用权的土地上，但尚未取得建设规划许可证等相关批准文件的情况下擅自建造房屋。

另外，可能被列为危房的房屋也要避开。如果房屋一旦属于危房，不但居住会有安全隐患，而且也没有了其他的利用价值，因此购房时一定要了解房屋的房龄、结构等情况，做出是否属于危房的初步判断。

### “声明”缺失的不买

房屋所有权共有是最需要多方声明的。例如，夫妻共有房产、双方或多方共同出资取得的房产、多个继承人因继承而共同所有的房产等，其中最典型的就是夫妻双方婚后取得的房产属于夫妻共同财产。在共有的状态下，共有人对房屋均享有权利，这时如果共有人之一擅自将房屋出售，实际上是将其他共有人所占有的房产份额也进行了处分。

即使没有共有关系而只有租赁关系，也可能出现问题。按合同法规定，出售房屋时应通知承租人，同等条件承租人有优先购买权。因此在购买二手房时，还应考察所购房屋是否存在租赁关系。如出售人没有通知承租人，没有承租人书面声明放弃优先购买权承诺，买房后也会有后患。

### 抵押查封的不买

抵押是指债务人或第三人不移转对抵押财产的占有，将该财产作为债权的担保。债务人不履行债务时，债权人有权依照法律规定以该财产折价或者以拍卖、变卖该财产的价款优先受偿。因此将已经抵押的房产进行转让会损害抵押权人的利益。

同样，被法院、检察院、公安机关、海关等国家机关查封和扣押的房屋，其所有权的转移不得对抗这种公权力。如被执行人无金钱给付能力的，法院有权裁定对被执行人的其他财产采取查封、扣押措施；被执行人或其他人擅自处分已被查封、扣押、冻结财产的，法院有权责令责任人限期追回财产或承担相应的赔偿责任。因此，司法机关已保全、查封的房屋也是不能买的。