

房地产实战营销丛书

房地产 实战促销300例

余源鹏 主编



展销会

地址：深圳黄岗东路与宝安
时间：每日上午九时至

中国建筑工业出版社
CHINA ARCHITECTURE & BUILDING PRESS

房地产实战营销丛书

房地产实战促销 300 例

余源鹏 主编

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产实战促销 300 例 / 余源鹏主编. — 北京: 中国建筑
工业出版社, 2005
(房地产实战营销丛书)
ISBN 7-112-07843-1

I. 房... II. 余... III. 房地产—市场营销学—案例—
分析—中国 IV. F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 128071 号

责任编辑: 封 毅
责任设计: 孙 梅
责任校对: 关 健 李志瑛

房地产实战营销丛书
房地产实战促销 300 例
余源鹏 主编

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)
新华书店经销
北京嘉泰利德公司制版
北京建筑工业印刷厂印刷

*

开本: 787 × 960 毫米 1/16 印张: 14 $\frac{3}{4}$ 字数: 300 千字
2005 年 11 月第一版 2006 年 4 月第二次印刷
印数: 3,001 — 5,000 册 定价: 30.00 元
ISBN 7-112-07843-1
(13797)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换
(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.cabp.com.cn>
网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

本书搜集了近年来北京、广州、深圳、重庆等代表城市的300多个促销案例，并以此总结了我国房地产界常见而有效的，并且具有代表性的13类促销方式。包括折扣与赠送促销、诚信与质量促销、名人与明星促销、配套与文化促销、概念与理念促销、奖项与称号促销、比赛活动促销、节假日活动促销、文化与表演活动促销、展览与展销活动促销、业主联欢活动促销、公益活动促销以及另类促销。每种促销方式都有概括性的引言，并配有丰富的案例作支撑。最后还提供了近年来国内100个优秀促销广告图供读者借鉴。

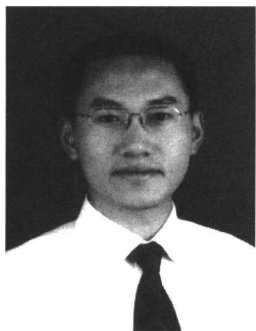
本书适合广大房地产开发公司的营销部门、房地产顾问代理公司、活动及公关策划组织公司、广告公司、新闻媒体等业内相关人员阅读。



本书包括房地产广告策略、房地产广告创作方法、房地产广告创意方法、房地产广告策划书编写方法、房地产广告文案创作方法、房地产广告语创作方法等，内容全面具体。并精选了北京、广州、上海、深圳四大城市的200个优秀楼盘广告，同时附上精辟的点评文字，以启发思维。最后还提供房地产广告代理协议书的范本供读者参考。



本书包括9部分内容：1.房地产广告策划要点；2.房地产广告媒体投放选择；3.房地产各推广渠道运用要诀；4.房地产品牌策划与实战；5.房地产形象策划与包装；6.房地产销售现场包装；7.房地产推广的借势与造势；8.房地产软文广告操作要点；9.房地产推广计划及预算。



作者简介

余源鹏，国内知名房地产营销策划专家。

20世纪70年代出生于广东省潮州市黄冈镇，毕业于哈尔滨工业大学土木工程学院建筑工程专业，就读中山大学企业营销管理研究生进修班。由于家庭背景关系，1996年即涉足房地产开发业，先后帮助父亲余构耀先生成功开发了玉津园、丰盛花园等大型住宅社区。

一直致力于房地产全程营销策划研究，长期跟踪穗、深、京、沪数百个楼盘的开发运作，并以“实现土地价值最大化”为己任，先后担任国内几十家开发商的营销顾问，内容涉及前期市场调查（宏观、区域、对手等）、项目整体定位（客户、理念、类型、形象、产品等）、产品策划（规划、建筑、户型、园林、配套等）及营销推广策划（价格、渠道、促销、广告、包装等），具有很强的宏观战略眼光及决策能力。

主编出版了《住宅开发产品策划》、《住宅开发类型策划1——位置、户型、档次策划》、《住宅开发类型策划2——高度、素质、景观策划》、《住宅开发类型策划3——别墅、公寓、创新策划》、《地产风云》、《50知名楼盘解读》、《广州深圳热卖户型》、《京沪热卖户型》、《购房置业3日通》、《房地产广告策划与创作》、《房地产包装推广策划》等10余本房地产图书。

个人策划网站：www.eaky.com

电话传真：020-84049953

E-mail：yuyyp@eaky.com

本书编委会

主编

余源鹏

参编人员

夏庆 赖培琼 林达愿 林旭生
吴立鸿 余鑫泉 董庆园 宋明志
张良洪 陈友芬 冯绍均 张吉柱

营销顾问

广州市兴盈基房地产顾问有限公司

前言

房地产业作为资金密集型的服务业，在市场营销组合要素方面，除了传统的“4P”（即产品 product、价格 price、地点 place、促销 promotion）外，还应该加上3个“P”，即人员 people、过程 process 和有形展示 physical evidence。这里所指的“促销 promotion”是广义上的促销概念，是指能刺激目标客户购买产品的各种市场营销活动，包括广告、人员推销、宣传、包装、公关和销售促进等方面的内容，其中前四种促销组合在之前所编写的《房地产广告策划与创作》、《房地产包装推广策划》两本书中有详细的描述，而本书则将涉及后两种促销组合，即公关与销售促进，以下将公关（间接长期促销）与销售促进（直接短期促销）简称为促销。

本书总结了近年来我国房地产界常见而有效的并且具有代表性的13类促销方式，他们分别是折扣与赠送促销、诚信与质量促销、名人与明星促销、配套与服务促销、概念与理念促销、奖项与称号促销、比赛活动促销、节假日活动促销、文化与表演活动促销、展览与展销活动促销、业主联欢活动促销、公益活动促销以及另类促销。每种促销方式都有丰富的有代表性的案例和概括指导性的引言，书中还举了几个较典型的实战促销策划方案，最后提供了近年国内100个优秀促销广告图供读者借鉴。

本书搜集了近年北京、广州、深圳、重庆等代表城市的300多个促销案例，其丰富的实战案例必将成为业内人士必备的工具书和拓展自身知识面的有益帮手，适合广大房地产开发商的营销部门、房地产顾问代理公司、活动及公关策划组织公司、广告公司、新闻媒体等部门和单位的业内人士阅读。

本书是我国众多优秀开发商和营销专家的智慧结晶，也得益于新闻媒介工作者的努力传播，编者们对此表示由衷的感谢。本书编写过程中得到夏庆、林达愿、陈友芬、张良洪等朋友的帮助，广州市市盈基房地产顾问有限公司担任本书的营销顾问。书中有些内容参考了部分媒介的信息，由于出版时间紧迫，未能及时与相关作者取得联系，请有关作者尽快与本书编委会或黄林峰律师联系，以便及时支付稿酬。在此，编者谨致谢意。

为答谢广大读者的支持，请购买本书的读者，将您自己和贵单位的两位经理级以上人员的真实姓名、性别、职位、单位名称、电子邮箱、电话、手机、地址和邮编等9项内容，发到我们的电子邮箱 yuyp@eaky.com 上，2006年之后您将每月免费获得由我们编写并寄出的内容丰富的《地产情报》一份。

目 录

第一章

房地产促销策划

- 1
- 2 一、房地产促销的定义与目的
- 2 二、房地产促销是一项系统工程
- 3 三、房地产促销策划的九个要点
- 5 四、楼盘销售四阶段的促销重点
- 6 五、房地产促销程序
- 6 六、制订广告宣传计划
- 6 七、房地产促销策划方案的写作要点
- 8 八、房地产促销活动的执行者

第二章

折扣与赠送促销案例

- 9
- 10 一、北京鹏润家园八折销售
- 11 二、北京天兆家园“温泉与海洋有个约会”赠送活动
- 12 三、北京嘉铭桐城买房送车
- 12 四、北京人济山庄买房保送大学
- 13 五、北京怡景园为业主代理租赁
- 13 六、北京合生三楼盘打折送旅游
- 14 七、广州城建集团“十免”税费
- 15 八、广州珠江地产推出女性置业套餐
- 15 九、广州春江花园“三年免供”促销活动
- 16 十、广州合生创展“国庆黄金套餐”促销
- 17 十一、广州金田花苑精选单位送大礼
- 17 十二、广州锦绣香江花园奖励高学历业主
- 18 十三、广州荔景苑买楼送旺铺
- 18 十四、广州珠岛花园旧楼换新楼促销
- 18 十五、广州 2003 年众楼盘春节促销纪实

- 21 十六、广州众楼盘 2004 年促销摘录
- 26 十七、深圳安柏丽晶购房送北京游
- 27 十八、深圳新亚洲花园购房赠送家电
- 27 十九、重庆帝景名苑古树促销
- 28 二十、重庆黄金堡学府小区买房子送空气
- 29 二十一、长沙三楼盘房车捆绑销售
- 30 二十二、西安定金可增值或送保险

第三章

诚信与质量促销案例

- 31
- 32 一、北京百旺家苑请业主提意见
- 32 二、北京锋尚国际公寓开盘“摆擂台”
- 33 三、北京华远海润国际公寓质量担保
- 34 四、北京荣丰 2008 推出业主考察物业管理
- 34 五、北京珠江地产阳光计划
- 35 六、北京住邦 2000 邀业主监督工程
- 35 七、北京新御景“无忧购房计划”
- 36 八、广州岭南花园交楼当天即发房产证
- 36 九、广州新燕花园提出“十年宣言”
- 37 十、广州自由心岸卖楼不打折
- 38 十一、广州金海岸花园承诺退楼
- 38 十二、广州雅居乐雍景豪园样板房“裸体”示众
- 38 十三、广州元邦航空家园十年免费保修
- 39 十四、广州两开发商推出“无理由退房”
- 40 十五、深圳鸿景湾名苑业主验楼把关
- 40 十六、深圳心海假日试住成功再定房
- 41 十七、深圳福源花园试住促销
- 42 十八、重庆华宇福源山庄面积公示活动

第四章

名人与明星促销案例

- 43
- 44 一、北京棕榈泉国际公寓迎来美国长官
- 44 二、北京京贸国际公寓群星晚会

- 45 三、北京翡翠城二期开盘请来罗大佑
- 46 四、北京东方银座请梁家辉任形象大使
- 46 五、北京荣丰 2008 请楼云任首席执行官
- 47 六、北京阳光 100 让设计大师去对话
- 48 七、广州时代花园明星做秀楼盘热卖
- 48 八、广州淘金华庭请来棋王棋后
- 49 九、广州南国花园请艺术大师谈少儿教育
- 50 十、深圳十楼盘共邀奥运冠军团做秀
- 50 十一、深圳碧海云天请来克林顿做演讲
- 51 十二、深圳漾日湾畔音乐之夜薛伟倾力演出
- 52 十三、深圳海印长城请书画家现场指导
- 52 十四、深圳御景华城请来梅杰参观

第五章

配套与服务促销案例

- 53
- 54 一、北京珠江合生会成立商家联盟
- 55 二、北京锋尚国际公寓引进美式管家
- 55 三、北京万泉新新家园推出“邻里之家”社区服务
- 57 四、北京嘉铭桐城引进国家级重点中学
- 57 五、北京奥林匹克花园举办健康服务
- 58 六、北京珠江地产成立客户服务中心
- 59 七、广州众楼盘借学校招生促销
- 60 八、广州龙口花苑引入酒店作物管
- 61 九、广州合生创展质量服务升级年
- 64 十、深圳百仕达花园设东方魅力吧
- 65 十一、上海万科与银行携手推出信用卡

第六章

概念与理念促销案例

- 67
- 68 一、深圳百仕达花园推行“主动式居住”理念
- 69 二、深圳观海台 ILD 概念
- 70 三、深圳嘉逸花园推出“一分钟生活论”概念
- 70 四、深圳漾日湾畔实践“文化地产”开发理念

- 71 五、深圳世纪村定义“国际人居”理念
- 73 六、深圳世纪村推出“健康居住计划”概念
- 75 七、深圳星河·国际“八大革命纲领”理念

第七章

奖项与称号促销案例

- 77
- 78 一、北京当代万国城成首家“生态住宅”
- 79 二、北京长城脚下的公社获“建筑艺术推动大奖”
- 79 三、深圳观澜湖获“高档社区成功开发典范”
- 80 四、深圳四季花城获“中华建筑金石奖”
- 81 五、深圳益田假日广场获“国际商业地产策划金奖”
- 81 六、重庆星河世家飞瀑创造吉尼斯

第八章

比赛活动促销案例

- 83
- 84 一、北京远洋天地业主车模比赛
- 84 二、北京金地格林小镇业主羽毛球友谊赛
- 84 三、深圳华润万象城模特大赛
- 85 四、深圳鸿景湾杯红树林摄影大赛
- 85 五、深圳招商海月花园举办少儿钢琴比赛
- 85 六、深圳御景东园国际女子网球挑战赛
- 86 七、上海九洲大唐花园休闲台钓大赛
- 86 八、重庆香江家园赞助散打比赛

第九章

节假日活动促销案例

- 87
- 88 一、北京康城五一欢乐派对活动
- 88 二、北京阳光丽景举办儿童绘画展
- 88 三、北京东方太阳城中秋团圆节
- 89 四、北京欧园·北欧印象中秋业主联谊会
- 89 五、北京珠江绿洲中秋节猜谜赏月游艺活动
- 89 六、广州珠江帝景春节系列活动
- 90 七、广州骏景南苑春节系列活动
- 90 八、广州东湖御苑“六一”主题活动

- 90 九、广州恒宝广场“六一”儿童活动
- 91 十、广州 2004 年众楼盘暑假亲子活动
- 92 十一、深圳彩世界举办元宵猜灯谜活动
- 92 十二、深圳蔚蓝海岸母亲节义卖鲜花
- 93 十三、深圳蔚蓝海岸中秋夜晚欢聚
- 93 十四、深圳城市山谷“六一”主题活动
- 94 十五、深圳城市山谷中秋时尚夜

第十章

文化与表演活动促销案例

- 95
- 96 一、北京金港国际邀钢琴王子办音乐会
- 96 二、北京万科星园邀欧洲爱乐乐团专场演出
- 97 三、北京万科星园文化活动多
- 98 四、北京峻峰华亭办新丝路模特大赛
- 98 五、北京今典花园开美术馆
- 99 六、北京奥林匹克花园在圣火中开盘
- 99 七、北京奥林匹克花园开健康住宅论坛
- 100 八、北京当代集团举办金秋文化艺术节
- 101 九、北京珠江罗马嘉园举办“意大利美食全接触”
- 101 十、北京东方太阳城精彩老年生活征集活动
- 102 十一、北京风林绿洲“品味生活日”活动
- 103 十二、广州华南新城喜迎《同一首歌》
- 103 十三、广州华南新城“山水文化”主题活动
- 104 十四、广州颐和山庄举办芒果节
- 104 十五、广州颐和山庄精心打造文化活动
- 105 十六、广州丽江花园社区文化活动多
- 106 十七、深圳东方雅苑录制《开心辞典》
- 106 十八、深圳招商地产“童子军行动”
- 107 十九、深圳百仕达首创社区男人节
- 107 二十、深圳城市山谷举行名车车友会
- 108 二十一、深圳东海丽景在啤酒节中发售
- 108 二十二、深圳万科·17 英里财富对话

109	二十三、深圳桂芳园蜜月营销
110	二十四、深圳万科夏日缤纷 FUN 活动
110	二十五、深圳富通地产狂欢泼水节
111	二十六、深圳环岛丽园发起“美丽总动员”活动
111	二十七、深圳金域蓝湾“咖啡香约”活动
112	二十八、深圳世纪村举办封顶嘉年华国际风情酒会
112	二十九、重庆一城·新界教学美容

第十一章

展览与展销活动促销案例

113	
114	一、北京今典花园多次举办书画展
114	二、北京·印象办摄影展
115	三、北京当代万国城举办书画名家作品展
115	四、北京宝星园办奔驰车展
116	五、北京兴涛文化社区把房展办进商场
117	六、广州东逸花园办名居名车展
118	七、深圳百仕达·红树西岸办毕加索原作展
119	八、深圳雅豪祥苑酒店展销
119	九、房地产展销会促销要诀
121	十、长期展销厅展示与巡回展示促销

第十二章

业主联欢活动促销案例

123	
124	一、北京夏都盈座成立业主俱乐部
124	二、北京荣丰 2008 业主共看世界杯
124	三、广州华荟明苑举办业主文体活动
125	四、广州丽江花园 30 万办业主运动会
125	五、深圳青春家园业主联欢
126	六、深圳百仕达精彩社区活动
127	七、深圳富通业主子女快乐之夏
127	八、重庆丽水菁苑欢乐足球夜
128	九、重庆学林雅园举办消夏晚会

第十三章

公益活动促销案例 129

- 130 一、深圳星河地产向红十字会捐房子
- 130 二、深圳旭飞好时光巨资捐赠慈善事业
- 131 三、成都东方明珠花园特惠房慰英雄
- 131 四、苏州东岸绿洲半岛办书画义卖会

第十四章

另类方式促销案例 133

- 134 一、北京东华金座 24K 金箔砖贴墙
- 134 二、北京峻峰华亭假人跳楼做秀
- 134 三、广州东雅轩竞拍样板房
- 135 四、广州世纪华都“跨行业联盟”促销
- 135 五、广州番禺奥林匹克花园“泛销售”卖楼
- 136 六、深圳彩世界家园总经理周末售楼
- 137 七、深圳波托菲诺组织业主做意大利体验之旅
- 137 八、深圳 TIME 现代城铺王拍卖
- 138 九、深圳彩世界人体彩绘吸引眼球
- 138 十、深圳大中华国际交易广场免费乘地铁活动
- 138 十一、深圳港湾丽都“择邻而居”选择购房者
- 139 十二、重庆东方家园包机请业主游海南
- 140 十三、秦皇岛维多利亚海湾北京异地促销
- 140 十四、会员卡、消费卡促销楼盘

第十五章

房地产实战促销策划方案 141

- 142 一、广州奥林匹克花园“阳光健身工程”新闻发布会与授予仪式
- 145 二、常州世家华庭开盘典礼策划方案
- 149 三、天津顺驰太阳城北美啤酒节策划方案
- 154 四、南京长江之家新闻发布会暨业主物业知识培训会策划方案

156	五、广州珠江地产 2004 年春节联展活动策划方案
161	六、丹东宝山新城前期五个促销活动方案
164	七、深圳某活动公司“五一”期间活动报价表
167	八、广州某地产公司“千人登山大赛”活动方案
169	九、成都置信实业“置信生活方式”系列活动促销分析

第十六章

房地产优秀促销广告鉴赏	175
一、折扣促销优秀广告鉴赏	176
二、优惠与特价促销优秀广告鉴赏	181
三、赠送促销优秀广告鉴赏	188
四、诚信与质量促销优秀广告鉴赏	197
五、名人与明星促销优秀广告鉴赏	199
六、奖项或称号促销优秀广告鉴赏	203
七、竞卖促销优秀广告鉴赏	211
八、比赛活动促销优秀广告鉴赏	212
九、文化与艺术活动促销优秀广告鉴赏	215
十、业主联欢促销优秀广告鉴赏	220
十一、展览促销优秀广告鉴赏	223

第一章 房地产促销策划

一、房地产促销的定义与目的

房地产促销是指楼盘开发商为目标客户提供能满足目标客户某种需求的利益,通过广告、宣传、人员推销、公关等手段,将楼盘信息和促销信息告知目标客户,从而引起目标客户的关注,激发目标客户的热情,吸引目标客户的参与,最终达到短期促进楼盘销售增长、中期树立楼盘形象、长期建立开发商品牌的目的。

房地产促销有助于将楼盘由一般性产品上升到品牌产品,进而加强公众对于楼盘形象与开发商品牌的认同,实现购买楼盘产品、传播良好口碑的目的。也有人说,房地产促销就是运用一种非常规的产品信息传播手段,努力获得更加强烈、高效的传播效果,使目标客户认同楼盘而去购买。

二、房地产促销是一项系统工程

在广义的房地产促销中,能够刺激消费者购买的各种市场营销活动应该包括广告、人员推销、宣传、包装、公关和销售促进等。应该说,虽然本书讲的是狭义上的促销,但这些促销的过程肯定离不开与硬性广告的配合(与形象广告或促销广告相配合),离不开媒体软文的宣传(让促销活动的受众知道),离不开销售现场的包装(因为大部分促销活动都在楼盘中举行),离不开公关活动(让促销活动更权威性和有号召力),当然也离不开人员推销(促销活动把客户吸引过来,就好像足球场上把球传给了前锋,让客户下定购房才是促销活动的目的所在)。因此,促销是结合了所有广义促销组合的一项系统工程。

在房地产的营销组合中把促销单独拿出来分析,是因为促销活动在地产营销推广中的作用越来越大,促销费用在房地产营销费用中所占的比重越来越大,开发商也越来越重视促销活动,促销对销售的拉动作用越来越明显,与促销活动相关的地产服务商越来越专业,消费者从公关活动得到的好处也越来越多。从促销活动中得益的有开发商、购房者、地产服务商(广告发布公