

房地产实战营销丛书

房地产广告

策划与创作

ENGINEER & INDITE

余源鹏 编著



鉴赏.....

不如亲临 共利 悦家

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

房地产实战营销丛书

房地产广告策划与创作

余源鹏 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产广告策划与创作 / 余源鹏编著. — 北京: 中国建筑工业出版社, 2005
(房地产实战营销丛书)
ISBN 7-112-07381-2

I. 房... II. 余... III. 房地产—市场营销学—基本知识 IV. F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 041319 号

房地产实战营销丛书
房地产广告策划与创作
余源鹏 编著

*

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: 16 $\frac{1}{4}$ 字数: 280 千字
2005 年 7 月第一版 2006 年 3 月第二次印刷
印数: 3,001 — 4,500 册 定价: 38.00 元

ISBN 7-112-07381-2

(13335)

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>

对于房地产开发商来说，房地产广告是房地产营销中最沉重的工作，高明的广告策划和优秀的广告创作能迅速提升楼盘的知名度、关注度，并最终成为引爆楼盘热销的导火线。本书力求通过全面实用的广告理论和众多成功的广告案例，使读者能从中获益，并有效指导实践。

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等 10 章内容，内容全面具体。书中还精选了北京、广州、上海、深圳四大热点城市的 200 个优秀楼盘广告，同时附上精辟的点评文字；最后的附录提供了房地产广告代理协议书的范本供读者参考。

本书理论可口而值得细嚼，案例经典而值得回味，相信会对房地产广告公司、开发公司和策划代理公司的广大人员有所帮助，使他们工作更加富有成效。

责任编辑：封 毅

责任设计：孙 梅

责任校对：关 健 王金珠



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》等逾10本房地产图书。

个人策划网站：www.eaky.com

电话传真：020-84049953

E-mail：yuyup@eaky.com

本书编委会

编著

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

今天的国内房地产界竞争激烈,用“战火纷飞”来形容也不为过,以至于每年一届的全国“住交会”都要评选“十大风云人物”,似乎不用“风云”两个字不足以显示出房地产舞台的刀光剑影。

到底开发商在竞争什么呢?简单地讲就是在竞争客户,或叫抢夺客户,后者则更形象些。

客户存在于茫茫人海中。我们的任务是把适合我们楼盘的客户(在区域、购买能力、生活方式、价值取向方面符合我们楼盘的人)的眼光吸引过来,让他们漂移的目光能在我们的楼盘上暂做停留,然后在他们有时间并想参观、对比楼盘的时候能来看看,亲身体会一下,最终决定购买。

要想完成这样的任务,除了楼盘本身的素质要合格之外,把楼盘的优势告诉我们的客户,使其能受到我们吸引,产生兴趣和好感,这就是房地产营销最沉重的工作——房地产广告。只有通过高明的广告策划和优秀的广告创作才能完成这样的任务。这也就是本书编写的初衷。

本书的编写人员全部来自多年从事房地产广告策划和创作的一线专家,实战经验丰富,力求通过全面实用的广告理论和众多成功的广告案例,并通过实践去建立引爆楼盘热销的导火线,最终使读者从中获益。

本书编写由宏观到微观、由理论到实践,先讲房地产广告的策略、策划、创意和方法,再到广告的写作和创作,特别是文案的创作方法,并提供了北京、广州、上海、深圳四大热点城市的200个优秀楼盘广告点评,最后还有关于广告法律和广告代理协议书的范本供参考。其间理论可口而值得细嚼、案例经典而值得回味,相信对广告公司、开发公司和策划代理公司的广大业内人士,在理论和业务水平上会有所帮助,使工作更富有成效。

本书在编写过程中得到了各广告公司、开发公司销售部策划部和地产策划代理公司的广告和策划专家的精心指导和大力支持,才得以及时与读者见面。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,谨致谢意。

另外,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姓名、职位、单位名称、电子邮箱、电话、手机、地址和邮编发到电子邮箱 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,请积极支持。

目 录

第一章

京穗沪深优秀楼盘广告点评鉴赏	1
----------------	---

第二章

广告的通用策略	63
64 一、广告策略的定义	
65 二、广告大师的广告策略	
66 三、广告策略制定所需的分析	
67 四、广告策略的一般产生过程	
69 五、广告的投放策略	
72 六、成功广告对消费者的作用	

第三章

房地产广告发展现状	73
74 一、房地产广告分类	
74 二、房地产广告发展的三个阶段	
75 三、房地产广告公司的发展动向	
77 四、房地产广告的现存问题	
79 五、房地产广告投放向主流媒体集中	
80 六、房地产广告发布的法律问题	
81 七、房地产广告相关三方的关系	

第四章

房地产广告策略	85
86 一、房地产广告的特点	
87 二、房地产广告策划要点	
92 三、房地产广告操作要点	
94 四、房地产广告的主题安排	
95 五、房地产广告提倡单一诉求	

96	六、房地产广告品牌战略实施要点
101	七、房地产广告的五大战略
103	八、深圳天健花园的广告策略
106	九、广州伊顿 18 报纸广告投放策略

第五章

房地产广告创作方法	113
114	一、房地产广告创作四步规则
116	二、房地产广告创作十条捷径
121	三、房地产广告创作常用六招
121	四、房地产广告创作十要原则
122	五、房地产广告创作五大因子
123	六、房地产广告创作四大要点
126	七、房地产系列广告创作要点
129	八、广州芳草园广告创作过程

第六章

房地产广告创意方法	139
140	一、房地产广告创意方法与案例
148	二、广告创意的三十三个技巧
151	三、房地产广告创意的十八类卖点

第七章

房地产广告策划书编写方法	155
156	一、市场调查报告的编写
157	二、广告策略策划书的编写
160	三、媒体策划书的编写
161	四、广告预算书的编写
162	五、广告总结报告的编写
163	六、房地产策划书简要格式

第八章

房地产广告文案创作方法	167
168	一、广告文案撰稿人的素质要求
169	二、广告文案创作的过程

170	三、广告文案创作五要诀
174	四、广告文案四大部分撰写方法
178	五、广告文案诉求三大手法
180	六、房地产广告文案创作八个要点
183	七、房地产售楼书创作要点
185	八、北京东润枫景广告文案欣赏
193	九、广州深圳六大名盘广告文案欣赏
205	十、厦门某酒吧街广告文案欣赏
208	十一、扬州“绝对国度”广告文案欣赏
211	十二、广州东方新世界广告文案欣赏

第九章

房地产广告语创作方法 215

216	一、世界经典广告语点评
218	二、我国经典广告语点评
219	三、广告语的创作技巧
220	四、房地产广告标题语的写法要点
222	五、广州经典楼盘广告语点评
227	六、国内房地产主题广告语集萃

第十章

房地产电视广告片创作方法 231

232	一、房地产电视广告片创作十四要点
236	二、金河湾电视广告片创意欣赏

239	附录一 房地产广告发布暂行规定
242	附录二 房地产广告代理协议示范书

第一章 京穗沪深优秀楼盘广告点评鉴赏

朝陽園II
THE SUN CREST 即将与北京微笑见面

Hello, Beijing

CBD生活平台·国际化精英社区

咨询热线: 8577-0668 8577-7099

北京朝阳园二期1
开盘前预告广告给人以期待。

奥运板块强力启动 风林绿洲龙头盘升

10888元
9888元
8888元
7888元
6888元

2008
奥运板块强力启动
奥运板块设计大爆发

1990
北京风林绿洲项目
启动设计——全面启动
全楼设计，更有人

2001
北京风林绿洲项目
启动设计——全面启动
全楼设计，更有人

风林绿洲·国际精英社区

论坛
中国城市发展的身体语言

豪华精装5978元
销售热线: 64857788

北京风林绿洲1
板块的升值通过扬起的有力臂膀得以充分表现。

完美“风”暴

朝阳园二期项目宣传，深圳的“风”暴设计，北京罕有

风林绿洲二期项目 即将隆重推出
二期于5月9日正式推出
二期开盘均价6800元/m²起 适合全时段精英

CBD生活平台·国际化精英社区

咨询热线: 8577-0668 8577-7099

北京朝阳园二期2
也许是当时正播放电影“完美风暴”，“风”又与建筑设计结合，格外显眼。

华鼎世家登场 望京富豪震撼

129m-454m 大户风范

华鼎世家

咨询热线: 64857788

北京华鼎世家1
“背影”是大多数富豪的价值取向，目前很多豪宅都这样设计广告。

望京NO.1

望京核心商务区 首座板式豪宅

TEL:64358158/5

4

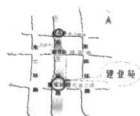
(我们为什么哭)

突破界限

公寓品牌 精品住宅

第三环新变用主义代表作

- ▲ 大环境
- ▲ 小社区
- ▲ 实用的家
- ▲ 实用的生活方式

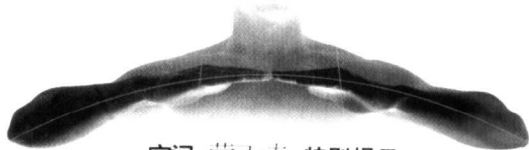


咨询热线 67351388
67351389

发展商：立达建业投资有限公司 北京市第五建筑工程公司 销售代理：北京美好都市房地产咨询有限公司 按揭处：朝阳区垂杨柳桥路北七号9层906

北京建业苑

彈簧很有“突破”感。



空间·蒙太奇 特别提示

西直門旁成熟大社區

3 房 2 廳 2 衛生間 1 書房 1 陽台
 不設車庫 1 小時內
 社會交通最便利
 2 萬 7 千 米起大廳健身所

京師·麗士金

1 房 1 廳 1 衛生間
 2 房 2 廳 2 衛生間
 3 房 2 廳 2 衛生間
 4 房 2 廳 2 衛生間
 5 房 3 廳 3 衛生間

京師·麗士金

1 房 1 廳 1 衛生間
 2 房 2 廳 2 衛生間
 3 房 2 廳 2 衛生間
 4 房 2 廳 2 衛生間
 5 房 3 廳 3 衛生間

京師·麗士金 西直門東
 城區豐盛園大商場之旁
 受到親友人的尊重
 為其升立社會名流讓渡者上
 更加風光地產和物業
 大廳及學府中心主理
 有專業員工負責管理
 服務和衛生 京師·麗士金
 升立豐盛園大商場之旁

京師·麗士金 西直門東
 城區豐盛園大商場之旁
 受到親友人的尊重
 為其升立社會名流讓渡者上
 更加風光地產和物業
 大廳及學府中心主理
 有專業員工負責管理
 服務和衛生 京師·麗士金
 升立豐盛園大商場之旁

年底入住

首付款 8 萬 月租 1800 元

2000 年明星楼盘
 建築師加藤敏朗特別監工
 北京電信 智宇北京 特級工程

京師·麗士金

京師·麗士金
 62238844 622277925
 62278364 62278365
 地址：北京豐盛園大商場之旁
 電話：010-62227792 62278364
 傳真：010-62227792 62278365
 網址：www.lijishijin.com

SPACE·MONTAGE 小户型2代

空间·蒙太奇

积木式自由组合

今期共刊2期

北京今典家园

电影制作的概念和电影制作的表达结合,引人注目。



板楼3代“板”权声明

北京嘉铭地产开发有限责任公司秉承全方位创新的理念，遵循住宅产品演化递进、升级换代的规律。在对北京房地产市场中第一代、第二代板楼产品进行充分研究的基础上，近日在“嘉铭·桐城”B区强力推出“板楼3代”创新型产品。这一产品已被业界权威专家誉为“具有不可更改性的经典平面”。

第三代板楼的功能设计和技术特征体现在如下几个方面:

(一) 平面布局:起居、就餐空间相对独立且功能明确。阳光通透,通风条件良好。过道型空间压至最低限。秘密空间及活动空间布局有序。厨、餐空间分,合自如。户内及相邻户型变化灵活,满足家庭多年生活习惯变动之要求。

(二) 建筑进深 保持北京地区较为适宜的中等进深。中等面宽。户内格局方正规整(而非狭长怪异)。良好的双面采光、双面通风条件。

(三) 面积指标: 主力户型更加定型化, 面积紧凑而合理, 功能空间无丝毫浪费, 公摊面积推敲至厘米级, 使用率更高, 空间设计更为人性化。

(四) 竖向交通：一电梯一楼梯作为标准交通梯，趋向定型化，更经济更高效。拥有高品质电梯运营保证，根据规范增加局部观景连廊，避免了视线干扰。

(五) 户外空间: 采用“围而不合”、“半围半合”之室外半开放空间营造手法, 营造今日社区空间、未来街区空间。百余株50年成林梧桐及其他珍稀树种共同营造绿色空间, 院落的自然归属感更符合现代人类行为及心理要求。

(六) 建筑外立面：立面形象继续创新。不媚古，不媚俗，不媚洋。形象新颖而不怪异，沉稳而富时代感，不抄袭任何前人。

(七)材料、设备选择:科学运用外保温、节能供暖及分质供水技术。配有更多节能材料设备,倡导全新的绿色生活方式。

成果运用到项目中，为客户创造更多的利益和价值！



奥运村中梧桐家园

Tel 64890666/64890999/64890888/64890099



北京嘉铭园 2

“板权”和“板楼”，下面的公司章体现了一种信誉保证。



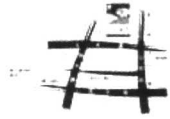
惊世杰作 印证完美

12月9日 万众瞩目的星园盛装亮相

北京万科星园1，位于北京CBD核心区，总建筑面积约100万平方米，是集办公、商业、住宅于一体的大型综合项目。项目采用国际先进的设计理念，建筑造型独特，内部空间宽敞明亮，配套设施完善，是您商务办公、居住生活的理想选择。

阳光热线：6490-1008 6490-1009

万科地产 地产·卓越品牌



北京万科星园1

印证完美，画面又表达了“精雕细琢”。

万科地产

“商务异族”在行动

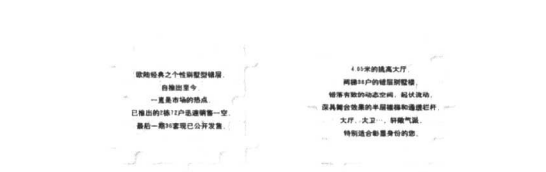
欧陆经典精彩巨座200平米左右多种户型 专为商务创意群体设计。



万科地产

大错特错，错出户型惊世之作！

欧陆经典畅销户型·欧式别墅型错层，敬候36位精英都市高尚生活的BOSS。



欧陆经典

北京欧陆经典2

“错”与“错层”设计。

欧陆经典四期七栋九期即将入住 北四环旁 德胜家园
销售热线:64915831 64915832

北京欧陆经典1

漫画式地表现了目标客户。

少壮派

【为少壮派量身定做高性价比房源】

【首付30%起，月供1000起，月供1000起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

【首付30%起，月供1000起】

北京欧陆经典3
冲击力极强地呼喊目标客户，不知客户会有什么反应？

美林花园大户型
豪派空间，舒适享受

【首付30%起，月供1000起】

北京美林花园1
大户型有大户型的优势，关键在于怎样表达清楚。

社区图书馆 社区网球场 社区音乐广场 社区艺术大厅 社区酒吧 社区书店

在望海，我有我的生活方向

2000+ 品牌 新晋名人别墅 100+ 品牌 综合豪宅 2000+ 品牌 新晋名人别墅 100+ 品牌 综合豪宅

总价 2080万/M²

8月10日开盘

售楼处地址：北京市朝阳区望海园1000号

销售热线：67705999 67706999 67726999

北京望海现代城
在表达配套设施齐全的同时，用箭头又仿佛有叫人马上去看看的号召。

同样好地段，同样是房子，其实大不相同。

似海怡家 恭贺北京申奥圆满成功!

【首付30%起，月供1000起】

北京似海怡家
两个大部相同的五角星，令人形象理解。

美林小户型投资你会赢

十栋高华景豪宅 千套小户型 入住率90%以上 投资回报21%

北京美林花园2
原来小户型投资的广告也可以做得这样清晰、舒服。

冬天，我们“踩”暖。

纯居住本色 点滴尽致 万科品质

(二)地面采暖

1. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

2. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

3. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

4. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

5. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

6. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

7. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

8. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

9. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

10. 地面采暖系统采用地暖系统，具有节能、环保、舒适等优点。

北京万科星园2
“踩”暖与地面采暖，画面表意十分清晰。

本网站网址: www.fopark.com.cn



曾有人因犹豫而一再请述,曾有人因等待而貽误良机,曾有人因迟疑而懊悔不已。如今,若再错过D4座,您将与太阳同失之交臂。

太阳园销售即将落幕，最后二十套欢迎抢订。

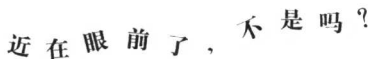
作为中关村旁西北三环沿线最后一个高品质社区；作为北京唯一一家赢得了“创新风暴全国住宅设计精英夺标”活动最高奖的太阳园；作为太阳园人性化社区的最后一期——太阳园D区。

- 占据了社区内独一无二的核心功能与服务区域
- 拥有得天独厚的景观环境和活动空间
- 西北三环最后的29米高层户型
- 比较奖户型更舒适的生活起居空间
- 西北三环少见的超大型全地下车库直接进入，悦D区户内享受会所品质
- 合理的功能分区、动线设计，良好的朝向和采光
- 针对北方气候特点的内核内共享空间
- 别具一格的仪式感式布局



北京太阳园1
尾盘的广告，
注意用“抢
订”一词。

•系列广告之二•



昨天，五维空间仅仅是
停留在样板间里的印象
今天，透过太阳园的飘窗
您看到了吗？

五维空间正在从这一方土
这一砖一瓦之上
长成



截止6月12日，太阳圈工程进度：

- 截止6月12日,太阳宫工程进度:
- B2:已建至地上9层
 - B3:已建至地上8层
 - B1、B4、B6:已建至地上7层
 - B5:已建至地上6层
- 北京市最大的土方工程之一——太阳宫地下车库已全面开工。总土方量约70万方米,目前已完成70%,部分区域已开始打桩施工。
- 太阳宫车库工程的全面开工,为全区工程的按时完工,以及环境工程的开展奠定了基础,并预示

6月10日太阳园B6座公开发售

太阳园网址: www.topeak.com.cn
垂询电话: 86243355



總發展商：北京泰融房地產開發有限公司
 銷售中心：北京豐臺區西大柵欄舊民區：205號
 銀行按揭：工商銀行、交通銀行、建設銀行、農
 業銀行、城市合作銀行、信託公司、保險公司、

北京太阳园2
注意左下方的
“工程进度简
报”，是否值得
你借鉴呢？