# 房地产广告文案怎么设计范文(精选十四篇)

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2025-03-08

*以下是为大家整理的房地产广告文案怎么设计范文(精选十四篇),欢迎品鉴!第一篇: 房地产广告文案怎么设计方案二是在汇丰广场外售部分定位为“商住两用的SOHO式商务办公”的前提下，围绕着项目的soho概念进行的延伸和阐述。本方案只就soho这个...*

以下是为大家整理的房地产广告文案怎么设计范文(精选十四篇),欢迎品鉴!

**第一篇: 房地产广告文案怎么设计**

方案二是在汇丰广场外售部分定位为“商住两用的SOHO式商务办公”的前提下，围绕着项目的soho概念进行的延伸和阐述。

本方案只就soho这个概念进行速求，其他卖点束之高阁。既通常所说的：“抓其一点，抓住不放”的广告传播策略。

1、开盘之前务必创造“路人皆知”的soho强势品牌

SOHO对于淄博个性对于淄川是一个崭新的概念，如果广告投放达不到必须量及构成较强的势，或者集中度不够，则无法使受众迅速、有效地理解到项目信息。我正确地认知SOHO这个东西。

针对SOHO这一理念，只有集中火力在开盘之前不断的加大广告投放力度，以超多的、甚至超长量的宣传广告针对全部潜在客户，反复诉求，反复刺激、反复引导投资者的购买力，在最短得时刻内使项目在当地市场上构成声势浩大的宣传效果，强势塑造项目形象，才能制造出投资热点和销售高潮。

2、让汇丰广场SOHO成为市场的焦点与热点

特色十分重要，特色就是要体现出个性，特色就是优势，特色就是商业的生命力。围板广告的对SOHO概念反复速求是引起目标客户群的的关注的重要途径。是创造项目的特色与个性的重要方法。

3、高度集中，高聚焦点的的广告宣传容易使项目高姿态巧妙入市，引发社会广泛关注；

soho是英文Smalloffice，Homeoffice的缩写，SOHO就是在家上班。SOHO不仅仅是一种理念，更是一种生活和工作方式。

在人类历史上，这是第一次能够完全自由选取自己的工作时刻和地点；第一次能够不做工作的奴隶而做工作的主人。

SOHO最大的快乐就是自由，做自己想做的事情，过自己想过的生活，能够最大限度的实现和追求自我。

1、主题：在自己的天空下为自己工作

文案

工作与生活不再切割、办公室与居家合而为一，那里成了彰显个性、感受精彩生活的空间。客厅就是办公室。睁眼工作，闭眼睡觉。

没有“上头”的管制，没有制度的约束，一切时刻都由自己支配；这天想做什么就做什么，这天不爽了，舒舒服服玩它一天也没人管

把最好的兴趣当成工作，再苦也不算什麽。只是为了那份自由飞翔的感觉。

2、主题：我的工作、我的生活，我作主！

文案:

“自信似云舒展，心高与月徘徊”是SOHO工作生活的真实写照。不用看老板面色，不用处理复杂的人际关联，能够我行我素，千里走单骑，也可随心所欲，午夜狂欢。

能够穿着随意的衣服，汲着拖鞋在电脑旁。灵感来了就不分昼夜，累了就看看报纸。

反正，那里是你的地盘，你的国土，在那里，你说得算，你做主！！

3、别说我幸福，做SOHO，你也和我一样！

SOHO就是“notonlyhome，butalsooffice”，没有了刻板的规章制度，多了一份工作的自由和生活的随意，少了一份替人打工无形的压力。

SOHO，是一种态度，一种沉醉，一种性情，一种过瘾，一种生命里活出两重彩的可能。

4、办公生活化的领跑者

SOHO的物质是空间的，也是精神的，将办公场所放在家里或独一个或几个人\*起一片事业的天空。追求自由创业的想往有了SOHO一切就变得这么简单。

SOHO就是，我们能够安排自己的工作！

5、自由创富的生活空间

在大公司中，“我”和“我们”是一个模糊的概念，做的好不必须被关注，反过来，其实做的不好，问题或者也不大，做soho，除了自己，没有别人会来对你的工作指手划脚

**第二篇: 房地产广告文案怎么设计**

房地产广告文案：生活之情

DD望郡的解决方法

1、静坐窗前，闭上眼睛，从植物园过来的林风浮面，香密湖的水气在脸上摩擦，知道远处就是海，更远处的是安托山塘朗山，那里有源源不断的清新的空气扑面而来……

从来都认为人生的境界就是不断的成功，却不知道享受生活原来才是最高的境界。

习惯了匆匆忙忙，汽车开到120码，总在寻找托词，我很忙，孩子，你自己去上学吧，老婆，下个礼拜陪你去逛街，老爸，我下个月回家去看你，忙完了手上的事，对自己必须要好一点。无数的下次，都找不到兑现的时刻。

匆匆半生，似水年华，就这样远去……

望郡，家，静坐窗前，闭上眼睛，从植物园过来的林风浮面，香密湖的水气感觉到在脸上摩擦，知道远处就是海，更远处的是安托山塘朗山，那里有源源不断的新鲜空气扑面而来。

突然发现自己从未活得（XXX）

望郡，香蜜湖独有高层豪宅，高层豪宅独有宽绰大户，大户生活独有豪阔胸襟。

望郡，俯瞰香蜜湖美景，坐拥城市繁华，在家享受度假一样的生活。

生活在望郡，找到丢失的时刻，找到丢失在时刻里的自己。

2、40岁，坐在自己家的阳台上，重新翻开那本书，才真正算明白了其中的味道……

从来都认为自己是品位人士，却疏远了阅读生活，书架上开始还有几本林语堂的散文，渐渐的被企业管理的书挤开了，之后流行的《定位》，《品牌》等接二连三的来到书架，40岁，坐在自己家的阳台上，重新翻开那本书，才真正算明白了其中的味道……

有时候觉得自己的生活就像白开水没有味道，单调得只剩下事业，40岁，在望郡的会所，我开始学习着喝咖啡，开始学习着品红酒……

从来都觉得户外的品味只有高尔夫才能称得上，在忙碌的工作里，想要挥杆已是很奢侈的愿望，40岁，在望郡的园林中，一个人在自然中散步，瞬间拥有一个闲适的灵魂，休闲就是生活的一部分，原来品位来得如此自然……

**第三篇: 房地产广告文案怎么设计**

房地产广告文案:孝敬之情

DD望郡的解决方法

1、四十岁了，自己也做了父亲，才更深地明白了父母之恩大如天的道理。

来深圳前，父母送我到车站，在站台话别时，我发现不知从什么时候起，父亲的腰杆不再笔直，母亲的鬓角在风中飞舞着令人心酸的银丝。父母公然在我的成长中老去了，步履开始蹒跚，说话开始唠叨，牵挂开始生长。

车子缓缓开动了，灰尘中，看到父母跟着车子跑了几步，突然间泪如泉涌，那一刻，我真正读懂了朱自清的《背影》。

40岁，对父母说我爱他们已经觉得很矫情了，谁言寸草心，报得三春晖？我最大的心愿是在这个城市扎下根基，然后买一个大房子，把他们从家乡接来，安享天伦。

望郡，一座有情在义的豪宅，160-240平方米的大户空间里，永远有为父母预留的位置。

望郡，一座拥有香蜜湖绝佳景观的豪宅，父母能够像在自己的老家一样，生活在自然里，有树林，有湖泊，有花圃。

2、那时我想，以后买房子必须要买大社区，必须要有很多和父亲一样的老年人，社区里要有老人俱乐部，他们能够拉拉家常、能够下棋、能够打太极，相互还能串串门……

父亲一天比一天老了，脸上的皱纹很深很深。他喜爱在午后的阳光里睡上一觉，喜爱一个人来回走动自言自语，喜爱戴着老花镜看报纸又满屋子找眼镜，睡到半夜常常咳醒，父亲偶尔提及，他要是有一个很大的自由空间该多好，我知道，他是怕影响我们。

很多人选取给父母也买个房子，分开住，每当看到这样的例子，父亲的眼里总是藏着深深的失落。当我兴奋地告诉他我要买一个大房子，让他和我们、和他的孙子长期住在一齐的时候，我分明看见他的眼角泛起了泪花。他怕孤独，他需要亲情的抚慰，需要儿孙承欢膝下，这一点，做儿子的怎样能不明白呢？

还记得第一次买房子的时候，妻子在外面上班，和我一样忙碌，孩子还没出生，整个家就只有父亲一个人。没有认识的邻居能够串门，没有熟悉的亲戚来拜访，黄昏的夕照里，他常常对着自己的影子发呆，甚至跑上很远很远，找街角一个摆摊的老头只是为了下一盘象棋。

那时我想，以后买房子必须要买大社区，必须要有很多和父亲一样的老年人，社区里要有老人俱乐部，他们能够拉拉家常、能够下棋、能够打太极，相互还能串串门。

男生四十，功成名就后最懂得的就是感恩，最就应感谢的就是父母的恩情。

在望郡，是香蜜湖唯一的大型成熟社区，已经入住的人家有700户，邻里关联亲和，能够让老人尽享生活之乐。

**第四篇: 房地产广告文案怎么设计**

房地产广告文案:舔犊之情

DD望郡的解决方法

1、送给她一个大大的琴房，是我一向以来的心愿，是我的梦想旅途上一首未完成交响曲，是送给她的一张上流社会入场券。

窗外，有飞鸟经过，阳光从窗帘的一角泻进来，洒在女儿身上。

我的安琪儿，一双小手在琴键上来回舞动，叮叮咚咚的钢琴声像泉水一样缓缓地流淌，她的琴房很大，但此刻都被幸福挤满了。

小时候，我没有摸过钢琴，不知道琴键有88个，不知道除了生活之外还有个叫艺术的东西，每年六一，我就坐在角落里，用羡慕的眼光看着他们优雅地表演自己。听到动人的音乐，总能激起对完美生活更深切的向往。于是渴望有一天自己也能优越地、艺术地生活。

不知不觉，年已四十，孩子都大了，她活泼、好强、爱学习，看着她，总觉得是自己的一个缩影。她的聪明，是需要一个空间来发挥的，她的梦想，也需要一个空间来承载。

莫扎特能够让她更聪明，弹钢琴能够让她更优雅，音乐能够让她的心灵更纯净。

而我能够给她的就应是一个更大的房子。

送给她一个大大的琴房，是我一向以来的心愿，是我的梦想旅途上一首未完成交响曲，是送给她的一张上流社会入场券。

望郡，160-240平方米阔绰空间，宽松生活尺度，不但能够给孩子一个琴房，更能够给爱人一个健身房，给父母一个独立的王国，给自己一个静心的书房…

2、幸好有了孩子，他就是我生命的延续，有太多我来不及做的，享受的，此刻都能够交由他来完成。

关于童年，快乐的回忆实在有限，以至有时候我都能够忽略不计了。

我是和哥哥挤在一个狭窄的小房子里，抢玩具，抢“地盘”，是在一个吵闹的空间里昏暗的灯光下艰难地学习，做着一个乏味的找不到躲藏空间的捉迷藏游戏，至于在一个游戏室里和父母一齐玩，那不知是多大的奢望了。

40岁，回忆童年，有太多的遗憾。

幸好有了孩子，他就是我生命的延续，有太多我来不及做的，享受的，此刻都能够交由他来完成。

让他在自己的房间里摆上一千种玩具，让他自由的身影在客厅里穿梭，让他去天天去会所的亲子游戏室，

让他从小就在一个大尺度的空间里培养大的胸襟。

享受生活，本来就是生活的一部分。

香蜜湖是孩子游乐的天堂，在望郡，周边有深圳高级中学，深南中学，福田外国语学校，深圳外国语学校附小等？……

孩子不仅仅能够受到良好的教育，更能够完全拥有童年的乐趣。

望郡的会所、游泳池、园林，是对他幸福童年的一个馈赠。

**第五篇: 房地产广告文案怎么设计**

冠亚?蓝湾国际

一辈子的生活，我务必看的更远（15万平方米城市精英聚落）ㄍ上层品质高层生活

完美配套从容高尚（15万平方米城市精英聚落）ㄍ柳州市中心首个住宅建筑群落

归根城市中央主宰柳江洗礼生活（柳江，大柳州永恒不变的城市中央）ㄍ入户花园推门见绿

复式露台闻香识景（15万平方米城市精英聚落）ㄍ品牌物管星级服务

三代人的财富我务必看的更远（冠亚街【铜锣湾】淘金铺王26万起）ㄍ一铺一金库三代摇钱树

统一规划租售两旺（冠亚街【铜锣湾】淘金铺王26万起）ㄍ交通畅达人气鼎沸

中心地段引爆商业的狂野之魂（市中心柳北投资旺铺首席，总价26万起）ㄍ高回报率风险投资

翠庭湖轩

目标成熟

在繁华城市的空气中穿梭

我们有自己的呼吸和方向

选取成熟选取发展

选取阳光宠爱的群落

选取翠庭湖轩

目标成功

在物质泛滥的年代中成长

我们有自己的思想和志向

选取成功选取拼搏

选取阳光宠爱的群落

选取翠庭湖轩

目标高尚

在世人仰望的舞台上行走

我们有自己的舞姿和品格

选取高尚选取优雅

选取阳光宠爱的群落

选取翠庭湖轩

广场公寓

享受生活，在广场公寓只是起点

舒适生活，在广场公寓只是起点

依广场而居，让生活户外起来

生活?户外?健康一个都不能少我家就在广场侧

丰庆佳苑

原来幸福就是这样简单

抽十分钟到海洋馆放松情绪

抽十分钟把最新鲜的花香带回家

抽十分钟把最新鲜的健康带回家

**第六篇: 房地产广告文案怎么设计**

1. 你在美国的黑伍德公园定能找到幸福。——新房的广告

2. 学府林立的书香大道，值得您再搬一次家。——台湾良美系列房屋广告

3. 暗恋桃花园。——昆山宝岛别墅

4. “玉垒山庄”，祝您福永继。——四川“玉垒山庄”

5. 梦里寻它千百度，湖光山色见吾家。——杭州梦湖山庄

6. 清幽如画的人间仙境，显赫富豪的梦想宅第。——湖景山庄

7. 万年的丰盛，居住的梦土。——北京西郊花园

8. 豁然开朗，卓尔不凡。——上海万科广场

9. 碧影天然，桂香满园。——碧桂园高级花园别墅区

10. 万众瞩目，京华瑰宝。——北京飞达玫瑰园高级别墅

11. 拥有怡兴楼，一生已足够。——广州怡兴花园

12. 世外桃源在此求，投资置业在您手。——上海东林花园住宅

13. 千年梦幻成真。——上海世外桃源花园别墅区

14. 外销规格，内销价格。——上海明泉苑

15. 物业升值潜质高，投资自住两相宜。——天津紫金花园

16. 安居乐业，兴隆花园。——上海兴隆花园别墅

17. 拥有一座家园，感受一生幸福。——上海万科城市花园

18. 千金易得，靓地难求。——梦湖山庄

19. 傲视同群，唯我独尊。——上海怡景花园

**第七篇: 房地产广告文案怎么设计**

房地产广告文案：恩爱之情

DD望郡的解决方法

没有爱让人孤独

表现感情的转弯，谈恋爱的时候，结婚的时候，事业升起的时候

1、恋爱的时候，我对她说，要买一栋大房子给她，有花园，游泳池，她越来越少提起，我却没有一天忘记……

前的一天，我在写字楼加班，十二点钟，妻子送汤来了。我那身价千万的老板也没有这样的享受，我感觉到同事眼中的羡慕，我自己也感到很自豪。那是鼓励，是安慰，是幸福，是人生最大的犒赏。那一刻，是生命中不能承受的感动。

一路上有她，是我生活中永远不停息的动力。

我在心里只是想着报答她，这是我很长一段时刻的奋斗动力。除了爱，还需要满足她对一个家的理想，她说她想有一个高高的房子，看得见海，看得见山，看得见城市，看得见你下班，孩子放学，还要有一个大大的空中花园，能够让自己闲暇的时候种点兰花。

望郡，0平米花园，3000平方米会所，8000平方米专享商业长廊，160-240平方米高台大户自由空间，也许能够帮忙你实现对妻子的承诺。

2、突然回过头来，以前波涛汹涌的人生湖面已是风平浪静，只有妻子温柔的笑脸依旧如昔。

从什么时候起，她就是这样默默地站在自己身后，一路走来，总有她深情的关注，支持和鼓励。

从什么时候起，她的鬓边已有微白，她的微笑藏不住皱纹？

看着她买《时尚家居》，买《缤纷时尚》，看着她在窗前眺望却望不到更远的风景，看着她热衷于把家收拾得窗明几净，心，微微有些愧疚了。

四十男生的感情，不是玫瑰，不是蜜语甜言，而是兑现自己的承诺，是送妻子有一个有爱的家。

在望郡，大空间意味着大尺度的生活，6米宽的超大客厅与2米宽的跃式长廊让人豁然开朗。宽大的阳台落地门、透明的落地玻璃窗、宽大的凸窗、完全将自然景色充分引入室内，动静结合，区间清晰，充分享有私密空间。主人房套间的独立书房、衣帽间则尽显大户人家的极度尊贵。

**第八篇: 房地产广告文案怎么设计**

方案一是在惠丰广场外售部分定位为“纯居住”的前提下，对项目的买点进行的挖掘和提炼。

本方案的广告策略是对项目的优势进行集中，采用了“抓其各点各个击破”的广告传播方法。明确项目究竟在哪一个方面更具有优势，才能够扬长避短，或者以实击虚。

1、项目所在地特点：首先的一个特点是中心性，根据《淄川区十五城市规划》项目地处政务区，文化区，生活区交汇处。其次是它在交通上各个方向的便捷性和可达性个性强，是交通上的“黄金交叉点”。

2、项目自身的特点：首先是其淄川区少有的高层建筑这个的特点；其次是汇集超市，劳动局办公，劳务大厅为一体这一自身的综合性。

3、项目周边的市政配套相当成熟，学校、邮局、银行、饭店、电信、体育场、图书馆近在咫尺。

主题：

居家办公尽享创富自由

文案：

本项目户型面积以200多平米居多。适宜商住两用。贴合soho的概念

soho是英文Smalloffice，Homeoffice的缩写，SOHO就是在家上班。SOHO不仅仅是一种理念，更是一种生活和工作方式。在人类历史上，这是第一次能够完全自由选取自己的工作时刻和地点；第一次能够不做工作的奴隶而做工作的主人。SOHO最大的快乐就是自由，做自己想做的事情，过自己想过的生活，能够最大限度的实现和追求自我。

2、主题：上风上水，成就商城尊贵

文案：

地处淄川政务区、生活区、文化区三区交汇处，文汇路、般阳路、鲁泰文化大道交错透过，交通便捷，市政配套成熟、周围超市、学校、医院、酒店星罗棋布，处处彰显生活高尚品质；不可复制的城市核心乃城市地脉之所在，依托上风上水，豪门气派浑然天成。

3、主题：建筑品质，方显御品豪门

文案：

简洁的体块穿插组合的立体面设计，虚实比较，上部潇洒飘逸的飘板，体现现代办公气息的落地玻璃，独具现代化商业氛围的大面积的玻璃幕墙充分体现了建筑的包容力，个性与共性的完美结合。

建筑南北长42米，东西长49。8米，62。1米的建筑高度连同恢宏的建筑设计理所当然地成为淄川区城市风向标。

4、书声墨香，传承贵胄文化

周边教育设施完善，图书馆、体育场分布周边，淄博师范高等专科学校、淄川一中，劳动技校、实验小学等校区与其紧邻，周围学术氛围浓厚，书声朗朗，墨香醉人。

5、尊崇礼遇，缔造永恒荣耀

同劳动局同楼办公，CNC迎面既是，体育场就在对角。劳动技校、师范学校近在隔壁，从通信、交通、生活、体育健身到商务办公的一切问题在那里都化为乌有，

与此同时，62。1米的高层建筑手可摘星辰，视野开阔远眺近观两相宜，一一礼遇尽显荣耀，让每一位业主在此可极尽奢华的人生颠峰享受。

**第九篇: 房地产广告文案怎么设计**

房地产广告文案:学林雅苑

楼书序言

我想悠闲的生活，只应对现实生活的本质，并发掘生活好处所在，大文豪“梭罗”在《瓦尔登湖》中这样说。随着科技的进步，人类从嘈杂的机械中解放出来，身心疲惫的人们最后有了足够的时刻、足够的财富去追理想中的生活形式。文化洋溢着如此的生命力，文化无处不在，它存在于我们对生活细节的每一次追求中，选取一间房子的标准是文化，看一本书的感受是文化，被一首歌感动是文化，当你仔细品位生活的时候，文化便开始了。文化是一种沁人心脾的感受，让人对生活充满热爱；文化是一种力量，支持着人们选取理想生活的方式；文化是一种底蕴，人世烦恼得以化解；文化更象一个金手指，化平凡为神奇。文化的追求其实就是一个人对生活方式、生活价值、生活好处的追求，文化让生命好处得到升华。学林雅苑正是顺应了这一需要的高雅建筑，它期望给业主带来一种文化的生活方式，倡导尊重自己思想、充满情趣的生活态度，品位日常生活的.细节之美丽。学林雅苑近傍深圳大学西门，周边及深大的一系列文化生活设施，让你的文化生活就近能够获得巨大的资源，给你及你的家人带来身心的愉悦。学林雅苑作为岭南建筑的现代化尝试，诚如美学大师李泽厚所说文化或一切精神活动其于对形式的追求，止于对形式的疏离，学林雅苑不管是在

整体设计上，还是在园林规划上，尽力运用精致的文化形式之外，还力争让每一个符号蕴涵更多意味。仅仅满足实用的时代已经一去不返了。学林雅苑是属于你的文化生活家，让你生活得更精彩。

读学林雅苑当天天读，人生的深邃，往往是经验才识的积累，此时的你和彼时的你断然不一样，那时读学林雅苑是一种味道，这是读学林雅苑却又是一种精神。○读学林雅苑四时八节都可读，春天的学林雅苑生机盎然，秋天的学林雅苑肃穆典雅，读出其中真意，人生必然升华。○读学林雅苑当在雨天读之，滋润灵性也。○读学林雅苑当在星光下读之，遥想无穷也。○读学林雅苑当在阳光下读之，光影跃动，变幻无穷。○读学林雅苑当精读之，其一花一石，一桥一廊，大有深意。○读学林雅苑当虚实读之，弯弯曲曲，错错落落，疏疏密密，高高低低，遮遮掩掩，恍恍惚惚，影影绰绰，全在虚实中尽显，如人生，当真不得，太游戏不得。○读学林雅苑当挽爱人读之，试想春日晴和，微风拂面，和爱人小坐亭间，忙里偷闲，人生岂有过此者。○读学林雅苑当引孩子读之，让他见识花鸟虫鱼，益智其一，更增父子情谊。○读学林雅苑当携父母读之，陪伴父母散步园林内，或回想，或感叹，或聆听，让父母尽享天伦之乐，自己也表表孝心。○读学林雅苑当做宇宙读之，学林雅苑是整个世界，有东南西北，有此时永恒，有此在彼在，读宇宙万物也可当宇宙读之，世事本来就如出一辙。○读学林雅苑当生动读之，穿花，度柳，抚石，依泉，过桥，踏榭，移廊，

读出生命过程者是真读者。○读学林雅苑当音乐读之，树叶的脉络，山石的皱折，水波的涟漪，昆虫的鸣叫，雅苑16景的连接，景和建筑的关联，无不是旋律，无不有一种内在的节奏。○读学林雅苑当随意读之，你能够从某个局部开始，也能够从某条小径开始，也能够从一棵树开始，只要读出真感受，乱读，跳读，戏读，却又何妨。○读学林雅苑读出宽容，谦虚，大度，从容，情趣，诗情画意等意味时，那些道德教条，那些圣典名籍不读也罢。

后记-读学林雅院指南/读书出神入化者，无不把天下万物当书来读，小到一草一木，大到大江大河，细到蝼蚁虫子，巨到斗转星移；学林雅院在园林设计上，就象一部精彩的书，有起伏，有交错，有渐变，有高潮，有尾声，有起承转和之妙，有抑扬顿挫之韵，有千变万化之巧。有起伏，有交错，有渐变，有高潮，有尾声，有起承转和之妙，有抑扬顿挫之韵，有千变万化之巧。有起伏，有交错，有渐变，有高潮，有尾声，有起承转和之妙，有抑扬顿挫之韵，有千变万化之巧。有起伏，有交错，有渐变，有高潮，有尾声，有起承转和之妙，有抑扬顿挫之韵，有千变万化之巧。有起伏，有交错，有渐变，有高潮，有尾声，有起承转和之妙，有抑扬顿挫之韵，有千变万化之巧。学林雅院读通以后，天下就只是一个园林，和谐、完美、愉悦……

**第十篇: 房地产广告文案怎么设计**

1. 东湖名居——东湖就在家门口

2. 东方华府——后小康经典生活家

3. 城中坊——城市中心，品味精致

4. 复地翠微新城——梧桐树下，时尚生活

5. 江南明珠园——至尊私邸，领秀江南;放眼江南明珠满目春色，尽收江城四岸十里繁华

6. 东方帝园——城市中心点，品质生活圈

7. 芳卉园——有怎样的理想，就有怎样的追求;有怎样的追求，就有怎样的品质;有怎样的品质，就有怎样的生活

8. 巴黎豪庭——生活大师 大众豪庭

9. 保利花园——和谐生活，自然舒适;香樟佑人，朱雀佑宅

10. 绿色家园——房在林中，人在树下

11. 银海华庭——让建筑延伸梦想

12. 花前树下——春来花前鸟语，福入树下人家

13. 剑桥春天——引领街区生活，静享都市繁华

14. 大唐新都——原创生活，非常空间

**第十一篇: 房地产广告文案怎么设计**

恒嘉国际城

礼貌迁徒的方向是国际城

人居归往的境界是国际城

城市演绎的结果是国际城

阳光城市

建筑，以自然为导师

阳光城市/四季恋歌读懂四季的人才能读懂生活的艺术

人文阳光会所，全天候开开放的【无时限开心地带】

园林窗含/春绿秋黄，用一扇窗典藏四季无限风光

北京小镇

最无价的，是发展与价值；最实惠的，却是房价

特色景观，让小镇风景无法复制

大而全的生活社区，城市繁华中的小镇

城市繁华新领地，天赐北京小镇，我的生活新坐标

千金难买“向南宅”，北京小镇买称心

难得的阳光纯多层住宅，公认的全明星的“王牌”产品

善美风情生活已经完美展开，浓浓享受乐在其中

在高层高价格的时代，北京小镇，奉献多层庭院生活价值

景致庭院，美出一筹，风情庭院，胜出一筹

小镇贴心管家－

**第十二篇: 房地产广告文案怎么设计**

1. 花前树下——春来花前鸟语，福入树下人家

2. 剑桥春天——引领街区生活，静享都市繁华

3. 大唐新都——原创生活，非常空间

4. 东湖名居——东湖就在家门口

5. 奥林匹克花园——运动家，生活家，生活的最高荣誉

6. 半岛豪庭——少数人的府邸，所有人的梦想

7. 天上人间——天上人间，风景人家

8. 紫荆花园——香港路行政级榜样社区

9. 吉祥国际——如意生活，自在随我

10. 城南新居——听城南故事，看城南新居

11. 华城新都——尽享都市繁华的宁静，彰显尊贵生活的从容

12. 世纪家园——精算专家，精致生活

13. 金地?太阳城——纯美领地，时尚生活特区

14. 冰壶名都城——生活，就是居住在别人的爱慕里

15. 阳城景院——庭院深处，大户人家

16. 和盛世家——家合人和，万事盛兴

**第十三篇: 房地产广告文案怎么设计**

1.霞关

满足一次购屋的渴望住一辈子的家，惟有霞关

成就事业一片天，您需要更宽阔的舞台

个性细腻完美主义只有霞关经得起您的挑剔

2.丽宝经典

SORRY台北豪宅让台北豪宅黯然失色不是我们的本意

让每一位主人幸福享受才是丽宝经典的初衷

一栋人性豪宅懂得友善它的主人

看过丽宝经典您不会羡慕叫价上亿冰冷森殿的台北豪宅，也不会收藏只顾养眼的宫廷建筑真正的豪宅懂得更贴近生活

让不同年纪的主人都能在这里舒适生活

我们的新家是不是国王住的地方

谢谢上帝!送我一个爱丽丝仙境花园

3.首都花园

在时尚繁华包围的信义计划享受公园学校包围的

千坪南洋花园住家

隐身信义计划区 繁华的绿洲城堡

4.盛宴

用什么奠定百年基业 用什么匹配显赫尊荣

用什么报偿半生戮力 用什么打造传世家徽

盛宴“惟我论” 世纪国际首席建筑大师——为您打造无价的/

5.元利 星河

生命中的每一刻，都该是顶级豪情享受 换未来?精选第一排名宅

换生活让每一刻都是休闲无价豪宅只站首排舞台

换环境让未来的每一刻都是享受花最少的预算住最阔的名宅

6.天空之城

以微小的力量，轻松累积成家梦想家居“之最”

梦想的撒瓦尔 生命是一匹快速的战马但我的思想会在这块土地上留存下来

家居，磺溪流域第一间，人生居家之最惊叹号，已打造完成

7.线上

公园。绿荫。纯住宅 软体园区生活圈中，最耀眼的住宅之星

新名宅身段，中产阶级价位 新时代对门同居新风潮

8.文林

家之极致 专注品位，用心建筑

巴黎的灵感，上海的风情与隽永的台北

**第十四篇: 房地产广告文案怎么设计**

1. 花前树下——春来花前鸟语，福入树下人家

2. 剑桥春天——引领街区生活，静享都市繁华

3. 大唐新都——原创生活，非常空间

4. 东湖名居——东湖就在家门口

5. 奥林匹克花园——运动家，生活家，生活的最高荣誉

6. 半岛豪庭——少数人的府邸，所有人的梦想

7. 天上人间——天上人间，风景人家

8. 紫荆花园——香港路行政级榜样社区

9. 吉祥国际——如意生活，自在随我

10. 城南新居——听城南故事，看城南新居

11. 华城新都——尽享都市繁华的宁静，彰显尊贵生活的从容

12. 世纪家园——精算专家，精致生活

13. 金地?太阳城——纯美领地，时尚生活特区

14. 冰壶名都城——生活，就是居住在别人的爱慕里

15. 阳城景院——庭院深处，大户人家

16. 和盛世家——家合人和，万事盛兴

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！