

Birthidea

Birthidea Advertising
博思堂廣告有限公司

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

孙子兵法

5事

道、天、地、将、法

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

提案开篇：

万事俱备，只欠东风

基于本案现状（市场尾楼），项目能否成功取决四大元素：

- 1、项目基本市场条件评估
- 2、资金及债务状况
- 3、营销水准
- 4、战略团队

*项目稀缺地段及产品自身素质+泰达地产的成功入主=1+2的问题解决

*泰达地产营销团队+泰达地产全国战略+ 博思堂=3+4的问题解决

结论： 营销决定胜负！
广告影响成败！

[全胜 CBD]

北京泰达项目* 市场战略规划

1、事关全局

{ 一战定江山 }

- 品牌现状：泰达地产北京第一战：
- 关键问题：泰达顺利进京与否，事关泰达地产全国扩张战略
- 警示案例：
 - 万科“北伐”兵败北京（城市花园、青青家园），多年以后才重新杀回
 - 邓智仁（香港达利行）兵败北京玫瑰园，亏损10亿，从此一蹶不振
 - 败也玫瑰园，成也玫瑰园！山东包工头梁希森，凭借操盘玫瑰园成为业界瞩目的明星老板。
- 最终结论：
失败代价沉重，必须确保项目运作成功，只能胜，不能败！

2、机会难得

{ 时不我待 }

- 北京现状：正处于08奥运会前的热烈憧憬中
中国入世5周年，各国企业加速拥入北京CBD
中国经济持续利好，影响力不断扩大，正在融入全球国际化
多年CBD建设，积聚效应已显
温政调控反弹，北京连续15个月房价上涨（10月达10.6%）
- 关键问题：08年之后前途未卜
政府调控是否会加大力度
- 解决之道：果断出击，速战速决（机会稍纵即逝，务必争抢时间）
项目所有立面必须尽快赶出来
（据传，北京市政府为了确保绿色奥运的实现，将于2007年起在全市范围内停办一切建设工程申报和开工手续，一直持续到奥运结束。）

3、供小于求

{ 难逢对手 }

- 区域现状：
CBD核心，一地难求；中国经济持续全球化
酒店公寓关注对手：世界城/银钻公寓
差异优势——紧邻CCTV，中国最高权威话语权
CCTV商务圈一体，30多万传媒相关人士迁徙
CBD金十字地段优势
- 解决之道：稳扎稳打、建立差异
树立泰达北京影响力的绝佳地段



HONG KONG



PARIS



NEW YORK

CBD“金十字”架构

“金十字”由东三环路、建国路、建国门外大街构成。超高层建筑集中于东三环路两侧布置，主体建筑的高度均在100米以上，部分商务建筑高度在150~300米之间，主要的标志性建筑沿宽敞的东三环路两侧成序列展开，使东三环路成为展示CBD形象的一个窗口。

“金十字”东北角面积约30公顷的地区为CBD的核心区，这里是超高层建筑集中的区域，它将形成CBD的标志性建筑群。整个CBD将成为体现新北京现代化城市形象的最重要的区域。

本案
真正CBD
金十字地段优势



《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

4、品牌之虑

{ 北京舞台 }

- 泰达现状：中国地产的绝对第一阵营
中国极具实力的城市运营商
- 关键问题：北京地区的泰达认知欠缺
本项目的先天不足，负面影响需要消除
- 解决之道：北京规则/北京资源
品牌先行 / 强势出击 / 确保项目成功 / 打响泰达品牌
- 最终结局：泰达品牌是中国第一品牌
泰达看好的项目一定没有错

5、遗留问题

{ 重树信心 }

- 项目现状：开发商来回转换，口碑较差
韦伯中心/CC东座/公寓/酒店多种市场认知
- 解决之道：
 - 前期不利因素太多必需泰达强势介入重整高度
 - 实力展示/开局打响/确保成功/扭转乾坤/强化认知
 - 加快工程进度，巩固消费者信心

6、通盘考虑

{ 整合全局 }

- 项目现状：公寓/酒店/商业/写字楼/住宅综合体
- 关键问题：
 - 因项目口碑等各种现实问题，已经给消费者造成了心理影响（怕变动）
 - 资金不是问题，项目效益最大化（利润与品牌）才是目标
 - 项目不是只解决酒店式公寓的销售，后期商业/写字楼/住宅销售的完成才是完胜！
- 解决方案：
 - 忌讳变化，以一核心案名及认知通贯全盘
 - 整合全局，大规模冲击大格局
- 结论：事关重大/时间急迫/稳扎稳打/品牌先行/实力开局/通盘考虑

7、战略推广体系

{ 王牌战略 }

王牌战略

- 王牌战略又称领地战略，领地即圈地之意，一般由市场领先者或意欲冲击领先的品牌发起。
- 领地战略中，卖点不成决定因素，重要是求得目标客户心理的认可，满足其身份、尊贵、地位等需求；
- 典型案例：百事可乐，新一代的选择
铂宫，全球500强官邸

针对地产的王牌战略

关键词：城市价值

对房地产而言，有3个价值体系：项目价值、区域价值、城市价值，城市价值远远大于区域价值，区域价值远远大于项目价值，因而，突出城市价值的推广体系才能成就项目战略高度。

王牌战略案名建议一

CCTD

中国泰达中心

CHINA · CBD · TEDA

支持点：

- 1、一个巧合，却也是一个更加全球化的符号。以纯英文缩写，彻底品牌国际化，不同于北京任何一个名称，极具战略意义与大气震撼。
- 2、释意：中国+**CBD**+泰达，或**CCTV**+**CBD**+泰达，缩写组合实际是项目优势资源的整合表达，可以从多个角度多个层面来理解它。
- 3、暗合**CCTV**，巧妙突显项目最大的特质，更重要的是，代表了战略形象和高度，它让人印象深刻，并且容易记忆，容易传播。
- 4、中国泰达中心，呼应了泰达因为运营本案而完成了区域品牌向全国品牌的跳升使命。泰达进京从此不仅是天津，更具有中国全国品牌号召影响力。

战略名称体系

CCTD中国泰达中心



CCTD公寓 / CCTD写字楼 / CCTD商业 / CCTD酒店

支持点：由于CCTD本身的力量很强，具有战略意义的符号象征。由它去统领不同的产品形态更显大品牌、大气度、高品质；同时统一延展，贯穿全局。

王牌战略案名建议二

泰达·帝国中心 TEDA Empire Center

支持点：

- 1、游戏规则已经改变，本案对泰达战略格局意义大于本身的经济效益。因此名称中必须有泰达品牌元素。
- 2、帝国，源自美国纽约著名的帝国大厦。是领袖概念的另一种国际语言。表达不断努力打造泰达战略版图的雄心，为中国兴盛而呐喊的精神内涵。
- 3、旗帜鲜明的王者市场地位，成就事业颠峰，呼唤项目美好远景。

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

战略名称体系

泰达·帝国中心

TEDA Empire Center

泰达·帝国中心
(公寓 / 酒店)

泰达·帝国总部
(写字楼)

泰达·帝国大道
(商业)

支持体系:

- 品牌帝国——泰达地产（中国唯一城市运营者）
- 地段帝国——中国·北京·CBD·CCTV
- 经济帝国——中央商务区X中央传媒区
- 配套帝国——集聚全中国顶级涉外资源（使馆、500强）、交通资源（七维交通体系）等
- 客群帝国——商务领袖人士（以此为据点指挥世界子公司）
- 产品帝国——全球顶级现代建筑集群及配套

王牌战略案名建议三

泰达·时代中心 TEDA Times Center

支持体系：

- 1、中国时代——未来的50年将是中国领秀世界50年
- 2、经济时代——“以经济为中心”的国策始终没变，**CBD**自然成为世人的信仰
- 3、传媒时代——“谁掌握了话语权，谁就掌握了世界”，资讯成为特权
- 4、泰达时代——泰达地产进入北京，地产格局势必重新划写
- 5、前沿时代——创新将是时代的主宰，项目顶尖前沿（立面/科技/配套等）
势必点亮 **CBD**

王牌战略推广主题

世界领袖话语权

战略支持：——谁掌握了话语权，谁就掌握了世界！

- 树立品牌价值：CCTD的成功，就是CHINA·CBD·TEDA的成功！
- 呼应区域价值：赋予项目传媒气质（与CCTV的不谋而合），打造CBD地标！
- 打造城市价值：与CCTV特殊的地理关系，必然会随着CCTV一同被世界关注，而CCTD这个国际化符号，必然会在世界产生传播力，进而提升北京城市形象！

战略品牌定位

CHINA · CBD · TEDA 泰达

产品定位

酒店 · 公寓 · 写字楼 · 商业

1. CBD · CCTV · 商务聚合体
2. 中国CBD城市综合体

八大战略价值体系

- 1、世界聚焦——项目位处CBD-CCTV双核中心地带，必然会出现在世界媒体上，影响世界对中国的观点；
- 2、中国聚焦——位处世界500强、使馆，中国最国际化的地段，代言中国新时代形象；
- 3、北京聚焦——位处北京经济发动机的核心位置，代言北京形象；
- 4、CBD聚焦——真正CBD金十字，城市天际线（项目现代立面），代言北京CBD；
- 5、CCTV聚焦——中国话语权咽喉处，全国影响力，与CCTV立面感觉异曲同工，遥相互应；
- 6、产品聚焦——公寓·酒店·商业·写字楼，城市多元综合体
- 7、品牌聚焦——百亿城市运营商，泰达集团；
- 8、团队聚焦——北京战略联盟团队，精英打造！

视觉

[LOGO创作方案1]



《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

CCTDTM **中國泰達中心**
CHINA·CBD·TEDA

CCTDTM
中國泰達中心
CHINA·CBD·TEDA

CCTDTM **中國泰達中心**
CHINA·CBD·TEDA

CCTDTM
中國泰達中心
CHINA·CBD·TEDA

《2009地产整合推广提案大全2000案》 全国货到付款
订购热线: 13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

cd cover



CCTD
中國泰達中心
CHINA CBD TEDA

VIP HOTLINE:58702191/58702192

CHINA · CBD · TEDA

CCTD™ 中國泰達中心
CHINA-CBD-TEDA

VIP HOTLINE: 58702191/58702192

世界領袖 話語權
the Right of Speech

CCTD™
中國泰達中心
CHINA-CBD-TEDA

VIP HOTLINE:
58702191/58702192

公寓 · 酒店 · 写字楼 · 商业

Apartment · Hotel · Office · Business

泰达集团 · 运营北京CBD

Teda Group, Operating CBD of Beijing

CCTD™
中國泰達中心
CHINA-CBD-TEDA

VIP HOTLINE:
58702191/58702192



CCTD
中國泰達中心
GENUINE DESIGN

You influence the world.



CCTD 中國炭達中心
CHINA CARBON













《2009地产整合推广提案大全2000案》 全国货到满意付款
 订购热线: 13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn



COLORING THE

CCTD 中國泰達中心
CHINA-CBD-TEDA

SCREEN

EXPLORING THE MOST COLLECTIBLE
FILMS FROM THE 1920-1940 PERIOD

(Small text paragraph describing the film collection project)



FOR COLORING THE MOST COLLECTIBLE
FILMS FROM THE 1920-1940 PERIOD
... (Small text paragraph)

“主”观影响世界
Dairy
Fruits
Vegetables
Meat & Beans

From 1. Make One
... (Small text paragraph)



“主”观影响世界

5 nutritional groups
Dairy Fruits
and 18 to 25 types of
Vegetables
and 40 ingredients

Health benefits of a variety
of nutrients and ingredients

China's leading

www.cttd.com.cn | 中国泰達中心

COLORING THE

CTD 中國泰達中心
CHINA-CSD-TEDA

SCREEN

EXPLORING THE FIVE MOST COLORFUL
FLAVORS FROM THE PAST FIVE YEARS

(Last introduction)

The art of color has been in the eye of the most important
designers in the world for generations. In the past, it was a
primary medium for the world's great artists, although it was not fully
appreciated in the 19th century until the advent of the color
film. The color film has since been used in other graphic
designs. The art of color is a wonderful phenomenon. It
shows that every designer and photographer has their
own style for general themes, with the past few years
also seeing a new wave of creativity. Designers such as the



CCTV

CCTD 中國泰達中心

CCTD 中國泰達中心

[LOGO创作方案2]



泰达 | 帝国中心

TEDA EMPIRE CENTER

— CHINA · CBD · TEDA —

泰达 | 帝国中心

TEDA EMPIRE CENTER

— CHINA · CBD · TEDA —

TEDA EMPIRE CENTER



电梯入口
Elevator Entrance



销售案场
Sale dep.

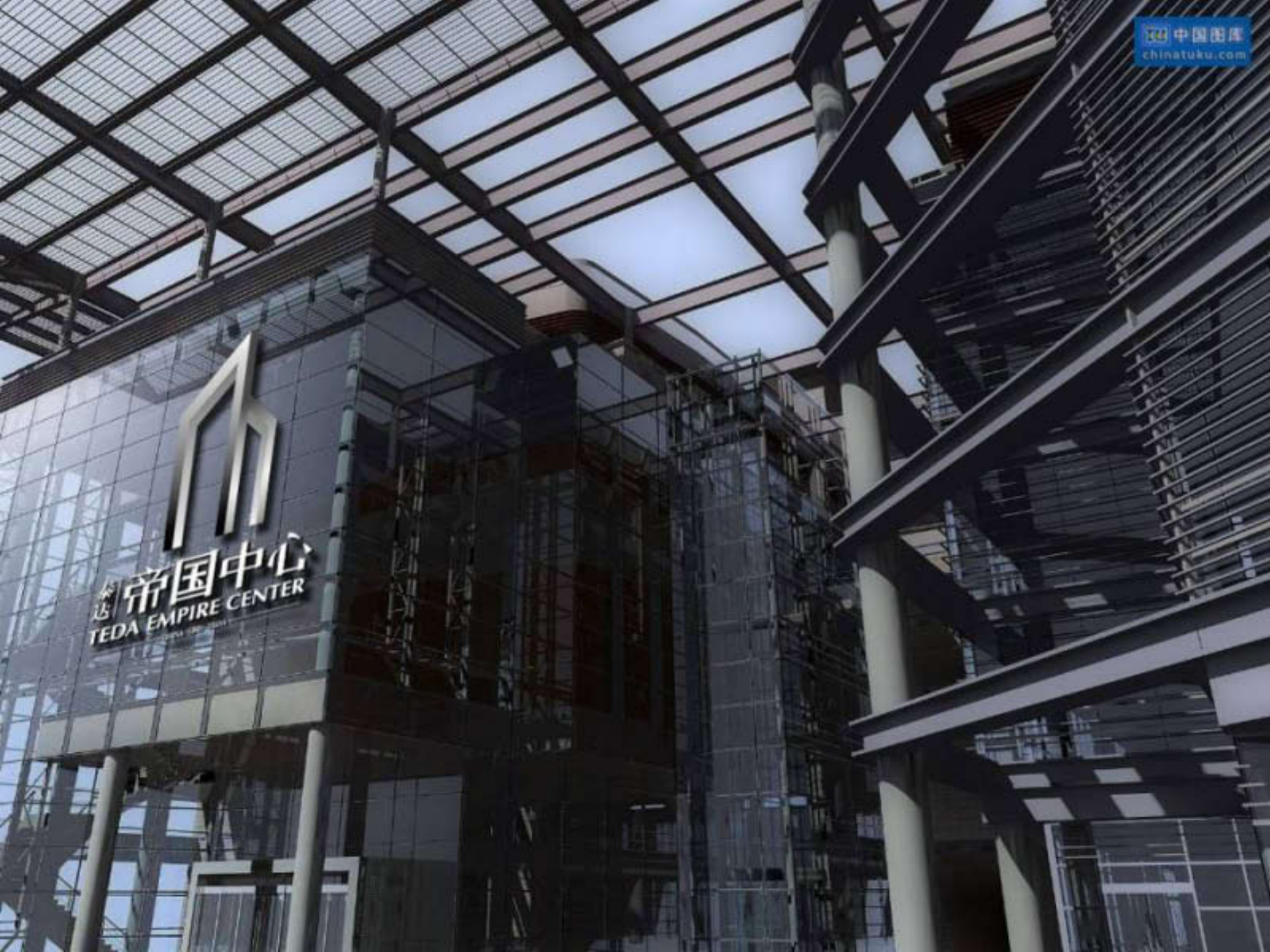


洗手间
Toilet



泰达 | 帝国中心
TEDA EMPIRE CENTER

泰达
帝国中心
TEDA EMPIRE CENTER





《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

CHINA · CBD · TEDA



泰达 | 帝国中心
TEDA EMPIRE CENTER

— CHINA · CBD · TEDA —

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

CHINA · CBD · TEDA



世界领袖话语权



世界领袖话语权



泰达 | 帝国中心
TEDA EMPIRE CENTER



公寓 · 酒店 · 写字楼 · 商业



公寓 · 酒店 · 写字楼 · 商业



[LOGO创作方案3]



CHINA·CBD·TEDA

TEDA EMPIRE CENTER

泰達 | 帝国中心

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn



CHINA·CBD·TEDA

TEDA EMPIRE CENTER

泰達 | 帝国中心



《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn



TEDA EMPIRE CENTER
泰達 | 帝国中心

[LOGO创作方案4]

TIMES CENTER™
泰達时代中心
酒店·公寓·写字楼·商业

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn



《2009年
订购热线

《2009年
订购热线

到满意付款
Wunderbook



TIMES CENTER™
泰達时代中心
酒店·公寓·写字楼·商业

TIMES CENTER™
泰達时代中心
酒店·公寓·写字楼·商业



《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn



世界领袖 LEADER 话语权

TIMES CENTER™
泰達时代中心

酒店·公寓·写字楼·商业

Vip Hotline: +8610-6592 0723

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线: 13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn



TIMES CENTER™
泰達时代中心

酒店·公寓·写字楼·商业

酒店·公寓·写字楼·商业

Vip Hotline: +8610-6592 0723



世界领袖
LEADER 话语权

TIMES CENTER™
泰達时代中心

酒店·公寓·写字楼·商业

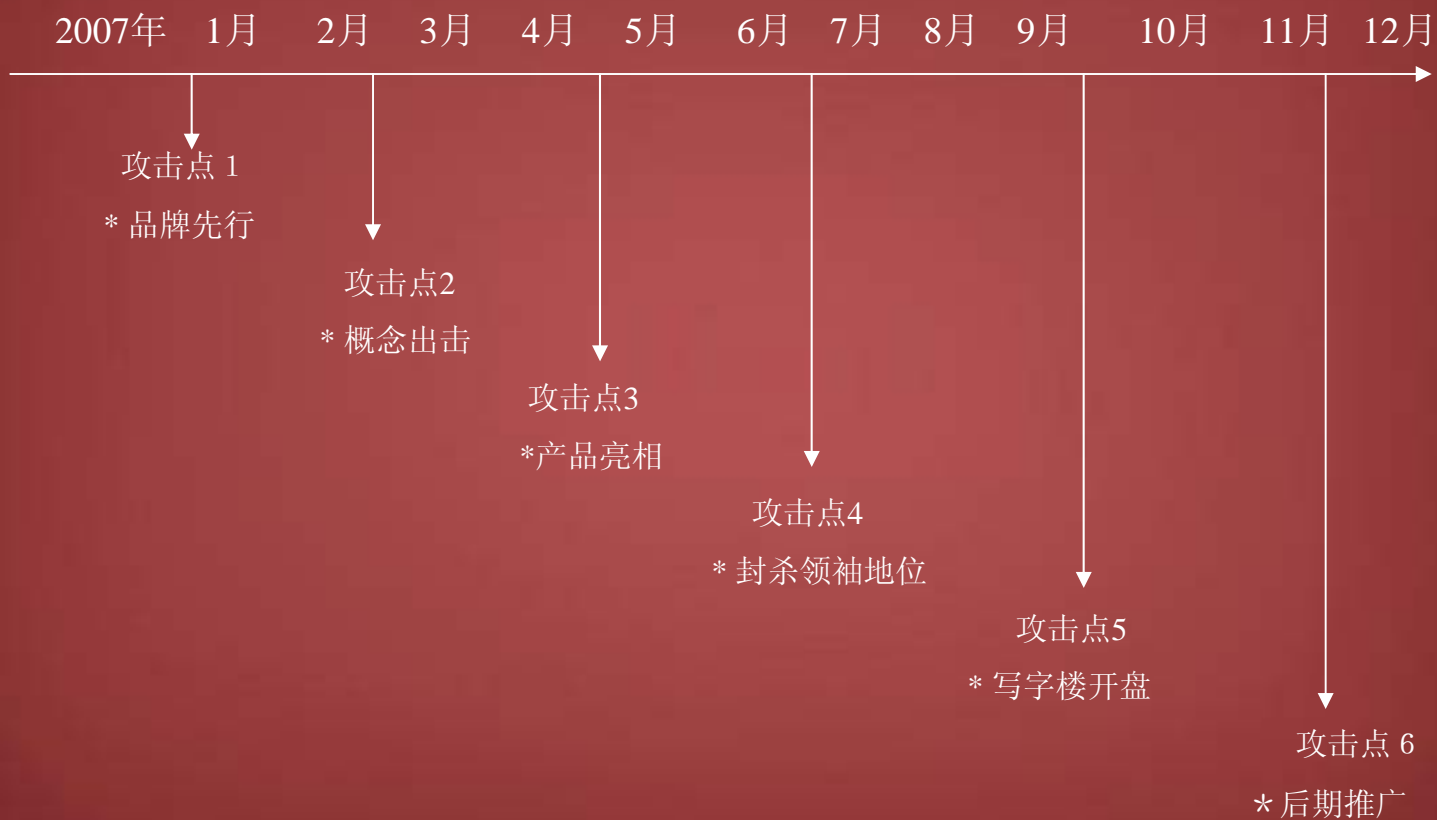
Vip Hotline:+8610-6592 0723

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线: 13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

8、战略攻击布局

{ 强势出击 }

2007年CCTD 整合攻击



战略作战：工程线、推广线、销售线立体出击，目前缺少销售计划与节奏配合，需要销售环节提供相应的销售节点。

C C T D
1月-2月
品牌先行

→ 攻击目标：高调亮相，建立泰达集团的市场领袖地位
一定要让人明白选择泰达=选择信心=选择未来

→ 攻击主题： 泰达集团·运营北京CBD
——TEDA，城市运营商——

C C T D

3月—4月

概念出击

- 攻击目标：震撼出击，建立项目强大的市场认知；
控制北京的领袖品牌话语权；
为产品正式亮相作铺势预热；
全年启动，全面建立领袖品牌地位营销；
- 攻击节奏：4月份才是正式市场启动点。4月份是房地产上半年最大的节点；3月底房交会又是上半年地产的关注点，因而，4月份才是2007年实质性启动点；
- 攻击主题：**CCTD——CHINA·CBD·TEDA**
CCTD——公寓·酒店·写字楼·商业
CCTD——世界领袖话语权
CCTD——泰达地产，100亿资产实力打造

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到付款
订购热线：13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

CCTD

5月

产品亮相

攻击目标：1期正式开盘；5月上半年最大节点；

气势惊人，开篇惊人，建立项目信心（具体执行略）

攻击方式：跨版报广、连P杂志、各大网站、制造事件等全方位立体推出

攻击主题：**CCTD公寓，盛大开盘**

——**CBD金十字·CCTV东50米**——

CCTD
6月-8月
封杀领袖地位

攻击目标：销售才是硬道理，热销才是硬道理中的硬道理。

美誉度的领袖品牌话语权最终完成；
趁热打铁，功固市场领导地位。
承上启下，为后期产品销售积累客户

攻击节点：户外热销奇迹广告
报纸热销奇迹广告
杂志热销奇迹广告
网络热销奇迹广告
春季房展会（一定不能错过）
写字楼预热（户外/报纸/杂志/网络）
写字楼巡展

C C T D

9—10月

2期开盘

- 攻击目标：2期写字楼正式开盘；
- 开盘节点：2期写字楼必须在10月全面开盘，9月房交会是下半年最大节点：金9银10是房地产下半年最大点、房交会是买家下半年最大关注点、国庆节是下半年节假日最大关注点，因而，9月房交会是实质客户积累关键点；
- 开盘攻击：原有的户外媒介；
原有的报纸媒介；
原有的网络媒介；

C C T D
11—12月
市场整合攻击

- 攻击目标：根据后续不同节点稳扎稳打，稳中求新；
- 攻击战略：现场实景的封杀力；
商业街开街；
节日节点；
大事件；
.....

战略节奏：

封杀CBD—封杀北京—公寓开盘—热销封杀—现场封杀—商业开街—写字楼开盘

9、战略启动

{大事件}

“大事件营销”

关键词：攻击的卖点战术与攻击的事件战略

*战略启动重梳话语权体系，事件对泰达战略格局具有至关重要的意义。常规的推广方式是卖点推广，我这里有什么；而事件营销与传统的卖点营销完全不同，其首先需要的是事件营销所产生的市场震动力，目标在于建立领袖品牌的市场地位，以领袖品牌的封杀力，形成至高点的高附加值，从而形成对销售的促动力；

事件一：战略新闻发布会

- 事件形式：正式召开新闻发布会，宣言泰达进驻北京。
- 举行隆重的“CCTD”新案名揭幕仪式，释放CCTD概念
- 邀请北京各大主流传媒机构现场报道，将项目概念最大释放。
- 活动包装：

泰达地产北京战略版图暨新项目启动 ——新闻发布会——

- 具体事宜：（略）

事件二：新闻发布会

- 事件形式：与CCTV结成战略联盟（如果可能的话，具体形式待定）
- 进一步释放CCTD概念
- 活动包装：

CCTD · CCTV战略结盟
——新闻发布会——

事件三：北京拜年

- 事件形式：联合天津政府，在滨海新区设置春晚外会场，CCTV春节联欢晚会赞助亮相。向北京人民，全国人民高调拜年
- 活动包装：

CCTD · CCTV春晚拜年
——来自中国经济第三航母的问候——

事件四：北京考察团

- 事件形式：直观震撼，组织北京人士赴天津/滨海考察泰达实力
- 人群选择：目标客群/世界500强/CBD中高层领导/某高级俱乐部成员/C C T V 媒介
- 活动包装：走进天津，了解泰达

——泰达集团，运营中国北方经济中心——

走进滨海，了解泰达

——泰达集团，运营中国第三级——

- 具体事宜：（略）

事件五：峰层论坛

- 事件形式：邀请泰达战略伙伴，世界500强，讨论中国经济
- 活动包装：

世界领袖话语权

——世界500强齐聚CCTD，共语中华未来——

事件六：泰达风采展

- 事件形式：项目现场展示/写字楼巡展/租用场地举办专场展览
- 活动包装：
泰达地产，运营北京CBD
泰达地产，百亿城市运营商
- 具体事宜：（略）

事件七：开盘事件

- 事件形式：举行盛大开盘仪式，邀请CCTV名嘴进行解说
- 活动包装：

CCTD盛世开盘

——CCTV金牌主持人现场恭贺解说——

总体回顾

战略广告：万事俱备，只欠东风

战略思考：事关全局/机会难得/稳扎稳打/品牌先行/实力开局/通盘考虑

战略体系：王牌战略—中国泰达中心CCTD
泰达·帝国中心
泰达·时代中心

战略攻击：品牌先行—概念出击—开篇惊人—产品亮相—事件助陈

[本次提案相关说明]

《2009地产整合推广提案大全2000案》 全国货到付款
订购热线: 13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn

“ BIRTHIDEA博思堂 ”

- 1、中国最好的广告公司：10家公司、37个城市、100家发展商；
- 2、中国最专业广告公司：广告公司分为3种：战术公司、策略公司、战略公司；博思堂属于第3种；
- 3、北京战略型广告公司：珠江帝景、红螺湖别墅、万通新城国际、锦上国际...

THANKS!

让我们共同为荣誉而战!

《2009地产整合推广提案大全2000案》全国货到满意付款
订购热线: 13666100049 QQ:1014899638 www.dcrbook.cn