

天津绿城·水西云庐中式造园六记

- ◆ **品牌名称**：天津绿城·水西雲庐
- ◆ **所属行业**：地产
- ◆ **执行时间**：2022.08-09
- ◆ **参选类别**：移动创意作品类-短视频

系列视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

第一记瓦作：<https://www.xinpianchang.com/a12098074>

第二记木作：<https://www.xinpianchang.com/a12098081>

第三记漆作：<https://www.xinpianchang.com/a12141146>

第四记砖雕：<https://www.xinpianchang.com/a12141130>

第五记石作：<https://www.xinpianchang.com/a12141143>

第六记雕窗：<https://www.xinpianchang.com/a12141119>

营销初衷

✓7年深耕，再度提交中式国风扛鼎之作礼献津门

随着地产项目的同质化、媒介环境碎片化问题越来越突出，市场需要更具新意的创造力和更走心的共鸣传播。绿城·水西雲庐以中式造园六记系列视频，不仅可以通过一个有形的载体和客户形成有效的情感沟通，还可以使**产品内容拥有新的记忆点**，提高品牌及产品的附加值。

✓ 树立价值与价格标杆

占位城市高度发声，从绿城营造的各个建筑细节，体现了中式建筑无处不融合了中国千百年来文学，美学，礼仪的精髓，选材工艺等更是体现了项目的匠心建造的精神。水西雲庐即时中国文化美学的具体物质体现，以此拉近与受众的距离，并唤启中式文明的荣耀感与自豪感，从而树立价值与价格标杆，跳脱区域竞争。

洞察

✓ 中式文化的复兴与自豪

近年来，随着中国综合国力、国际地位和影响力的不断提升，加之我国坚定文化自信、文化强国的战略，如今中国传统文化重新被世人重视，而传统建筑也重新受到世人追捧。在地产行业，建筑风格逐渐由“习外”转而“修内”，造物的极致不是对抗，而是共生，天津绿城从古代建筑中的木作、瓦作、砖雕、漆作、石作、雕窗六大技艺延伸，隐喻到今天的建筑风格以及精神领域的对标。

策略

✓ 匠人背后的故事不应该被遗忘，好产品自己会说话。

以建筑复兴华夏文明之时，也将纯正的中式建筑文明的符号带至天津。无论榫卯、漏窗，还是花街铺地，一景一物，皆有故事，于是通过视频，让人身临其境地感知。

古时的天子外屏，今日的水西文明，时代更迭，传统礼序及尊荣未改。

亮点

✓ 精准聚焦+中式元素+科普解读=全民共鸣

从华夏传统提炼其神韵和精华及溯源故事，

进行项目形象和基调的塑造和提升，

唤醒国人心中**深藏已久的中式情结**。

定而望动聆诗意

第一记 瓦作

方寸之旨见乾坤

第二记 木作

厚薄有度见恒久

第三记 漆作

Step1 古建八作 提炼水西气质

故宫古建筑在建造、维修的过程中，在中国古建营造技术的基础上，形成了一套完整的、具有严格形制的传统宫殿建筑施工技艺，被称为“官式古建筑营造技艺”。这种中国传统手工技艺不仅保持着故宫古建筑的原貌，而且直接影响着整个中国古建筑营造技术的发展。从八作中提炼水西营造精神，演绎项目特有的营造气质。

Step2 实景拍摄 看客身临其境

绿城始终相信好产品必须满足客户需求，要想获得客户的认可，揭开面纱、坦诚相见才是最大的“诚意”。线上视频以项目实景拍摄进行工艺工法展示，线下实景呈现，真正的身临其境，线上线下打通共鸣。

Step3 名家配音 诵读华夏厚重

邀请央视《华夏文明》老师为项目配音，尽显沉稳、富有高级的美学听感。

传播

✓全民共鸣、拒绝自嗨

该系列视频在持续发声的一个月中转发量超过了3000+，引起同行、媒体热议，得益于品牌的口碑效应，在传播上紧扣“中式脉络”，产品与城市高效联动，迅速与区域产品拉开赛道，实现传播度与美誉度的双丰收，也为未来的蓄客和劲销打下了扎实的基础。

