



# 春节前楼盘项目忙“营销” 开发商频打“亲情牌”

## 今晚楼市原创

近日,多家开发企业项目楼盘推出各种形式的营销内容,用“亲情”演绎春节前的营销新模式,其中不乏“新春音乐会”“交响乐”等丰富多彩面向业主和意向置业者的活动。这种以“家”为核的房企春节营销序幕开启楼盘与置业者之间的情感共融,这股温情攻势也体现出房企面对市场新常态的主动求变与创新思维。



据了解,随着春节临近,多家品牌房企纷纷启动以“亲情”“团圆”“归家”为主题的营销活动,通过一系列充满温情的情感互动,在传统佳节期间与潜在客户建立深层连接,为节后楼市回暖进行前瞻性铺垫。某楼盘项目营销负责人表示,春节是中国人情感最浓烈的时刻,家的概念最为突出。我们希望通过情感共鸣,让客户感受到我们不只是卖房子,更是为他们提供承载家庭记忆的空间。

业内人士高邵忠认为,当前房地产市场正处于调整期,传统的促销手段效果减弱。情感营销能够建立更稳固的客户关系,提升品牌好感度,为后续转化奠定基础。房企此次集体转向亲情营销,是基于对市场趋势的敏锐把握。此外,春节前房企营销策略的调整,反映了行业从“卖房子”

向“卖生活方式”的深层转变。随着住房市场逐步进入存量时代,产品同质化竞争加剧,情感价值和文化附加值将成为房企差异化竞争的重要方向。

某房企区域主管直言,今年春节前房企推出的营销不再是一味地宣传产品,而是更多地融入“亲情”因素,因为房地产最终还是服务于人的生活,谁能更好地理解并回应人们对家庭、亲情和归属感的需求,谁就能在下一轮市场发展中赢得先机。春节期间,万家团圆,亲情的温暖在每一户灯火中流淌。走亲访友时,许多家庭会认真思考一个共同的话题,也就是需要一个怎样的家?相信春节假期后,这种由亲情驱动的购房需求会为楼市注入一股“温情暖流”的置业热潮。

刚参加了某楼盘“新春交响

音乐会”的准置业者马帅表示,以前每到春节前会有很多楼盘项目打来电话推销产品,参加个活动也是三句话不离项目。今天参加的这个活动是楼盘答谢业主的一场交响乐,没有推销,没有项目推荐,有的只是营销人员温馨的笑脸,既沉浸于音乐的海洋,又感受到房企的亲情,这样的楼盘项目入住后也一定会充满快乐和舒心。

春节前房企推出的营销策划不约而同地将焦点从单纯的产品推销转向情感价值的传递,对于入住的业主来说切实感受到了生活的品质,对于意向置业者来说,增加了对项目选择的信心,楼盘春节前弱化了商业气息,强化了情感互动,对春节后楼市营销形成了良好的铺垫作用。

本版记者 杨维东  
图片为资料图

## 置业有“眼缘”更要“读懂”产品

### 楼市互动

有置业者询问,他相中了一套位于红桥区西站附近的新楼盘项目,当时他和几个朋友陪着其中的一位一起去看房,自己并没有置业的诉求,可是到了项目上一看,他有些动心了,非常喜欢这个项目楼盘的户型设计和整体住区的环境,回家后便和家人商量卖掉现在居住的房子,不仅是换新,也是要改善一下现有的居住生活,家里人也表示同意他的想法,这位置业者便来咨询本报“楼市互动”,询问这样置业是不是有些草率了,如果有置业需求又该怎样选房。

### “楼市互动”认为:

很多的置业者往往也是以“眼缘”来选择楼盘产品,而实际上对项目很少了解,这样便会造成心里的不踏实和纠结情绪,总会感觉选择的楼盘产品是否正确。这位置业者不仅是对产品有了好感,而且还出现了置业的冲动,这样的做法是不可取的。选择楼盘项目第一是要根据自己的实际需求,第二便是要“读懂”产品,就像以往有置业者喜欢洋房产品,但根本就不懂得什么是洋房。置业选择首先是要“读懂需求”,然后是“读懂产品”,而所谓“读懂”,便是要深入了解楼盘产品的内涵,从设计理念到产品的实用,从环境布局到居住品质,从需求到项目的未来价值都需要认真考虑,切不可仅凭外表喜好便盲目选择。

## “大隐于世”园林生活 邀读者参与冬季打卡

居住,简单而又含蓄的词语,说其简单,有房有屋,能吃能睡即可,论其含蓄,有更多生活的品质蕴藏于里。

现代的居住不仅是关上房门的空间布局,也是楼栋外秀美的景观和点滴中的细节,更不乏居住的社区景观中不起眼的一把摇椅,一条小溪,居住的本质诠释了生活的舒适,此情此景中,放下了疲惫,身心得以舒缓。

推开窗,眼眸中的树木与人工雕琢的微景观犹如天成的风景画卷,而置身其中,发现居住的“景逸”这般让人心旷神怡。

为更好地让读者能够聚在一起感受冬季里别样的风情,本报推出住“艺”有“景”,放松心情源于生活“景逸”居住园林打卡活动,邀约喜欢摄影拍照的读者参与其中,享受冬季里那些“大隐于世”的居住园林风景。

“霓裳片片晚妆新,束素亭亭玉殿春。”冬季,游走于楼盘园林感受别样风情,不失为生活里的美好点缀。感受建筑与景观的融合,细微中蕴含着博大的文化内涵,许多新楼盘的园林设计都追求与自然的和谐融合,通过精心挑选的植物、水系、山石等自然元素,营造出一种仿佛置身于大自然之中的感觉。园林作为楼盘的重要组成部分,其美观性和实用性都会直接影响到房产的价值。一个精心设计的园林,往往能够成为楼盘的亮点和卖点,而冬季到园林品鉴更能感受不一样的意境。

参与冬日赏“景”的读者可以在专业手机拍摄老师的指导下拍下冬季园林的微妙景致,既掌握了手机拍摄的技法,又可以打卡园林美景,更可以与大家一起分享,将自己拍摄的美景参与到本次活动的作品展之中。活动报名 13612081010。

## “围炉”闲聊当下与过往 “皓首苍”征集“老话题”

为更好地为读者提供舒适而有意义的互动,本报策划推出面向有故事的老年人的“围炉”闲聊当下与过往主题系列活动,大家在一起可以聊过往,聊城市的发展变化,聊现在的居住生活,聊曾经的梦想,聊家风、家事,同时也可以聊聊自己现在的喜好,包括书法、绘画、摄影、文艺、运动,更可以聊聊喜欢的书籍以及读后感,活动以“围炉”座谈方式进行。

“围炉”以一盏清茶为礼,以谈天说地为序,邀约读者参与其中,讲一讲自己年轻时的经历,说一说自己现在享受的生活时光,活动以追随时光的脚步、畅叙当下的幸福为场景,一杯香茗品味人生旅程,追忆过往,重温年少的轻狂,主题活动以回顾作为对城市的致敬,对家人的致谢,以及对自己人生的致意。

莫道桑榆晚,为霞尚满天。

银发老人退休以后的时光不都是遛弯、养花、看孙辈。同样,老年人的生活日常也不都是柴米油盐。老有所为不是空谈,老有所乐也不是说说而已。为更好地丰富并服务于老年读者,更好地激发老年人展现自我价值的热情,本报独家推出“皓首苍”老年读者群,针对老年人的个性与共性,组织适合老年人一起互动的系列活动,满足不同的需求。

脱略小时辈,结交皆老苍。

“皓首苍”将通过集结更多老年人一起聊天拉家常,一起互动谈生活,让老年人更多感受多样化的老年时光。

凡年满60岁的老年人有兴趣参与“围炉”活动,想一起聊聊“老话题”和“老故事”,可致电 13612081010 报名参与。

