

■地产观察

# 标新立异 “裸”亦有道

## ——从苏紫紫现象谈地产营销



(资料图片)

最近有位女孩很红，苏紫紫，人大艺术系大二学生，裸模。一夜蹿红使她贫寒的家境、坎坷的经历，跟她的写真集一起在网上漫天飞扬。

我们在这里想特别强调的是，她红得很有策略，并且跟洛阳一个地产项目有关。

去年夏天，苏紫紫尚默默无闻之时，泉舜财富中心慧眼独具挑中她来为项目拍摄写真，在洛阳，算是一件轰动事件。当时还没人理解这样一个商业营销活动对洛阳地产业

的意义。多年来，洛阳房地产的营销推广始终属于温吞型，对于新锐的、时尚的、出格的、烧钱的……各种创新营销和炒作手法天然免疫，大小楼盘均沿袭“送礼包”、“抽大奖”等实惠路线。此种“我低调，你随意”的保守或者矜持，可能因地域文化的局限，也可能是时机不成熟。

但泉舜人体写真活动之后，无形中打破了洛阳市场某种营销禁忌，往高处说，开房产营销与人体艺术的联袂之先，借人体艺术的国际性辉映了泉舜项目的国际化；往俗里说，吸引不少眼球，多卖不少房子，特别是赶上苏紫紫走红前，给洛阳普及了一次通俗意义的人体美学！

撇开项目不说，从营销层面看，泉舜的营销一直带有南方特有的炒作意识和创新精神：早期大家都在抽大奖的时候，泉舜因“抽宝马”而引起过争议；大家都青天白日大张旗鼓地开盘，泉舜选择夜间开盘。其实，营销之道就需要以争议为土壤。由于一直坚持，泉舜根植于项目品质的营销，跟项目的价格一样成为了风向标，或者说通俗意义的“榜样”。或许是榜样的引领，又或许是市场的逐步成熟，从去年下半年开始，洛阳的房产营销开始进入状态，奇妙地呈现出百花齐放、百鸟争鸣的繁荣势头。比如去年同期几个较有特点的

营销推广：中泰的插画广告、东方今典的系列高端体验活动、升龙售楼部样板区的体验营销……

近日，泉舜铭泉苑3号楼的开盘再出奇招，低调开盘，结合产品鉴赏中心改造，并以苏紫紫泉舜写真图片展为背景，再次赢得满堂彩，据传，单日两小时销售额再次刷新洛阳的记录。

看来，泉舜财富中心从众多模特中选中苏紫紫，是有道理的，也许前瞻地看到了两者共有的潜质：出众的天赋、炒作的能耐、饱受争议的背景、敢为人先的勇气。

苏紫紫，凭借早慧的头脑，早期以“裸”来赚钱养活自己，到现在，“不裸”亦能弘扬人体艺术，相信她最终会成为艺术美的代言者。而泉

舜财富中心，经历过质疑，现已成为洛阳新区核心区的标杆形象，被市政府定为十大服务业重点示范项目。其实世间之道，莫过于此，先抑而后扬，营销之道亦然，敢标新立异而后成为主流。

但愿从苏紫紫娇柔的人体写真中，业内能够领悟出硬朗的营销之道。（赵汗青）



3月12日，东方今典·境界洋房2期对面的洛浦公园内一片热火朝天的景象，由东方今典组织的大型公益植树活动在此举行，500余名业主与准业主报名参加了此次活动。据介绍，主办方精挑细选出优良树种并为每位参与植树活动的业主制作了爱心认领牌，在低碳生活逐渐成为城市主流生活观的今天，东方今典此次的大型公益植树活动无疑是契合了这一理念。

据悉，东方今典近期又有新作推出，境界洋房2期已经面市，此次推出的洋房，在位置和产品的组合上都可以说是前期洋房的升级之作，目前正在接受客户咨询。图为公益植树活动现场。

本刊记者 刘晨 摄



**FORTUNE CENTER**  
泉舜财富中心

# 大美倾城 享世界

## 118万m<sup>2</sup>国际生活圈 圈定洛阳最美人居生活版图

洛阳走向国际，洛阳新区崛起，成为城市新的人居高地。

洛阳市政府在这里，600亩中央公园在这里，400亩绝版开元湖在这里，亚洲最大的音乐喷泉在这里……

政治、经济、景观、交通中心皆汇于此，鼎定城市生活之巅。

泉舜财富中心，立中心之心，纳显赫于外，藏大美于内，

以国际生活为标准，四大顶级团队强强联合，圈定洛阳高品质生活区；

集30幢高层住宅、24万m<sup>2</sup>国际Shopping Mall、13万m<sup>2</sup>国际五星级酒店、5A写字楼于一体；

以中心之心、集四方之势圈定洛阳最美人居版图，以繁华之巅尽享国际名流生活。

居于此，前享公园静谧，后享商圈繁华，生活左右逢源，人生里外显赫。

看一眼，少一席，国际席位锐减中，错过即错过！



**大师**  
4大国际品牌团队  
缔造经典



**大景**  
音乐喷泉 中央公园  
前后显赫



**大成**  
高端品牌 集成配套  
比肩国际



**大雅**  
五星酒店 国际商业  
无尚尊崇

**FORTUNE CENTER**

泉舜财富热线 **6185 8888 / 6185 9999** / 投资商：泉舜集团 / 开发商：泉舜集团（洛阳）置业有限公司  
地址：洛阳市政府正对面（音乐喷泉正南）/ 整合推广：深圳百威广告