

顾亚维 主编



房地文化
营销

CULTURE SELL OF REAL ESTATE

新华出版社

房地文化营销
CULTURE SELL OF REAL ESTATE

晴盛

顾江维 主编

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

情感: 房地产文化营销 / 顾亚维主编. —北京: 新华出版社, 2004.5
ISBN 7-5011-6663-3

I. 情… II. 顾… III. 房地产—市场营销学 IV. F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 036075 号

情感——房地产文化营销

顾亚维 主编

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华书店经销

杭州云轩印刷有限公司印装

850 毫米 × 1168 毫米 32 开本 印张 7 110 千字

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月浙江第 1 次印刷

ISBN 7-5011-6663-3 / T · 25 定价 48.00 元

前言

情感的力量

人的一生，就是为自身的存在寻找意义的过程。我在故我思，这是人类挥之不去的生命困惑和无可避免的神圣使命。人渴望知道：我是谁？人生何为？千百年来，正是凭借思想的光芒，人类才不至于在尘世的喧嚣中迷失方向，并不断地向着寻求真理的彼岸靠近。

“人类的思想是行为的根源，人类的情感则是思想的根源。”哲人卡莱尔的断言告诉我们一个事实，人类的思想能够不知疲倦永无停顿地长途跋涉，是因为情感滋润了思想，给了它永恒的动力源泉。

情感的力量是人类最伟大的力量。

短暂是人类与其他地球生命的共同点，作为一个人无论你是谁，生命的存在都如白驹过隙，稍纵即逝。生命意识渴望永恒而个体生命难以持久的冲突所引起的“存在之哀”，便构成了人类最为根本的情感体验。然而，一生一己的情感是短暂的，但作为人类许多永恒的情感体验，却能够超越有限的时空存在，架起一座由此岸通向彼岸的桥梁，穿越这条通道，就是人类生命意义的停泊地。所以，从这一意义上说，情感的力量如同自然万物一样永恒。

情感的力量也是人类创造力的源泉。日常生活的平庸、琐碎和功利，总是在默默地消解人生的诗意和激情，也消解着人类的想象力和创造力。然而，情感的力量却能够激活人类生命的冲动，唤醒人非凡的创造力，并创造出留给世人和后人的创造物。

情感的力量更是人类会晤真善美的马车，在现实主义的诱惑中滑向庸俗主义的泥淖，已成为这个时代的通病。在情感真空的地带，真实常常比谎言更

难获得通行证，善良常常被遗忘在黑暗的角落，美丽也被关在心灵的闸门之外。然而，情感的力量却仍然教人坚信：没有了太阳，花朵不会开放，生活从来就不会只是一种答案。只要情感没有成为荒芜的沙漠，人生的每时每刻都会与真诚、善良和美丽会晤。

正是我们在思考中领悟到人类情感的伟大，我们才再一次出发，循着人类情感的轨迹，站在人类情感的历史高度，去重新探寻和梳理关于情感的文化命题：诗情、乐情、情调、风情、亲情、情结、移情……并希望从这些人类永恒的情感母语中发现它们对于当代人生活和家园的意义。

我们坚信：守住情感，人类的文化血脉才不会干枯；激活情感，人类前行的力量才会源源不绝。在我们的房地产文化营销实践中，我们希望能够提供一个反躬自省的支点，借着这个支点，让曾经沉睡的情感渐渐复苏，并让人们因着情感的复苏，从而选择一所精神归属的家园，拥抱一种新的生活方式。

我们深切呼唤，一切伟大的思想和美好的情感永存世间。

目录

序	1
前言 情感的力量	1
第一章 诗与情 / 何处春江无月明	5
第一节 中国人的诗与情	6
第二节 栖居在诗意的杭州	11
第三节 春江花月 代代传唱	17
第二章 乐与情 / 琴声铺满回家的路	27
第一节 音乐是心灵的殿堂	28
第二节 家是乐与情的升华	30
第三节 琴声铺满回家的路	36
第三章 情缘 / 中国花园 一生情缘	47
第一节 云烟已远 风未住	48
第二节 月亮上的树	52
第三节 中国花园 一生情缘	64
第四章 情调 / 我不在岸上蓝山 就在去岸上蓝山的路上	69
第一节 都市里的新青年	70
第二节 英雄是别人的 情调是自己的	74
第三节 我不在岸上蓝山 就在去岸上蓝山的路上	79
第五章 风情 / 蓝色的生活 蓝色的风	87
第一节 钱塘江与吴越风情	88
第二节 杭州的情感色彩	92
第三节 蓝色的生活 蓝色的风	95

第六章	浪漫 / 浪漫一次 相守一生	109
第一节	人类的浪漫情怀	110
第二节	浪漫 在钱塘江畔起舞	116
第三节	华龙·碧水豪园 浪漫的相守	122
第七章	亲情 / 爸爸是湖 妈妈是溪 我是快乐的鱼	129
第一节	亲情 血液里的情感	130
第二节	想要有个家	134
第三节	我是快乐的鱼	140
第八章	情结 / 关于名流的传说	147
第一节	人类的名流情结	148
第二节	名流与别墅	154
第三节	龙是山的传说 你是我的传奇	160
第九章	休闲 / 你生命中的休闲	169
第一节	情感难以承受之重	170
第二节	守望生命的后花园	174
第三节	你生命中的休闲	178
第十章	移情 / 你是明月我是水	191
第一节	明月与水的情感	192
第二节	济南人的情感记忆	196
第三节	你是明月我是水	200
后记		205

序

上一个世纪末，台湾王永庆地产做了一个名为《房子加上爱等于一个家》的广告，这不仅影响了当时购房的客户，同时更影响了后来做地产营销的广告人。我们杭州的地产广告与广东、上海等纯商业城市的地产广告不同，有自己对家园的人文理解，这种理解的核心我认为是“情感的力量”。

好广告靠什么打动人，我认为是“真善美”。说起来老套了，但真理往往是老一套的。房地产广告首先是真实，其次是善意，其三是美感，这三者就是一个理想家园所需要的本质。这几年青鸟做房地产策划，越来越介入产品的策划，介入到深处，就看见了老百姓买房的内心：无论是一间单身公寓还是一幢别墅，一定是这个人或这个家最重的情感寄托。在买房者的眼里，自己的家是

最大的情感建筑。因此，我们对商业炒作式的策划由衷地感到难过。好房子它是那么的纯粹、那么的精致、那么的完美，它不应有任何绯闻，应是一种纯情和真情的投入。所以我们要求青鸟的地产策划具有一种“情商”——情感的智商。

我们所服务的都是一些已经有品牌的专业大公司和一些具有抱负的新进入的大公司。他们的起点很高，最重要的是他们的老总往往具有一种对城市对社会对历史的责任感，他们已经过了想挣一大笔钱自己花的阶段，这一点和青鸟的人文思想合拍。尽管做广告没有做地产伟大，但我们可以介入这个伟大的过程，让每一个家园做得尽可能的完美，因此我们常常与开发商一起谈论历史责任感，与设计师探讨城市关怀。我认为这是房地产开发和房地产策划的第一种情感，也是最核心的情感。

第二种情感是对于生活和家园的真爱。在青鸟的广告中经常会出现“中国花园，一生情缘”、“你是明月我是水”、“爸爸是湖，妈妈是溪，我是快乐的鱼”、“没有山哪有水，没有你哪有家”这样的充满亲情、爱情和对自然之情的主题，很多人跟我说，青鸟的广告总是诗情画意，能否超越？我不知道，但是，究竟谁能超越这些动人的情感呢？

第三种情感是我们对专业的热爱。青鸟的创意策划人员对城市、对土地、对建筑、对园林、对户型、对物业、对语言、对画面、甚至对纸张都有特殊的热情。我们喜爱这个专业，正如设计师喜爱建筑、购房者喜爱房子一样，钟情于此，寄情于此，这是我们生活的寄托和人生的寄托。

“青鸟”本来就是传情鸟。愿天下有情人终成眷属，当然还要拥有一个美好的家园。

徐钊甄

1994年11月14日

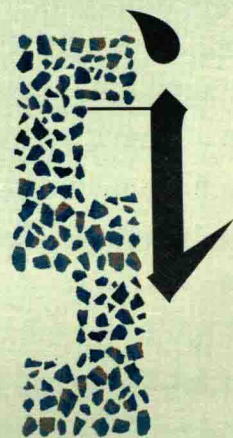


杭州，是詩的城市，杭州，也是水的城市。西子湖的柔波滋養着杭州城的精緻和細膩，錢江大潮的澎湃鑿進着杭州城的陽剛和堅韌。綠城·春江花月，不僅在觀念上率先邁進“錢塘江時代”的江景房產概念，引領杭州房產從“西湖時代”向“錢塘江時代”大步邁進，更而使杭州人居走出多年來緊圍西湖的逼仄局面，而且，綠城·春江花月在黃山面水的黃金水岸上，以真山真水的自然美景為背景，以千古名詩《春江花月夜》的浪漫意境為烘托，為熱愛江水和明月的消費者營造了一幅具有唐詩精神的人居勝地。





杭州，是詩的城市，
 錢江火潮的澎湃激盪，
 不僅在觀念上率先躍目，
 從而使杭州人房走出島
 而且，蘇軾「暮江花月夜，
 以千古名詩」暮江花月夜，
 為熱愛江水和明月的消費者著述了一



書為寶書。

西湖詩林，向「錢塘江時代」大步邁進。

第一章 诗与情 / 何处春江无月明

案例阐述

月是天上最美丽的东西，诗是人间最有意境的东西，情感是世上最微妙轻灵的东西，绿城·春江花月同时蕴含着这三者。

杭州，是诗的城市；杭州，也是水的城市。西子湖的柔波滋养着杭州城的精致和细腻，钱江大潮的澎湃锻造着杭州城的阳刚和坚韧。绿城·春江花月，不仅在观念上率先运用“钱塘江时代”的江景房产概念，引领杭州房产从“西湖时代”向“钱塘江时代”大步迈进，从而使杭州人居走出多年来紧围西湖的逼仄局面；而且，绿城·春江花月在背山面水的黄金水岸上，以真山真水的自然美景为背景，以千古名诗《春江花月夜》的浪漫意境为烘托，为热爱江水和明月的消费者营造了一幅具有唐诗精神的人居胜地。

绿城·春江花月已是目前杭州市钱塘江岸最具有价值的高尚楼盘，是消费者热爱和追捧的品牌楼盘。我们是否可以这么说，春江花月夜的诗与情，是激发和打动消费者的最初原动力。

第一节 中国人的诗与情

诗意存在于人与世界相遇的刹那。无路可走的人，要学会飞翔。无以表白的心，要学会懂诗。

这是诗意的土地，生活生生不息。

在人类社会，诗没有终点，无所不在。不可想象人类在缺乏诗意的土地上，能有蓬勃的想象力和创造力润泽生命的轨迹。

在中国历史长河中，诗歌这一形式流淌在中国社会的各个时期，流淌在各个阶层，流淌在民众的各种生活状态之中。可以这么说，中国，是诗的沃土；中国人，向来擅于用诗的语言表达情感。“诗言志、歌咏言”，从没有文字的远古起，我们的祖先就用诗的语言歌唱质朴的情感。到了以文字构筑诗的年代，诗更成了人们表达思想和情感的载体。

“在心为志，发言为诗，情动于中而形于言。”诗的最大特质就是为情所发，情动于中而发于言。我们不必列举《诗经》、《楚辞》的光辉起点，不必列举隋唐宋诗的繁华昌盛，也不必列举元明清诗的自由风雅，抒情感怀一直贯穿诗歌的历史。

如果说西方文学以《荷马史诗》为先声的发展方向奠定了叙事的传统，那么中国文学以《诗经》为起点的发展方向则奠定了抒情的传统。千百年来的中国诗歌，直抒胸怀的抒情诗一直占据着主导地位，并成为中国文学的主要样式。

没有诗哪有情，或者说没有情哪有诗。诗与情从来都是紧密相连的，诗在情感的翅膀上出世，因为有了呼吸，有了感情，诗歌长出了翱翔的翅膀。从这个意义说，人类最大的使命，就是对自身情感渴求的突破，制造出诗的羽翼。就像屈原所说“高飞兮安翔，乘清气兮御阴阳”，庄子所说“抟扶摇而上

者九万里”，我们的情感支撑了诗，诗抒发了我们的情感。

在世俗的喧嚣里，在对生命的不可知里，当人们的思想劈开纷扰的一切困惑，简约到情感的本真，那才是一个人的内核，而诗歌就是这内核里落地生长的种子。人与人这种精神层次的认识和记忆，有如大地上花和果实的一问一答：“你离我有多远呢，果实呀？”——“我藏在你心里呢，花呀。”世事万物之美被人类用一种充盈着感性能力和洞察力的语言所观照和所描述，生命与艺术融合为一。

千百年来，诗的光芒照耀了人类的精神历史，真、善、美永远占据了人类社会的精神主导。

每个时代都有每个时代的诗与情，它们不必然地一致，但必然地存在。今夜的月亮很华美，古人曾看到过，可以预见将来的人们也会凝视那黑夜中诗意的孤悬的光辉。然而，不知道从什么时候开始，诗渐渐失去了往日的的光芒。哈曼说：“诗是人类的母语。”这是一个哲学命题。曾几何时，“母语沙漠化”成为一个现代人无法挣脱的窘境，诗与诗人一起难逃出失落母语的劫数，这或许是这个时代与诗意产生阻隔的原由。

现代化是一柄双刃剑，它让城市人享受便利、便捷、舒适，也令城市人产生隔阂、压力，令朴素和本真似水逝去。

我们所处的这个时代快速、利落、冷硬而规则，这是一个“焦虑的时代”，生存的焦虑、表达的焦虑、心理的焦虑，它们来自各方各面。我们对生存的焦虑因为切身感受，从而过分注重，纠缠着不放。我们或多或少忽视了表达和影响的焦虑，事实上，生存紧张，浮光掠影，甚至连诗人也无法接近言语和生活的真意。

诗，这曾引以自豪的神圣之鸟正如同蜡制的丘比特，在我们的生活里渐行渐远。今天更多的人有了汽车、别墅、金钱，而惟独诗这个字眼日显苍白。即使有诗，也因为在标新立异、装酷耍帅的异彩掩盖下变得更加苍白，如一颗豆芽菜长在广阔无垠的荒野之中，黯然枯萎短暂如瞬间。

步入二十一世纪以后，诗歌成为一个颇为尴尬、无聊、不合时宜乃至过于奢侈的话题。在这生命之杯是足球、生命之桨是竞争、生命之歌是向前（钱）进的现代喧嚣中，还有几个人在默守那份痛苦的真诚？诗人或爱诗者被看成

绿城·春江花月实景



绿城·春江花月实景

春江花月

“春江花月夜”是唐代诗人张若虚的代表作，也是中国古代诗歌史上的一首孤篇。这首诗以细腻、含蓄、婉约的笔调，描绘了春江花月夜的迷人景色，抒发了诗人对自然美景的热爱和对人生哲理的感悟。全诗意境深远，音韵和谐，被誉为“孤篇压两代”。

春江潮水连海平，海上明月共潮生。
滟滟随波千万里，何处春江无月明。
江流宛转绕芳甸，花影随波动，
空里流霜不觉飞，汀上白沙看不见。
江天一色无纤尘，皎皎空中孤月轮。
江畔何人初见月，江月何年初照人。
人生代代无穷已，江月年年只相似。
不知江月待何人，但见长江送流水。
白云千里万里，明月前尘后尘。
愿逐月华流万里，愿随春风到玉关。
转轴拨弦三两声，未成曲调先有情。
泠泠七弦上，初应《春》之曲。
幽怨秋思起，凄切悲声发。
低眉信手续续弹，别鹤鹑鸣怨秋思。
轻拢慢捻抹复挑，大弦嘈嘈如急雨，
小弦切切如私语。嘈嘈切切错杂弹，
大珠小珠落玉盘。间关莺语花底滑，
幽咽泉流冰下声。冰泉冷涩弦凝绝，
声暂歇。别有幽愁暗恨生，此时无声胜有声。
银瓶乍破水浆迸，铁骑突出刀枪鸣。
曲终收拨当心画，四弦一声如裂帛。
东边日出西边雨，道是无晴却有情。

异类，媒介可以让无聊的如同尿布一样的小报满街飞扬，可以让美人玉腿的杂志封面扑面而来，却很少有一方文化的水土培育出纯净的诗之花。

安能摧眉折腰事权贵，使我不得开心颜的李白哪去了？但愿人长久，千里共婵娟的苏轼哪去了？挥一挥衣袖，不带走一片云彩的徐志摩哪去了？我看你时很远，看云时很近的顾城哪去了？

在丧失诗的年代里，城市越来越像一个“好色之徒”，用五彩灯光和华丽建筑掩蔽自己的本质。到处密布着水泥丛林，到处是没有艺术个性的城市雕像和城市标志。人们开始看不见城市的色彩。路口太多，车辆太多，标识太多，在乡村里从不迷失的诗人，不再像从前一样能很快找回诗的桑林。

那么，诗呢，在哪里？海德格尔认为一双被穿得破旧了的沾着泥土气息的草鞋最能反映人诗意地栖息在大地上的本质，因为它最接近自然，最接近自我，最接近心灵。它的上面凝聚着人类的劳作，凝聚着人与物、人与土地的联系。农民穿着这双鞋在土地里劳动，在大地上行走，终于踏出了一条“田野里的小径”，从而象征了人类在无意义的自然世界留下了自己的痕迹，创造出不同于自然的东西。这就是意义，也就是人类和生命中的诗性。

海德格尔认为人类与生命的诗性是永存的，即便在母语沙漠化的现代社会。

确实如此，现代人由于生存的焦虑和压力引起的表达的焦虑和阻隔并不意味着现代人彻底丧失了生命的诗性。只要人类的基本情感永恒不变，人类的诗性也将永久长存。只要有合适的土地，把人类的永恒情感重新注入我们的母语，诗一定能在现代语境中重新找回，并重新照耀现代人的生活。