

上海大华朗香公园映2024推广核心

开卷必读

久奇传播所有PPT只涵盖提案信息量的10%

请有需要的未到场同仁配合录音完整解读本次报告

不愁卖：上大孤品，朗香传承

FRONTIER VALUE

品牌反哺 = 标准构建

FRONTIER VALUE

从客户入手

赋予项目标准之锚

FRONTIER VALUE

目标客群形象构建案例

万科·西雅图

FRONTIER VALUE

西雅图的双重客户设定

目标客群：西雅图项目位于杭州西北部，以周边地缘三墩地缘客户为主力购买客群。

形象客群：项目周边五公里范围内阿里系为代表的产业客群作为项目的标签客户。



以科创人群为标签传播动作:

西雅图计划产品发布会，以科创极客的需求定制的科技社区



以科创人群为标签传播动作：
跨界品牌联合，增强科创住区概念

万科·融信 | 西雅图
国际科创生活住区

1
图

我是 **云造科技**
我是 **西雅图计划** 合伙人
关注未来, 关注万科西雅图计划
4月12日登陆 *400 100 0788

云造科技
云造科技
云造科技



1
图

万科·融信 | 西雅图
国际科创生活住区

我是 **万科学习中心**
我是 **西雅图计划** 合伙人
关注未来, 关注万科西雅图计划
4月12日登陆 *400 100 0788

万科学习中心
万科学习中心
万科学习中心



1
图

万科·融信 | 西雅图
国际科创生活住区

我是 **LEAFIT乐刻健身**
我是 **西雅图计划** 合伙人
关注未来, 关注万科西雅图计划
4月12日登陆 *400 100 0788

LEAFIT乐刻健身
LEAFIT乐刻健身
LEAFIT乐刻健身



1
图

万科·融信 | 西雅图
国际科创生活住区

我是 **樊登读书会**
我是 **西雅图计划** 合伙人
关注未来, 关注万科西雅图计划
4月12日登陆 *400 100 0788

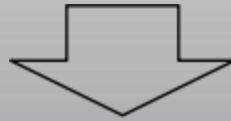
樊登读书会
樊登读书会
樊登读书会

RONTE RALU

西雅图的营销成果

目标客群：西雅图项目位于杭州西北部，以周边地缘三墩拆迁户为主力购买客群。

形象客群：项目周边五公里范围内阿里系为代表的产业客群作为项目的标签客户。



在周边价格2.7万的市场下 完成了3.5万的价格构建

引发全城客群争抢，最终仅20%为阿里等产业客户

FRONTIER VALUE

以万科·西雅图作为参考，回归本案，我们希望
基于真实客群，描绘更高维的客户认知

FRONTIER VALUE

关于客户的两大基本认知

目标客群

形象客群



我们真实的目标客户是谁，他们在哪里？

- 祁连板块老社区置换
- 北区宝山、闸北、普陀、虹口等区域
- 延地铁对外辐射静安、杨浦、浦东区域

FRONTIER VALUE

关于客户的两大基本认知

目标客群

形象客群



在营销推广上建立怎样的客群价值？

FRONTIER VALUE

南大智慧城：城市建设新标杆、产业发展新高地、产城融合新示范、规划第五代国际社区
重点发展车联网、人工智能、节能环保、智慧医疗等高新技术产业，打造智慧城市范本。

承接上大科技创新圈知识和人才辐射，230万m²产业体量，将汇聚总部型企业约500家

——10万高端人才导入



形象客群定义

精英专属

FRONTIER VALUE

社群概念定义

精英专属



价值殊化

FRONTIER VALUE

以精英需求切入，构建价值标准

实现销售与品牌双向加持

标准1 沉淀

FRONTIER VALUE

限量版 > 奢侈品

同一品牌，限量版价格通常超出基本款几成甚至几倍



大华朗香公园映，经典收官之作



建筑特点：法式现代风格立面，建筑形象更现代、简洁、极致优雅，具有时代气息与区域特质的品质楼盘新形象。

大华·朗香品牌形象：大华集团朗香系产品深耕上大板块，已打造了诸多优质项目、形成经典的品牌形象与良好口碑，深受市场认可与喜爱。“大华·朗香公园映”项目为朗香系产品收官之作，延续经典，广受期待。

更是板块内的限量版

目前上大板块最稀缺的新盘所在，短时间内无可竞争。



朗香品牌

经典限量收官

FRONTIER VALUE

标准2：效率

FRONTIER VALUE

世界 > 周界

商业、医疗，全生活配套

未来本项目自持15%的商业，可为项目提供良好的商业配套支撑

尚大国际商圈、东方国贸商圈、锦秋商圈和聚丰园路商圈，弘基休闲广场，红星美凯龙、宜家宝山店、在建的日月光广场。祁连中心地段医院，环镇北路上的仁济医院宝山分院距离1.5公里、以及北上海最大的三级甲等医院-华山医院北院，驱车15分钟即可达。

代表商业：尚大国际、宏基商业休闲广场

医院资源：仁济医院宝山分院、华山医院北院（15分钟车程）

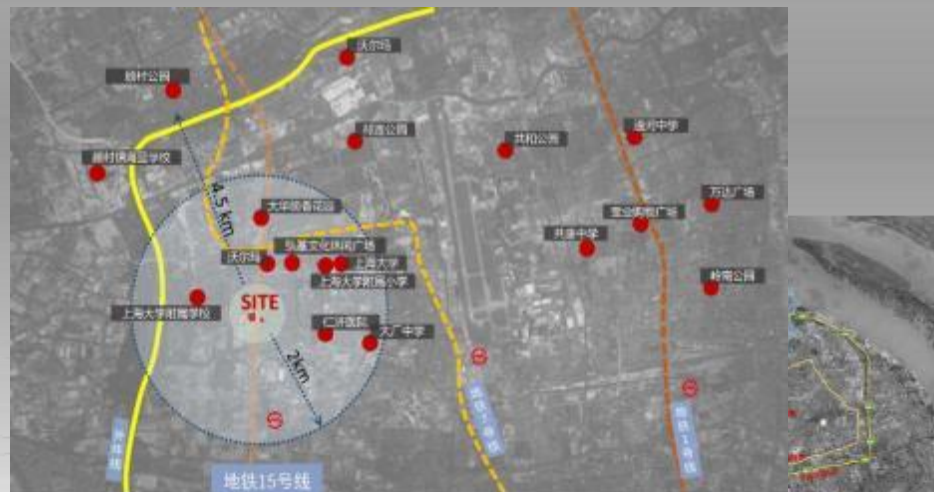


立体交通 出行便捷

15号线地铁上盖、区域内三轨交，

近邻外环高架、中环高架，多维便捷出行

近邻规划22号线，约1.5公里7号线上海大学站；30分钟可达虹桥枢纽，50分钟内可快速到达外滩、人民广场、静安寺、五角场、世博、龙阳路等黄金区域。



拖鞋配套+地铁上盖+环线在侧

极速内通外达

FRONTIER VALUE

标准3：宜居

FRONTIER VALUE

形态 > 生态

2个世纪公园 4个大宁公园

绿地占据了南大开发面积的40%，约253万方，真正的城市绿肺。仅有30%用地为住宅，另有30%的商业、办公及17所优质教育机构规划等。内外交融的公园环境，如何叙事？



公园旁，不如公园里

打破传统社区的边界，生活与绿意相融

公共场所的高互动性和参与感，营造出亲切宜人的社区感，让生活回归悠缓从容



公园沉浸

国际宜居实践

FRONTIER VALUE

标准4：人文

FRONTIER VALUE

宜居 > 优教

名校环伺，书香人文氛围浓郁

项目近邻上海大学（宝山校区），行知外国语学校，上海大学附属实验幼儿园、祁连中心幼儿园、上大附小、上大附中、上师大附属经纬实验学校、上海锦秋学校、民办山海小学等全龄优质学府。

除了教育，人文氛围如何凸显。



更舒适的代际体验

痛点——早起之痛，实现最迟出门最早到校

痒点——亲子憧憬，自家阳台看到孩子未来



FRONTIER VALUE

更优渥的栖居滤镜

缓冲：步行、车速的放缓，稀释都市生活的纷繁，街道行为痕迹节奏更轻松。

提纯：交互角色、内容指向调频；孩童欢声笑语，或朗朗书声增持，过滤商业烟火的嘈杂，栖居情绪更易触动。

—— 《Details》



本案建筑母体——NORTH QUAD

罗伯特·斯特恩 | 新古典建筑的鼻祖和权威，而新古典对于城市豪宅具有普遍而特殊的意义。

全龄学府朗朗书香

校宅栖居诗性

FRONTIER VALUE

标准5：温度

FRONTIER VALUE

舒适 > 豪华

生活颗粒度五感

无处不在的舒适因子闭环

品质感：

- 社区立面打造尊贵法式建筑设计风格，呈现优雅的艺术美感，演绎大平层系列的经典法式风情，彰显了时代产品的典型特征。

健康感：

- 项目打造入水公园健康系统，并引入自然和阳光跑道，社区健康跑道，让爱好健康的业主拥有更多的体验式生活。



安全感：

- 社区内设中心花园、休闲座椅、阳光草坪、儿童乐园、健康跑道、康乐会客厅、主题架空层（休闲书吧、休闲棋牌、健身器械、瑜伽、茶室等休闲空间）等全龄休闲生活场。



幸福感：

- 项目周边配置优质基础配套，全龄教育圈、健康生态圈、优质医疗圈、醇熟商业生活配套，满足您一家日常所需。

归属感：

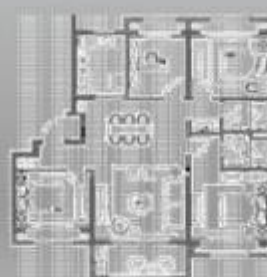
- 社区人口均采用现代都会风，让归家特显仪式感。高中轴庭院的设计上，更讲究高质的品质，繁华的街区，归家一刻，如沐春风，满满的归属感。

全龄户型

家庭解构变化的一站式满足



78平米



131平米



99平米

5感体系+全系户型

氲氲精致体验

FRONTIER VALUE

标准1 沉淀

朗香品牌

经典限量收官

标准2：效率

拖鞋配套+地铁上盖+环线在侧

极速内通外达

标准3：宜居

公园沉浸

国际宜居实践

标准4：人文

全龄学府朗朗书香

校宅栖居诗性

标准5：温度

5感体系+全系户型

氲氲精致体验

五重标准

同频的南大精英生活诉求

定位

北中环 地铁上盖 南大菁英秘境

FRONTIER VALUE

slogan

映见 斑斓时光

FRONTIER VALUE

slogan

为智者质

FRONTIER VALUE

创作演绎

典型案例：江浙代表绿城——形象变迁



2013年



2017年

其背后的逻辑

是杭州G20时代的来临、互联网的迅猛崛起

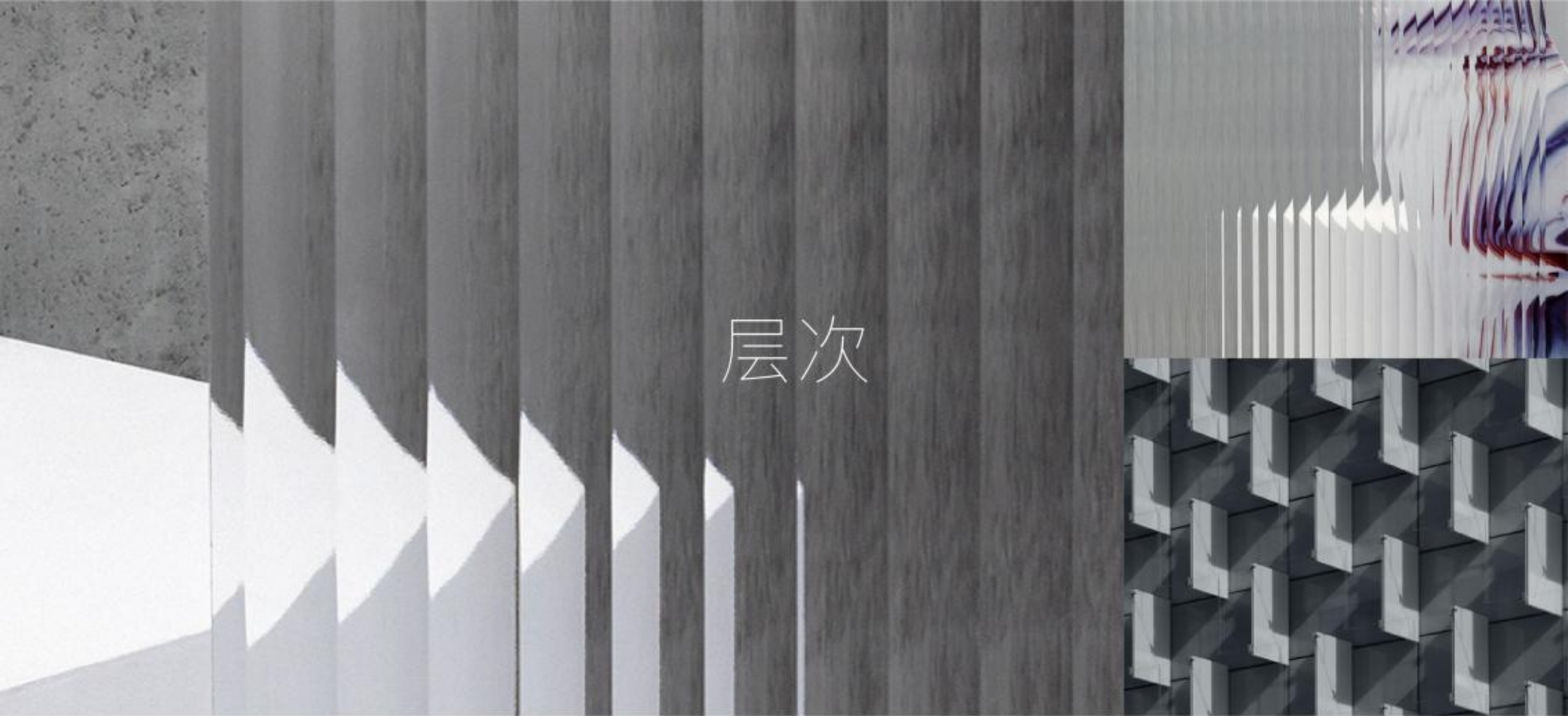
带来庞大的新贵阶层以及新锐审美



VISION 1

PRO

VALUE

The background is a complex abstract composition. It features a series of vertical stripes in various shades of gray and black. Overlaid on these stripes are several geometric shapes, including triangles and rectangles, which create a sense of depth and movement. In the upper right corner, there is a small, colorful, abstract pattern that resembles a stylized flame or a digital glitch. The overall effect is one of modern, layered design.

层次

VIENTIANE FUSION

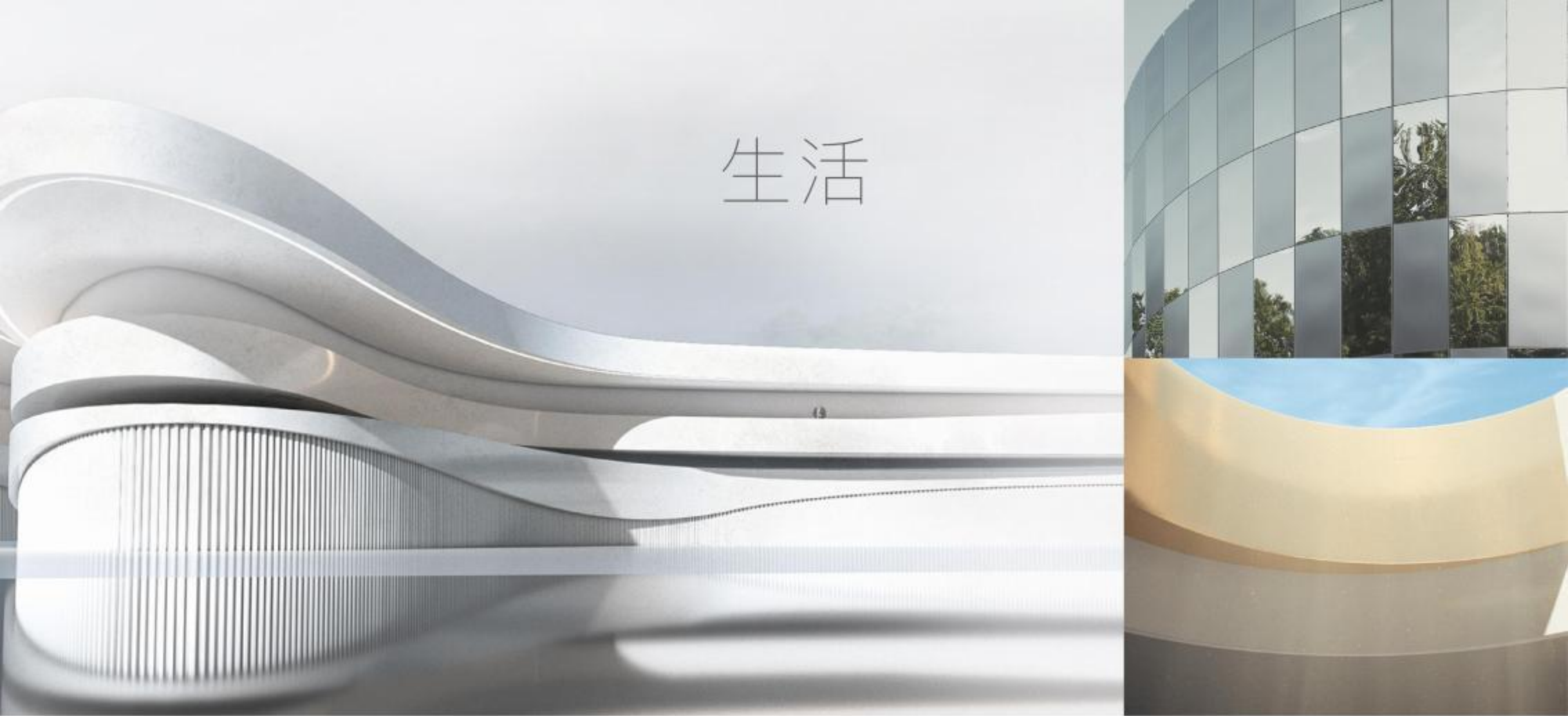
Global class zone, life, Externology

The background is a complex composition of various textures and geometric forms. On the left, a large, semi-transparent circular shape overlaps a white rectangular block. Below this, a dark blue, textured triangular shape points upwards. The main background is a dark, mottled grey with subtle patterns. On the right side, there are two vertical panels: the top one shows a modern interior with a white sculpture on a shelf, and the bottom one features a series of horizontal, metallic-looking lines.

精致

VIENTIANE FUSION

Global time zone, life, Esoteric



生活

VIENTIANE FUSION

Global class zone, life, Externology

Park 3
大华 | 朗香公园映

VIENTIANE FUSION

Park 3
大华 | 朗香公园映

VIENTIANE FUSION

Park 3
大华 | 朗香公园映

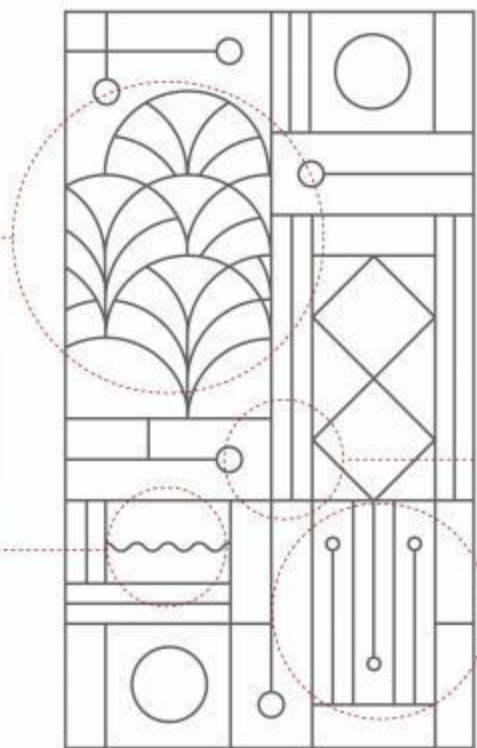
VIENTIANE FUSION

VIENTIANE FUSION

Global rises 2000, life, Futurology



未来
幻想



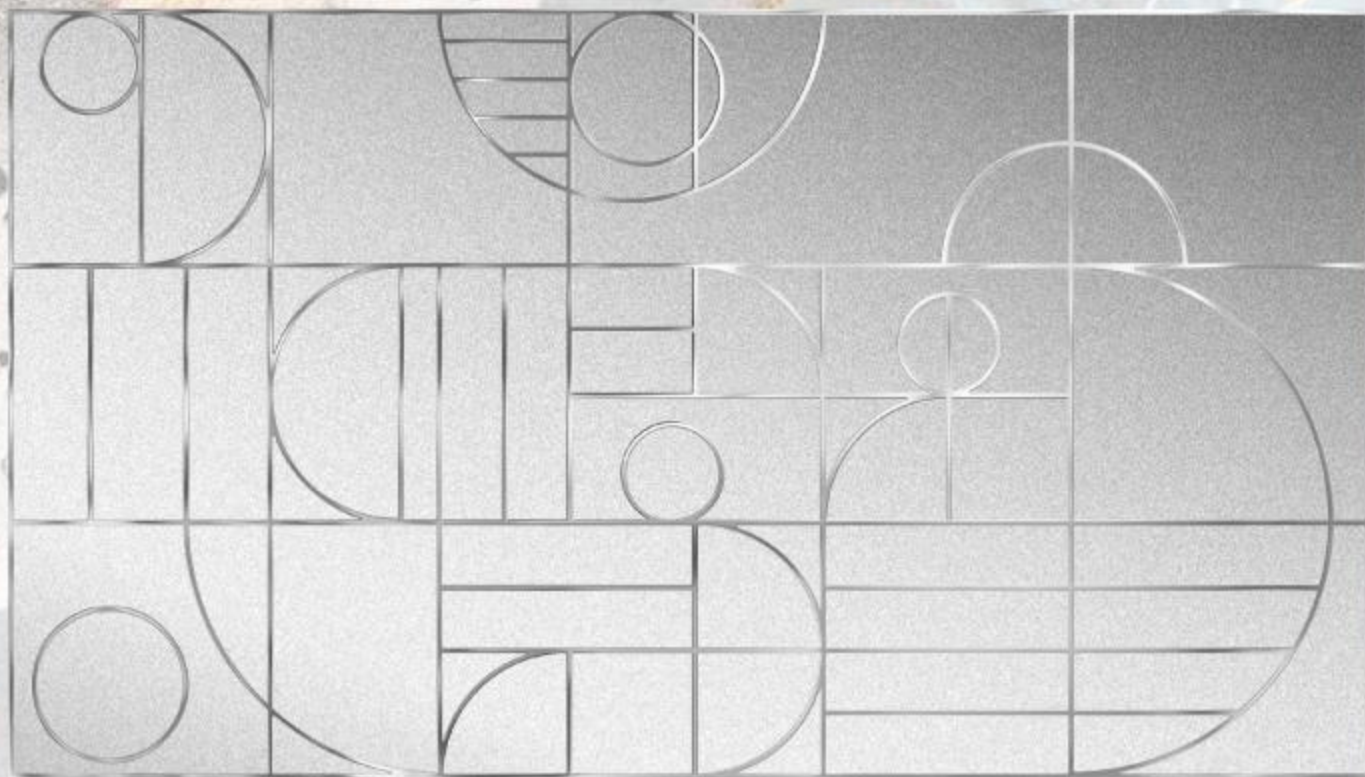
城市立面





VIENTIANE FUSION

Global wine zone, life, gastronomy



VIENTIANE FUSION

Global times zone, life, futurology

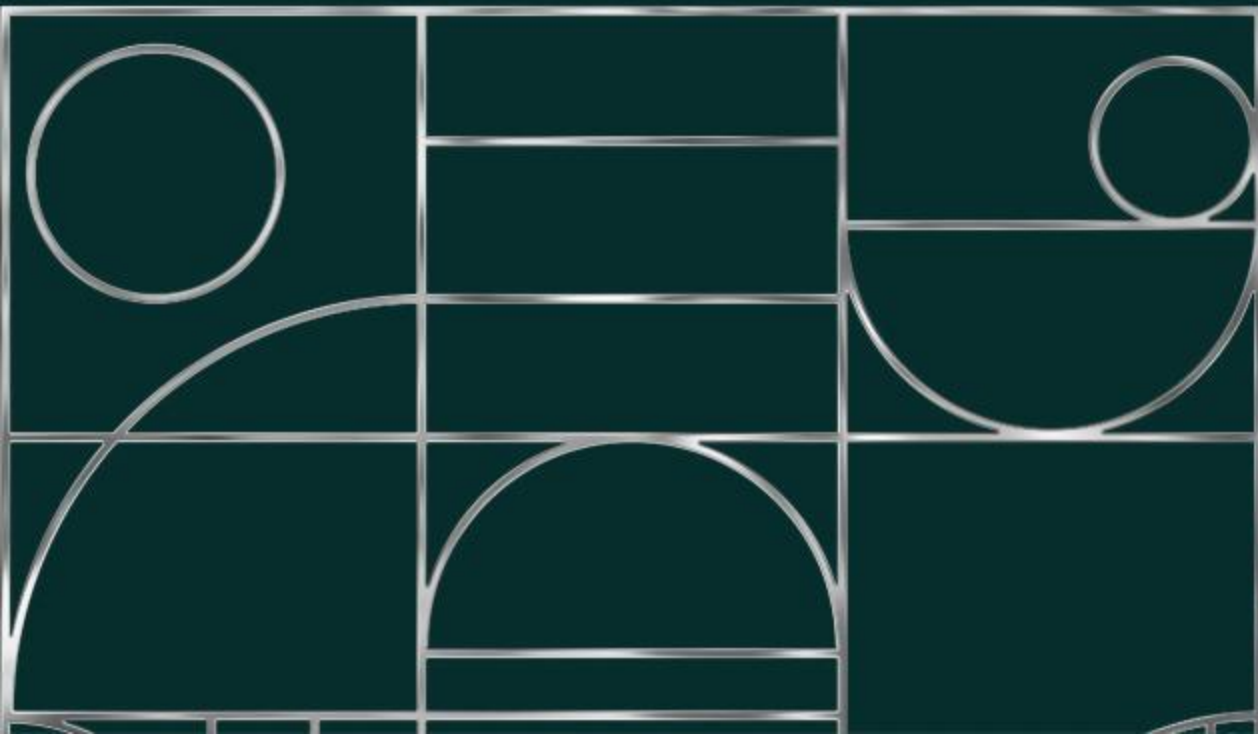
VIENTIANE FUSION

Global time zone, life, Futurology



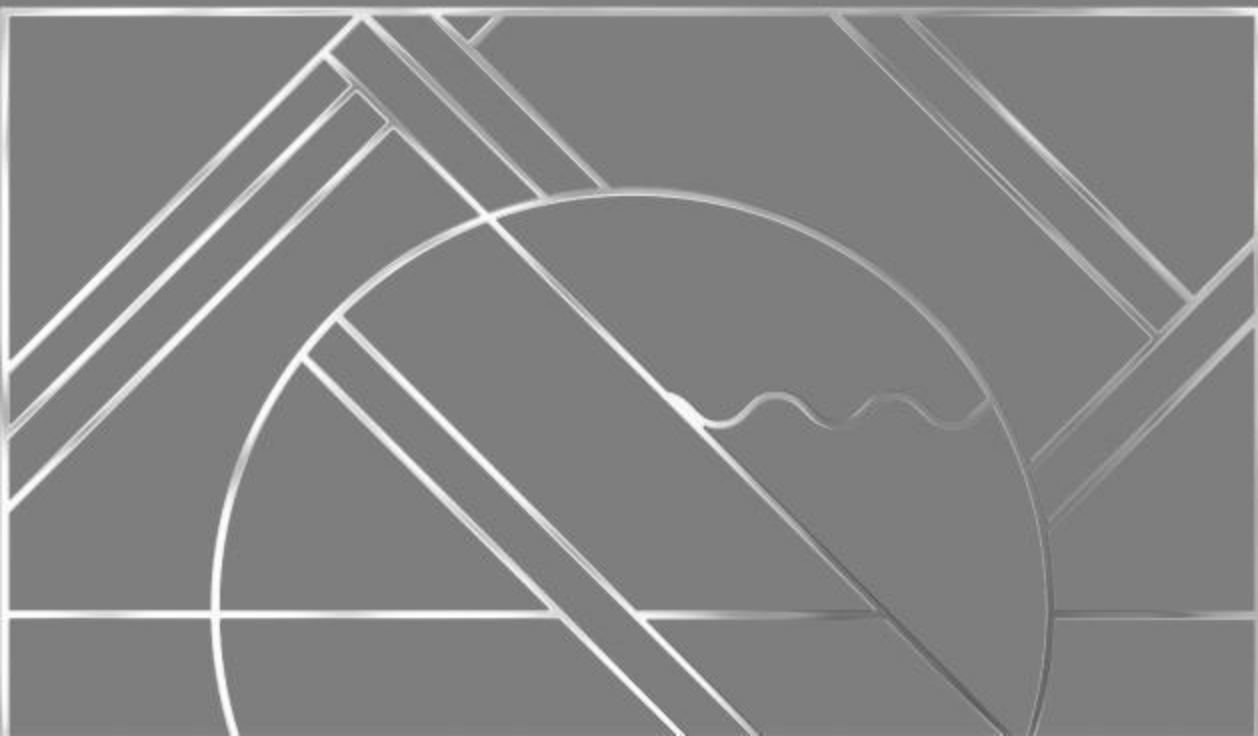
VIENTIANE FUSION

Global time zone, life, Futurology



VIENTIANE FUSION

Global time zone, life, Futurology





CERTIFICATE OF AUTHENTICITY

P.23
大华 | 朗香公园

Your watch has a unique reference
number that guarantees its authenticity.
In order to activate your warranty,
input the reference number at:
www.p23.com/china

[Signature]

QUALITY CONTROL
ASSURANCE



endi de eaquia.
e quae nis sus, volonibus qui blaut re nia quas aliquo
atiste entum eaquasp electotas ea descitur sin excessus
em. Et voles dolorem voluptat et laut eici temolup tas-
bus alitatisqui ullupta temqui consequid mincia volument,
ta nones que con poria simus acium re, idignam alitate ellent.
ut volor ressitatur audaessit qui sim
vitam reperch illorpores ullatin cipsante

Park
大华 朗香公园映



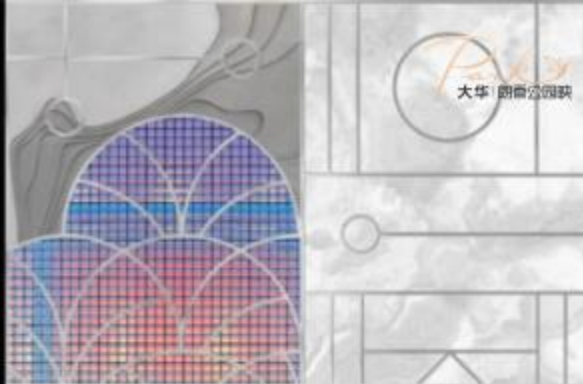
VIENTIANE FUSION

为智者质

Global time zone, life, Futurology



At this time, the world is in a state of rapid change. The future is not just a distant dream, but a reality that is unfolding before our eyes. The world is changing, and we are changing with it. The future is not just a distant dream, but a reality that is unfolding before our eyes. The world is changing, and we are changing with it. The future is not just a distant dream, but a reality that is unfolding before our eyes. The world is changing, and we are changing with it.



VIENTIANE FUSION

为智者质

Global time zone, life, Futurology.







为智者质

Global time zones, life, Pathology

15. What is the first step in the process of developing a business plan?

16. What is the most common mistake made by entrepreneurs when developing a business plan?

17. What is the most important factor in determining the success of a business plan?

18. What is the most common reason for business failure?

19. What is the most common reason for business success?

20. What is the most common reason for business failure?



VIENTIANE FUSION 为智者质

Global time zone, life, futurology



© 2013 Dahua. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from Dahua. The information in this document is subject to change without notice. Dahua reserves the right to make changes to this document at any time without notice.



VISION 2

PRO

VALUE

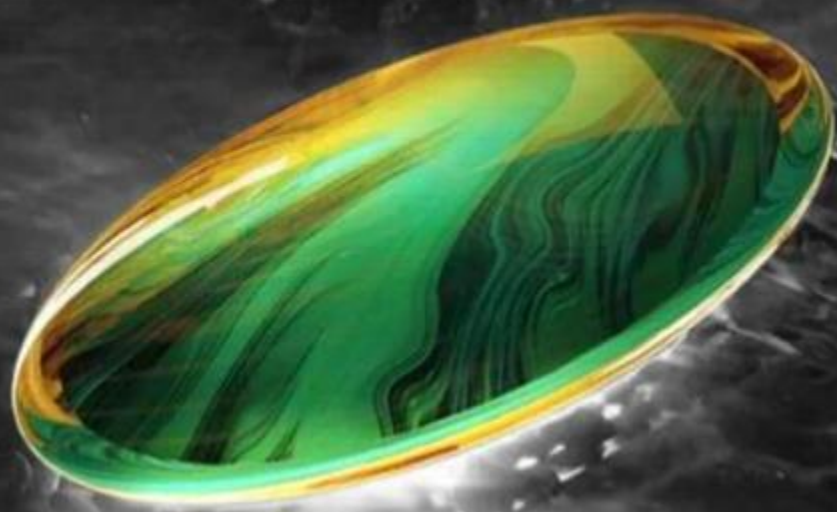
Park
大华 | 朗香公园映



为智者质

Park
大华 | 朗香公园映

in 为 智 者 质



Park
大华 | 朗香公园映

LET CHANGZHOU
FALL IN LOVE AGAIN



CHENYUE MONDE

为智者质

Park
大华 | 朗香公园映

in

为 智 者 质

CHENYUE MONDE

Let Chongzhou
Fall in love again



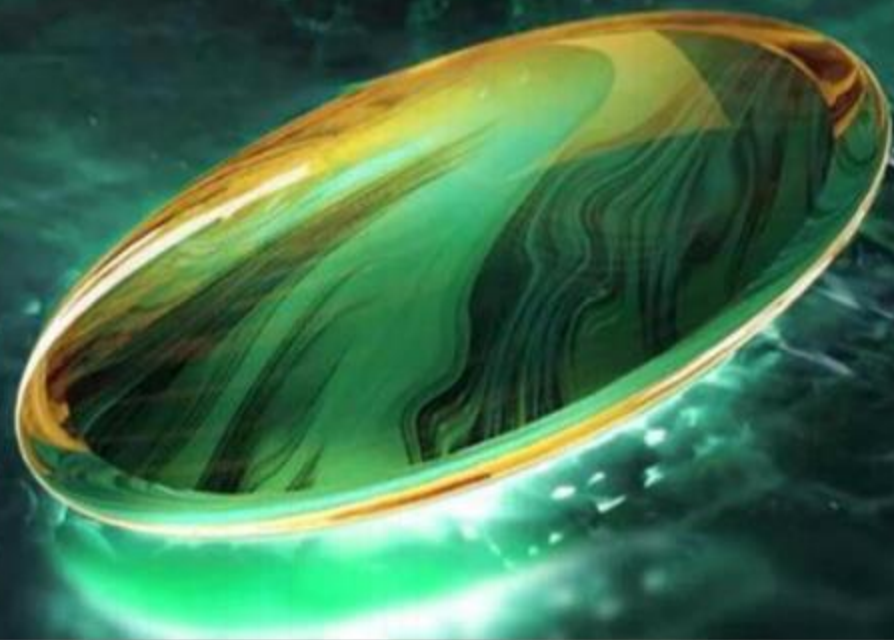
Park
大华·朗香公园映

in

为智者质

CHENYUE MONDE

Let Changzhou
Fall in love again





VI ESSENTIEL

Park
大华·悦公园

LET CHANGZHOU
FALL IN LOVE AGAIN

CHENYUE MONDE
为智者质

CHENYUE MONDE

CHENYUE
MONDE

Park
大华 | 锦绣江山

is
为 智 者 质

CHENYUE MONDE

Let's change
Fall in love again

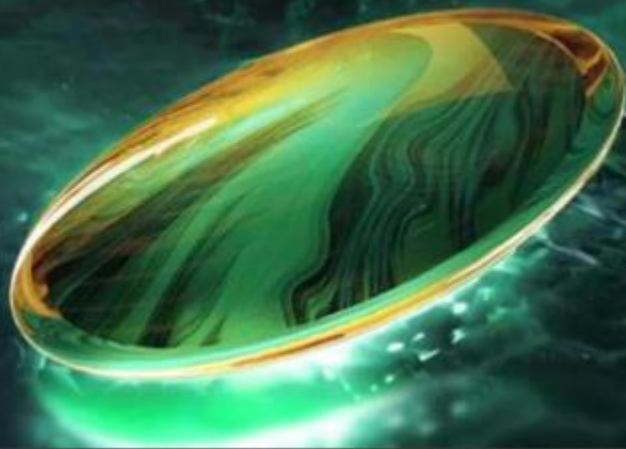


Park
大华·朗香公园

in
为 智 者 质

CHENYUE MONDE

Let Chenyue
Fall in love again



Park
大华 | 朗香公园映

in

为 智 者 质

CHENYUE MONDE

Let Changshu
Fall in love again



Park
2.5-3.5

in

为 智 者 质

CHENYUE MONDE

Let Changshu
Fall in love again



CHENYUE MONDE

为智者质



Park
大华·公园广场

CHENYUE MONDE

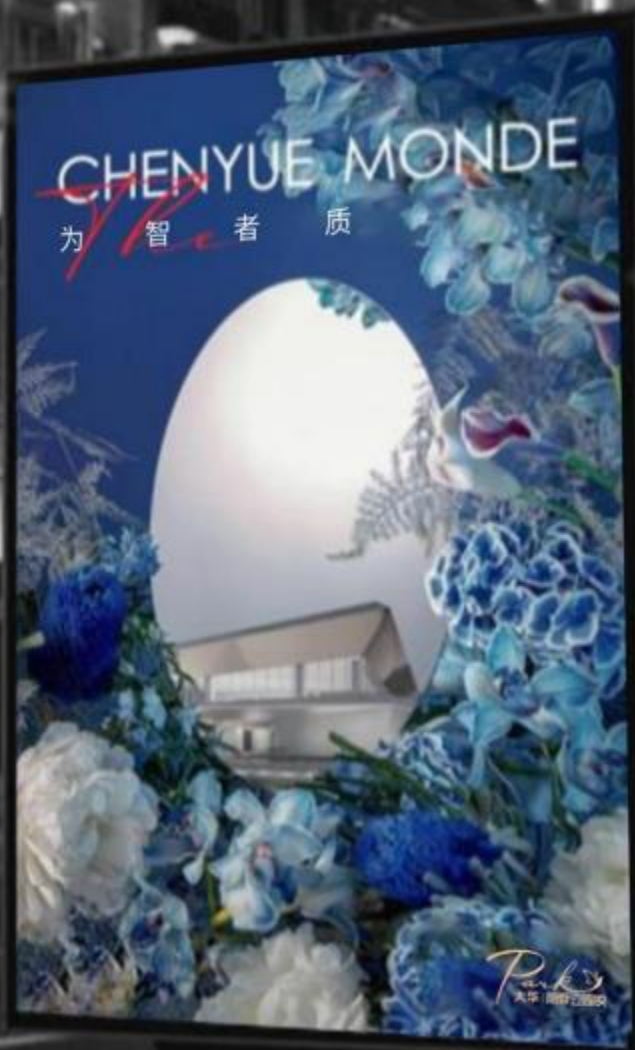
为智者质



Park
大华 | 朗香公园









Park
大华 | 时尚 | 生活

CHENYUE MONDE

为智者质

IT CHANGES
FALL IN LOVE AGAIN



Park
大华·朗香公园墅

CHENYUE MONDE

为智者质

Park's
大華·財富公園

CHENYUE MONDE
为智者质

CHENYUE MONDE
THE NEW LINE ADAM





Polo
大牌·新贵·经典

CHENYUE MONDE
为智者质





WE AIOVE FOR LOVE

为 智 者 质

为 智 者 质

WE AIOVE FOR LOVE



Park
大华 | 朗香公园映

为 智 者 质

WE LOVE FOR LOVE



推广拟定



阶段策略	品牌炒作	项目形象	价值解构	热销炒作
阶段主题	传奇朗香 倾情收官	为智者质	北中环 地铁上盖 南大菁英秘境	朗香飘红
核心动作	1：悬疑起势 2：大片刷屏 3：放飞事件	为南大精英定制系列 专访 X 解构 X 活动	5重标准价值输出 代言事件+传播	热销输出



阶段策略	品牌炒作	项目形象	价值解构	热销炒作
阶段主题	传奇朗香 收官敬献	为智者质	北中环 地铁上盖 南大菁英秘境	朗香飘红
核心动作	1：悬疑起势 2：大片刷屏 3：放飞事件	为南大精英定制系列 专访 X 解构 X 活动	5重标准价值输出 代言事件+传播	热销输出

1，悬念启势

3篇微信海报，预告朗香向上海致敬，为成就经典而来

致敬
最初的
理想

——传奇朗香 收官敬献——

致敬
最真的
情怀

——传奇朗香 收官敬献——

致敬
最后的
朗香

——传奇朗香 收官敬献——

2，大片刷屏

《传奇朗香 收官敬献》大片正式发布，配合多个大V热炒，形成全城热议。



3， 大华朗香， 向城市告白

活动目的：事件营销吸引关注，建立项目认知

活动内容：在项目巡展点，放飞一万个粉红气球，空投3千枚戒指，从天而降的粉红气球，吊着一个粉红色的盒子，缓缓飞过城市，每束气球底部都拴着的一个粉色小礼盒，打开后，是手编的花戒指。

——传奇朗香 收官敬献





阶段策略	品牌炒作	项目形象	价值解构	热销炒作
阶段主题	传奇朗香 倾情收官	为智者质	北中环 地铁上盖 南大菁英秘境	朗香飘红
核心动作	1：悬疑起势 2：大片刷屏 3：放飞事件	为南大精英定制系列 专访 X 解构 X 活动	5重标准价值输出 代言事件+传播	热销输出

1，精英专访



借奠基仪式，采访上大等高知人物及公司领导，邀请他们谈对“南大菁英观”这一概念感想、认识，并以微信海报、短视频、文章等形式传播。

2，精英专题炒作

邀请专业媒体，撰写和推广“国际上的精英居住观”

通过对“精英文化”的价值区隔建构，奠定项目产品标准价值的缘起



3，精英活动

以一系列定制文创刷屏+抽奖，激活对项目的关注度与精英主义联想。





阶段策略	品牌炒作	项目形象	价值解构	热销炒作
阶段主题	传奇朗香 倾情收官	为智者质	北中环 地铁上盖 南大菁英秘境	朗香飘红
核心动作	1：悬疑起势 2：大片刷屏 3：放飞事件	为南大精英定制系列 专访 X 解构 X 活动	5重标准价值输出 代言事件+传播	热销输出

大咖&业主证言

借助媒体的力量，延续关注度

一份走心的定制礼品
为KOL/老业主送上诚挚的祝福
每一款象征一个精英标准

朗香沉、效率紫、宜居绿、人文黄、温馨橙



IN香水 包装示意

为智者质——我为朗香代言





阶段策略	品牌炒作	项目形象	价值解构	热销炒作
阶段主题	传奇朗香 倾情收官	为智者质	北中环 地铁上盖 南大菁英秘境	朗香飘红
核心动作	1：悬疑起势 2：大片刷屏 3：放飞事件	为南大精英定制系列 专访 X 解构 X 活动	5重标准价值输出 代言事件+传播	热销输出

热销炒作

从媒体、业内、公众、内部员工等多角度烘托项目的受关注程度

RED PLATE
红盘的

示范区公开至今
来自上海 苏州 南京的顶级土地客户

超过 **500** 人

和平路上 新城

佛山洋房府邸

9382 2888

RED PLATE
红盘的

示范区公开至今
预计购买或即将进驻海陵经济区 松江角地区

近 **7000** 人来访

和平路上 新城

佛山洋房府邸

9382 2888

RED PLATE
红盘的

示范区公开至今

近 **100** 位

媒体人君临品鉴

和平路上 新城

佛山洋房府邸

9382 2888

RED PLATE
红盘的

示范区公开至今

近 **30** 家大牌房企

参观交流

和平路上 新城

佛山洋房府邸

9382 2888

未尽事宜 后续沟通

Thanks

闭卷必读

久奇传播所有PPT只涵盖提案信息量的10%

请有需要的未到场同仁配合录音完整解读本次报告