

## TOD云端共鉴，深铁三盘齐耀

- ◆ 品牌名称：深铁置业
- ◆ 所属行业：建筑与房地产行业
- ◆ 执行时间：2025.08.15-08.18
- ◆ 参选类别：建筑与房地产类





# 案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://www.xinpianchang.com/a13478634?from=webShare&channel=copyLink&token=2STgYb445W7C2bDiU91xTHFk>



# 背景&目标

## Background 项目背景

1. **低空经济发展：**深圳作为全国低空经济发展的“排头兵”，正加快构建低空飞行基础设施网络，积极探索“轨道+低空”融合发展新路径，
2. **地产市场需求变化：**近年来，消费者对高品质居住产品的需求日益强烈，深铁置业TOD项目在区域规划、交通网络、周边配套、生态环境等方面具有独特优势
3. **TOD模式推广：**深铁置业经过二十余年对“轨道+物业”模式的探索实践，已经建立起完善的产业布局和核心价值链，TOD模式已从单体开发的1.0模式进入到产城融合的4.0模式，迫切需要向消费者展示TOD模式的成果和优势。

深铁置业 · 抵达无限可能  
SHENZHEN METRO

东部通航  
HELI-EASTERN

深铁·阅云境  
深铁·睿著  
深铁·铭著

# TOD云端共鉴 深铁三盘齐耀

深铁置业三盘齐开 直升机全域空中直播

① 活动时间：2025年8月16日  
② 活动地点：深铁阅云境、深铁睿著、深铁铭著



## 背景&目标

### Objective 项目目标

1. **提升项目知名度与影响力：**“轨道+低空”的创新活动形式及“1+3”直播矩阵(即1个空中直播间与3个地面直播点实时直播互动)，作为深圳探索“轨道+低空”融合发展新路径的一次实践，形成现象级传播效应，进一步塑造了深铁置业积极创新、勇于担当的品牌形象，提升深铁置业项目在全市乃至更广范围的知名度和影响力。
2. **展示深铁TOD模式优势与产品魅力：**借助“空中视角”，让市民直观感知深铁TOD项目与城市功能协同发展的内在逻辑，同时，通过地面展厅直播“深铁好房子”高品质产品，吸引潜在客户。
3. **促进市场与项目销售：**活动期间三大项目的展示中心暨创意展示空间开放，直播展示“深铁好房子”高品质产品，进一步点燃市民看房热情，促进项目销售。



# Insights & Creativity 洞察&创意

通过“轨道+低空”的创新活动形式，将直升机化作移动直播间，以定制黄金航线串联龙岗、宝安、光明三区的深铁阅云境、深铁铭著、深铁睿著三大项目，进行立体展示。活动通过“1+3”直播矩阵，即1个空中直播间与3个地面直播点实时互动，视频号、抖音等官方平台同步直播，并发起相关话题，形成现象级传播效应。

以“轨道+低空”创新理念为核心，将轨道交通与低空飞行相结合，不仅是对深铁TOD模式的一次创新实践，也呼应了深圳积极探索“轨道+低空”融合发展新路径的趋势，展示了深铁置业在城市空间开发上的前瞻性和创新性，提升品牌形象的同时，也提升了项目的知名度和影响力。





## Planning 前期策划

团队深度剖析深铁置业位于龙岗大运的深铁阅云境、宝安松岗的深铁铭著以及光明科学城的深铁睿著三大 TOD 项目，明确各项目亮点及目标受众。结合深圳积极探索“轨道+低空”融合发展新路径的趋势，策划以直升机空中巡礼与地面展示中心联动直播为核心形式，整合资源打造创新营销活动。通过与深圳东部通航沟通，三方达成合作，规划出一条长达 46 公里，依次飞越三大项目所在区域的专属黄金航线，确保能全方位展示项目及交通配套风貌。

空中直播团队配备经验丰富的飞行员与主播，主播提前深入了解项目及 TOD 模式内容，确保直播时能准确生动地介绍。地面直播团队分别进驻三大项目展示中心，负责展示产品细节。活动前，对直播设备，包括高清摄像机、稳定的网络传输设备等进行多次调试，保障直播画面清晰流畅。同时，在地面展厅安装大屏，确保能实时同步空中实况，实现“空中直播+地面庆典”的完美联动。





## 媒介&执行



活动当日，AW139 直升机准时从东部通航盐田基地起飞。在近20分钟的飞行过程中，空中直播间主播一边实时介绍下方经过的区域，如龙岗大运片区的城市活力、宝安松岗片区的发展潜力以及光明科学城的科技创新氛围，一边详细讲解每个深铁 TOD 项目的区域规划格局。从高空展示项目周边发达的交通网络体系，如地铁线路、城市干道等，项目周边生活配套能级，如商业中心、学校、医院等，以及项目周边的生态宜居环境，如公园、绿地等，通过这种空中视角，让市民直观感知 深铁TOD 项目与城市功能协同发展的内在逻辑，沉浸式体验 “轨道上的美好生活” 真实图景。



# 媒介&执行



三大项目地面展示中心同步举行剪彩仪式，正式对外开放创意展示空间。地面直播团队主播带领观众实地参观样板间，直观感受“深铁好房子”的高品质产品。同时，展示中心邀请城市规划专家访谈，在直播中同步讲解区域发展逻辑，与用户互动，让用户不仅看到项目本身，更理解其在城市发展中的重要地位与潜力。现场还围绕“轨道+低空”主题准备直升机体验票、地铁卡等人气好礼，吸引众多潜在购房者参与活动，进一步点燃看房热情。

# 效果&反馈



- ✓ 品牌曝光度: 活动采用“1个空中直播间+3个地面直播点”的矩阵模式,打破传统房地产营销的地域局限,实现品牌与项目曝光的量级突破。深铁置业联合深圳及大湾区超100家主流媒体、财经及地产垂直平台,全域覆盖报道,相关话题阅读量超百万,有效传递了深铁置业的品牌创新性与行业影响力。
- ✓ 互动参与度: 活动线上线下联动,线上在视频号、抖音等官方平台同步开播,累计吸引超10万人次观看,直播平均观看时长达8分20秒(远超房地产行业直播平均3分钟的时长标准),累计收到用户留言超2万条。线下三大项目展示中心累计接待到访客户超800组,现场设置的“直升机体验票”“定制地铁卡”等福利,推动超60%的到访客户完成留资。
- ✓ 话题传播度: #深圳上空看三盘#话题形成现象级传播效应,在抖音、视频号等平台累计阅读量超百万,位列“深圳本地热榜”房地产类话题首位。活动结束后1个月内,仍持续有用户在小书等平台分享“深铁TOD项目探访体验”,体现活动话题的长尾传播效果。
- ✓ 销量转化度: 活动精准触达目标受众,推动项目“意向-成交”转化,活动期间三大项目累计新增“高意向客户”近100组(定义为明确表示1个月内有购房计划并登记资料),活动结束后1个月内,三大项目累计成交超50套,较活动前1个月增长超过100%，“轨道+低空”的创新标签成为销售话术的核心亮点,60%的销售反馈“客户主动提及活动体验”,说明活动切实为项目注入了差异化竞争优势。