

郑州房地产市场一直酝酿着“点石成金、妙手回春”的广告“神话”，而如今楼市虽步入“冬歇期”，依然不乏极富创意的地产广告，广告在市场低迷时才会受到“创意”真正的考验，就像世界上没有同样的树叶一样，经典的创意广告同样天下无双。

晚报记者 王磊

2008 创意 “天下无双”

镜头一 成就·蜕变

刊登时间：1月10日郑州晚报 B09、B17版

开发商：河南升龙置业有限公司

广告内容：成就在繁华的都市，蜕变为陈旧的村庄。

画外音：两张广告形成鲜明的对比，从曼哈顿广场之于燕庄的再造、升级、创新、变革，到升龙国际中心之于小李庄的回眸、解码、反哺、再生，选图气势恢弘，文字铿锵有力，传奇与传奇的对接在这里完美呈现。

镜头二 责任，成就中原未来

刊登时间：4月11日郑州晚报 A24版，4月17日郑州晚报 A17版

开发商：东方今典房地产开发有限公司

广告内容：一双双渴望学习、渴望知识的眼眸注视着前方；一张张稚嫩的小脸，在破旧的课桌旁向你微笑……

画外音：东方今典积极发起和参与公益事业，以社会进步和中原崛起为己任，勇敢“担起中原的责任”。责任，成就中原未来。房企的责任还有比这更伟大的吗？

镜头三 坚强活着

刊登时间：5月22日郑州晚报 A03版等

开发商代表：啟福置业股份有限公司等

广告代表内容：“坚强活着”——一张牛皮纸上，上百幅抗震救灾的感人图片拼成一个巨大的“活”字，下面刊登了公司总经理卢一博一篇有感于地震灾区的文章“坚强活着”。

画外音：一张纯粹的公益广告，一颗满载热忱的心，啟福置业这幅广告向人们昭示出有爱就有明天的希望。

镜头四 鼓舞中原

刊登时间：6月6日郑州晚报 A24版

开发商：建业住宅集团(中国)有限公司

广告内容：红衣舞者翩然起舞于鼓之上。

画外音：在房地产行业普遍“着凉”的情况下，建业的成功上市对整个河南房地产行业的促进和影响还是相当之大的。

镜头五 一言九鼎

刊登时间：6月26日郑州晚报 A40版

开发商：河南益通置业有限公司

广告内容：一言九鼎，保险箱里看房。放在鼎里面的房子，打开房门正等待着看房的人进入。

画外音：此幅广告的创意最妙之处，莫过于读者可以一目了然地明白自己的需求，“一言九鼎”，生动形象地展示出开发者的诚信。

镜头六 浪漫情愫

刊登时间：7月17日郑州晚报 A06、A08版

开发商：郑州地产长城房地产开发经营有限公司

广告内容：玫瑰红是这两版广告的主色调，翻开第一页，进入浪漫爱琴海。

画外音：“翻开这一页，相信浪漫生活不会无动于衷”，第一页寥寥数语和大面积的留白，留给人们无限的遐想，进入第二页，心形围合成的文字“继续地爱，爱我如深海”与曼妙的海景图片相映成趣，诠释出一段浪漫温情的人居梦想。

镜头七 低价炸弹

刊登时间：8月20日郑州晚报 A16版

开发商：名门地产(河南)有限公司

广告内容：依据名门国际在“价格论证会”上敲定的开盘价，本版广告用醒目的数字4580元/m²来冲击人们的视线。

画外音：开盘价犹如一颗“重磅炸弹”让沉默许久的楼市重新沸腾。

镜头八 魔幻空间

刊登时间：9月18日郑州晚报 B05版

开发商：利海集团

广告内容：本版广告告诉读者，利海·托斯卡纳才是真正的LOFT。

画外音：“This is loft”，一串英文诉说了喧嚣都市人的LOFT梦想，“在家里，不要打老婆，可以打篮球”诙谐幽默的广告语，让人在忍俊不禁的同时，将LOFT的实际功用印入脑海。

镜头九 阳光销售

刊登时间：9月26日郑州晚报 A32版

开发商：河南汉飞置业有限公司

广告内容：本版内容以套红套黑大号字体醒目地标明：“拒绝内部认筹，拒绝优先排号，拒绝暗箱操作，拒绝价格游戏，反对过度包装，排斥人为炒作，抵制虚假优惠，所以我们拒绝VIP(房源公开、价格透明、到场即购)。”

画外音：在楼市的冬天，任何“欲速则羞”的广告已经愈发显得苍白无力甚至适得其反，汉飞·金沙国际敏锐地捕捉到这一营销变化，在郑州楼市首开阳光销售之先河。

镜头十 孔雀之舞

刊登时间：9月25日郑州晚报 B17-24版

开发商：河南正商置业有限公司

广告内容：正商地产用8个版“广告+新闻”的形式为孔雀城项目进行专题包装，4个版广告雍容华丽，而4个版新闻角度独特，分别用“孔雀之恋、孔雀之翼、孔雀之舞、孔雀之魂”诠释了孔雀城的“生活·理想·家”的独特卖点。

画外音：孔雀飞舞东南城，郑州东南板块早已摆脱了“南部塌陷”的历史，正商地产等实力企业借助环境优势大打“人居牌”，东南板块迅速成为郑州楼市新的发展热点。

逐一翻阅2008年的地产广告是件“痛并快乐着”的差事，从几百篇广告中遴选出十个最佳创意，是件体力活，添加、归类、比较、删除，这一过程丝毫不亚于“超女、快男”海选时的麻烦。

但是如果你投入其中，同样可以体会到“寻宝”的乐趣，因为时常有精妙的创意进入你的视线，印入你的脑海，牵动你的神经，让你沉浸在创意的国度里信马由缰，回味无穷。

值得肯定的是，地产广告已经告别了炒卖概念的“卖拐”时代，无可争议地迈入了创意时代，与窗外楼市的寒冷相比，创意广告以其独具魅力的表现形式，描绘着另一个多姿多彩的世界。

永不枯竭的创意，同样需要用心去呵护，为房地产企业的用心，来点掌声吧。

记者手记

王磊

