

THE ALMANAC OF  
CHINA REAL ESTATE  
ADVERTISEMENT ●  
中国房地产广告年鉴 ● 7

LIB ONE

THE ALMANAC OF  
CHINA REALESTATE  
ADVERTISEMENT ●

中国房地产广告年鉴 ●7 | 广告 ONE

#### 图书在版编目 (CIP) 数据

2007中国房地产广告年鉴/王绍强主编.—哈尔滨:黑龙江美术出版社,2006.8

ISBN 7-5318-1660-1

I.2... II.王... III.房地产业-商业广告-设计-中国-2007-年鉴 IV.J524.3-54

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第097278号

---

策 划: 三度文化传媒

发行电话: 020-84344460 13710695300 (牛小姐、王小姐)

网 址: www.sandu168.com

Email:sandu84344460@163.com

---

书 名: 中国房地产广告年鉴(2007)

Zhongguo Fangdichan Guanggao Nianjian

主 编: 王绍强

责任编辑: 赵立明

执行编辑: 王 浩、叶仲英

文稿编辑: 司徒坚

封面设计: 王绍强

设计总监: 谷 雨

美术编辑: 邓小刚、林小东、江曙光

出版发行: 黑龙江美术出版社

地 址: 哈尔滨市道里区安定街255号

网 址: www.hljmss.com

邮 编: 150016

经 销: 全国新华书店

印 刷: 恒美印务(番禺南沙)有限公司

开 本: 889X1194 1/12

印 张: 17

字 数: 10千字

版 次: 2006年8月第1版

印 次: 2006年8月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5318-1660-1/J·1661

定 价: 998元/套(四册)

本书如出现质量问题,请与印刷厂联系调换

EMC杭州年代广告有限公司

杭州博望房地产营销策划有限公司

杭州方伟军设计机构

杭州汉嘉铭鼎广告有限公司

吴永红

宁波迪赛房地产投资咨询有限公司

宁波双赢房产策划咨询有限公司

杭州力汇推广机构

杭州灵励创意广告有限公司

上海三麦至立广告有限公司

厦门城市年轮策划代理有限公司

上海深思域房地产策划有限公司

杭州华太广告有限公司

北京红鹤沟通广告有限公司

北京洋正广告有限公司

北京典晶创艺广告有限公司

北京红石坊广告有限公司

北京旺忘望设计有限公司

北京众智集成广告有限公司

北京紫阳溢城投资顾问有限公司

元素100(郑州)整合推广服务机构

臻石沟通(北京)广告有限公司

北京今久广告有限公司

北京境德广告有限公司

北京世纪瑞博广告有限公司

石家庄完美企划顾问有限公司

天津市观想传媒科技发展有限公司

河南前沿房地产咨询有限公司

目录

Contents ..

009 - 146 .. 华北

147 - 204 .. 华东

## | 前言 Preface | ..

### | 博弈时代| ..

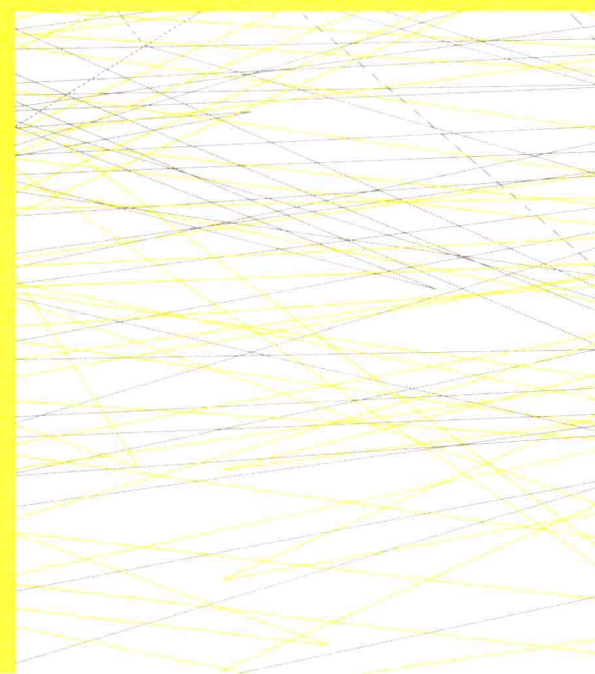
今年的房地产是一个利益“博弈”的战场。一方面，政府出面调控市场，通过提高发展商进入的资金门槛，减轻对商业银行贷款的极度依赖，以加速行业集约化的速度，在一个稳定增长的市场中寻求行业的合理收益；另一方面，成熟型的消费者逐步成为市场的主导，根据各自的消费水平、理财标准、风险评估等，理性地指导房产消费，从而形成了政府、开发商和消费者三方“博弈”的局面。

顺应房地产市场力量分流的趋势，经历了2005年的“清闲”期，房地产广告正以惊人的速度往四方蔓延滋长，在新的领域、新的角度，年轻一代的设计师为日趋成熟的广告业注入了兴奋的元素，缔造了更为多元化、多层次的创作灵感，激发了广告业新一轮的转型与良性竞争。

从2003年至今，三度文化传媒策划的《中国房地产广告年鉴》与大家一同见证了我国房地产行业的酸甜苦辣，面对新的挑战，抱着高精尖的专业态度，我们将如实记录行业发展的最新风貌，与大家共勉成长。

| 三度文化传媒 | 《中国房地产广告年鉴》编委会 | 2006年夏 |

| 专家谈 | ..  
**Remarks by Experts**



在广告行业游历了8年，现正努力进化中，希望成为水陆两栖的新生代。为工作创造更多自由，为生活创造更多可能。



黄滢  
广州高信明高广告有限公司 副总经理 策略总监

## | 广告人，慎防过劳死 | ..

新闻一： 连续加班近1个月，2006年5月28日晚，胡新宇在广州中山大学第三附属医院病逝，年仅25岁。他因工作任务紧迫持续加班近1个月，导致过度劳累，全身多个脏器衰竭。胡新宇成为“用生命加班”的语境符号。

新闻二： 2006年人才蓝皮书《中国人才发展报告NO.3》指出，我国7成知识分子走在“过劳死”的边缘。有关专家认为，如果知识分子不注意调整亚健康状态，不久的将来，这些人中的2/3将死于心脑血管疾病，1/10将死于肿瘤，1/5将死于因吸烟引起的肺部疾病和糖尿病等代谢障碍性疾病以及“过劳”和意外。

两则新闻看过之后，顿时让人有种不寒而栗的感觉。加班已经成为许多技术型广告公司日常工作的一部分。以下是一家房地产专业广告公司写照：上午11:00,公司静悄悄，13:00人员慢慢到，18:00客户来跟稿，23:00公司正热闹，凌晨5:00还有几个没睡觉。夸张吗？一点也不。在我经历和看到的房地产广告公司中，差不多有一半处于这种状态。广告公司可以紧张成什么样子？下午接单，晚上开创作会议，半夜做稿，天亮打印，一早赶去提案。一个晚上分两个组做出了套稿。我看过几份这样的案子，执行细节避免不了粗糙，好在创意上确有闪光点。我对创作总监说：“你们真强啊！这么短的时间能交这样的功课算是不错了。”创作总监对我一脸苦笑，他说一做完就想吐，浑身无力，好像被抽干了一样。强是强了，不过是强弩之末而已。

这种短时间内高压高度紧张交功课偶尔为之还行，如果长时间下去，不挂掉也要疯掉。许多人都说：广告业也是一个吃青春饭的行业，趁年轻用健康换金钱，不等年老就要用金钱买健康。

如果说加班是广告人工作的必须，那么过劳死岂不是广告人的宿命？难道除了跳出这一行，或者爬到总监以上级别，就真的无法摆脱吗？世上没有救世主，改变命运只有靠我们自己。这里抛砖引玉，说出一些我的想法，如果广告界人士有兴趣，也可在网站上开个论坛，大家集思广益，办法总比问题多，何况我们都是“智本人士”，能帮别人排忧解难，还不能为自己寻到出路？

### \_ 1 改变从自身开始。

没有人愿意加班，对广告人而言，是不是灵感只有到夜晚才造访，白天就没有想法呢？世事无绝对，只要创造足够好的氛围，提高白天工作效率，晚上就不必那么辛苦啦。

### \_ 2 改变从客户开始。

许多人说加班是客户造成的，因为他们要下班才能过来跟稿，其实调转过来想想客户也很可怜，他们陪着广告公司加班，自己又何尝不是受罪。广告公司加班通宵，第二天可以歇会儿，客户还得正常上班。广告公司怕过劳死，难道他们就不怕吗？只要大家在工作上取得默契，加快速度把工作做完，对双方都有益无害，相信客户也能接受。

### \_ 3 改变从方法开始。

中国做房地产广告大有本末倒置之嫌，不是研究目标市场特征，想想有什么需求还未被发现，而是不停地揣测开发商要什么。其实开发商有时比你还迷糊，因为推广你是专家，他不是，他给你的是市场第一线的资料。有些广告公司也拿不准哪个方向对，就每种方向做一套稿，好像全包彩一样，以为总能撞到一个好彩，于是一口气做3、4套稿去给客户挑。这种操作本身就不正确，就像瞎子给盲人指路，乱作一团，而且还增加了许多无谓的工作量。这种情形下想不加班都难。在做稿之前，其实更应该与客户多沟通，提前有计划出来，方向对了，创意的手法可以有千万种。

#### \_4 改变从观念开始。

曾有美术指导跟我说，他每天都忙着开会、做稿，一周可以做4个项目。我问他你什么时候是用来思想和充电？他说已经很久没有看过书啦。我又问他创意从哪里来？他说开创作会议啦，有时想不出来也很苦闷就去喝酒，找人聊天，实在不行啦，找个别的作品借鉴一下，天下文章一大抄嘛。说着他自己都有些不好意思。我们常说艺术源于生活，又高于生活。创意也是一样。可是如果没有生活，又何来创意和激情。疲劳的广告人已经陷入了一个思维陷阱：卖3000元/平方的房子，要做出6000元/平方的高档感，做6000元/平方的盘就要做出豪宅感，做豪宅怎么办呢？堆所谓的奢侈符号：名车、美女、雪茄、红酒、名表、水晶吊灯红地毯什么的，再加几句似通不通的哲学观点，广告做完了。观众记住了吗？消费者能被打动吗？顾不上了，广告人已经忙了几个通宵，连觉都顾不上睡，你能对他过于苛责吗？翻翻现在的房地产广告，很难有几句被人记住，有几个画面让人感动。广告的创造者正在枯萎、老去。他们已经不在生活状态，让他们对生活有什么积极的领悟，难啊。我常说做美术指导的应该抽时间去画画，做文案的应该去看看佛经，中国最美的文字就在那里，比如“云在青天水在瓶”、“始随芳草去，又逐落花归”，说得多好啊。观念不是一朝一夕能改变，少加班或尽量不加班的未来是要靠自己一点一滴去争取的。好在我们有精彩的广告大餐——三度文化传媒出版的《中国房地产广告年鉴》可以享用。让我们看到地产广告人鲜活、不甘平凡的一面。但愿大家由此受到更多启发。身体不要过劳死，精神更加不要过劳死。

#### 附：过劳死的检测信号

造成“过劳死”的根本原因是长期高强度、超负荷的劳心劳力，加上缺乏及时的健康恢复和足够的营养补充，而导致机体细胞超前老化。“过劳死”十大信号：

- \_1 “将军肚”早现。大腹便便，是成熟的标志，也是高血脂、脂肪肝、高血压、冠心病的伴侣。
- \_2 脱发、斑秃、早秃。每次洗桑拿都有一大堆头发脱落，这是工作压力大、精神紧张所致。
- \_3 频频去洗手间。如果你的年龄在30岁—40岁之间，排泄次数超过正常人，说明消化系统和泌尿系统开始衰退。
- \_4 性能力下降。中年人过早地出现腰酸腿痛、性欲减退或男子阳痿、女子过早闭经，都是身体整体衰退的第一信号。
- \_5 记忆力减退。开始忘记熟人的名字。
- \_6 心算能力越来越差。
- \_7 做事经常后悔、易怒、烦躁、悲观，难以控制自己的情绪。
- \_8 注意力不集中，集中精力的能力越来越差。
- \_9 睡觉时间越来越短，醒来也感到不解乏。
- \_10 经常头疼、耳鸣、目眩，检查也没有结果。

具有上述两项或两项以下者，则为“黄灯”警告期，目前尚无需担心。具有上述3项—5项者，则为一次“红灯”预报期，说明已经具备“过劳死”的征兆。6项以上者，为两次“红灯”危险期。





老毛：  
元素（100）郑州整合推广服务机构创作总监

## | 请尊重甲方 | ..

“在坚持自己原则的方框里，请尊重甲方，请尊重甲方，请尊重甲方……”每次去和甲方谈方案，我总是一遍遍地告诫自己。公司里，经常有同事愤怒地冲进我的办公室，带着一脸地仇恨说：“这个客户真的没法沟通，一点品位都没有，基本的审美都没有……”也经常有闻全国各地的同行不断哀叹：郁闷啊郁闷，稿子惨遭客户强奸啦！心疼！这些情绪变成牢骚、顺口溜、口头禅等，广泛流传于网上各大BBS。一时间，似乎全世界的广告人都命运悲惨、创意经常被客户无情抹杀，而开发商也似乎人人都是强奸犯。但是，我要说的是：“在坚持自己原则的方框里，请尊重甲方！”

其一，广告人做广告，都是站在专业的高度上去看的，但是开发商是作为最贴近“大众代表”的角度去理解。广告始终不是艺术品，是大众娱乐文化而已，大众能不能看懂？值得思考。

其二，一版报广，至少也得个十几万！其实人看的时候也就那么两分钟。假如让你花十几万说两分钟的话，你肯定会选择你这十几年内最想表达的话去说，这时候要有人堵你的嘴，估计你得找板儿砖去了。

写在这儿，想想自己青头小伙的时候，因为一个创意还跟客户拍桌打椅，汗一个先。无论是从商业角度，还是从专业角度，哪怕你就从感情角度考虑一下，也是要尊重甲方的。我们要做的是，在首先照顾了甲方之后，再想办法去保持创作的平衡。我认为，毕竟我和艺术家还是有区别的。



**HUABEI**

华北



中国地王·城市别墅

## 为什么35%业主来自地产界专家

今万城华府，竣成落座，后仗昔日皇家御苑；前据国都科技特区，收放之势四海不二，值乘华  
层峰共认。大观楼台院邸，虽有价可量却无以复制，可以驻传家业，垂荣当代。

(实景拍摄于万城华府)



### 中国地王

[御苑簇护] 万城华府在“三山五园”环抱中，距颐和园昆明湖仅800米。  
[学府相拥] 万城华府距北大1000米，清华1500米，与中关村科技核心区一路之隔。  
[尊贵地段] 万城华府立踞西北三环，北四环，一墙相临万柳国际高尔夫俱乐部。  
[领献昆玉] 万城华府西临昆玉河上游，近享万亩生态绿化。

### 城市别墅

[堪舆规划] “龙归大海”式堪舆规划布局，城市别墅容积率1.06，守望都市，乐享田园。  
[独特筑居] 建筑传承美国草原式风格，立面采用高档面砖和石材，沿袭翰特筑居之精髓。  
[别墅产品] 大地别墅，叠加/平层官邸，360度景观的空中别墅，面积270-600平米，皆为城市别墅所备。  
[贵族物业] 引入欧洲贵族“BUTLER”式管家物业，为业主量身定制，提供24小时贴身服务。

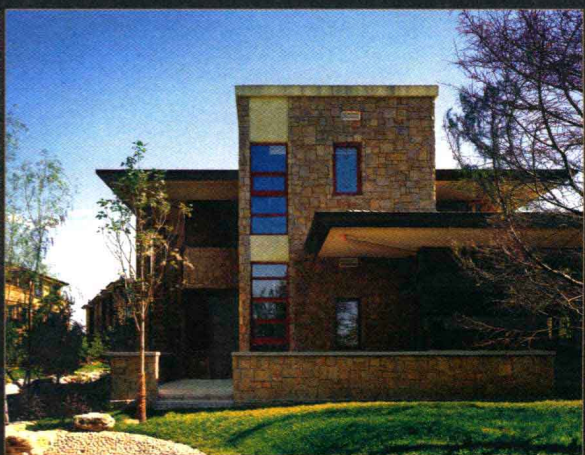


VANLAND MANSION  
萬城華府

YELAND亿城 Tel:8610-62628866 www.vanland.com.cn







### 为什么60%成交率出自口碑传播

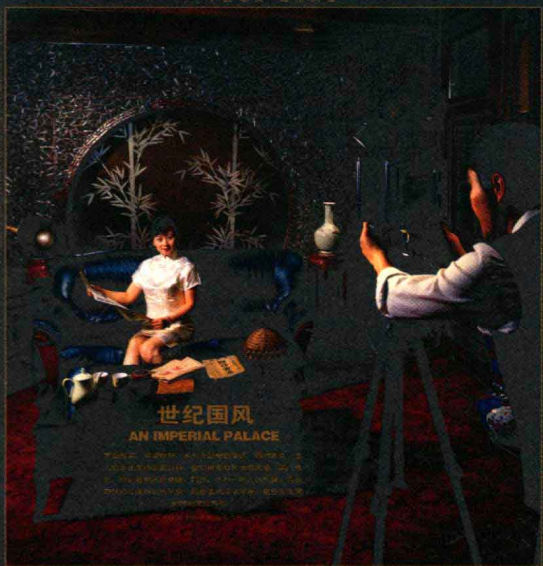
今万城华府, 峻成落座, 后仗昔日皇家御苑, 前据国都科技特区, 收放之势四海不二, 值乘华人层峰共认, 大观楼台院邸, 虽有价可量却无以复制, 可以驻传家业, 垂荣当代。

#### 中国地王

#### 城市别墅



YELAND 亿城 Tel:8610-62628866 www.yeland.com.cn



### 世纪国风 AN IMPERIAL PALACE

#### 中国地王

#### 城市别墅



YELAND 亿城 Tel:8610-62628866 | YELAND.COM



### 为什么60%成交率出自口碑传播

今万城华府, 峻成落座, 后仗昔日皇家御苑, 前据国都科技特区, 收放之势四海不二, 值乘华人层峰共认, 大观楼台院邸, 虽有价可量却无以复制, 可以驻传家业, 垂荣当代。

(实景拍摄于万城华府)

#### 中国地王

#### 城市别墅

[区位优势] 万城华府在“三山五园”环抱中, 距颐和园昆明湖仅600米。  
[学府相衬] 万城华府距北大1000米, 清华1500米, 与中关村科技核心区一路之隔。  
[择贵地段] 万城华府立踞高北三环, 北四环, 一塔相临万柳国际高尔夫俱乐部。  
[领袖巨擘] 万城华府善临皇王河上游, 近享万亩生态绿林。

[总体规划] “龙回大海”式退界规划布局, 城市别墅容积率1.05, 守守都市, 于康田园。  
[独特筑居] 建筑传承美国草原派风格, 立面采用高档面砖和石材, 沿袭经典筑居之精髓。  
[别墅产品] 大地别墅, 叠加/半层官邸, 360度景观的空中别墅, 面积270-600平米, 皆为城市别墅研备。  
[精英置业] 引入欧洲贵族“GUILER”式管家物业, 为业主量身定制, 提供24小时贴身服务。



VANLAND MANSION  
萬城華府

YELAND 亿城 Tel:8610-62628866 www.yeland.com.cn







## 《国际标准》 INTERNATIONAL STANDARDS

于21世纪的'庄家'而言，庄闲之时的逍遥韶华，  
势必释放到无以伦比的国际生活之中。

### 昆玉地王

三山五园环绕，领航昆玉河源头，万亩景观保护，高校云集周边  
 『都市领袖』京西万柳自古传颂，许为皇家园林与最高学府之汇结点，高品质住宅的绝佳诞生地。  
 『三山五园』环绕项目周边，为历代皇家行宫御苑，三山五园环绕共生，且属现今游憩园林中最佳之地。  
 『领袖昆玉』西眺昆玉河源头及百家绿化带，东望五里河，南望江南建设。  
 『万亩景观』守护335公顷湿地公园，与颐和园、圆明园组成万亩景观；27万方国际高尔夫球俱乐部一路之隔。  
 『高校云集』周边云集北大、清华、人大等高等院校，地域人文底蕴深厚，深得历史文脉传承。  
 『昆玉地王』坐拥西山泉水供应，昆玉河畔上舍光润，在此购地筑屋，富有人情、富有天伦、贵人有、贵玉地王。

### 告竣万柳

低密度、高绿化、龙归大海、地学园艺、寓意吉祥  
 『龙归大海』项目占地18.8公顷，呈"U"型分布，基础规划中引入"龙归大海"之磅礴意象。  
 『私家院』平均容积率1.05，低密度贵族社区定位。  
 『高绿化』绿地覆盖率高达44.3%，建筑万柳生态文化，展现昔日皇家园林。  
 『地学园艺』景观建筑注入"生命带"地学概念"水景融合"龙归大海方可谓行"之磅礴寓意。  
 『告竣万柳』昆玉河东南万柳第一块土地，告竣万柳之方作。  
 宣告万柳高尚住宅从此步入成熟时代。

### 城市别墅

生命建筑，生命园林，量身定制，别墅生活上品之作  
 『生命建筑』美国新派式建筑风格，精致立面多元融合，三厅式处理方式。  
 『生命园林』西外三山五园，海阔天空，昆玉河畔"三山三线"景观。  
 园内"生命带"景观带、景观式地型、景观式别墅、水景观景。  
 『城市别墅』三层大地别墅，LAND HOUSE，五层叠加官邸，MAISONNETTE。  
 『量身定制』顶层会所、1200年配址、私家会所、皇家园林、尊贵生活。  
 『别墅生活』周边山水清幽，内湖湖岸线，景观湖岸线，别墅中心之别墅居所。



VANLAND MANSION  
萬城華府



{ Tel: 8610-62628866 }



