

绿城·春熙云峰

2023新媒体运营推广方案

钜石互动-新媒体事业部

IDEA

ART

COPYWRITING

BRAND

IMAGE

GC^{AD} 钜石广告

12

钜石12年 传奇北中国

YEARS

A I G H T

2008

钜石广告天津公司成立

2009

钜石广告呼和浩特分公司成立
与内蒙古滨海集团、松江集团达成战略合作

2010

年度服务项目建设面积
累计超过400万平米

2011

钜石广告宁夏分公司成立

2012

服务6家全国20强房地产企业
创作团队规模达到50人

2013

荣获新浪乐居品牌房地产“金牌策划机构”
入选《中国优秀房地产广告年鉴》达18个项目
其中全国10强房地产客户达5家以上
服务地产项目量突破40个

2014

公司团队规模突破60人
服务项目建面累计超2100万平米

2015

钜石广告北京分公司成立
天津总部迁址棉3创意产业园

2016

热心公益 赴SOS儿童村献爱心

2017

服务项目累计突破200余个
服务中国30强房企达16家
服务项目建面累计超过3000万平米

2018

强势扩展
综合规模提升30%

2019

稳固现有规模
进行企业的全方位垂直深化工作

2020

优化产业服务结构
针对大型国有企业及上市企业
构成完善的升级化服务体系

DATA OF GCAD

12_{years}
品牌年限

100_{partners}
人员规模

1000_{m²}
公司面积

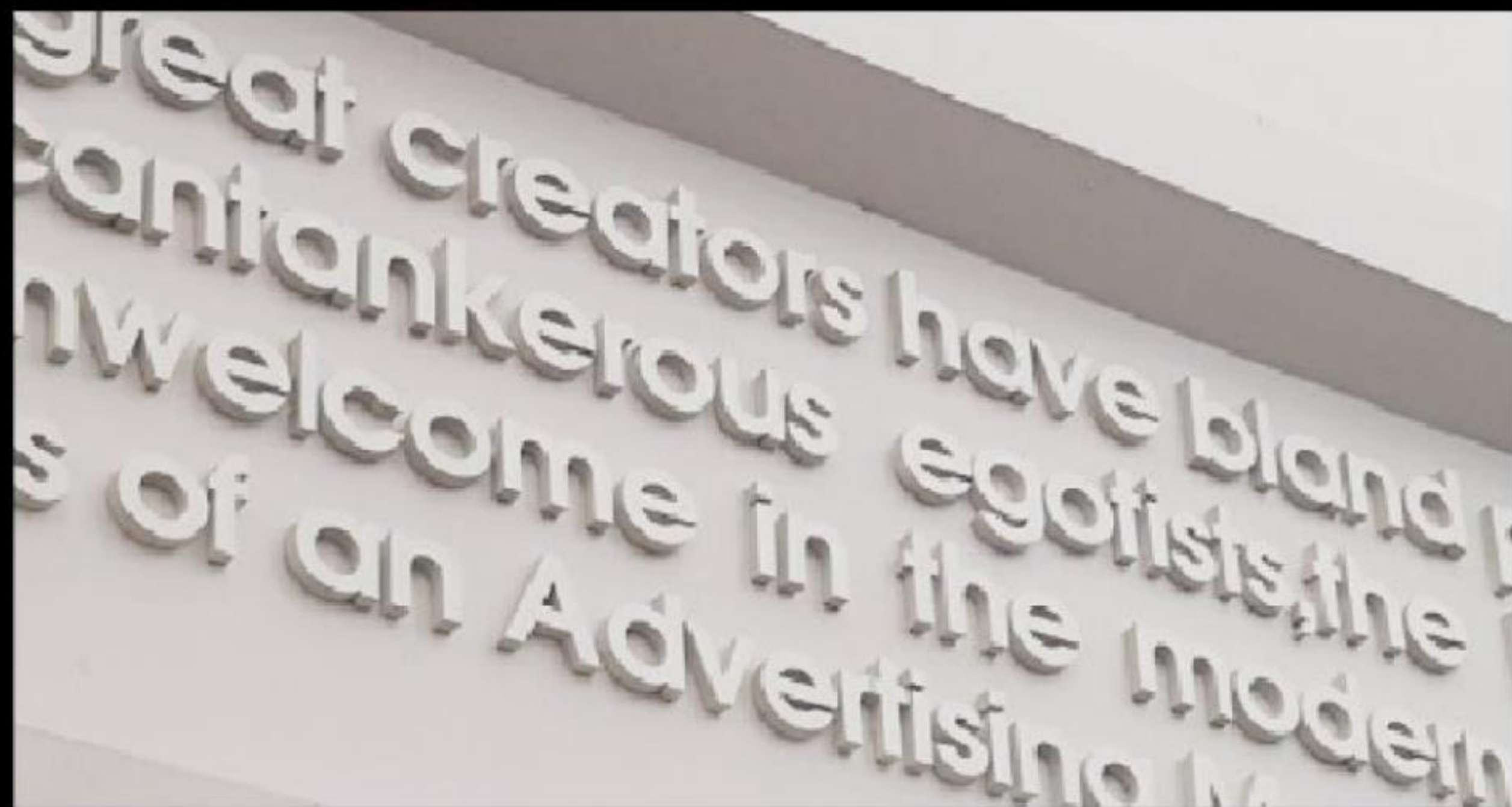
6_{citise}
城市布局

5_{broad}
业务板块

GC^{AD} 钺石广告

1000m²

Super
Creative
space



WORK SPACE

棉三创意街区

1000平米创意大本营



Service Matrix

GC^{AD} 钜石广告

5×SERVICE

5大服务模块 构筑钜石服务矩阵

全案

搭建360度营销体系，提供具有建设性
前瞻性的系统化服务

品牌

集团品牌、产品线品牌、
城市公司品牌三大品牌服务体系

传媒

移动媒体、户外媒体及其他大众传播媒体
整合代理发布工作

互动

线下、线上及线上与线下
各种营销型互动动作的内容建设及框架搭建

公关

网络、移动终端及社会三大层面的公共关系管理
及公关动作落位

殊荣奖项

HONOR

A W A R D

天津市侨商会理事会企业理事 天津市宁夏商会(第一届)副会长单位 天津市中小企业技术与开发协会理事单位

荣获商务部企业信用评级:采购与招投标企业信用评级AA级企业

2013年荣获新浪乐居品牌房地产“金牌策划机构”

入选《中国优秀房地产广告年鉴》达18个项目 其中全国10强房地产客户达5家以上

2015年作品入围亚太广告节

2016年获得“世茂营销合作伙伴2016年突出贡献奖”

2019年斩获ADMEN“2019年度最具商业价值策划创意公司”

GC^{AD} 钺石广告

DATA OF GCAD

GC^{AD} 钜石广告

10,000,000 m²

55 家

21 家

参与开发面积

服务世界500强企业

合作大型国企央企

合作伙伴
PARTNER
B R A N D

二百余个地产服务案例
4城公司 服务遍布全国

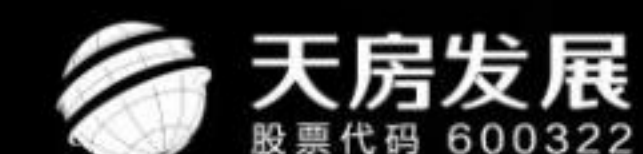
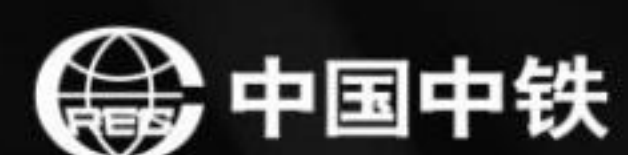
12年, 200余个地产全案

北京/天津/呼和浩特/银川

四地公司联动, 服务中国10余个大中型城市

将钻石广告所倡导的广告精神, 推向华夏大地

行正道, 得正果。致力成为中国全案地产的行业引领者



80 partners

专业化创意脑力构成

GC^{AD} 钻石广告

95%

人员本科以上学历比例

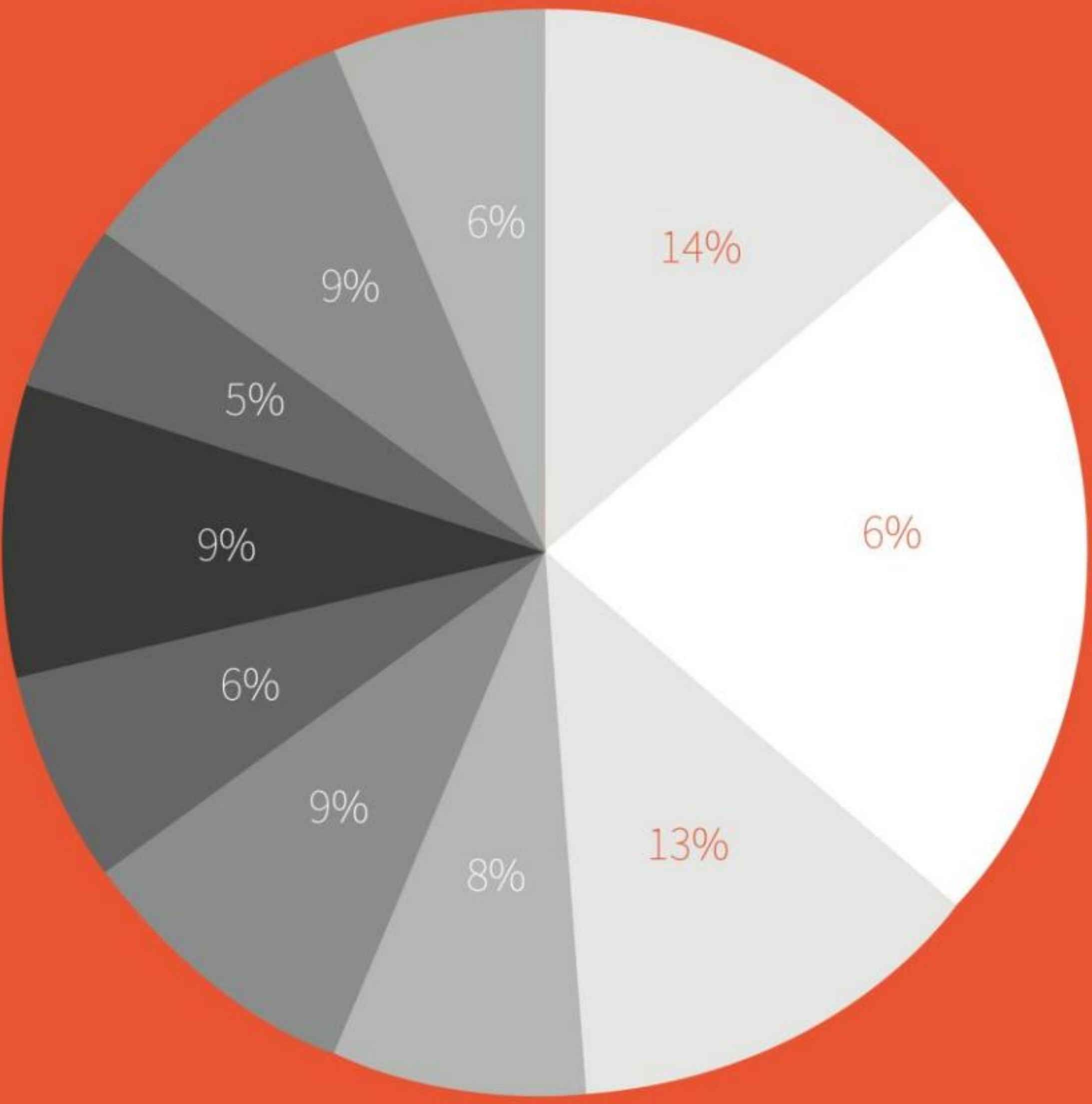
80%

美术及广告学专业本科比例

58%

7年以上从业人员比例

钜石广告人员专业构成比例



经典美术专业	11人	美术人才层
视觉传达专业	18人	
新媒体制作专业	10人	
经典中文专业	8人	策略人才层
广告学专业	7人	
大众传播专业	5人	
数字化运营专业	7人	
市场营销专业	4人	
工商管理专业	7人	运营人才层
其他专业	5人	

97%

本科人才率

94%

广告相关专业人才率



甄里 董事长

从业经历

- 天津市宁夏商会第一届副会长
- 天津市侨商会理事会理事
- 天津市中小企业技术与开发协会常务理事
- 南开大学校友礼仪研修会理事
- 宁夏耘岭酒庄有限公司董事长

项目服务经历

- | | |
|--------------|------------|
| GC 富力·津门湖 | GC 中建·锦绣丽城 |
| GC 富力·桃园 | GC 天住·君山府 |
| GC 翰澜苑 | GC 中粮·中北祥云 |
| GC 中冶·盛世国际广场 | GC 中骏·皓景湾 |
| GC 保利和园 | GC 保利城 |



赵圣君 总经理

从业经历
17年广告从业经验

项目服务经历

服务过项目

- GC 中骏·皓景湾
- GC 远洋·万和四季
- GC 悦光年
- GC 路劲·太阳城
- GC 保利和园
- GC 阳光城·皓玥
- GC 保利东郡
- GC 保利城
- GC 中海铂悦府
- GC 北岸中心



GC-铂石广告

李想 创意总监

从业经历

12年广告从业经验

项目服务经历

服务过项目

- GC 中建·锦绣丽城
- GC 天住·君山府
- GC 中粮·中北祥云
- GC 中骏·皓景湾
- GC 悦光年

- GC 路劲·太阳城
- GC 保利和园
- GC 中海铂悦府



李唯达

设计总监

从业经历

- 2003-2006 深渊传播 设计师
- 2009-2013 GVL广告 事业部总监
- 2013-至今 钜石广告

项目服务经历

服务过项目

- | | | |
|----------|----------|------------|
| GC 富力城 | GC 保利海公园 | GC 远洋·万和四季 |
| GC 富力津门湖 | GC 保利东郡 | |
| GC 中信珺台 | GC 保利和园 | |
| GC 远洋城 | GC 海河大观 | |
| GC 北岸中心 | GC 鲲栖府 | |



扫码下载方案

知识星球：地产智库

超1300000份资料
总计13530GB

8大星主加盟倾力打造，中国领先的地产知识库！
一个"地产智库" = 1个营销方案库 + 1个策划人方案库
+ 1个文案库 + 1个设计库 + 1个视频库 + N个其他平台网站

公众号：地产智库精选

关注公众号领取4000+资料包，心动不如行动哦！

365天全程陪跑，不间断分享：营销、活动、设计、广告、文案、美陈、物料等各类最新资料

微信号：**dczk1121** 可咨询

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



长按扫码关注

地产智库知识矩阵



扫码加入地产智库



扫码加入设计库



地产智库视频号



地产智库抖音号

营销 | 策划 | 培训 | 产品 | 设计 | 报建
前策 | 开发 | 广告 | 研判 | 成本 | 推广
物业 | 运营 | 工程 | 人力 | 研报 | 美陈



徐 记平

运营总监

从业经历

2003-2007北人集团 2007-2008北岛广告
2008-2009世纪坐标 2009至今钜石广告

项目服务经历

经典项目

GC 万达集团品牌 GC 世茂生态城 GC 路劲太阳城

服务过项目

GC 保利诺丁山 GC 中海金海湾 GC 嘉里雅颂居
GC 保利罗兰公馆 GC 远洋悦光年 GC 恒大帝景
GC 中车绅湖公馆 GC 中交上东国际
GC 世茂茂悦府 GC 海亮广场
GC 中海铂悦府 GC 融创全运村

仇 昌旺 执行总监

从业经历

14年广告从业经验

项目服务经历

服务过项目

CC 中粮·中北祥云

CC 中骏·皓景湾

CC 中海铂悦府

CC 北岸中心

CC 新华联悦澜湾

阳光城·皓玥

新华联世家

CC 天佳·君山府



GC-铂石广告

孙 常青

执行总监

从业经历

14年广告从业经验

项目服务经历

服务过项目

- GC 中冶·盛世国际广场
- GC 中建·锦绣丽城
- GC 天住·君山府
- GC 中粮·中北祥云
- GC 中骏·皓景湾

- GC 远洋·万和四季
- GC 悦光年
- GC 路劲·太阳城



赵 然

策略总监

从业经历

12年广告从业经验

项目服务经历

服务过项目

- GC 远洋·万和四季
- GC 悦光年
- GC 路劲·太阳城
- GC 保利和园
- GC 保利东郡

- GC 保利城
- GC 中海铂悦府
- GC 北岸中心

看这里



扫码免费加入

地产资料社群

上万份方案

免费下载

每天更新



甲方的保姆

邀请你加入星球，一起学习

地产智库-免费版

星主：甲方的保姆



3900+

成员数量

3200+

内容数量

1032

运营天数

地产智库旗下免费资料分享库，专注地产资料分享，目前累计免费分享方案11000+
↓↓↓微信扫码即可
免费加入

知识星球

微信扫码加入星球 ▶



尚玺臣 客户总监

从业经历

9年广告从业经验

项目服务经历

服务过项目

CC 富力·津门湖

GC 保利·东郡

CC 富力·桃园

GC 新城吾悦广场等

CC 翰潤苑

CC 中冶·盛世国际广场

CC 悦光年

服务项目

SERVICE PROJECT

Minded Strength Of
The Joint

 NORTH SHORE CENTER 北岸中心	 天津全运村 THE NATIONAL VILLAGE	 恒大花地湾 HENGDA HUADI BAY	 半湾半岛 HALF BAY ISLAND	 神湖公馆 SHENHU GONGTING	 海奕地产 HAIYUAN REAL ESTATE	 AMHILIGHT PLAZA 星耀·国际广场
 HORIZON CAPITAL 海河大觀 HAIHE DAKUAN	 EASTLAKE TOWN 松江·东麓小镇	 松江·万御 SONGJIANG WANYU	 雅頌居 ARCADIA COURT	 VISION TANG 大唐印象	 恒大帝景 HENGDA DIJING	 松江阳光时光 SONGJIANG YANGGUANG
 万达集团 WANDA GROUP	 TITANIC GARDEN 香江·海上花园	 新华联雅园 MACROLENK	 玫瑰湾 Rose County	 融侨中心 RONGQIAO CENTRE	 上东国际 SHANGDONG INTERNATIONAL	 金隅港城 JINYU PORT CITY
 联观邸 LIANG GUAN	 恒大花地湾 HENGDA HUADI BAY	 滨海友谊 BINHAI FRIENDSHIP	 AMHILIGHT PLAZA 星耀·国际广场	 郁江溪岸 YONGJIANG XIAN	 NOTTINGHILL 诺丁山	 北大资源·蔚府 BEIDA ZIYUAN
 远洋城 OCEAN CITY	 世茂生态城 SHIMAO ECO CITY	 经汇中心 JINGJI CENTER	 王府壹號 WANGFU TANG	 自在·自在 ZAI ZAI	 自在·自在 ZAI ZAI	 永泰城 YONGTAI CITY



服务项目

SERVICE PROJECT

远洋悦光年

原创手工拍摄定格动画H5





远洋悦光年

纯手绘问答类H5



金科品牌

纯手绘问答类H5



扫描二维码



可浏览作品

新华联世家

微楼书H5



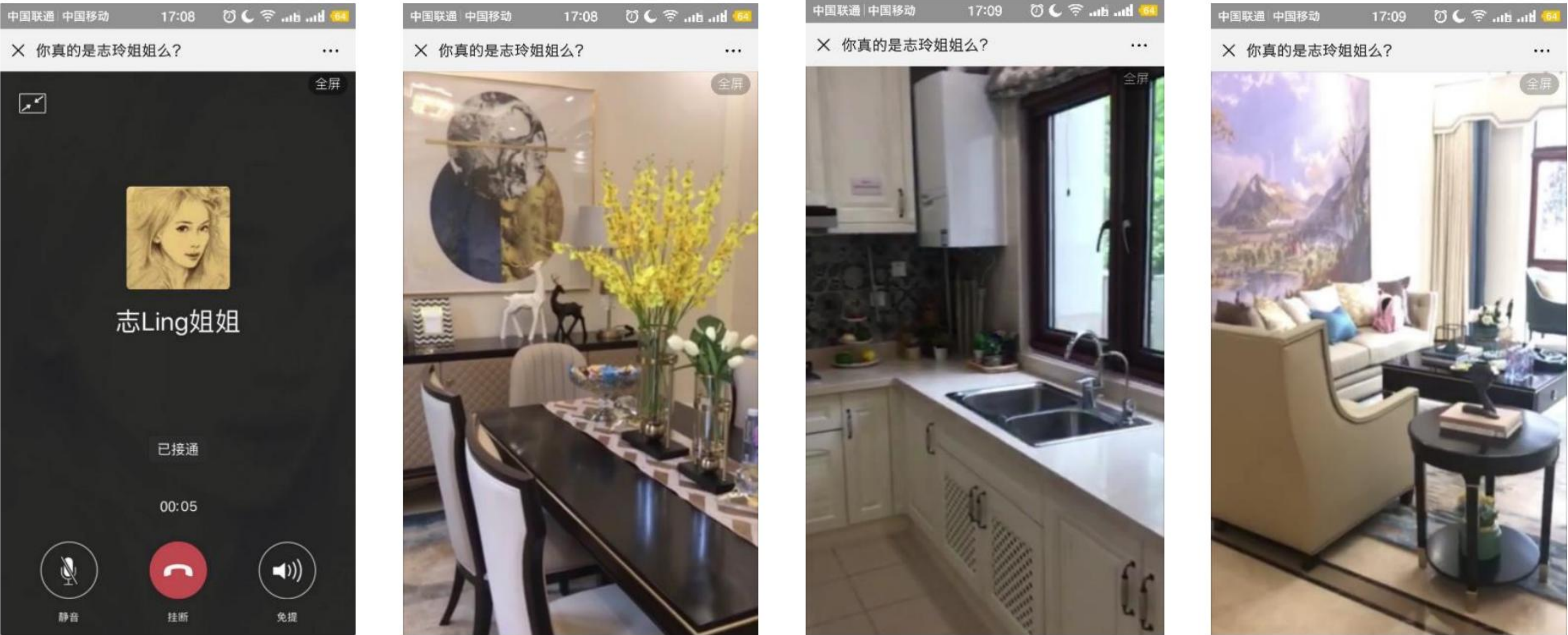
扫描二维码



可浏览作品

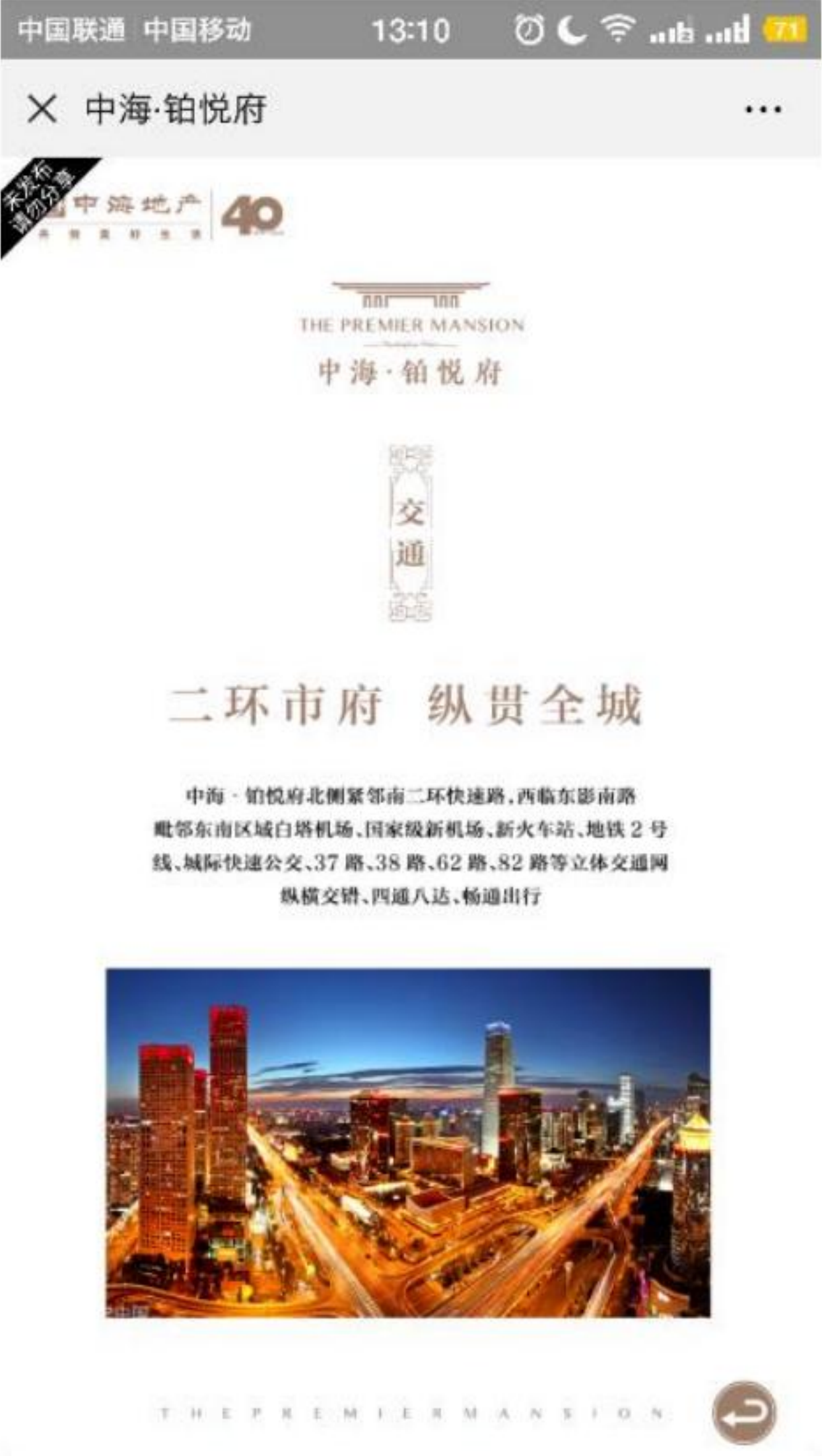
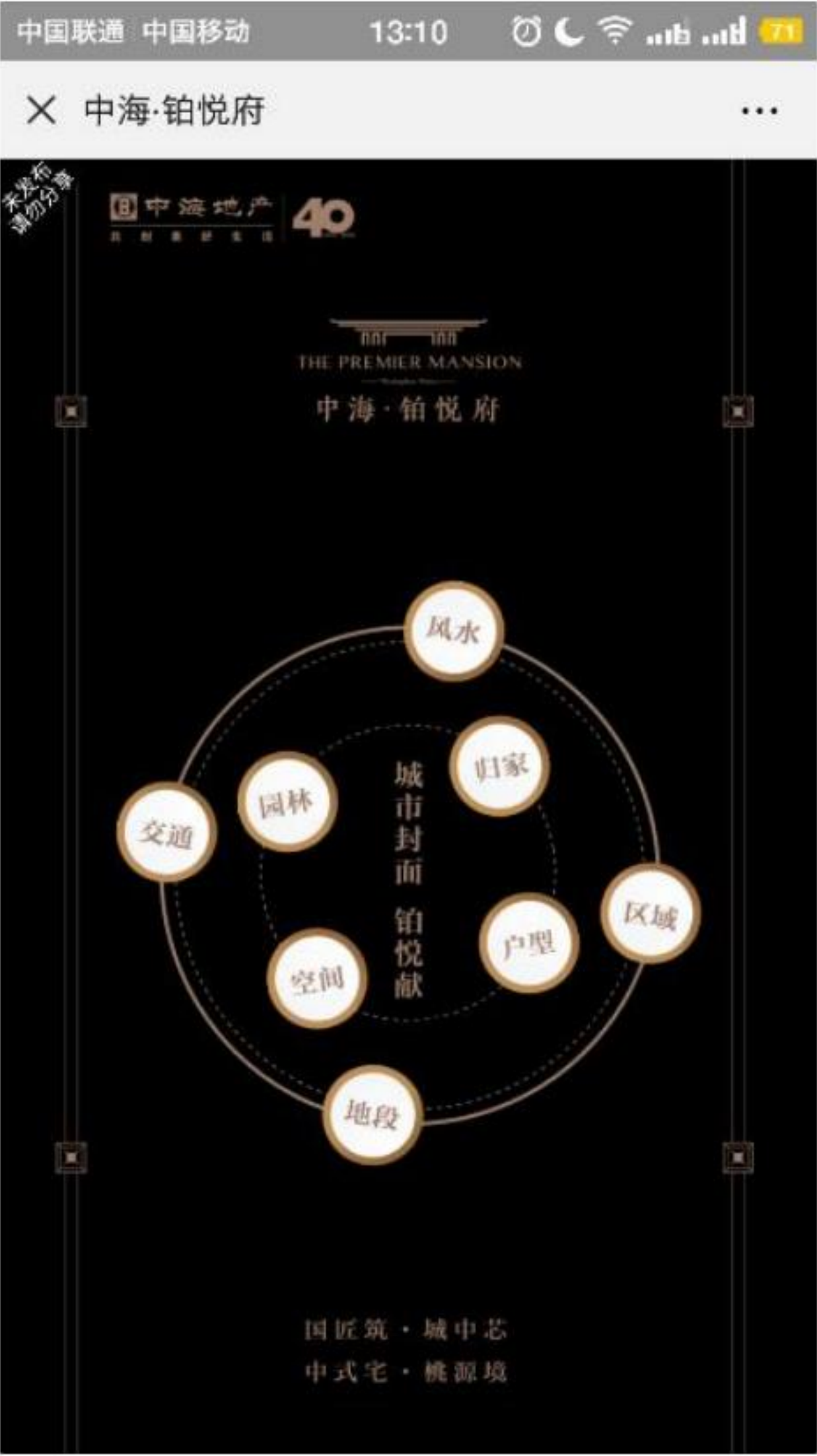
新华联世家

互动视频H5



呼市中海·铂悦府

微楼书H5

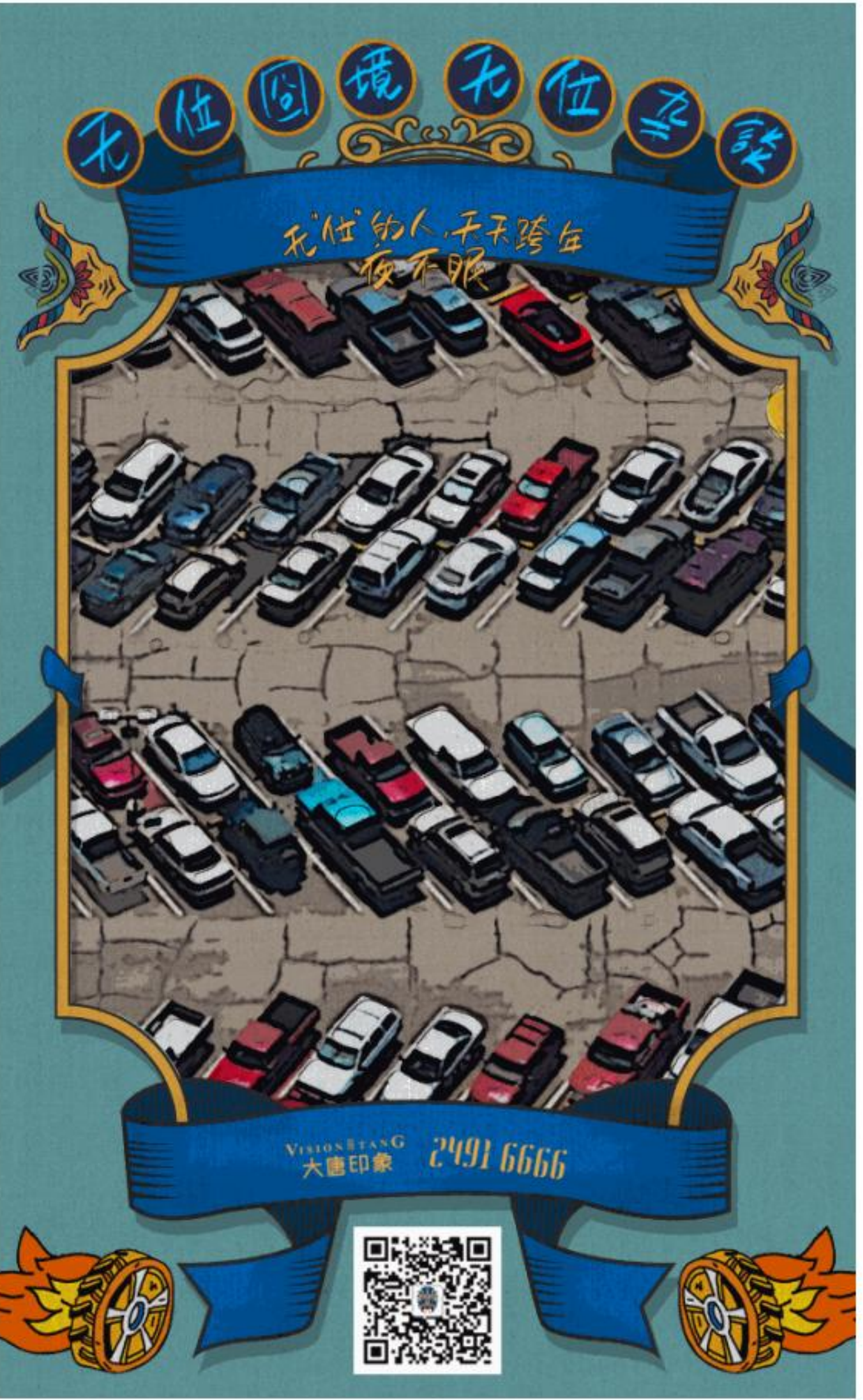
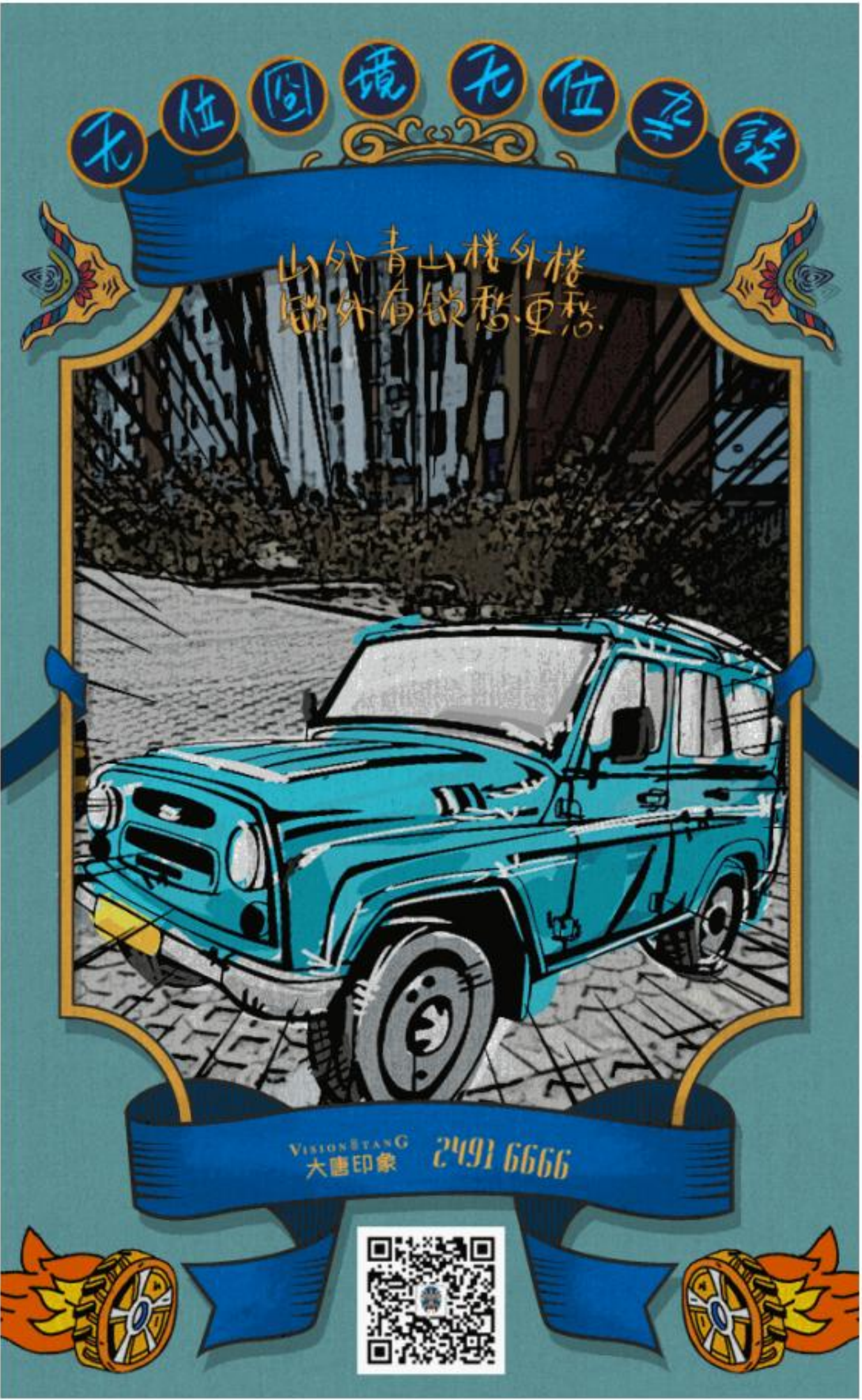
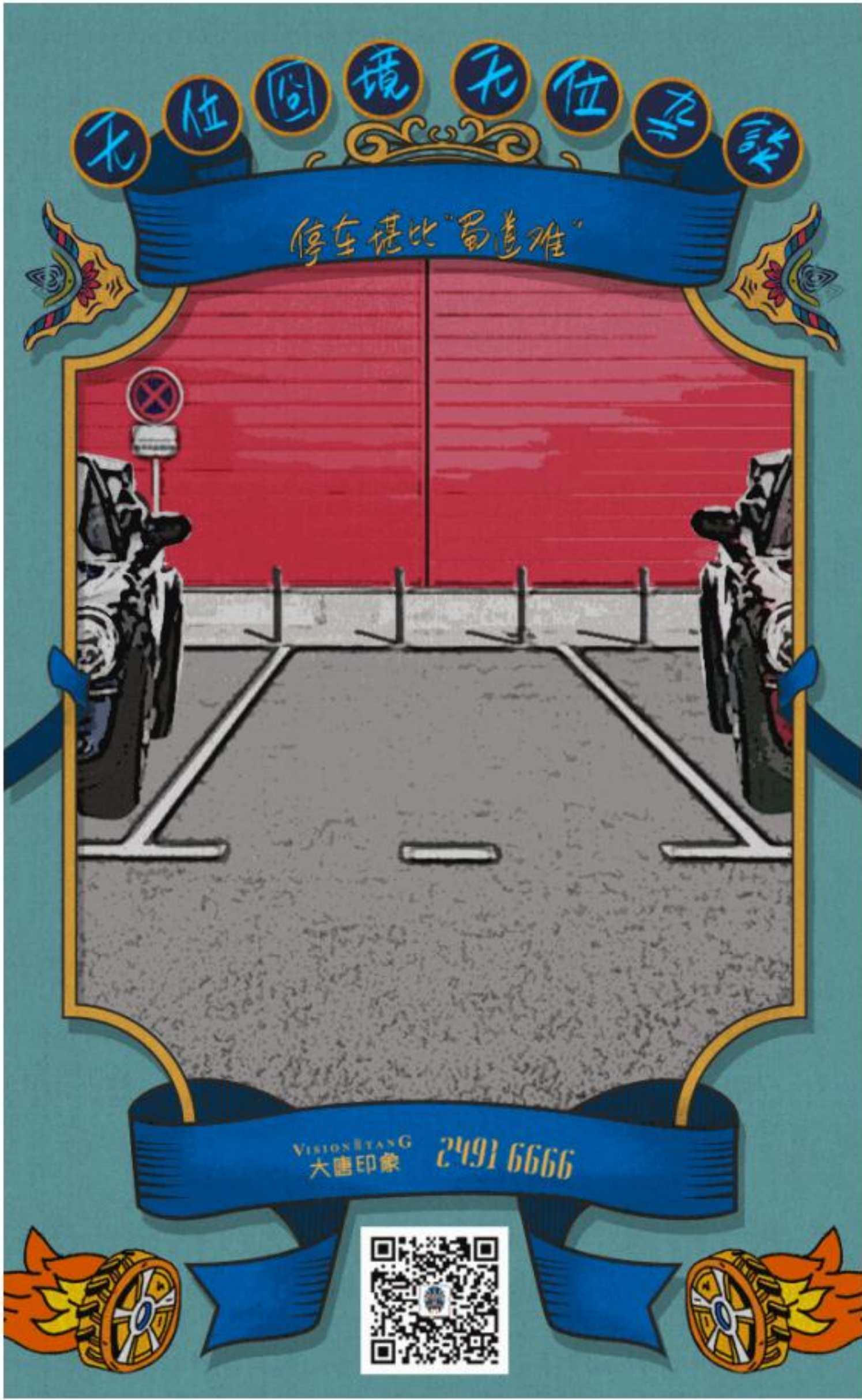


植树节H5



大唐印象

车位手绘动态海报



三个典型——区域



跟着买，总不会错



- 典型的四线市场，规模小，人口少；
- 置业逻辑从众心理强，羊群跟随效应较为突出；
- 对于好产品的认知是口耳相传，即老带新比较大；
- 正因为市场封闭，导致众口铄金，口碑统一，也导致事件性活动较为容易传播；

三个典型——人群



熟悉的陌生人



- 典型的熟人社会；
- 静海的财富人群，财富来源相对明确；
本案主力人群：公务员（政军教科文）；私营业主（物流/工程/食品生产加工等）
- 因为职业流动性不大，导致人群之间都有着交集，即使不是亲戚，也必然是熟人

三个典型——圈层



固化的人脉关系网



- 静海没有像天津其他区域，成为外来人口的落脚地，导致人脉关系更加固化；
- 由于行业、职业的固定，导致圈子和财富也相对固定，形成了封闭的裙带关系；



结论

旧相识——新邻居——新圈层

由于绿城春熙云峰，这些人群从原来的老相识
变成了现在的新邻居，新的圈层





本案思考

如何将每位业主的人脉关系和资源
导入联盟，导入社群，乃至导入好街？





壹

目的—/通过异业联盟反哺社群

通过异业联盟带来的各种福利活动，日常生活优惠可以有效反哺社群，支撑社群长期运营，降低项目的营销成本。

贰

目的二/通过异业联盟储备筛选好商家

通过筛选静海各种知名好店，可以为未来好街筛选并储备资质较好的商家。

叁

目的三/通过异业联盟前置好街生活方式

通过异业联盟，可以为老业主带来众多福利的同时，也是为了老业主提前享受未来好街的生活方式。

肆

目的四/通过异业联盟可增加潜在客户池

通过异业联盟，可带来静海的商家资源、租户、消费者等，
可有效增加项目的潜在目标客户基数。



结论

展现绿城与城市共建美好生活的 实力与信心



卖家思维——买家思维



推广策略分析



在项目初期阶段，用卖家思维强行给市场洗脑
到了项目中后期，需转化思路，在有了一定用户基数之后
充分利用所属区域的典型特性，转化为“买家思维”

推广主题解析

- 1、通过“春熙”将绿城在静海的两个项目进行串联，形成品牌合力；
- 2、借用项目本身具有的“春熙”知名度，将原来的美好生活空间的影响力延伸到美好生活方式上；
- 3、“好街”“好生活节”，通过这种前置的宣传主题方式，可为后期品牌和项目的商街活动进行无缝衔接并完成落地；
- 4、在相对比较封闭的静海区域，通俗接地气的传播主题更易传播；





绿城·春熙云峰

春熙路上 GOOD LIFE 美好生活

绿城·春熙云峰2021好生活节 即将上线









春熙路上 GOOD LIFE 好生活







更多方案关注公众号：地产智库精选 知识星球：地产智库 全站120W地产资料每天持续更新中 加入会员下载无水印版PPT方案—联系VX：dczk1121

春熙路上 GOOD LIFE 好生活

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

















“异业联盟”洽谈切入

- 1、以绿城和双项目的合力视角进行洽谈
- 2、不寻求单场合作，而是长期的资源合作
- 3、以高质量社群为客源和影响力，作为洽谈的重要筹码
- 4、全新的合作方式，令双方皆受益

动作执行一：静海好店



创意/执行



筛选并洽谈静海吃喝玩乐的代表好店
以《云峰人物》为主题，拍摄人物记录片

好吃爱做

不设限 有所为
三个叔叔手工吐司店主理人之一 李先生
云峰人物纪录片——《三个男人，一块面包》即将上映



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



绿城·春熙云峰

好吃爱做

不设限, 有所为
Chunxi Road
A Good Life

三个叔叔手工吐司店主理人之一
..... 李先生

春熙路上
GOOD LIFE 好生活

云峰人物纪录片
《三个男人，一块面包》
即将上映

vipline 022 81177777
生活美学馆：天津市静海区春曦道与北盛路交口

拿手好戏

成长中的每一个孩子都应该有一个“拿手好戏”

斯玛特儿童培训中心创始人 王先生

云峰人物纪录片——《长不大的中年男人》即将上映



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/1Jm6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

绿城·春晓云峰

拿手好戏

Chunxi Road
A Good Life

成长中的每一个孩子都应该有一个“拿手好戏”

斯玛特儿童培训中心创始人
..... 王先生

春晓路上
GOOD LIFE 好生活

云峰人物纪录片
《三个男人，一块面包》
即将上映

vipline
022 81177777
生活美学馆：天津市静海区春晓道与北盛路交口

花好人美

在斜杠人生中走出一条直路
花开半巷鲜花店创始人 张小姐
云峰人物纪录片——《花中世界》即将上映



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6m6> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



绿城·春熙云峰

花好人美

在斜杠人生中
走出一条直路

Chunxi Road
A Good Life

花开半巷鲜花店创始人
..... 张小姐



SHOP

春熙路上 GOOD LIFE 好生活



云峰人物纪录片
《三个男人，一块面包》
即将上映

vipline 022 81177777

生活美学馆：天津市静海区春曦道与北盛路交口





云峰人物纪录片拍摄原则



- 1、不代言
- 2、不说项目
- 3、不说向往的生活（去地产化）
- 4、只谈自己的事业、朋友、兴趣爱好等



目的：利用典型的封闭传播环境、熟人社会关系
发动主角自身的人脉资源去传播



更多方案关注公众号：地产智库精选 知识星球：地产智库 全站120W地产资料每天持续更新中 加入会员下载无水印版PPT方案—联系VX：dczk1121

动作执行二：好生活节上线



创意/执行



根据所联合的吃喝好乐静海代表好店
在年中6月份可举办一场《好生活节》

动作执行三：异业联盟永久峰享卡



创意/执行



根据所联合的吃喝好乐静海代表好店
向老业主发放永久打折的限量《绿城春熙峰享卡》

福利建议：谈一个加油站，永久打折

动作执行五：细水长流



创意/执行



根据所联合的吃喝好乐静海代表好店
成立绿城春熙峰享会
定期根据项目营销需要，做跨界资源整合活动

异业联盟——社群活动

蛋糕店

业主生日会

儿童培训中心

绘画课/手工课/自然课

健身中心

减肥挑战赛

花艺店

太太的插花课/母亲节/父亲节

书店

读书会

摄影机构

手机拍摄课/摄影课

.....

第三部分

社群



很久没有这么经典的中国电影了，甚至成为很多医药、
保险行业从业人员人人必看的培训教材。

——人民网



主角程勇和吕受益为了卖药，一瓶也没卖出去



反思：他们做错了吗？

- 1、目标人群高度集中。无论是医院还是白血病人聚居地，都是目标用户的高度集中地。
- 2、抓住了痛点——便宜药。别人卖4万，他卖5000，价格绝对优势，符合痛点、刚需、高频的特征。
- 3、用户现身说法——吕受益，依然被拒绝，功亏一篑。



思考：商业的核心是交易，交易的核心是信任。

转折点：刘思慧（谭卓）的女儿是白血病患者，并且认识全上海白血病病友群的群主。并且将全上海所有病友群的群主带来和主角见面，打通了和KOL的关系。



结论：

- 1、找到目标人群中的意见领袖，通过他们影响更多的人；
- 2、根据用户的价值，贡献，影响力，对社群成员进行分类运营；（如贡献资源者，有更大曝光）
- 3、约法三章，制定共同遵守的社群公约





动作执行一：话题导入



创意/执行
主题：你的邻居怎么样？
执行：前期，通过邀请老业主进行随机采访
开启邻里关系的话题讨论



#除了家人，还有谁给你亲人般的温暖？#
#社区里最理想的邻里关系是怎样的？#
#2023年，你和邻居想做一个什么样的互动？#

平凡的日_

动作执行二：我的好邻居系列情景剧

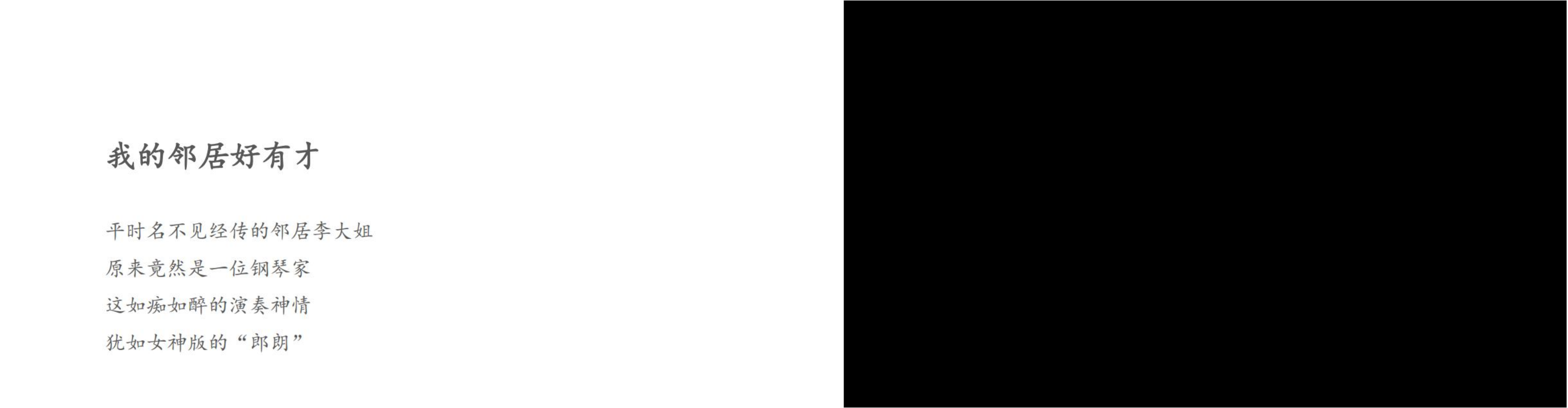


创意/执行

主题：我的好邻居

执行：通过寻找社区里愿意表现自己的小老业主
根据其性格、爱好、行业背景等，拍摄系列有趣的情境小片
进而展示业主美好日常，多才多艺的一面





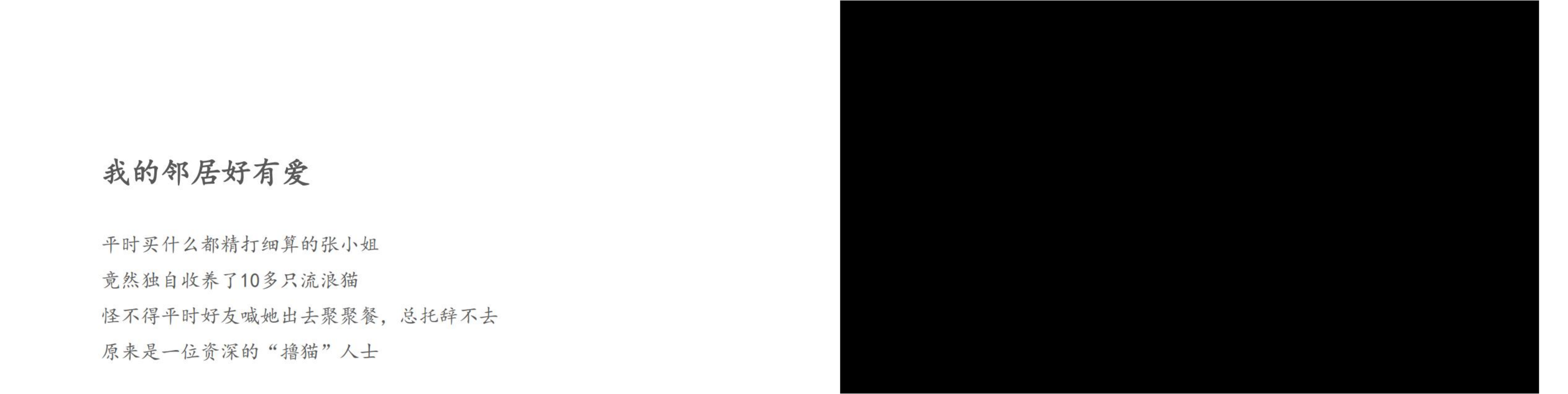
我的邻居好有才

平时名不见经传的邻居李大姐

原来竟然是一位钢琴家

这如痴如醉的演奏神情

犹如女神版的“朗朗”



我的邻居好有爱

平时买什么都精打细算的张小姐

竟然独自收养了10多只流浪猫

怪不得平时好友喊她出去聚聚餐，总托辞不去

原来是一位资深的“撸猫”人士



我的邻居好有范

平时工作特别繁忙，不见踪影的李先生

竟然曾经是一名摇滚歌手

你看这声情并茂的演绎

你敢说这不是“乐队的夏天”的现场？



春熙好邻狂欢节

绿城·春熙云峰第一届邻里欢乐会









动作执行三：春熙云峰荟



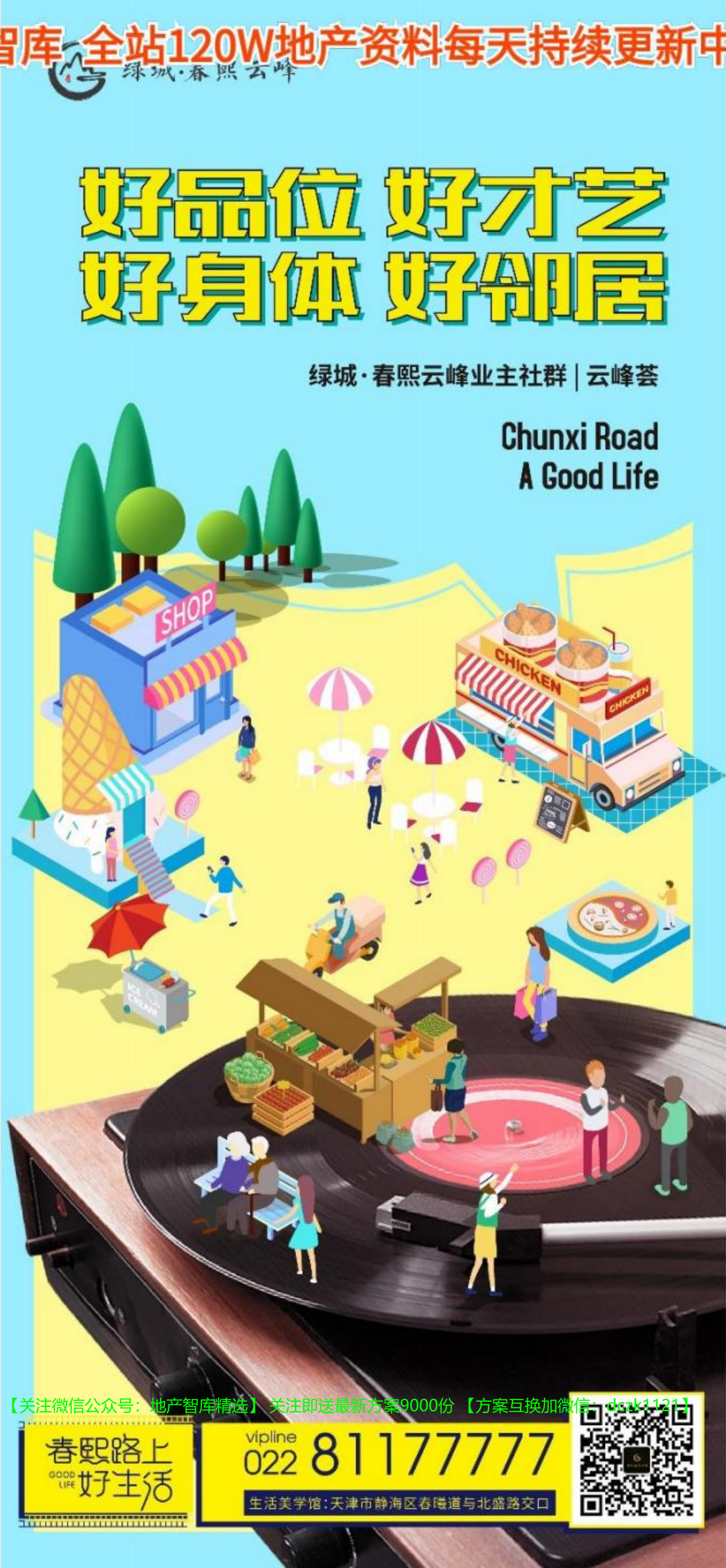
创意/执行

可在邻里节之后，根据业主不同兴趣爱好、身份背景
成立业主兴趣社群



仅为示意

- #云峰合唱社#
- #云峰足球队#
- #云峰神兽社#



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案

【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

春熙路上

GOOD LIFE

好生活

vipline

022 81177777

生活美学馆：天津市静海区春曦道与北盛路交口

动作执行：云峰足球队



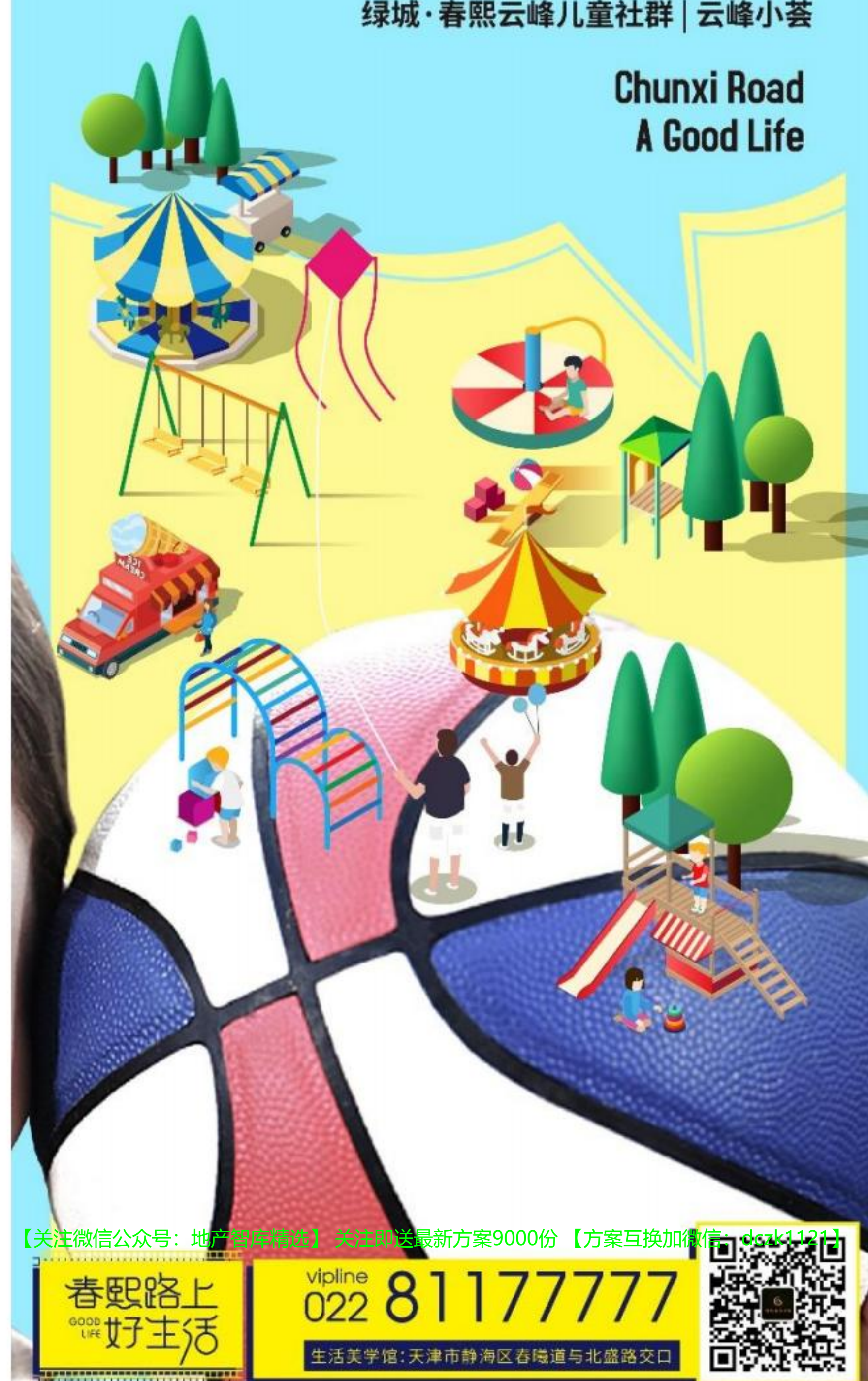
仅为示意

创意/执行

从业主中筛选足球队长，租赁长期足球场
让业主队长自由组织，销售人员可参与
每次活动，需上传活动参与名单



Chunxi Road A Good Life



【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dszk1121】

春熙路上
GOOD LIFE 好生活

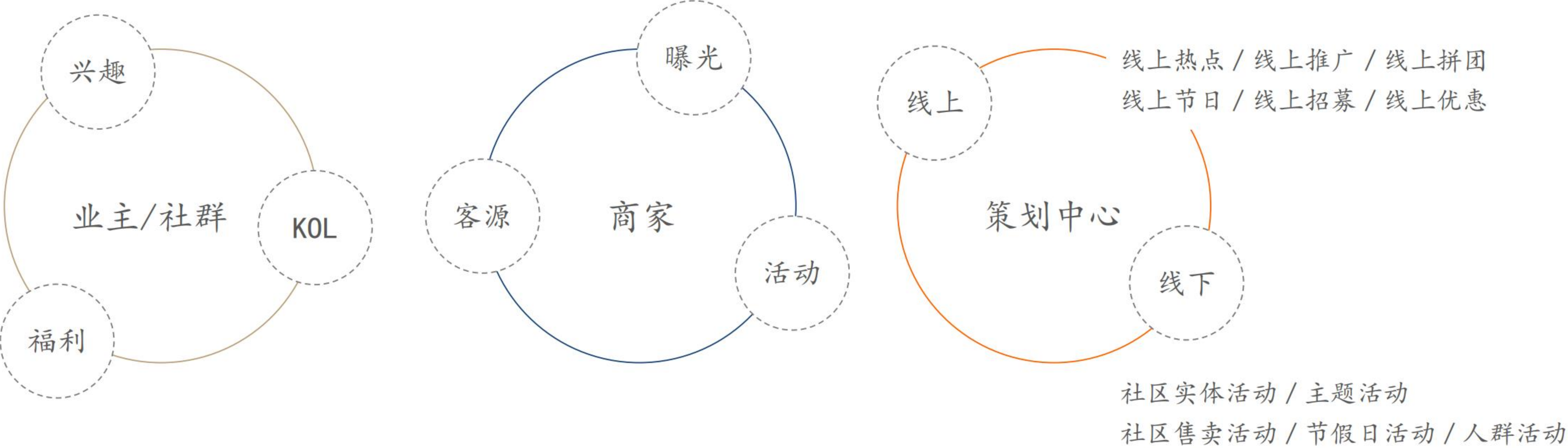
vipline 022 81177777

生活美学馆：天津市静海区春曦道与北盛路交口









整合思路	<u>线上：蹭热点 / 节假日 / 拼团 / 秒杀 / 限时优惠</u>
	<u>线下：会所设点 / 摆放样品 / 登记拼团活动</u>



运动社团

ASSOCIATION

足球 / 羽毛球
广场舞 / 乒乓球……



文化社团

ASSOCIATION

瑜珈 / 摄影
骑行 / 茶艺……

亲子社团

ASSOCIATION

少儿才艺 /
成长教育……



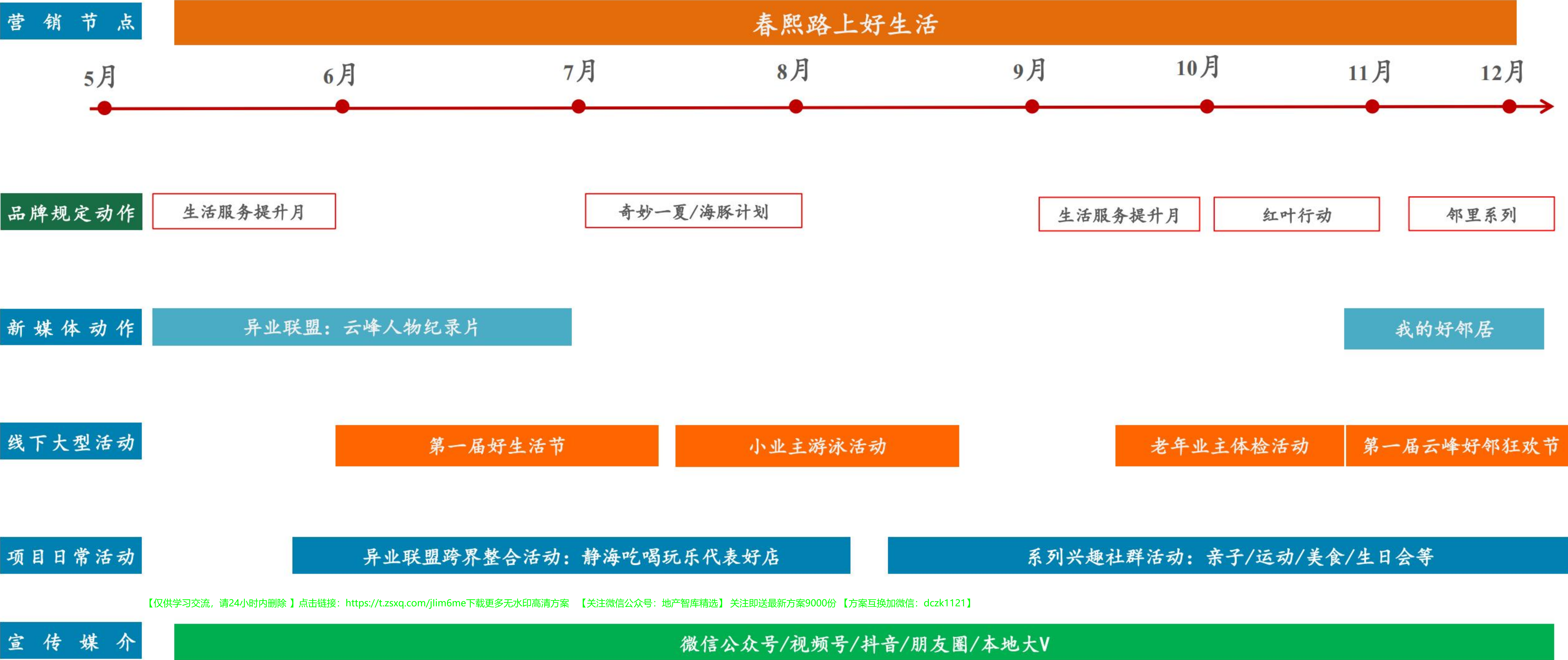
社交社团

ASSOCIATION

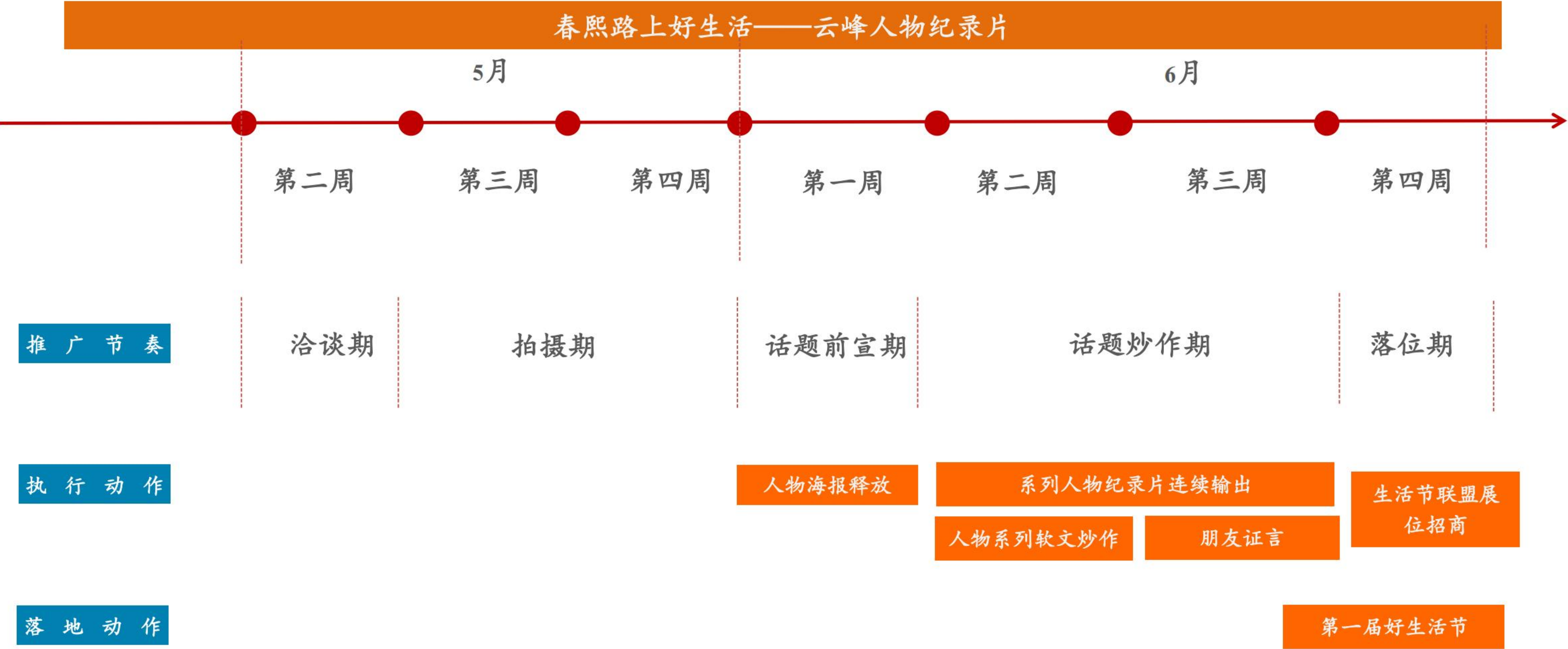
跳骚市场 / 读书会
相亲活动……



绿城·春熙云峰2023新媒体推广铺排



绿城·春熙云峰2023年5月—6月新媒体推广铺排



【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

推广渠道

微信公众号/视频号/抖音/朋友圈/本地大V

绿城·春熙云峰新媒体视频传播矩阵

春熙路上好生活



图文

微信公众号



视频

视频号/抖音



朋友圈

项目价值日常性输出





微信公众号推文打开率越来越低
微信朋友圈单图同质化越来越严重
配套单图、园林景观单图、户型价值单图
传播效果逐渐失效，客户免疫





面对复杂的传播环境变化 同行们的做法？

“关于2023年的新媒体推广思路 我只提一个的要求”

2020年年底，与某项目最后一次开项目例会
会上甲方负责人说

“那些什么价值单图，节气单图
我都可以不要，全部给我换成视频
一年365个视频我都不嫌多”

价值解说/文脉故事/剧情创意/活动宣传/创意剪辑





新媒体传播结论二

视频逐渐成为新媒体营销的辅助工具化

将原来在线下与客户沟通的场景逐渐用视频来代替



营销场景和工具升级

传统营销场景

视频工具化演绎

沙盘讲解

项目规划解析（航拍、新闻截图、政府背书等）

带看样板间

样板间实拍讲解

户型功能介绍

户型功能小剧场演绎

活动后宣

活动片段花式剪辑

.....

视频规划一：春熙生活志



视频专题：【春熙生活志】

采用调性的剪辑手法

定期输出项目的生活方式

展现项目的品质调性

频率：1期/2周



视频规划二：春熙好家



视频专题：【春熙好家】

对绿城春熙云峰在售户型的样板间
和毛坯样板间进行创意解析

频率：1期/2周

短视频案例分享



创意户型解析类



短视频案例分享

创意户型解析类

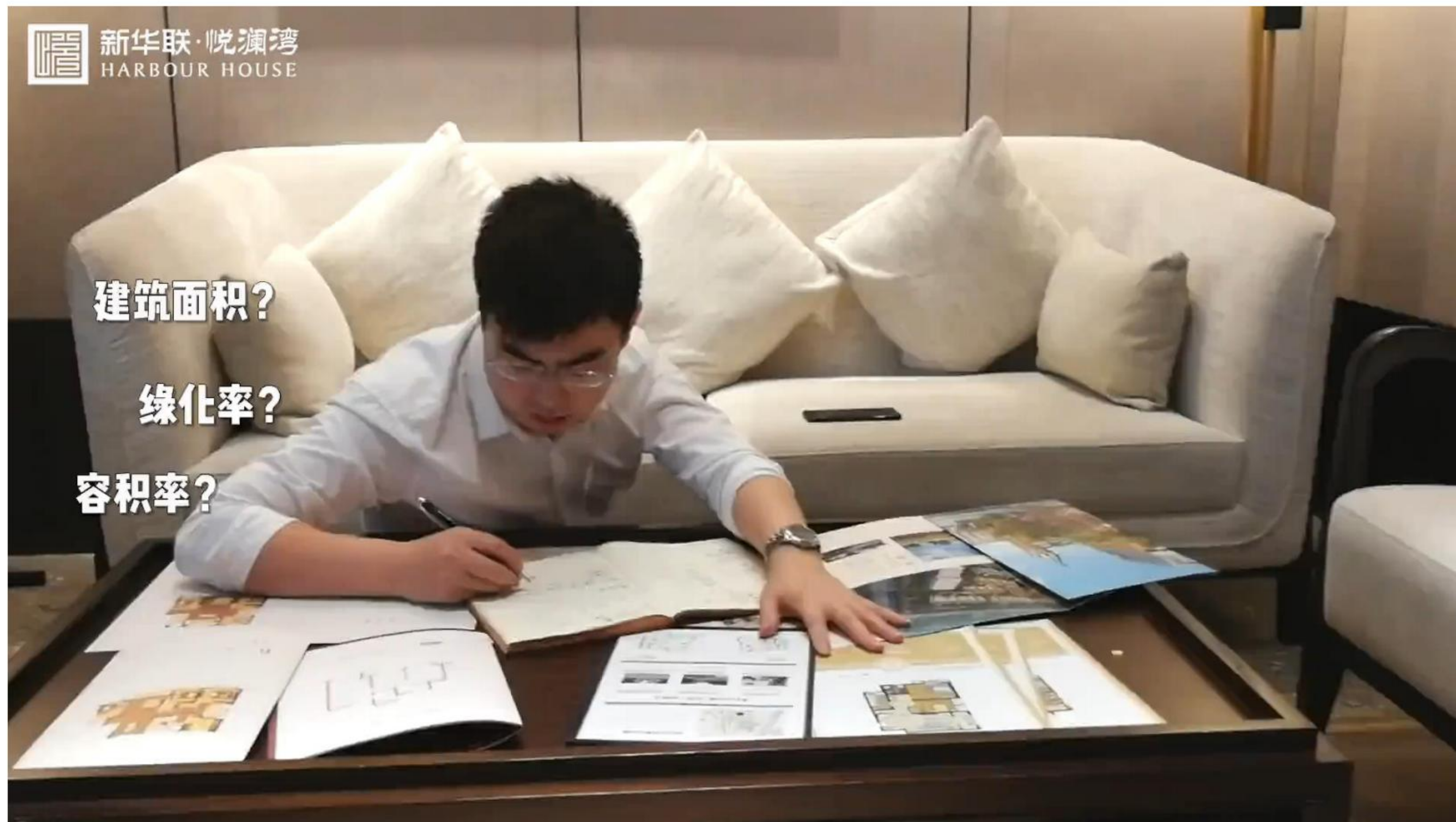
创意剧情类



短视频案例分享

创意户型解析类

创意剧情类



短视频案例分享

- 创意户型解析类
- 创意剧情类



短视频案例分享

- 创意户型解析类
- 创意剧情类
- 创意手绘类



短视频案例分享

- 创意户型解析类
- 创意剧情类
- 创意手绘类
- 创意恶搞类





生活复杂问题
交给
LUSTROUS PEARL

3+N



118㎡ 3+N百变宽境洋房



短视频案例分享

- 创意户型解析类
- 创意剧情类
- 创意手绘类
- 创意恶搞类
- 创意户型类
- 节气创意类

短视频案例分享

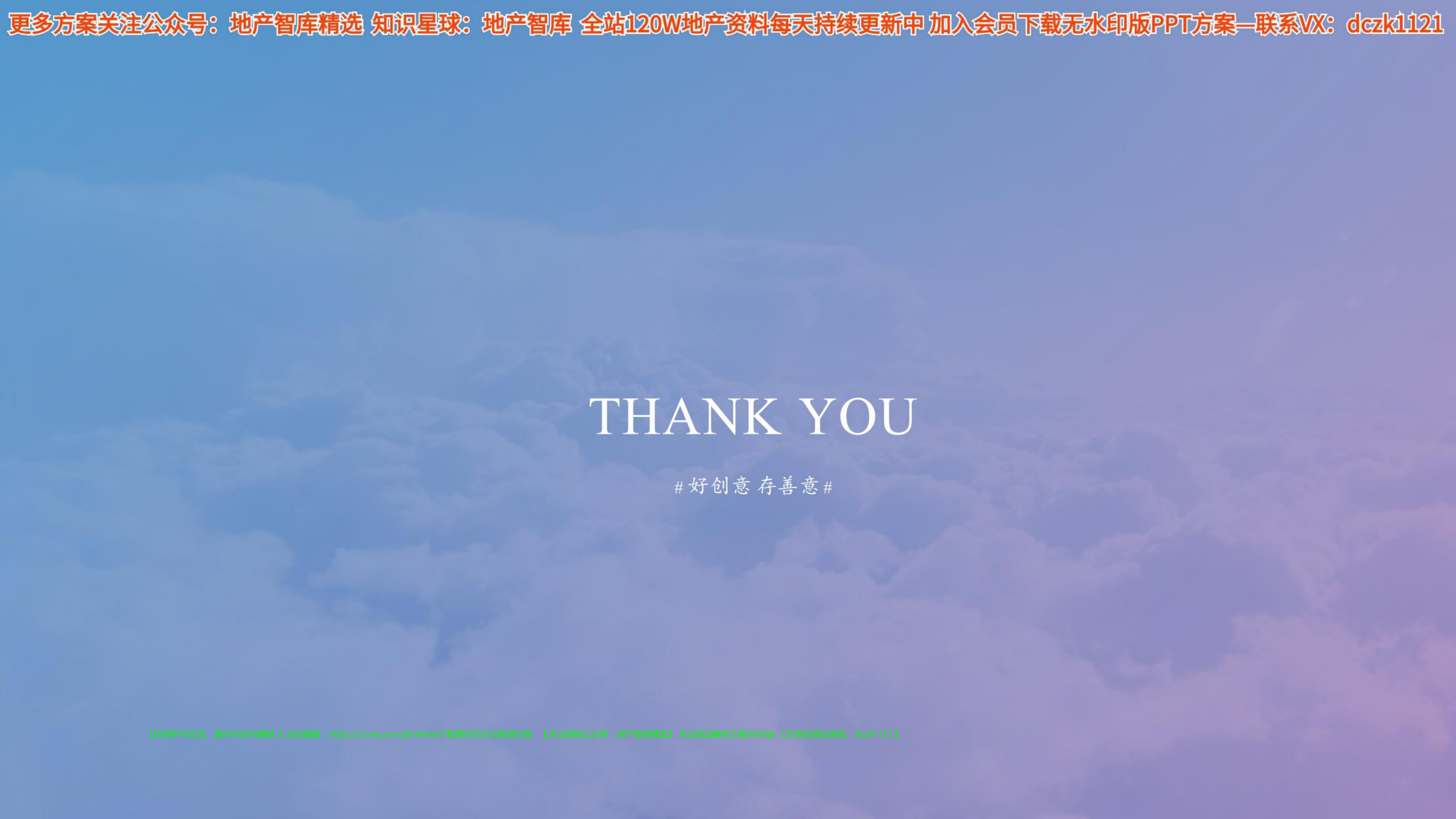
- 创意户型解析类
- 创意剧情类
- 创意手绘类
- 创意恶搞类
- 创意户型类
- 节气创意类



短视频案例分享

- 创意户型解析类
- 创意剧情类
- 创意手绘类
- 创意恶搞类
- 情怀走心类
- 节气创意类





更多方案关注公众号：地产智库精选 知识星球：地产智库 全站120W地产资料每天持续更新中 加入会员下载无水印版PPT方案—联系VX： dczk1121

THANK YOU

好创意 存善意

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 下载更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】



28大板块128类线条

中国领先的地产线上知识库

营销|策划|培训|产品|设计|报建|前策|开发
研判|成本|推广|物业|运营|工程|人力|研报

方案做不好？策划没思路？活动没创意？

营销没效果？文案不抓人？推广没爆点？

记得来地产智库看看



公众号：地产智库精选



线上地产智库库



学习AI人工智能

更多方案资料请关注公众号：地产智库精选

关注即送最新方案4000份

推广/策略/提案/活动方案各类地产资料均有

【仅供学习交流，请24小时内删除】 点击链接：<https://t.zsxq.com/jlim6me> 获取更多无水印高清方案 【关注微信公众号：地产智库精选】 关注即送最新方案9000份 【方案互换加微信：dczk1121】

不定时分享地产各板块资料福利

<https://t.zsxq.com/jlim6me>

地产智库 地产人必备神器

全网TOP1

地产人首选的资料库

全年365天持续更新最新地产资料方案

是唯一方案资料超百万级的地产线上资料库

全网：最大、最全、最新，可执行、可套用、可学习



扫一扫
联系我们

<https://t.zsxq.com/jlim6me>

相关说明：

平台资料涉及：营销、策划、开发、报建、前策、研判、成本、推广、物业、运营、工程、培训、产品、设计、文案、策略、网推、视觉、标准化等28大板块128类地产精品资料及方案。

本平台是一个可下载、分享、学习、交流性的社区，致力于为地产行业从业者，提供全方位职业场景服务。

资料及方案可执行、可参考、可学习、可套用！是全网最大、最全、最新的地产资料分享平台，目前已累计分享数十万份地产精品方案！