

地产·郑
能量 二〇一二中原地产年度大奖

获奖案例：金沙湖高尔夫观邸·天王对抗赛



开发商：河南和谐置业有限公司 项目：金沙湖高尔夫观邸
剧情回顾：全球近百家媒体现场采访，60家电视台现场直播，数千名粉丝现场围观，“老虎”泰格·伍兹VS罗里·麦克罗伊这对当今世界最优秀的高尔夫球手金沙湖高尔夫观邸·天王对抗赛，10月29日在郑州金沙湖国际高尔夫俱乐部上演。相对于比赛胜负，能够近距离欣赏到两位顶尖高手的风采，才是给郑州球迷留下的最美好的印象。

获奖理由：请泰格·伍兹和罗里·麦克罗伊这样的巨星来，极具“眼球效应”，而这种强大的号召力让金沙湖高尔夫观邸别墅自身价值也将得到不断释放和攀升。

获奖案例：论道江南



开发商：郑州清华园房地产开发有限公司 项目：清华忆江南
剧情回顾：“论道江南”系列活动秉承“铸造精品，奉献社会”的宗旨，肩负中原游闲文化领跑者的高度责任感，以清华·忆江南稀缺的山水资源为映衬，以弘扬和传播优秀文化为目的，自2009年龙永图论道江南至今该系列活动已是两年有余，在此期间，又有于丹、王立群、纪连海等十几位国内名家论道于清华·忆江南。

获奖理由：如今，中原地产营销案例中充斥着“立竿见影”的“一次营销”，而“论道江南”则在“坚持”中诉求经典，成为中原地产响当当的文化品牌活动。

获奖案例：郎咸平论道二七万达广场



开发商：郑州万达广场投资有限公司 项目：二七万达广场
剧情回顾：5月24日，“郎眼看经济——郑州晚报成功改版10周年暨郑州二七万达广场试营业倒计时100天论坛”活动在郑东新区国际会展中心举行。郎咸平针对中国经济走势及投资之道进行了深刻分析与详细解读，独到的见解将论坛带到一个高潮，并抛出观点：“中国的房地产比美国的房地产保值。”

获奖理由：“郎大炮”，著名经济大师郎咸平的到来，不仅再一次让万达产品成为中原百姓关注的焦点，也让中原人感受了一场前所未有的财富盛宴。

获奖案例：为爱筑家——2012郑州最佳婚房大推荐、楼王档案



开发商：河南金林置业有限公司 项目：金林中心
剧情回顾：6月11日，金林中心针对婚房刚需者实行“你买房我补贴”，平均每套房补贴高达20万元，至6月15日，共有800余组客户来电，600余位客户造访现场。6月16日，203套房源被售出；17日，再次认购78套。6月16日、17日两天总成交1.89亿元。

8月23日，一叠标有“机密”字样的《楼王档案》在郑州晚报刊登，“楼王，为我们的城市增彩；楼王，为我们的生活加冕！”9月15日，金林中心18号景观楼王的开盘迎来近300名准业主，不到一天时间，180套房源各归其主，全部售罄。

获奖理由：针对性地制定营销策略，不仅价格亲民，而且话题鲜活，获得了良好的市场表现，可谓是“线上+线下”整合营销的经典案例。

获奖案例：携奥运冠军 筑金牌社区

开发商：郑州昌建地产有限公司 项目：昌建·誉峰

剧情回顾：9月1日，奥运冠军李雪英荣膺“昌建·誉峰”形象大使签约仪式暨“誉峰之夜”大型文艺晚会举行。现场，河南昌建地产集团董事长赵建生为李雪英颁发一枚寓意“昌建·誉峰”金牌业主身份的“金钥匙”，祝贺李雪英成为昌建·誉峰第一位尊贵的业主。



获奖理由：项庄舞剑，意在沛公。昌建·誉峰携手李雪英，意欲全方位打造“冠军品质、金牌住区”，彰显了昌建的品牌实力和产品影响力。

获奖案例：建业二十年感恩演出

开发商：建业集团

剧情回顾：“建业二十年，感恩一亿人！”为答谢新老业主和社会各界朋友，建业集团邀请北京军区战友文工团于4月29日至5月1日在省人民会堂举行3场大型红色经典史诗——“长征组歌”演出。5月1日，建业集团焦作公司特别邀请百余位业主到省会郑州参加了此次活动。



获奖理由：20年来，建业人在“根植中原，造福百姓”的价值观和省域化战略的引领下，一路筑城不辍，谱写下了“建业人的长征”，这种坚持与付出让人感动。

2012 中原地产年度 营销策划大奖

获奖案例：谁能代言郑州

开发商：郑州新顺意房地产开发有限公司 项目：润城

剧情回顾：7月中旬，由润城项目主办的“谁能代言郑州”活动拉开序幕，这场旨在“寻找城市积极向上力量、宣扬积极向上人生态度、重塑中原人人文精神”的大型活动历时4个月，共有1314名市民积极参与，引发全城瞩目。11月24日下午，“谁能代言郑州”千人晋阶party秀颁奖盛典盛大举行，最终100名晋阶者斩获大奖。



获奖理由：本次活动旨在汇集城市的晋阶者，让晋阶者发现、了解润城，这不仅是双赢，更是多赢。“谁能代言郑州”之所以成功，正是基于此。

获奖案例：升龙城“全城竞猜”

开发商：郑州骏龙房地产开发有限公司 项目：升龙城

剧情回顾：3月23日~4月15日，升龙城房价“全城竞猜”活动火热开始，“房价你说了算，大奖等你抽，优惠额外奉送……”4月15日，升龙城首期60~180平方米双气豪宅盛大开盘，3小时热销910套，活动取得了超预期的成功。



获奖理由：购房者历来对于“房价”只有“被动接受”，却不能“主动参与”，但是“全城竞猜”却打破了购房者在楼盘定价时的地位缺失，值得称赞。

2012年，对于楼市营销来说，是无奈却亢奋的一年。

“谱不可以尽弈之变，法不可以尽战之奇”，对于楼市而言，营销更像是一场战役，从照猫画虎的“港式”、“台式”营销，到如今机关算尽依然无人问津的市场表现，从销售卖得太火的“营销无用论”，到卖不出去的“营销无效论”，各种层出不穷的营销手法令我们眼花缭乱。

其中，要想斩敌于阵前，要的真本事。让我们来分享2012年的经典案例，看营销如何让楼盘耀眼生辉。（以下获奖案例不分先后）

记者 王磊

