

中国房地

产

顶级

新地 产 红 宝 书
中国首届房地产策划大奖赛获奖作品选

(2003-2004 实录版) (三)

谭新政 陆培法 主编

策划案例全集

信息量极大 工具性极强
开发商的智囊团
策划师的新宝典
推广机构的工具箱

中国第一届房地产策划大奖赛作品选——权威
中国第一部最深入的成功案例全揭秘——详实
中国第一次超大规模跨行业文字峰会——全面
中国第一次成功策划人“有一说一”——原创

中国物资出版社

中国房地产顶级

中国首届房地产策划大奖赛获奖作品选

(2003—2004 实录版) (三)

策划案例全集

谭新政 陆培法 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国房地产顶级策划案例全集 谭新政, 陆培法主编. —北京: 中国物资出版社, 2004.5

ISBN 7-5047-2142-5

I. 中… II. ①谭… ②陆… III. 房地产—市场营销学—案例—中国
IV. F299.233.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 034630 号

责任编辑 衣 薇

责任印制 钱 瑛

责任校对 齐 岩

编委会主任: 李德民

编委会常务主任: 张光照

编委会副主任: 李 丹 郭丽伶 丁 一

总策划: 谭新政

主 编: 谭新政 陆培法

副主编: 森 和 余继陵

编 委: 李德民 张光照 唐 元 刘洪玉 贾玉斌 王志纲

李 丹 郭丽伶 丁 一 谭新政 陆培法 余继陵

森 和 周 雪 沙广梅 齐俊波

主办单位: 人民日报海外版 中国企业文化促进会 中国营销学会

编著单位: 森和文化发展有限公司

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010)68589540 邮编: 1000834

全国新华书店经销

现代彩印印刷

开本: 210mm × 285 mm 1/16 印张: 87.8 字数: 1580 千字

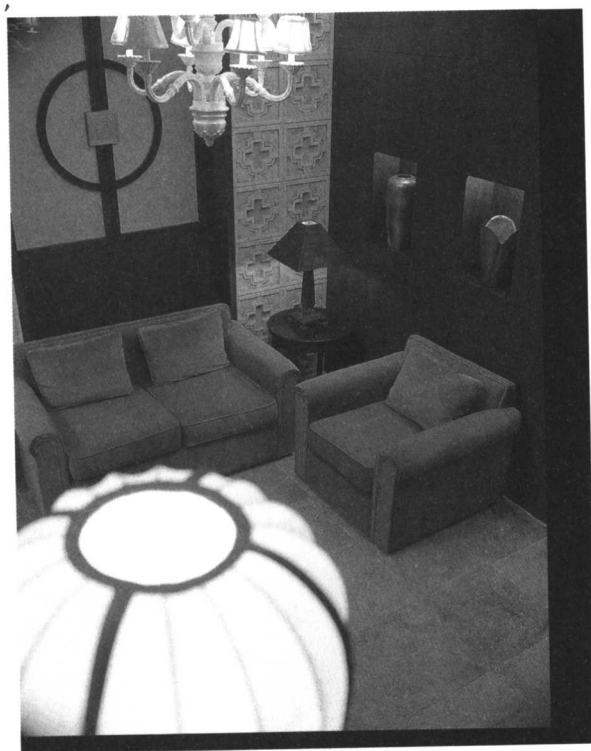
2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-2142-5/F · 0831

印数: 0001 — 5000 册

定价: 888 元 (全三册)

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)







策

划

案

例

篇

> > > > > > > >

第三板块

【休闲地产】

目录 Contents

中国房地产顶级策划案例全集（三）

第三板块 休闲地产

070 天山海世界（河北）——955

一、整体品牌传播策划案

二、案例记录

三、策划解析

媒体链接

一、水上迪斯尼，落户石家庄

071 千龙湖休闲度假村（湖南）——967

一、项目简介

二、项目分析

三、项目策划

四、营销策略

五、财务分析

六、结论

072 宝石山庄别墅度假村（浙江）——981

一、综合分析

二、项目定位、经营推广策略

三、项目销售策略

四、总结

第四板块 写字楼

073 海华广场（浙江）——993

一、项目简介

二、市场分析

三、项目定位

四、项目推广

五、案例要点小结

第五板块 其他项目

074 房产品品牌塑造案例简析（浙江）——1015

一、大家房产品品牌塑造案例分析——一次全面的形象整合

二、重新定位，重新包装——上海·歌林春天案例分析

075 新宜白大社区（天津）——1021

一、案例背景

二、案例实施详案

（一）因势利导，合纵连横

（二）逆向操作，辨证实施

（三）背景转换，理性引导

（四）复合宣传，理性炒作

076 好房子是好广告的母亲（四川）——1035

一、“试婚试住、富临新主张……”（广告案例一）

二、五万元两套……（广告案例二）

三、“涨，涨，涨，每平方米小涨5元”（广告案例三）



四、“一样的山，一样的水，买亨利花园，住大点！”
(广告案例四)

五、“投资有风险，买铺须谨慎”(广告案例五)

077 以成功的活动策划,提升实销量 —— 1045

- 一、天安名门城市精英俱乐部暨名车俱乐部运作纲要
- 二、天安名门价格报告会暨开盘前酒会
- 三、天安名门“准现房行动”推广月传播计划

第六板块 其他案例图片欣赏 —— 1053

- 079 一、瀛海名居
- 080 二、建德南郊别墅
- 081 三、天际花园
- 082 四、时代静安·云和花园

第二部分 策划人物及理念篇

中国房地产特殊贡献人物

001 郭梓文—— 1061

奥园集团有限公司董事局主席

奖项：中国房地产特殊贡献奖

中国房地产理论研究贡献奖

专访·专著

一、奥园集团董事局主席郭梓文与奥园

二、金融新政下的房地产发展方向

三、从领跑复合地产到运营城市未来

——论中国城市运营商的五大机遇和四种能力

002 彭磷基—— 1073

广州番禺祈福新村房地产开发有限公司董事长

奖项：中国房地产特殊贡献奖

003 黄文仔—— 1075

广州宏富房地产有限公司董事长

奖项：中国房地产特殊贡献奖

专访·专著

一、沿着江边木地板光脚回家

004 王树清—— 1081

上海西郊庄园置业发展有限公司董事长

奖项：中国房地产特殊贡献奖

中国房地产十大企业策划专家

专访·专著

一、为CEO们度身定造的理想宅邸

005 石永昌——1085

上海金泰阳房地产有限公司总经理

奖项：中国房地产特殊贡献奖

中国房地产十大企业策划专家

006 周玉升——1087

上海中环投资开发（集团）有限公司董事长

奖项：中国房地产特殊贡献奖

专访·专著

一、周玉升同志参与中国（长三角）房地产十人特殊贡献奖的事迹材料

007 姚鸿光——1093

上海中天行房地产顾问有限公司董事长

奖项：中国房地产特殊贡献奖

中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、风云执掌中天行

——记荣获中国房地产十大策划专家的中天行董事长姚鸿光

008 许仰东——1099

上海荒岛房产工作室有限公司董事长

奖项：中国房地产特殊贡献奖

中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、两面性的“价格带”——从房价的动态性看策划

中国房地产十大策划专家

009 杨健鹰——

——1103

成都健鹰广告公司总经理

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、三佳房产形象大纲

二、“近郊康居”运动的发展和三佳房产项目的形象联合

010 张联雄——

——1109

湖北渡边企业策划有限公司总经理

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、拒绝雷同——“三要素策划法”与个性楼盘品牌塑造

011 李春平——

——1117

北京蓝石营销顾问有限公司总经理

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、解密中国房地产的品牌传播

二、中国房地产市场营销的十大趋势

三、颠覆传统：房地产市场营销的创新——“独立主题传播(SIS-model)”模式

媒体链接

一、楼市高端理念制造商——访李春平先生

012 李元发————1133

北京九鼎轩房地产经纪有限公司董事长

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、访北京房产界策划第一人——访李元发

媒体链接

一、李元发 我在网上做代理（摘录）

013 林凯旋————1139

湖南信保投资咨询公司总经理

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、中介如何挑战国际市场？

——看林凯旋的4321战术

014 武则之————1143

新疆奥立置业房地产经纪有限公司董事长

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、营销理念：企业应善待整合营销

015 超然————1147

石家庄完美企划顾问有限公司董事长

奖项：中国房地产十大策划专家

专访·专著

一、超然访谈

二、策划感悟

三、整体品牌传播论

016 刘东————1155

庞博北方广告有限公司项目总监

奖项：中国房地产十大策划专家

中国房地产十大企业策划专家

017 雷建文————1157

奥园集团有限公司副总裁

奖项：中国房地产十大企业策划专家

专访·专著

一、房产品牌“基因缺陷”能修复吗？

018 叶耀松————

——1161

广东佛山三水千叶花园房地产有限公司董事长

奖项：中国房地产十大企业策划专家

专访·专著

一、在三水打造绿色山水家园

019 林少惠————

——1165

广东合生乐景房地产有限公司总经理

奖项：中国房地产十大企业策划专家

020 邢福成————

——1167

广州新大地房地产开发有限公司董事长

奖项：中国房地产十大企业策划专家

021 程新华————

——1169

北京珠江房地产开发有限公司总经理

奖项：中国房地产十大企业策划专家

专访·专著

一、试论企业文化对提升品牌竞争力的作用

二、甘为万人谋华居

媒体链接

一、程新华：在升级服务中孕育财富



022 易小迪——1183

北京阳光 100 置业集团有限公司总经理

奖项：中国房地产十大企业策划专家

专访·专著

一、新联盟为降价而战

二、易小迪再论房地产市场

023 王小兴——1189

河南启元置业集团有限公司执行董事

奖项：中国房地产十大企业策划专家

专访·专著

一、诚信铸品牌

024 李国旺——1193

北京康馨园房地产开发有限公司董事总经理

奖项：中国房地产十大企业策划专家

中国房地产优秀策划师

025 童锐——1195

三元盈晖投资有限公司副总裁兼总裁助理

奖项：中国房地产优秀策划师

026 孙成晟——1197

奖项：中国房地产优秀策划师

专访·专著

一、山田湖海大广州，且看今日新家园

——华南板块与新都市主义

027 柯永涛——1201

奖项：中国房地产优秀策划师

028 赵克强——1203

四川绵阳莱德广告有限责任公司董事长兼总经理

奖项：中国房地产优秀策划师

029 方军——1205

浙江直线广告有限公司副总兼地产总监

奖项：中国房地产优秀策划师

专访·专著

一、杭州的楼市，你干吗要这么美？

二、三线城市的操盘心得

030 许成伟——1211

厦门上景房地产营销代理公司总经理

奖项：中国房地产优秀策划师

031 胡韬——1213

上海西郊庄园置业发展有限公司策划总监

奖项：中国房地产优秀策划师

032 宋红斌——1215

奖项：中国房地产理论研究贡献奖

中国房地产优秀策划师

专访·专著

一、房地产行销策划互动整合论

二、房地产策划恋爱论

三、房地产策划团队智慧论

四、房地产策划促销方法论

五、房地产策划价格制定方法论

033 刘哲——1245

嘉信置业发展有限公司总经理

奖项：中国房地产优秀策划师

034 张磊——1247

天津标榜广告有限公司

奖项：中国房地产优秀策划师
专访·专著
一、源自策划实践的广告理论——张磊策划感悟

035 陈彤——1251

奖项：中国房地产优秀策划师
专访·专著
一、房地产营销策划中的“大局观”理论
二、营销策划中“事”、“市”、“势”的辩证应用法
三、营销策划中的人文观

036 王岳——1261

湖南金鹰城置业有限公司副总经理
奖项：中国房地产优秀策划师

037 陈悦句——1263

四川建设发展房地产开发有限责任公司
奖项：中国房地产优秀策划师

038 石谕东——1265

奖项：中国房地产优秀策划师

039 赵长平——1267

北京安厦房地产经纪有限公司总经理
奖项：中国房地产优秀策划师

040 陈国良——1269

广东新快报社
奖项：中国房地产优秀策划师

041 汤文华——1275

广东新快报社
奖项：中国房地产优秀策划师

042 陈仁科——1271

广东新快报社
奖项：中国房地产优秀策划师
专访·专著
一、策划不是人人都能做的

043 李锦顺——1281

《广东建设报》主编
奖项：中国房地产优秀策划师

044 包耀玮——

——1283
瑞安市大家置业有限公司
奖项：中国房地产优秀策划师

045 张哲仁——

——1283
瑞安市大家置业有限公司
奖项：中国房地产优秀策划师

046 胡长迪——

——1285
浙江安吉宁兴房地产开发有限公司总经理
奖项：中国房地产优秀策划师

047 徐超——

1287
浙江安吉宁兴房地产开发有限公司副总经理
奖项：中国房地产优秀策划师

048 梁志鹏——

—1289
广州城启集团有限公司
奖项：中国房地产优秀策划师

049 章永龙——1291

德润房地产开发集团有限公司总经理助理

奖项：中国房地产优秀策划师

050 刘强——1293

河南裕鸿置业有限公司总经理

奖项：中国房地产优秀策划师

051 楼勇卫——1295

奖项：中国房地产优秀策划师

专访·专著

“楼勇卫”商铺投资理财经验谈

中国房地产新锐策划人

052 何明——1299

成都森宇实业集团有限公司

奖项：中国房地产新锐策划人

053 麦成斐——1301

广州城启集团有限公司

奖项：中国房地产新锐策划人

054 陈庆华——1303

广州城启集团有限公司

奖项：中国房地产新锐策划人

中国房地产理论研究贡献奖

055 黄福新——1305

广州远洋建设实业公司

奖项：中国房地产理论研究贡献奖

专访·专著

访黄福新

第三部分 策划机构篇

中国房地产十大策划机构

奥园集团有限公司——1311

上海荒岛房产工作室有限公司——1313

北京九鼎轩置业企划有限公司——1314

上海新草房产工作室有限公司——1316

上海天地行房地产营销有限公司——1318

北京安厦房地产经纪有限公司——1319

新疆奥立置业房地产经纪有限公司——1320

上海精稳房地产咨询有限公司——1321

天津标榜广告有限公司——1322

中国房地产十大推广机构

浙江动脑广告有限公司——1324

成都健康广告公司——1330

杭州青鸟广告有限公司——1331

上海博思堂投资管理有限公司——1333

湖北渡边企业策划有限公司——1338

庞博北方广告有限公司——1340

中国房地产著名策划机构

湖南信保投资咨询有限公司——1341

浙江金华唐臣房地产营销策划有限公司——1342

广州城启集团有限公司——1345

河南裕鸿置业有限公司——1346

第四部分 中国首届房地产策划大奖赛

大赛盛况

获奖名单



天山海世界

国内规模最大的室内水上康乐中心。

国家 4A 级景区——全国水上健身行业只此一家获此殊荣。

成功密码之一：推广主题——玩的就是心跳

成功密码之二：彰显个性——海世界

成功密码之三：品质提升——借住水上迪斯尼乐园的品牌，使楼盘
品质提升

成功密码之四：竞争优势——旅游地产的成功模板

供稿：石家庄完美企划顾问有限公司

主策划：超然



引言

——天山海世界,位于石家庄东开发区的项目。它的投资商是成立不久的天山第一建筑工程公司,因此这个项目的成败关系到其投资商的生死存亡!负责该项目的总经理亲自主持招标工作,邀请了在石家庄所有具备一定实力的广告公司和策划公司。如何先入为主?超然苦苦思索。当时石家庄已有一个老牌的水上乐园,但充其量只是一个大游

泳池。天山海世界耗资数千万,是否要建成另一个巨型游泳池?当然不能!海世界要做成真正有文化品位的水上乐园。突然,在超然脑子里闪过一个念头:水上迪斯尼乐园。

接下来,如何“快速传达超然的策划意图,赢得公众”成为超然进攻的切入点。在天山海世界的形象规划与标志设计上,突出嬉水、人工造浪等亚热带海洋气息,辅以蓝色为背景,以一只嬉戏的海豚为主题形象,整体造型简洁、明快,充满动感。这还不够,超然又组织人设计了海盗船长、海狮两个形象标志。这样,营造了一个触手可及的海世界,给人们留下一个浮想联翩的空间。

之后,全方位地向公众输入水上迪斯尼乐园的品牌形象,宣传定位突出了四个字“欢乐、刺激”。在广告诉求策略上,围绕核心定位推出强势的传播推广,将水上娱乐作为重点,突出了“人造海浪”、“规模超大”、“亚热带风情”等独特的卖点;广告系列文案包括“亚热带海域从天而降 天山海世界与您有约”、“45元的亚热带水上之旅”……尤其抓住人们寻求“刺激”的心理,为市场开拓增添了一道点睛之笔。“玩的就是心跳!”凭着这句主题广告语,极大地拓展了品牌张力,使其迅速深入人心。