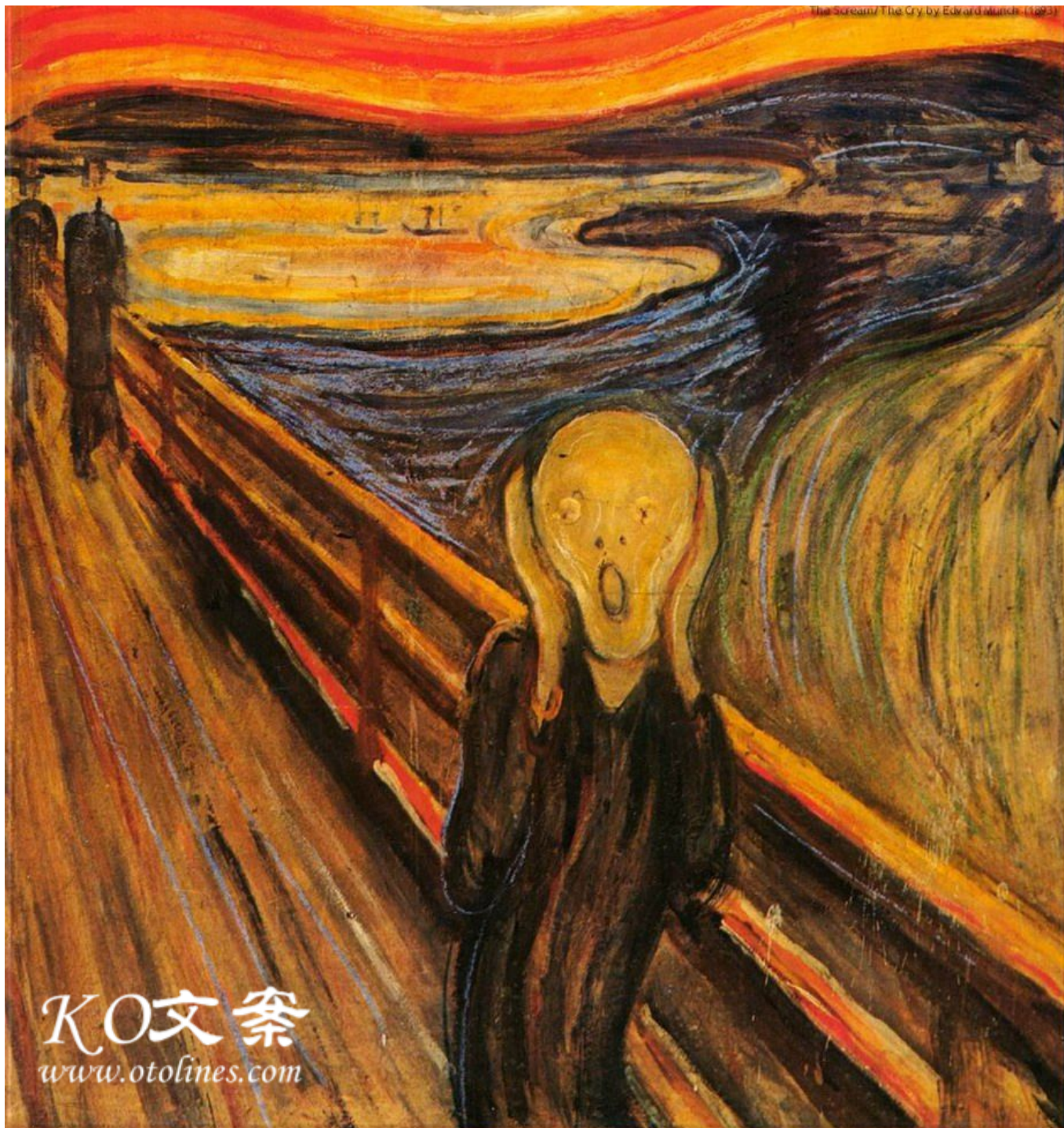


Soft advertising is a  
problem

# 软文是个问题

在这个世界上，  
有种职业叫做文案，  
还有另一种东西，叫做  
**软文。**





# 呐喊 (Skrik)

爱德华·蒙克1893



真的，

对于文案人员来说，软文是个问题。一个涉及心理学上的问题：

# 人格分裂



# 在搞清楚这个心理学上的疑难杂症之前



# 马克思有句名言 透过现象看本质

甲方



ZANGIEF

VS



DHALSIM

文案



# 客户眼里的软文





KO文案  
www.otofines.com

软文身上长满了  
一种叫做卖点的东西



# 媒体眼里的软文





# 忘开鸡翅宴

**⑨ 板烧鸡腿堡 + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥16.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑩ 板烧鸡腿堡 + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥16.00**  
 原价 ¥3.50 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑪ 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥11.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑫ 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥11.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑬ 麦辣鸡翅™ 8块 + 可乐(小)**  
**¥24.50**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券可全大使用

**⑭ 麦辣鸡翅™ 8块 + 可乐(小)**  
**¥24.50**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券可全大使用

**① 麦辣鸡腿汉堡 + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥15.00**  
 原价 ¥4.00 起  
 本券可全大使用

**② 麦辣鸡腿汉堡 + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥15.00**  
 原价 ¥4.00 起  
 本券可全大使用

**③ 麦辣鸡腿汉堡 + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥15.00**  
 原价 ¥4.00 起  
 本券可全大使用

**④ 麦辣鸡腿汉堡 + 麦辣鸡翅™ (2块) + 可口可乐(小)**  
**¥19.00**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券可全大使用

**⑤ 麦辣鸡腿汉堡 + 麦辣鸡翅™ (2块) + 可口可乐(小)**  
**¥19.00**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券可全大使用

**⑥ 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥11.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑦ 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥13.00**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑧ 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块)**  
**¥13.00**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑨ 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (4块)**  
**¥24.50**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券可全大使用

**⑩ 麦辣鸡腿汉堡 + 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块) + 可口可乐(小)**  
**¥38.00**  
 原价 ¥11.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑪ 麦辣鸡腿汉堡 + 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块) + 可口可乐(小)**  
**¥38.00**  
 原价 ¥11.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑫ 麦辣鸡腿汉堡 + 薯条(中) + 麦辣鸡翅™ (2块) + 可口可乐(小)**  
**¥38.00**  
 原价 ¥11.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑬ 麦辣鸡翅™ 8块 + 薯条(中) + 可乐(小)**  
**¥12.50**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑭ 麦辣鸡翅™ 8块 + 薯条(中) + 可乐(小)**  
**¥12.50**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑮ 麦辣鸡翅™ 8块 + 薯条(中) + 可乐(小)**  
**¥12.50**  
 原价 ¥5.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑯ 麦辣鸡翅™ 8块 + 薯条(中) + 可乐(小)**  
**¥14.50**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑰ 板烧鸡腿堡 + 可乐(小)**  
**¥14.50**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**⑱ 麦辣鸡腿汉堡 + 可乐(小)**  
**¥14.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券可全大使用

**⑲ 麦辣鸡腿汉堡 + 可乐(小)**  
**¥14.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券可全大使用

**⑳ 麦辣鸡腿汉堡 + 可乐(小)**  
**¥14.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券可全大使用

**㉑ 板烧鸡腿堡(2个) + 可乐(小)**  
**¥22.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**㉒ 板烧鸡腿堡(2个) + 可乐(小)**  
**¥22.00**  
 原价 ¥3.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**㉓ 麦辣鸡腿汉堡**  
**¥10.50**  
 原价 ¥1.00 起  
 本券可全大使用

**㉔ 麦辣鸡腿汉堡**  
**¥10.50**  
 原价 ¥1.00 起  
 本券可全大使用

**㉕ 麦辣鸡腿汉堡**  
**¥10.50**  
 原价 ¥1.00 起  
 本券可全大使用

**㉖ 麦辣鸡腿汉堡**  
**¥11.50**  
 原价 ¥1.00 起  
 本券每日上午10时起使用

**㉗ 麦辣鸡腿汉堡**  
**¥11.50**  
 原价 ¥1.00 起  
 本券每日上午10时起使用

## 精选

**K超文案**  
[www.otolines.com](http://www.otolines.com)



软文就是变相促销品  
买一送一

# 文案眼里的软文







# 一堆的字



# 读者眼里的软文





Toilet



Toilet



又臭又长，离远一点

亲爱的甲方要卖点卖点卖点卖点，  
忙着数钞票的媒体文风低俗简单  
粗暴不限，眼睛雪亮的读者聪明  
又口味挑剔

可怜文案怎么  
办？



# 软文的亲戚





停，过了







KO文案  
www.otoflines.com



娱乐时尚 图片资料  
www.cri.cn  
gb.chinabroadcast.cn

KO文案  
www.otolines.com





KO文案  
[www.otofines.com](http://www.otofines.com)



KO文案  
[www.otolines.com](http://www.otolines.com)





KO文案

[www.otofines.com](http://www.otofines.com)





KO文案  
[www.otofines.com](http://www.otofines.com)





KO文案

[www.otolines.com](http://www.otolines.com)

软文是相对于硬性广告而言，由企业的市场策划人员或广告公司的文案人员来负责撰写的“文字广告”。与硬广告相比，软文之所以叫做软文，精妙之处就在于一个“软”字，好似绵里藏针，收而不露，克敌于无形，等到你发现这是一篇软文的时候，你已经冷不丁地掉入了被精心设计过的“软文广告”陷阱。



# 不错，

软文的难点在于：

文案你要说的很正义，好像就是篇栏目文章。又要把字正腔圆产品给说的头头是道。一会儿做作家，一会儿做推销员。两个都不能差。

- 一会儿做作家，一会儿做推销员。
- 一会儿做作家，一会儿做推销员。
- 一会儿做作家，一会儿做推销员。
- 一会儿做作家，一会儿做推销员。
- 一会儿做作家，一会儿做推销员。
- 一会儿做作家，一会儿做推销员。



所以擅长写软文的文案，  
一般都患有人格分裂症。



哦，该吃药了。





KO文案  
www.otofines.com

一篇软文  
最最最重要的就是一个

好标题

乞丐也能变犀利





KO文案

[www.otofines.com](http://www.otofines.com)

理由大家都懂的



# 5秒钟原则

消费者研究表明，消费者对任何一种商业信息传播的关注兴趣取决于五秒钟的时间（无论是电视广告、报纸新闻还是网络信息），如果你不能在五秒钟的时间之内让消费者对你的信息产生兴趣，消费者的下一个关注点可能就会落在你的竞争对手身上。

It means

超过5秒钟  
你就输了





# 那么 怎样设计一个好标题



在这里，我要提醒一下各位，  
软文标题不是新闻稿，  
不是热得快，不是三分钟速成，  
也不是方便面。  
如果你指望拍拍屁股就想出一个软文标题，  
那是不科学的。因为，标题

需要设计。







# 标题党 七大党章

党章一：明确客群。

# 80后的婚房怎么选？



党章二：结合时事。

# 奥运冠军直言 选房标准

党章三：新闻炒作。

只因抢不到房  
中大客户怒砸售  
楼部



党章四：悬念铺垫。

四月一号

谁将与歌坛巨星  
面对面？

党章五： 倒计时。

最后72小时

打响抢房第一枪



党章六：利益点代入。

让你一下少  
奋斗十年

党章七：霸气型。

请自行翻阅当日各大报纸



标题党成功了  
暂且把读者“骗”进来了

# 接下来该怎么做？





# 障眼法



一个好的软文，  
是如何隐藏广告目的，  
满足读者的阅读欲望？  
并且勾引他们一步一步  
往下读的？







1



项目占地400亩，分三期开发  
，由15栋高层组成。小区人车  
分流规划，配有优雅的园林设  
计.....

我是个男人，一米七上下，两个眼睛，两个鼻孔，一张嘴巴。一日三餐，主食是米饭……



如果你说的是全世界人民都知道的事情，或者和他们没有丝毫关系的内容。

那对他们来说：

信息量为零

通俗一点说那就是  
全是废话





记住，没有人愿意  
花时间为读废话

# 这是一段关于公寓 投资利益的文字

你炒过股吗？股票一赚，二平，七人亏。但愿你是那十分之一。如果您在银行存了一大笔钱，那么恭喜您，通货膨胀产生的负利率将让你的资产缩水，您的每一百万存款平均每年将要损失两万元。黄金、期货……

看到这里，您一定会说：炒股不如炒房，炒房不如炒公寓。



只能说您对了前半句。投资公寓也要有所选择。公寓有三投，三不投……

好了，写到这里，相信有投资兴趣的读者会一直看下去了。你懂的。

同样是一篇开盘软文，要求内容点如下：

项目前期热销  
30套别墅销售  
超大运动馆开放



我们看见最多的写法是：

# 恒大绿洲明日 震撼开盘 万人期待

内容就不例举了，  
一般是流水账，无非是时间地点人物时间价钱。

换种思路  
务必让人  
读得下去



# 恒大绿洲明日开盘揭晓

## 三大悬念

悬念一：上周4小时狂卖4亿，明日是否破销售纪录？

悬念二：最后30套稀有别墅，究竟花落谁家？

悬念三：超级运动馆开放，是否能刮起全民健身风？

欲掩人耳目，首先就要让其麻痹。欲让其麻痹，就要让其有兴趣看下去。



# 津津有味



2



真相只有一个



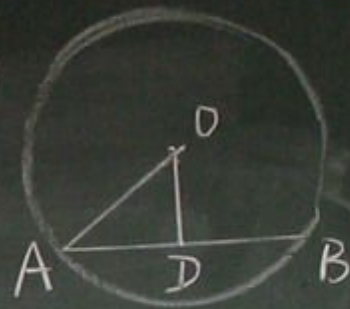
一篇优秀的软文，不仅要可读，  
而且要能说服人。

以理服人。

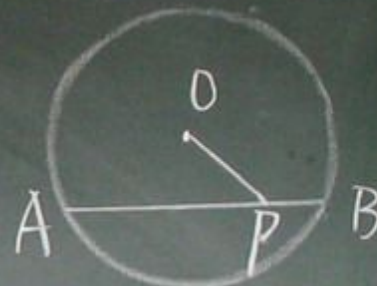


# 什么是理？

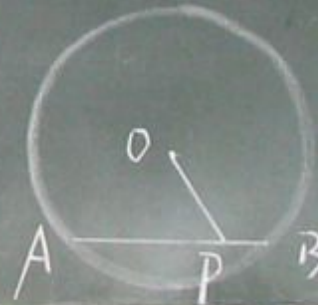
1. 如图.  $AB$  是  $\odot O$  的弦, 圆心  $O$  到  $AB$  的距离  $OD=1$ .  $AB=4$ . 则该圆的半径为 \_\_\_\_\_



2. 如图. 已知  $AB=10\text{ cm}$ .  $PB=4\text{ cm}$ .  $OP=5\text{ cm}$ . 则  $\odot O$  的半径等于 \_\_\_\_\_  $\text{cm}$ .



3. 如图.  $\odot O$  的直径为 10. 弦  $AB=8$ .  $P$  是弦  $AB$  上的一个动点. 那么  $OP$  长的取值范围是 \_\_\_\_\_







KO文案  
[www.otofines.com](http://www.otofines.com)

有人说，做文案最好的两个专业，一是数学，二是法律。原因很简单，这两个专业的学生逻辑性最强。而做文案恰恰需要很强的逻辑思维能力和逻辑表达能力。

因为，你要去

# 说服人。



∴ A

∴ B

∴ C

# 举个例子， 如何让和尚买你的梳子？

负责人问丙：“卖出多少把？”答：“1000把。”  
负责人惊问：“怎么卖的？”丙说他到一个颇具盛名、香火极旺的深山宝刹，朝圣者、施主络绎不绝。丙对住持说：“凡来进香参观者，多有一颗虔诚之心，宝刹应有所回赠，以做纪念，保佑其平安吉祥，鼓励其多做善事。我有一批木梳，您的书法超群，可刻上‘积善梳’三个字，便可做赠品。”住持大喜，立即买下1000把木梳。得到“积善梳”的施主与香客也很是高兴，一传十、十传百，朝圣者更多，香火更旺。



还是那句话，软文不要流水账  
你说一个产品好，说一个利益点好，  
一定要让人**心服口服**。  
光摆数据，反复罗列卖点是没有用的。

比如，一个强调江西第一大社区运动馆的利益点，应该如何推理？

∴一个人一天有10个小时是坐着的，一生有超过30万个小时脱离运动。

∴通过运动可以解决掉多少都市病症

∴运动馆规模能容纳N千人，每人每周至少能得到N次N小时锻炼时间。

∴健康比什么都重要。XX楼盘，值得选择。



再比如，说市郊住宅产品的。

很多人并不知道生命的重要性。

∴他们喜欢把生活浪费在堵车上。

∴大马路上，没有生活。

∴他们吸的汽车尾气比你呼吸的氧气都多。

∴还要付出两倍的钱去受虐。

∴同样的时间，一边享受风景，一边远离尾气和烦躁吧。

在这里，告诉各位一个原则：  
如果文字的条理和逻辑  
连作者你自己都无法说服  
那么，请不要侮辱读者的智商  
回炉重炼！



总结，还是这两点：



当然，这个新手软文升级教程只是提到了小小一部分，还有比较多的文体形式没有涉及，诸如故事类——一块手表30年后分秒不差、一个手机成就的爱情故事等等  
还有一些其他文体的形式，在房地产领域采用不是很多，在这里就不多做介绍了。



看看福州世茂天城  
软文是怎么写的？

#### 链接

世茂王牌销售个人档案:

陈非,世茂天城销售部  
主管,2003年进入世茂。  
2009年3月15日,创  
下日售6000万元销售额,  
赚取佣金20多万!



## 世茂6个月售12亿 王牌售楼先生日赚20万

据福州市房地产交易登记中心数据统计,世茂天城自2008年9月入市至今,6个月逆市销售近12亿元!其中在3月15日,限量推出的6套价值850万/套以上的500m<sup>2</sup>大平层楼王当天全部售完,其中最高成交总价达892万/套,成为福州最贵高层住宅。这些500m<sup>2</sup>楼王全福州仅19户,一层即一个姓,可以全景俯瞰面积比五一广场还大的88亩茶亭公园。当天另有嫌阔35套260m<sup>2</sup>的户型及7套侧园住宅也被卖出,创造了一天1.8个亿的销售额!该公司的一位销售主管陈非当天成交6000万元(含5套500m<sup>2</sup>楼王成交),创下日佣金20多万的纪录!

在全球经济不景气的冲击下,稻城楼市160m<sup>2</sup>以上非刚性需求户型多数滞销,商业销售也停滞不前,但是世茂天城这边风景独好。截至3月12日,世茂天城27间单套总价约900万的沿

街商铺及462间地下空间产权商铺全部售罄,其间更有客户4000万一次性付款购置。继此热销势头,世茂决定于近期再推售超五星级酒店裙楼商业。

购买世茂的客户多为精英人士,大部分是三次置业以上,有着丰富的置业经验。买房对他们来说不再只是一个“栖身”的概念,更注重选择能与自己“门当户对”的房子。对于高端的投资更有极致的市场刺激力。一般的产品根本经不起他们挑剔的眼光!

对于他们来说,在金融海啸下要赚钱出来,除了“不差钱”,最现实的理由只有一个——利益。在目前的市场条件下,仅仅是价格上的吸引是不够的。他们要的是用当下市场价买到未来的产品价值。

而位于市中心茶亭区域范围的世茂天城,由世茂集团开发,其中近300米超五星级酒店(含5A写字楼),是福建省最高的建筑,将成为整个海西的标志,而其

在建的近120米住宅项目也将成为全福州最高的住宅地标建筑。以近50万平方米的城市综合建筑定位,集超五星级酒店、5A写字楼、高档住宅、公园、商业等为一体,推动福州从城市走向大都市发展进程的同时,也满足了富豪们城市生活的综合需求。

而今,以世茂天城260m<sup>2</sup>为主力的超高层大户型住宅为代表的顶级豪宅,再次成为市场关注的热点。

另,由于世茂天城楼王的销售情况已经超过预期,世茂决定近期封盘,有兴趣的业主也只能等到6月份。届时将同步推出7200m<sup>2</sup>茶亭公园实景样板区,坐落其中的500m<sup>2</sup>平层大户型板房,造价将超过500万,其中一个主卧面积就达245m<sup>2</sup>,将全面颠覆福州顶级豪宅居住理念,当然价格也将大幅上调。

VIP: 83222222



3月17日,国内各类媒体竞相报道“上海世茂佘山庄园别墅卖2.05亿刷新国内最贵住宅记录”新闻事实,而在福州,世茂天城正以成交价格892万元/套500平方米的楼王价格成为福州最贵高层住宅!

记者昨日获悉,位于市中心茶亭区域范围的楼盘世茂天城最近成交8单总价达800万以上住宅,最高成交总价达892万/套,刷新了福州住宅楼盘单个单位的最高成交价纪录。据说,这种可以和别墅面积比拼的平层大户,全福州仅19户!一层即一户,可以全景俯瞰88亩整个茶亭公园。

而且892万元/套的楼王并不是世茂天城最贵的一套,看来世茂的记录很快又会被世茂打破!



# 继上海世茂佘山庄园成交中国最贵别墅后 世茂天城 892 万元一套 成福州最贵高层住宅

## 福州最贵高层住宅 892 万元

由世茂集团开发的世茂天城项目,其中近300米高超五星级酒店(含5A写字楼)是福建省最高的建筑,将成为整个海西的标志,而其在建的近170米住宅项目也将成为全福州最高的住宅地标建筑。

记者获悉,有6单成交具体时间都是在3月15日,6套价值800多万500平方米大平

层楼王当天全部售!最高成交总价达892万/套,成为福州高层最贵住宅!当天另有臻园35套250平方米的户型及7套侧园住宅也被卖出,创造了一天1.8个亿的销售!在3月16日,原15日购买的一客户又追加购买2套500平方米住宅。

世茂方面表示,500平方米楼王售出,主要由福建大型

上市公司老总、实业家、金融投资人士、海外华人等财富阶层购买,甚至有位是闽籍房地产开发商老总。但客户具体身份他们表示无法透露。据了解,购买的顶级客户均是二次置业或多次置业,有着丰富的置业经验,买房对他们来说不再只是一个“栖身”的概念,他们已不甘于住进10000元/平方米以

下的普通住宅,更注重选择能与自己“门当户对”的房子。

目前为止榕城楼市140平方米以上非刚性需求户型基本滞销,福州单价10000元/平方米以上高端住宅销售记录几乎由世茂天城全部创造。自2008年9月入市至今,6个月为市场创造了近12亿元的销售业绩!

## 顶级豪客独具市场眼光青睐市中心豪宅

对于处在“金字塔”顶端的顶级富豪来说,在金融海啸下要他们拿钱出来,而且800多万/套。除了“不差钱”,最重要的理由只有一个——利益。在目前的市场条件下,仅仅是价格上的吸引是不够的。购房者需要的是产品上的颠覆,用当下市场价买到未来的产品价值。

因为,真正的豪宅需要在户型、酒店、写字楼、百货、公园周边产业等方面形成一个复杂的产品体系和服务体系,才可以满足各种富豪的居住需求和这些富豪的各种生活要求,同

时形成一个良性的上升氛围。而世茂天城,正是地处市中心,集超五星级酒店、5A写字楼、高端住宅、公园、商业等为一体,满足了“金字塔”顶部的一群人。

事实上,目前臻园3\*楼建筑主体才出地面,但众多福州有眼力者已经看到了世茂天城不可复制的社区价值及楼王的唯一性和稀缺性。

对此,世茂地产相关负责人表示,由于世茂天城楼王的销售情况已经超过预期,决定近期封盘,有兴趣的业主也只

能等到6月份,届时将同步推出4000平方米茶亭公园实景样板区,座落其中的500平方米平层大户样板房,造价超过500万,卧室面积足有245平方米,将全面颠覆福州顶级豪宅居住理念!当然价格也将大幅

上调。另悉超五星级酒店裙楼商业将不日公开。

另讯,截止3月12日,世茂天城27间总价约900万沿街商铺及世茂百货462间地下产权商铺全部售罄!更有客户4000万一次性付款购置。

### 资料链接

## 世茂佘山庄园别墅卖2.05亿 成国内最贵住宅

位于上海松江区的楼盘世茂佘山庄园最近成交两栋别墅,接连刷新了国内单套别墅的价格纪录。其中一个占地约40亩的别墅,签约成交价格达到2.05亿元,另外成交的一套别墅总价为1.55亿元。



Z世茂

# 潜伏?

## 世茂商业广告一夜消失的真相

近日,一部火爆的谍战片《潜伏》,引发了网友热议。“小眼大嘴”男女搭档让“潜艇”(《潜伏》粉丝戏称)们会心一笑。就在“潜艇们”对余则成潜伏台湾,单干公望变大星结局不满,纷纷给出自己“解毒”方案时,福州街头一个极具个性的广告——世茂天城商业,突然一夜间消失。一个还在热卖中的标杆项目,突然放弃“广而告之”,在福州,这还是第一次。世茂天城让人们不解,不会是玩潜伏吧?“潜艇”们的玩笑让这一真相更为扑朔迷离,到底是什么原因让世茂选择“撤退”?

### 封盘,从广告开始

近半个月,在台江中亭街、五四路华福宾馆、世茂天城项目外墙以及福州各大报纸上,人们总会读到这样的字句:“全球500强的员工通过每周平均于50小时回报你的投资”,“全球500强的员工通过每天一顿饭回报你的投资”,“只要全球500强的员工工作着,就有105位福建人得到稳定的投资回报”,这些都是为世茂国际中心的裙楼商业做的价值阐释。

毫无疑问,这些价值独白触

动了人们的神经。4月12日世茂国际中心裙楼商业开盘,当天创下2.3亿元的销售额,售出近九成,其中三层(2800平方米)被一位豪客以半亿的价格一次性整层买断,同等面积的4层,被一位豪客以4200万元的价格一次性整层买断。

据了解,截至目前,商业部分几乎售罄,“卖得太快了,我们自己都觉得意外,何况外人?”世茂天城对“广告一夜蒸发”给予的理由是:封盘,从广告开始。

### 有一种胜利叫撤退

问:封盘了,那少量商铺怎么办?

答:潜伏!给最出得起价钱的人。

问:为什么要这样呢?

答:集中精力准备迎战下一个目标。

尽管,世茂天城商业广告一夜消失,与《潜伏》本意不搭边,但倒是很符合《潜伏》里的一句经典台词:有一种胜利叫撤退,有一种失败叫占领。

根据房地产交易信息网的统计数据,目前世茂天城27间单套总价约900万元的沿街商铺及462间地下室产权商铺全部售罄!2009年1月至今,世茂天城项目已售出超过11亿元销售业绩。

放弃占领,集中精力开展下一个目标,是胜利撤退之后要做的。对世茂而言,6栋176米高的福州顶级豪宅,有着上千套平层大户的大体量,是它商业广告一夜消失的真相!



KO文案  
www.otofines.com

VIP热线:83222222





# 我是传奇

这是福州地产界一个传奇。

传奇发生的地点：世茂天城；出场人物：一位潘姓售楼小姐、一位衣着普通的富豪……

他们的缘分只有一次。3月29日锦园1#楼开盘，一位衣着普通的中年男子来到售楼部，直接要购买500平方米的大户。因500平方米楼王已封盘，潘小姐并未做太多推介，因为没有房源。

第三天，当这位客户再次登门世茂天城时，成为了业主。而此时，潘小姐却在医院里打点滴，但是销售账簿上多出了5000万大单，半个亿就这样从天而降。

传奇，邂逅一个黄毛丫头！

## 3分钟搞定0.5亿

2009年第一季度，140平方米以上商品房住宅成交套数占榕城楼市成交量的12.3%，而245平方米以上大户成交更是凤毛麟角，几乎都是由世茂天城创造。

3月29日，锦园1#楼开盘时，一位中年男子来到售楼部，直接要看500平方米大面海的户型。因500平方米大平层楼王销售已超预期而封盘，接待他的潘姓售楼小姐告诉他需等到6月份，这位客户怅然离去，交谈时间不过3分钟。

第三天，他又来了，直接拿下世茂国际中心的裙楼商业的一整层，三层，价值5000万。此时，潘姓售楼小姐并不在场，而是在医院里打点滴，按世茂制度，因初次接待者为潘，故业绩归其名下。

VIP热线：83222222

## 我是传奇

3分钟搞定0.5亿，颇具戏剧性。据了解，这种戏剧性对潘而言不止一次，早在世茂地下商场的销售时，就有一客户直接4000万一次性买断，送她近半亿的销售额。那么，潘的奇遇是传奇吗？

而这位在金融危机下，仅用三分钟，就掏出半个亿身家的豪客，他的故事，不是更具传奇色彩吗？

另，根据福州市房地产交易信息网的统计数据，目前世茂天城27间商铺总价约900万的沿街商铺及462间地下空间产权商铺全部售罄！此外，世茂国际中心的裙楼商业开盘当天创下2.3亿的销售额，售出9成。2009年1月至今，世茂天城销售已超过11亿。

在楼市行情并非大好时，主攻高端住宅的世茂天城，赢得如此业绩，世茂是传奇吗？

有时候，传奇就是这么不可理喻！

KO文案  
www.otofines.com



# 世茂天城售楼处 绿地惨遭“毁容”!

N 章章

12日上午,福州市儿童公园路旁的世茂天城上演了一场意想不到的大戏。本来一场简单的开盘活动,竟然演绎成福州顶级的名车展。玛莎拉蒂、保时捷、奔驰、宝马7系、MINI宝马、奥迪A8、凯迪拉克……这些准购房者们的座驾,当日成了福州茶亭街附近最靓丽的风景线,赢得无数眼球。由于售楼处停车场已经爆满,不得已,环绕售楼处人行道以及绿地草坪全部变成临时停车位。

这到底是卖豪宅,还是卖名车?或者说,名车与豪宅从来就是“有钱人总成眷属”。据了解,这次无意为之的“名车聚集”为世茂天城贡献了2个多亿的销售数。至此,世茂国际中心的裙楼商业售出近九成,其中三层(2800平方米)被一位豪客以半亿的价格一次性整层买断,同等面积的4层,被一位豪客以4200万元的价格一次性整层买断。

根据福州市房地产交易信息网的统计数据,目前世茂天城沿街商业9000平方米(总销4.5亿元),世茂百货地下商业(共计462间商铺,总销4亿元)均已售罄。



售楼门口价值两百七十万的全新玛莎拉蒂

## 名车 + 豪宅 有钱人总成眷属

一辆价值270万元的全新玛莎拉蒂总裁行政GT版,停在世茂天城售楼处外左侧的绿化带上,旁边是一辆价值150万元的深蓝色保时捷帕拉梅拉……

从茶亭公园公交站边一直走到儿童公园路,放眼望去,全是名车——玛莎拉蒂、保时捷、奔驰、宝马7系、MINI、奥迪A8、凯迪拉克等等,这场因世茂天城开盘而引来的车队,俨然成了“福州顶级名车展”。据粗略统计,能在车市中排上号的名车至少有50多辆,而且还挂着超牛

的车牌号码——两个8、三个8、四个3、四个6……

这些身家不菲的座驾,代表一种身份。而与这些身份背后实力相匹配的又是什么呢?是世茂国际中心的裙楼商业,5A写字楼旁的顶级商业。这些商业拥有世界500强企业员工一周50个小时的时间,在这些工作日中,他们的衣、食、住、行以及商务谈判、接待任务等等,统统由世茂天城裙楼商业承担。

可见俗话说得不错,名车配豪宅,有钱人总成眷属。

## 当日吸金2亿

### 世茂天城裙楼商业售出近九成

名车配豪宅的阵势,为世茂天城当日创收2.3亿元,世茂天城裙楼商业售出近九成,但据了解,世茂天城也损失颇大,由于位处市中心,又恰逢正在完善中的茶亭街改造,其售楼部前庭后院仅有的一些绿地惨遭名车“毁容”,连人行道都停满了车。“我们还是赶了个早,才停到售楼部。你看,外面的车队还长着

呢。”一位宝马敞篷跑车车主笑道:“这点代价,世茂玩得起。这位车主在很短的时间内确定了自己的楼层与售价。”

在业内人士看来,世茂天城之所以在极短时间内取得如此高的业绩,主要在于面对的是高收入人士,这群人目标明确,价格不是重点,价值才是最大的关注点。

KO文案  
www.otofines.com



117平方米做两房，不可能吧？而且两房只有东北、西北朝向，福州人接受吗？最关键，两房要卖100万，你会买吗？

不会，好贵，太奢华了吧！但是就是这样的房子，5月10日，世茂天城开盘不久后卖光了，其中还曾两次提价，幅度高达6%。在开盘现场，没有人讨论折扣问题，购房者关心的是：能否拿到房子。为什么会这样呢？是福州人观念改变了，还是因为世茂天城的特殊魅力？



资料图片

## 福州最贵的两房 半天售罄

当天，100万只能买两房？

怎一个“贵”字了得

5月10日，世茂福园2<sup>楼</sup>开盘，其中106套117平方米的住宅全部售罄。这种117平方米的住宅，只能做两房，且都为东北、西北朝向，这对福州人居观念习惯几乎是一次颠覆。而这些房子要价都不低：均价百万左右。在业界看来，这几乎在挑战福州人底线。

会不会遭福州人排斥？推出之际，世茂内部也有些犹疑，其价值点确实毋庸置疑。就在这样一个豪宅社区，即

便两房，世茂也按豪宅尺度打造，仅仅一个厨房就有17平方米，客厅更是4.7米面宽。在推广上，世茂准确将其定位为复合型保值增值产品，除了自住，还可以商用办公，出租也是个不错的选择。毕竟未来福州最高端的写字楼就在旁边；同时，而即便是西北朝向，亦可远眺88亩茶亭公园，视野非常开阔。此外，世茂天城的美好未来更是造就一种稀缺。

热销的势头，从销售员开始。18个一线的销售人员买下了14套这种户型。开盘当天，一位最热购房者笑谈：买世茂117m<sup>2</sup>小户型就好像在顶级豪车品牌中买了个MINI版豪

车。这群带着MINI版豪车心态的购房者将整个气氛推高，以至于世茂天城不得不通过价格杠杆来调节，两次提价，幅度高达6%，但仍挡不住购房者的“远见”，最终福州最贵的两房半天内全部售罄。

今天，100万再也买不了这种两房

怎一个“牛”字可配

从世茂福园2<sup>楼</sup>开盘现场贴满“已售”字样的前控板看，推出230套房子，其中截至5月10日中午11:30仅余6套，当天售卖3.1亿元。至此，世茂已超额完成上海总部制定的2009年售15亿目标，

现达16.5亿，销售额超过福州整体楼市的15%（1-4月，福州销售总额约100亿），而整个世茂天城只有74亩地。如此高产，至今福州没有一家开发商做到。

就住宅而言，世茂已经奠定了福州豪宅的地位。这个300万起才能进驻的社区，实在是富豪的乐园。但是100万呢？毫无疑问，这个门槛并非太高。但即便如此，这个100万也是“富贵”版的，两房也舒适，其超大尺度是福州众多开发商不敢想象的。

只是而今，这个门槛也没了。100万再也买不了这117平方米的两房了。



# 一瓶香槟 800万? 全福州仅 19 瓶!



■本报记者 黄文彬

“一瓶香槟 800 万?!”

您别惊呼,也别不信。事实上,这就是 3·15 当天,世茂天城为各位豪花 800 万元购置 500m<sup>2</sup> 房产的业主开香槟庆祝所传出来的说法!据说,这种可以和新墅面积比拟的平层大宅,全福州仅 19 户!一星期一户,可以妥妥地做整个茶亭公馆。

有所谓 500m<sup>2</sup> 买别墅的,没听说 800 万元买 500m<sup>2</sup> 平层,则更是非这么需要!

一群年龄在 35 至 50 岁之间,由福建大型上市公司老

总、实业家、金融投资人士、海外华人等财富阶层组成的人士,品赏着“800 万/瓶”的香槟,在世茂天城庆功。他们绝大部分是二次置业或多次置业,有着丰富的购房经验,买房对他们而言不再只是一个“刚需”的概念,他们已不甘于住进 10000 元/m<sup>2</sup> 以下的普通住宅,更注重选择能与自己“门当户对”的房子,强调人文精神及独特建筑理念。

由世茂集团开发的世茂天城项目,其中近 300 米高的五星级酒店(含 SA 写字楼)是福建省最高的建筑,将成为整

个海西的标志,而其在建的近 170 米商住项目也将成为全福州最高的住宅地标建筑。

当然,在这个时候要购房者拿出 800 万元/套,除了“不差钱”,最重要的理由只有一个——利益。

世茂天城,正是集超五星级酒店、SA 写字楼、高端住宅、公园、商业等为一体,满足了“金字塔”顶部的一群人。因为,真正的豪宅需要在户型、酒店、写字楼、百货、公园周边产业等方面形成一个复杂的产品体系和服务体系,才可以满足各种富豪的居住需求和这些富豪的各种

生活要求,同时形成一个良性的上升氛围。

事实上,目前福州 3W 楼建筑主体才出地面,但众多福州有魄力者已经看到了世茂天城不可复制的社区价值及楼王的唯一性和稀缺性。就在 3·15 当天,限量推出的臻园 6 套近 800 万元 500m<sup>2</sup> 大平层楼王全部售空,同时另有臻园 35 套 250m<sup>2</sup> 的户型及 7 套园住宅也被卖出,创造了一天 1.8 个亿的销售额!另据福州市房地产交易登记中心数据统计:世茂天城自 2008 年 9 月入市至今,6 个月为市场创造了近 12 亿元的销售业绩。更令人不可思议的是,截至 3 月 12 日,



6000万先生与1.2亿小姐

# 世茂天城持续创富神话

■本报记者 章立群

3月15日,世茂天城创造了一天销售1.8个亿的奇迹,该公司一位销售主管当天成交6000万元(含5套500m<sup>2</sup>楼王)。但是这个纪录很快被公司另一销售人员打破,4月8日前后,5A写字楼(世茂国际中心)裙楼商业,其中第四层(2800平方米)就被一个客户以4200万元购得。不久第三层(2800平方米),则被另一个客户以5000万元购得,而经办的售楼小姐,恰恰就是之前成交4000万元世茂百货的那位,截至目前,她个人的2009年销售业绩已经突破1.2亿。



## 三大唯一性

## 持续创富:4个月销售近9亿

在全球经济不景气的冲击下,榕城楼市160m<sup>2</sup>以上非刚性需求户型多数滞销,商业销售也停滞不前,但是世茂天城这边风景独好。截至3月12日,世茂天城27间单套总价约900万的沿街商铺及462间地下空间产权商铺全部售罄,其间更有客户4000万一次性付款购置。

继此热销势头,世茂决定4月12日推售5A写字楼(世茂国际中心)裙楼商

业,此消息一放,截至4月8日,2800m<sup>2</sup>的第四层就被一个客户以4200万购得,而合计2800m<sup>2</sup>的第三层则被另一个客户以5000万购得,经手的销售小姐成了世茂创富过程中的直接受益者之一,与此同时,这些购买者也搭上了这列创富快车。

购买世茂的客户多为层峰人士,对于商铺的投资更具有敏锐的市场洞察力,世茂究竟是什么魅力赢得他们的持续出手?

### 海西第一高楼

由世茂集团开发的世茂天城,位于市中心茶亭区域,其中近300米高超五星级酒店(含5A写字楼)是福建省最高的在建建筑,将成为整个海西的标志,而其在建的近170米住宅项目也将成为全福州最高的住宅地标建筑。以近50万平方米的城市综合建筑群定位,集超五星级酒店、5A写字楼、高端住宅、公园、商业等为一体,推动福州从城市走向大都市发展进程的同时,也满足了富豪们城市生活的复合需求。

每天全球500强员工超强消费力

世茂天城有近300米高超

后,这里将入驻世界500强企业以及中国100强企业总部,届时,几千名员工将在这里工作,他们每周工作近50小时,一日三餐的饮食以及娱乐需求都要在此满足,此外,接待领导、朋友、合作伙伴等必要的娱乐、餐饮、休闲等商务需求成就了世茂天城商业投资的最大保障之一,这是福州其他商业圈无法具备的。

### 每天超级富豪家门口消费

此外,世茂百货还有6栋近170米住宅项目,这些每套几百方到上千万不等的住宅,将容纳福州最具消费力的人群。以在出售的臻园3号楼为例,共19户,每套最低850万,可以想象,这些目标业主的资产

文案  
www.otofines.com



# 不差钱

□本报记者 刘诗诗

## 3800万一次性付款 史上最“牛”客户现身世茂百货

赵氏康康可谓每年春晚的压轴，今年春晚，本山大叔也没让大家失望，一句风靡的“不差钱”，成为了牛年最“牛”的流行语。巧的是，这句“不差钱”一语道中了福州楼市的两位购房者。

据福州房地产信息网显示，春节期间，一位从事金融行业的客户一口气掏出3800万购房款，另一位业主也签下了1500万的一次性付款协议。在现金为王，购房者普遍持币观望的时候，这样的大手笔着实令人咋舌，两位豪客也因此被评为例城楼市“最牛”购房者。

然而，最令入感慨的是，两位“最牛”购房者同时看中，并为之一掷千金的，同是位于福州市核心地段的世界茂天城地下商馆。“世茂现象”由此传开。

一时间，围绕着史上最“牛”金主，地产界开始了一场激烈的争论：“冷清市场突然大手笔投资客，是楼市回暖的信号？还是随热而上的关键词？抑或是楼市‘疯狂’的显性一现？”

很快，就有业内人士肯定了以上种种猜测，如果最“牛”投资客真是一个公共现象，为什么其他楼盘没有出现？难道说世茂天城真有什么特殊的“吸金”秘诀？

争论喧嚣之际，世茂天城内拿出了一组数据：“世茂天城一次性付款购房的客户在10%，这在春节前后，世茂天城售楼部热销的时候，销售总额达亿元。”由此观之，世茂天城并非全盛，市人皆谓然。在记者一再追问下，世茂天城相关负责人终于道出了一点玄机。

原来，世茂天城百货打造“大投资客”的，正是独特的营销模式——“女人说”。早在世茂百货推广之初，就瞄准福州精英，着手“福州首家女士主题百货”经营策略，从而规划新品牌的引进，都以女性消费市场需求为主导。而同时推出的

“10%”稳健投资回报方案，使得投资更有保障。

这时，又有人问了，“男人说”也好，“女人说”也罢，市中心的百货商馆够多了，为什么偏偏世茂天城卖得好呢？

再往前一个10分钟，从福州市城市快速轨道交通建设规划（福州地铁）专家评审，市规划局立项，计划今年启动1、2、3、4号线建设，而世茂天城出入口，就设在世茂百货商馆，这从一定程度上，还用海阔天空地想象吗？聪明的购房者，早就投向了世茂的怀抱。

从世茂百货获悉，位于东街口地下世茂百货将于今年12月正式开业，2011年年初正式亮相。（记者刘诗诗采访，福州地产信息网）



不瞒你说  
写软文是  
有方法的



KO文案  
[www.otofines.com](http://www.otofines.com)

标题很重要  
问句容易吸引人



# 构思前先收集 相关资料

先看看竞争对手  
是怎么说的



把所有内容和逻辑关系理清，才动手

推荐软文：出人头地的代价

<http://www.otolines.com/archives/1535>



# THANKS

# 交流时间