

# B4 | GONGGUANYINGXIAO | 公关营销

 营销策略 | YingxiaoCelue

微博对于提升企业的立体形象与产品形象,塑造维护好企业的无形资产功不可没。一个转发,就是对企业的宣传,但是一个恶意的评论也会造成企业的负面困扰。地产微博营销力量难以估量,其低成本高效率的特点也吸引不少地产大鳄试水。时代在前进,微时代来了,地产商也难以抵挡这股微力量。

# 不“织围脖”就 OUT 地产也玩微营销

□ 卢楚银 糜朝霞

近日,京东、苏宁、国美在微博平台引爆的“价格战”,吸引业内专家和微博网友眼球的同时,更推动了社会对微博传播新形态和新功能的深入思考。作为一种新型的交流式信息传播平台,微博给公众带来了新的话语空间,正在改变新媒体的格局,在营销领域掀起了一场革命。正如地产界的微博达人任志强说,再不“织围脖”你就OUT了。

## 企业微博营销风生水起

微博,一个仅能发送140字的信息分享平台,具有实时性、互动性、社会性、便捷性等特点,其有一句话围观的神奇力量,逐渐成为企业开展产品推广、品牌传播、客户关系维护、危机公关等营销活动的利器。

新浪2011第四季度及2011年度财报显示,新浪微博注册用户已经突破3亿大关,用户每日发帖量超过1亿条,日活跃用户比例为9%。新浪首席执行官兼总裁曹国伟指出,过去一年內,新浪微博用户总量、每日发帖量、日活跃用户总数等同比上一年增长约300%。

社会化媒体时代的到来,不仅改变人与人之间、企业与消费者之间的对话方式,也催生了一个全新的商业



生态链。一句话,一个转发,一个评论,都可能引起同行业或社会的热议。微博可以在短时间内聚集相当高的关注度,让叱咤风云的地产大佬成为了房地产乃至整个互联网行业的意见领袖,一场房地产行业营销转型正在悄然发生。

微博营销,在中国乃至全世界都可谓风生水起,方兴未艾。不少先知先觉的房地产企业率先认识到微博在营销方面的巨大潜力,不约而同纷纷驻扎微博,以全新的营销理念抢占先机,掀起了一股微博营销的浪潮。还有更多的房地产企业在关注,在思考,在谋划。

## 房企迈出微博营销脚步

在惠州地产界的微博达人中,有

房企名流光耀地产总裁袁克俭、金融街惠州分公司董事长王文珂和中投物流园总经理许凯恒,有代理精英惠州中原地产董事总经理钟志斌和中城嘉信董事总经理杨锦斌,他们通过微博平台,以幽默的语言、独特的视角洞悉惠州地产行业,精准的解读经济、政策和市场,在微博的平台上,以其专业的知识得到了大批粉丝的拥护。

日益发展壮大的网络市场,让地产商在推广中正在摒弃过去“投大钱、高曝光”的营销理念,逐渐转向“投对钱、高效果”的网络营销阶段。业内人士表示,在调控政策的影响下,房产商在营销费用上开始注重节流,而网络营销成本相对较低,尤其是微博营销,推广手段成本非常低,却坐拥了庞大

的受众群体和高到达率的广告效果。

日前,记者使用新浪微博搜索惠州地区的微博用户,在公司一栏处输入作为关键词搜索,其中认证用户有45条结果,所有用户的结果超过500条;而在关键词一栏输入“地产”一词,搜索“微博”的结果达2300多万条,搜索“活动”的结果超过500条。截至目前,惠州房产类认证个人包括开发商和代理商共217人,房企或项目类认证企业版用户共53个。

对于房地产企业来说,微博营销的脚步自从开始后,便没有停止过。房地产企业在微博中从最初简单的区位优势、项目动态、销售情况、户型社区等硬件方面的传统信息,进而转到时下流行的B2C互动营销,通过与联盟商家的合作,纷纷推出有奖转发、奥运竞猜、线上投票等互动活动,为接下来激战金九银十做足准备。

## 【记者手记】微潮流,地产也难挡住微力量

在这个微博盛行的时代,吃个饭晒微博,逛个街也微个博,微博对于年轻一代而言如影随行,它的出现其实是项目和房地产商、购房人群以及媒体的便捷平台。我们会比较现实的看到,目前购房的主力军并非是微博的主要用户,不可否认很多经济雄厚

的人士并未进入微博圈。我们也一直在探讨的目前微博受众与购房群体不吻合这个失衡的天平,但是中国有句古话:放长线钓大鱼,地产微博营销不只限于放线立马钓到鱼这样一种立竿见影式的营销。尽管目前微博营销并未给企业带来实质性的利益,但随着80后、90后这一消费群体的崛起,微博营销拉动销售不再遥不可及。

微博对于提升企业的立体形象与产品形象,塑造维护好企业的无形资产功不可没。一个转发,就是对企业的宣传,但是一个恶意的评论也会造成企业的负面困扰。地产微博营销力量难以估量,其低成本高效率的特点也吸引不少地产大鳄试水。时代在前进,微时代来了,地产商也难以抵挡这股微力量。

## 【微营销案例】龙光城:发微博送洋房

继2011年8月13日龙光城营销中心开放后,龙光城随即启动了最给力的微博营销活动——“幸福微博送洋房”,只要关注@龙光城并写下自己的幸福感受,转发并@5个好友,就有机会获得龙光城花园洋房一套。此外,活动期间,每天抽20张50元手机充值卡和2张500元加油卡,微博活

动时间截至2011年8月26日。

2011年8月28日样板房开放,龙光城当天还在现场抽取了20台iPhone4,30台iPad2和3000张深圳影院电影票,到访客户的中奖率几乎100%。这是近年来罕见的大手笔营销壮举,被业内誉为地产史上最慷慨送礼活动。

据悉,龙光城官方微博活动开始的第一天就迅速聚集了大批网友,不到两天的时间里粉丝已经增长近7000,活动信息的转发、评论次数也逼近6000。

在经历了2011年强劲有力的微博攻势之后,2012年5月29日至6月8日,龙光城又开展了新一轮的以“成家”为主题的微博营销活动,粉丝以“我想有个家……”故事接龙的形式转发活动微博,并@3个好友便可参加赠送活动。活动持续10天,每天除了送出1个千元大奖和10张50元充值卡礼品外,还抽取了10个名额每人赠送1万元置业基金。据了解,该条微博引来无数网友疯狂转发,转发量达到42000多次。

中原地产策略中心高级经理纪夕霞接受采访说,惠州地产微博营销中比较成功的是龙光城,在短短7天的时间内募集了34000多个粉丝,在2011年下半年市场低迷的时期,实现了销售过千套的业绩。

# 弘扬责任文化 演绎责任人生 首场“翰墨责任笔会”将在南太湖隆重举行

□ 本报记者 高倩如

由中国部长将军书画协会、经理日报社、中国责任研究院联合举办的“翰墨责任”共和国将军、名家笔会”将于本月25日下午16时在湖州温泉高尔夫俱乐部正式举行。这场以“名家笔会、书写责任篇章;慈善捐赠,肩负社会重担”为主题的笔会活动,同时也吹响了9月第六届国际湖笔文化节

的序曲。随着中国经济的高速发展,社会责任感愈来愈成为国家精神文明与和谐社会和谐发展的重要推动力,作为公民,我们每个人都应该有信心和勇气,去主动扛起这一重担。本次笔会名家汇聚,百岁开国将军裴周玉等传奇人物将莅临现场,亲身演绎“责任”深意。将领们的躬身垂范将对启迪、培养和提高当下年轻人勇挑重担的责任感意识,推动社会和谐发展起到积极的促进作用。

## 各界名流空前齐聚 “赢在责任”让生命绽放

据组委会秘书处统计,各地书法名家、社会名流、企业总裁、书法爱好者共计300余人将应邀参加此次笔会。除众多当地成功人士外,还将有不少从省内及省外其他城市特地赶来参加这一公益活动的企业家及社会名流人士。

“朗朗乾坤五千年,悠悠岁月责任开风范。江河横流承载着民族梦,苍茫大地书写多少英雄传。精卫填海,女娲补天,大禹治水,愚公移山,唐三藏取经,历经艰辛,孔夫子一生游说列国传播真知灼见,苏武牧羊守望故国呼唤,岳母刺字背负着百姓期盼。无悔无怨,无私奉献,只因责任重于泰山。昆仑昂首,长城蜿蜒,黄河咆哮,香江呼唤。系民生天下为公义不容辞,创大业任重道远坚定信念。嫦娥奔月不再是古老神话,富民强国让世界刮目相看。创造和谐,美化家园,赢在责任生命更灿烂。”

开幕式上,这首充满英雄气概的配乐诗朗诵——《赢在责任》将引出本次活动的主题。“责任到底有多重要?不管是我们分内的责任,还是我们内心的责任荣誉感,责任对我们的日常生活、工作都有着决定性的影响。”著名管理学者、中国责任文化研究者、传播者、践行者,中国责任研究院院长唐渊将进行《责任决定一切》的专题演讲。

## 挥毫泼墨间感悟盛世 老少传承共书“责任”

走过了一辈子的戎马生涯与革命历程,几位老将军如今放下枪杆子握上笔杆子,热心公益活动,在建设和谐社会的新历史使命中贡献自己的力量,担当起新时代的社会责任。责任,需要传承。在新中国成立和建设时,正是数代军人的铁血为祖国开辟了前所未有的盛世。他们肩上曾经担负的责任,将伴随今天的笔会传递给祖国的希望,祖国的未来。在笔会现场,将军们将围绕责任理念进行创作,30名少先队员也将同时在现场书写“责任”二字,并共举作品,合影留念。

曾带领两万人钳制10万国民党的百岁开国将军裴周玉,这次特地为笔会前来。裴将军于1928年参加秋收起义,历经中央苏区五次“反围剿”战争、二万五千里长征、抗日战争、解放战争、抗美援朝,身经百战、战功卓著;1952年荣获朝鲜民主主义人民共和国自由独立勋章;1955年被授予少将军衔,荣获二级八一勋章、二级独立自由勋章、一级解放勋章;1988年荣获一级红星功勋荣誉章。是中国共产党第九、十届中央候补委员。裴将军不仅仅是位富有传奇色彩的开国将军,也是解放军总参谋部评选的“健康老人”、“全国健康老人”,目前担任中美国际书画名家联合会名誉主席等职。本次笔会的带队人孙善德将军,系总后勤部财务部原副部长,现任总后勤部老年书画研究会副会长兼秘书长、中国部长将军书画院院长,中国部长将军书画协会会长等,其书法作品多次发表在报刊、杂志上并获奖颇丰。此次笔会上,孙善德将军不仅要创作以“责任”为主题的书法作品,还将在联谊晚会上现场书写号称“中国军旅第一龙”的“龙”字书法,并当场捐赠给湖笔博物馆。

毛泽东既是伟大的无产阶级革命家、政治家、军事家,也是当代杰出诗人和书法家。而女儿李讷自小受父亲潜移默化的影响也喜欢书法。除了模仿过父母亲的字体,李讷也临摹过不少书法名家的作品。长期的练习和学习,使李讷的书法水平很见功力,行家评论说:“颇具毛体风骨”。其丈夫王景清将军,也好习书法。本次笔会上,参会嘉宾们可以观赏到现场挂置的名家大作,其中就有李讷和王景清将军的

作品。

老八路孙昌军将军的书法独树一帜,颇有特色。以榜书见长,既坚持传统又不断求新,且左右能书。其组字书法极有创意,兄弟合作书法更具情趣。将军书友对孙将军的书法曾赞曰:“首屈一指,可谓将军书法中的佼佼者!”其作品曾获全军将军、全国老年书画优秀奖三等奖、银奖、金奖数次,有的作品曾刊登于中国老年报等,有的还被有关单位收藏。

解放军总医院政治部原主任国墨林将军也将在现场展开创作。国墨林将军1942年出生,河北省盐山县人,少将军衔。青年时期即爱好书法,入伍多年研习不休。近年来,他系统阅读古今书法理论,临摹大师碑帖墨迹,尤对二王行草最为钟爱,书艺日有长进,渐成自我风格。作品多次参加军内外展览。2002年曾荣获深圳市档案馆组织的大将赛获二等奖,2006年获北京市志年书法大奖赛一等奖;2006年作品参加世界华人华侨联合总会组织的在匈牙利布达佩斯举行的书法大展。作品入选《将军·名家书画作品选》、《共和国将军和谐文化书画集》等。

## 为了公益做实业 企业家演绎“责任”人生

此次活动得到了湖州温泉高尔夫俱乐部、湖州中奥置业有限公司的大力支持。董事长金剑平,同时也是奥地利中华工商业联合会主席、奥地利新世界集团董事局主席。

2001年,时逢中奥建交30周年,金剑平跟随奥地利总统克萊斯蒂尔回到中国,因缘来到湖州。当时,金剑平被长兴旧城开发项目吸引,成为第一个进入该项目的外资。随后,湖州招商引资的环境燃起了金剑平打造自己高尔夫项目的梦想。

作为一个商人,金剑平善于在众多线索中找到适合自己的商机,但赚钱并不是他人生追逐的唯一目标,金剑平希望自己的高尔夫项目以亲民的形象出现在中国,打造一项真正的群众性运动。

从金剑平“亲民”高尔夫的观点演绎开去,他对慈善事业的热心更加顺理成章。回国后的金剑平,打理生意的同时积极投身家乡的公益慈善事业,多次捐资助教、捐赠体育事业、助残积善、赈灾扶贫、抗击非典、公益

捐赠等,十余年间,捐款累计上千万元人民币。

金剑平还关心热爱中华文化,在奥地利他资助奥地利维也纳中文学校,希望中国传统文化在奥地利也能得以传承,也让奥地利人更多地了解具有中国特色的文化。

