

众房企争奇斗艳,营销花样百出,且看—— 楼市营销哪家强

2015年,风靡一时的“新常态”一词在楼市活动营销上也表现突出:以数量为基准的周末暖场活动淡出视野,追求质量、走心的创意营销轮番上演。明星助阵、新奇事件、概念炒作此起彼伏。2015楼市,房企争奇斗艳,营销花样百出,较于往年显得格外热闹。



赵雅芝助阵燕山会



麦玲玲解读燕玺台风水人居

事件营销：

大白暖男，星期八小镇，把握热点要快、准、狠

4月1日，高新区舜泰广场火了，一群大白跳着小苹果吸引了众多围观者，这是中捷紫悦华庭策划的一场快闪活动。

“快闪”也曾被众多房企应用过，除了第一个吃螃蟹的被人记住外，剩下的也就左耳朵听右耳朵冒了。中捷之所以引起轰动，正源于他巧妙的傍上了“大白”这一暖男形象，一部《超能陆战队》火了大白，大街小巷无人不知，而中捷快速反应把握热点，将这一卡通形象运用到自己的营销活动中，达到了理想效果，后续市场反映也无人能及。

此事件过后，在地产圈内，只要提到大白就条件发射的想到中捷紫悦华庭，直接将想用大白做噱头的房企逼进了死胡同。

同样赢得市场喝彩的还有南益名辉豪庭，它联合星期八小镇，将售楼处人气做到了极致。众所周知，星期八小镇是孩子的天堂，于2011年9月30日和谐广场开业之时运营，3年多

时间，没有房企发现这块裸露的宝石，可喜的是名辉豪庭最终将其收入囊中，将其四个体验馆搬到售楼处，火爆人气就此开启，甚至造成一票难求的格局。在众房企乐此不疲用周末暖场活动提升售楼处人气之时，南益却以低成本博得头筹。据悉，第二季活动马上又要开启。

目前，各大售楼处对于人气提升更多的还是放在周末暖场上，创意DIY、到访送礼、亲子活动频频上演，耗时耗力，效果不佳。不少策划经理对记者表示，创新的线下营销活动一直是苦苦追寻的。制造话题引起讨论，对于楼盘销售会起到事半功倍的效果。

5月23日——6月4日，在反法西斯战争胜利70周年之际，济南首届国防兵器展开启，这一具有爱国主义教育意义的活动被保利置业迅速拿下，主题为“保国利民，贮力中国梦”，这与央企保利完美契合，注定又是一场不错的营销事件。



大白跳起小苹果

记者手记

为什么要有一间书房？

“如果能换一套大一点的房子，我一定要拿出一间做书房。”老公心心念念的想要一个自己的书房，他会抱怨说“你瞧，我的书都没有地方可以摆。”我经常很不以为然的回答，读书不是因为有了书房才需要读书。

不过，最近我的想法有了一些变化，书房在改善型居住的确必不可少。这种认知的改变，确切的说是在采访了几个初中部学生之后。一个六年级的小女生，体型胖胖的，带个黑框眼镜，其貌不扬的样子，但是一张口却让在场的每一个人深受触动。她是学校派来接受我们采访的读书节活跃分子，采访中，她要推荐一本书，说一个座右铭，讲一种学习方法，她说“人不能像走兽一样活着，要有自己的思想……其实资治通鉴、二十四史都可以尝试阅读，不要觉得年龄小就读不懂。”了解中得知，由于她的父母有一个专门藏书的地方，三个人经常一起阅读，交流读书心得，才能像现在一样“有思想的活着”。

还有一个女生，她是学校里的特长生代表，大约十四五岁的样子，采访结束的时候她清唱了一首歌《平凡之路》，她面带笑意的说道“刚才课间的时候，广播里就放了这首歌，外面正好下着蒙蒙细雨，我又恰好吃了一颗糖，感觉时光特别美好”。在问及她是如何在紧张的课业中发展特长，她说放学后经常先溜进父母的书房，听听歌看看课外书，写作业之前先“消遣”一下，最喜爱的一本书《简爱》就是从父母的书房里发现的。

古往今来，多少文人志士在父母的书房里，偷偷读上一本“大人”的书，受到精神上的启蒙，浅尝读书的乐趣，从此在阅读的路上一发不可收拾。现代文学之父鲁迅，从十五岁就开始抄书、买书、藏书，藏书共一万四千多册。国学大师王国维，离世的前两天，曾经对人说：“余平生惟与书册为伴，故最爱而最难舍去者亦惟此耳。”他在十六岁时就开始自己购书，累积达万卷以上，其中多珍藏之本。

梁实秋曾撰文提到，一个正常的良好的人家，每个孩子应该拥有一个书桌，主人应该拥有一间书房。书房的用途是度藏图书并可读书写作于其间，不是用以公开展览借以骄人的。书房不在大，亦不在设备佳，适合自己的需要便是。

静静的时光中，沏一杯绿茶，坐在带有淡淡书香的书房里读一本好书，或许这才是改善居住的意义所在。

(楼市记者 刘亚伟)

概念炒作：

丈二的和尚，挑起文字的担子，头脑才是营销核心



恒大无理由退房

4月15日上午，保利房地产集团股份有限公司董事长一条微博引爆了网络，原文是“保利是个P”，一时间引起业界的诸多猜想。当天下午，恒大集团举办新闻发布会，全国600多家媒体聚集广州恒大中心，恒大集团宣布全国范围内无理由退房。

原以为沉寂下来的楼市，还总是给我们冷不丁的一个“duang”。4月16日，深圳万科微信公众号叫板“恒大无理由退

房”，大搞文字游戏发文称“让您无理由退房”，意为让购房者没有退房的理由。是的，一个是随时可以退房，一个是好的都不会退房，不得不感叹中华文字的博大精深。

其实，无论是“P”还是“无理由退房”，都是房企玩儿的一种概念。4月21日，朋友圈一张图片引起大家的好奇心。“金科不是你妈ma”？这究竟是什么意思？脑洞大开的地产圈在热议。直到4月23日，金科地产召开优+生活发布会，宣布金科城社区的配套将再次全面升级，向全城市民诠释济南首创的全新优+社区生活模式。原来这也是金科城搞得一次噱头。

4月27日，“绿地就是地”的一个题目也飘入人们的视线。其实，这是绿地集团宣布要造济南一条地铁线路，而早在24日，绿地集团还宣布承建哈尔滨地铁6号线、9号线，这三条地铁预计总投资420亿元。绿地集团或许不就之后就会成为中国最大的地铁公司。

房企巨头齐齐玩起文字游戏，打出概念牌。把一个简单的产品说明变成了一个高逼格的宣讲。如此一来，对文字淋漓尽致的运用也在地产营销中全面展开了。

(楼市记者 陈晓翠 马韶莹)