

# 2025 房产 直播实践 白皮书

2025 Real Estate Live Streaming Playbook



百亿流量引擎 聚力营销增长



科技驱动营销创新



# INTRODUCTION

## 序言

在行业结构深度调整的2025年，房地产从增量时代迈入存量竞争，营销模式的创新从未如此迫切。欣见“2025房产直播大赛”出现，为行业搭建了一个极具前瞻性的实践场——它不仅是房企线上营销能力的集中检阅，更是一场关于“如何以数字媒介重构信任、穿透距离、聚焦产品价值”的集体探索。

这本基于大赛实践复盘凝练而成的《2025房产直播实践白皮书》，远非一份简单的成绩总结，而是系统性地回应了当前行业最为关注的核心焦点：

**直击痛点，厘清方向。**白皮书开篇以敏锐视角剖析楼市趋势、消费习惯与客群结构的深层变迁，为从业者理解“直播为何成为营销必选项”提供坚实背景。

**授人以渔，能力沉淀。**本书深入拆解房企搭建直播阵地、孵化专业IP的完整路径，聚焦于直播进程中提升获客效率的核心方法论与智能化工具。

**标杆引领，激发动能。**本书展示的大赛期间真实案例，不仅是优秀者的勋章，更是照亮后来者的灯塔。这些真实战绩有力印证了直播营销的巨大潜力——我们看到头部房企单场直播精准获客百余组，也见证了个性化场景化直播带来的转化率跃升。

《2025房产直播实践白皮书》的核心价值，在于其“实践性”与“前瞻性”的完美融合，为房企在快速迭代的直播生态中抢占先机提供关键指引。当镜头代替脚步，当实时互动消弭空间隔阂，在房产营销的范式革命中。期待这本凝聚实践真知的白皮书，能助力更多房企掌握直播时代的沟通密钥，以更专业的姿态在数字化的浪潮中重构客户联结，赢得未来市场！

——明源云客团队

CONTENTS


# 目录 /

## 01 | 趋势 从有到精 房产直播获客迈向生态成熟期

- 政策：供需调整进入回稳新周期，头部房企引领行业升级
  - 1.1 供需层面：双向调节激活市场，品质升级重塑供给 06
  - 1.2 金融层面：风险化解与融资创新并行，资金精准滴灌 07
  - 1.3 行业表现：政策托底效果明显，头部房企引领行业升级 08
- 市场：多元需求重构购房决策，线上营销进入深水区
  - 2.1 客群迁移：90后成购房主力军，改善需求明显 09
  - 2.2 购房决策：多渠道立体决策，决策周期延长 10
  - 2.3 获客渠道：线上布局加速，视频生态重构营销模式 11
- 小结 13

## 02 | 打法 精细化直播经营 AI+ 营销生产力变革

- 成长路径：从基础运营到行业标杆，分层经营高效增长
  - 1.1 启动期：明确账号定位，开播打通自然流量获客链路 16
  - 1.2 成长期：直播间精细化运营，稳定自然获客并尝试投流 19
  - 1.3 发展期：直播间规范化，广告投流扩大获客规模 26
  - 1.4 进阶期：直播SOP形成，完成模式复制与生态扩张 31
  - 1.5 创新期：持续探索，沉淀企业资产 34



● 数智进化：明源云客AI+视频营销解决方案，颠覆营销生产力	
2.1 视频营销助手，从0到1的管理基建	37
2.2 AI创意工场，持续高效生产创意内容	38
2.3 AI走播，拍摄/直播/运营/场控一台搞定	40
2.4 AI投流，从人工推测到算法博弈的投放进阶	41
2.5 AI销售员，高效转化让流量颗粒归仓	43
2.6 视频营销风控，全方位直播保驾护航	44
2.7 社媒声量地图，城市级流量态势洞察	44
● 小结	47

## 03 | 实践 实战领先 2025 房产直播大赛案例集

● 全国标杆品牌案例	51
● 优秀直播账号案例	
2.1 华东区域优秀账号	69
2.2 华南区域优秀账号	75
2.3 华北区域优秀账号	82
2.4 华中区域优秀账号	89
2.5 西南区域优秀账号	97
2.6 西北区域优秀账号	105



# 01 趋势

”

**从有到精**

房产直播获客迈向生态成熟期



# 政策：供需调整进入回稳新周期， 头部房企引领行业升级



2025 年房地产政策以“稳预期、优结构、提品质”为核心，通过供需双向调节、金融精准滴灌、区域差异化施策，行业进入“量价回稳”新周期。房企缩表聚焦经营，头部效应明显，推动行业从“规模扩张”转向“质量发展”。行业高质量发展的趋势下，产品品质、服务升级与科技赋能的深度融合，将成为行业新格局中的占位关键。



## 1.1 供需层面：双向调节激活市场，品质升级重塑供给

**需求端：精准释放刚性与改善需求。**中央与地方协同推出超百项政策，通过降低购房成本、优化信贷条件刺激需求。5 年期以上 LPR 降至 3.5% 的历史低位，首套公积金利率同步下调至 2.6%，叠加多深圳、苏州多地公积金贷款额度提升，直接降低购房门槛。针对多孩家庭、高层次人才等群体的差异化政策显著加码，推动改善型需求集中释放。2025 年上半年百城新房价格累计上涨 1.16%，90-144 m<sup>2</sup> 户型成交占比超 70%，北京、上海核心区高端楼盘去化率普遍超 80%。

**供给端：优化结构与品质升级并重。**盘活存量库存：专项债资金重点支持收购闲置土地和存量商品房，多地推行“以旧换新”模式消化库存。管控增量供给：严控新增土地供应，广州、杭州等城市将核心区宅地供应占比提升至 36%-60%，推动资源向高价值区域集中。全国 20 多省份出台“好房子”建设政策，推动房企从规模扩张转向品质竞争，住房品质革命时代已来。

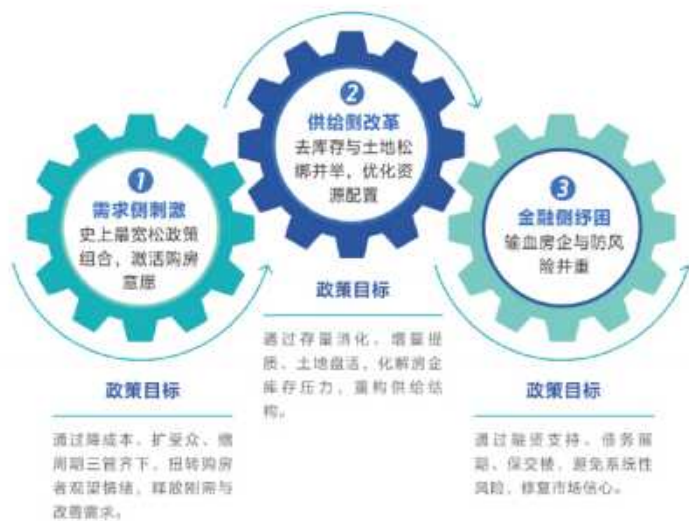


(数据来源: 明源数字营销院)

## 1.2 金融层面: 风险化解与融资创新并行, 资金精准滴灌

一方面, 央行实施适度宽松货币政策, 通过降准、再贷款等工具保持流动性充裕, 推动社会融资成本降至历史低位。房地产融资协调机制扩围, 商业银行“白名单”贷款审批规模达 6.7 万亿元, 覆盖 1600 多万套住宅建设, 有效缓解“保交房”压力。

另一方面, 信贷政策向刚需与改善倾斜。首套房首付比例低至 15%, 房贷利率预计进一步降至 3.8%, 税费减免规模达 2000 亿元。针对改善型需求, 多地推行“认房不认贷”“以旧换新”政策降低置换成本。金融支持与政策创新结合, 2025 年一季度二手房交易量同比增长 34.7%, 带押过户业务激增 163%, 市场流动性显著改善。



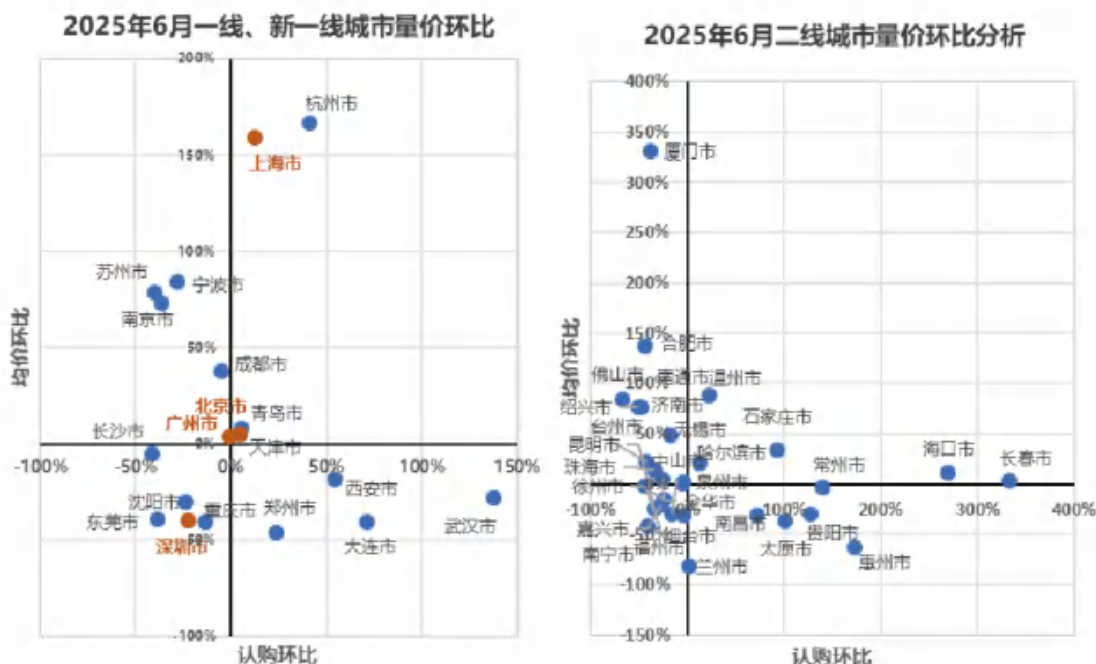
(图片来源: 2025 抖音房产生态白皮书)

### 1.3 行业表现:政策托底效果明显,头部房企引领行业升级

当前房地产市场在政策支持下,呈现“销售规模持续收缩、开发投资加速下滑、土地市场分化加剧”的特征,行业从增量扩张转向存量优化阶段。2025年房产各项核心指标继续下降,但土地成交规模降幅收窄,开发投资额降幅企稳,核心城市率先企稳、土地成本理性回归、房企经营策略转型三大趋势将共同构筑行业高质量发展新底座。

成交表现呈分化调整态势,核心城市凭借资源优势保持增长,低能级城市逐步企稳,形成“双轨并行”的良好格局。房企普遍采取审慎策略,通过缩表聚焦稳健经营,头部企业凭借资金和品牌优势扩大市场份额,其中TOP10房企销售金额在TOP500房企销售总额的占比由2023年的36%提升至39%,且呈现持续上升趋势。

市场份额持续向头部房企集中,推动行业从粗放扩张转向效率优先,供需结构持续优化,为未来健康发展奠定基础。



(数据来源:明源数字营销院)

# 市场：多元需求重构购房决策， 线上营销进入深水区

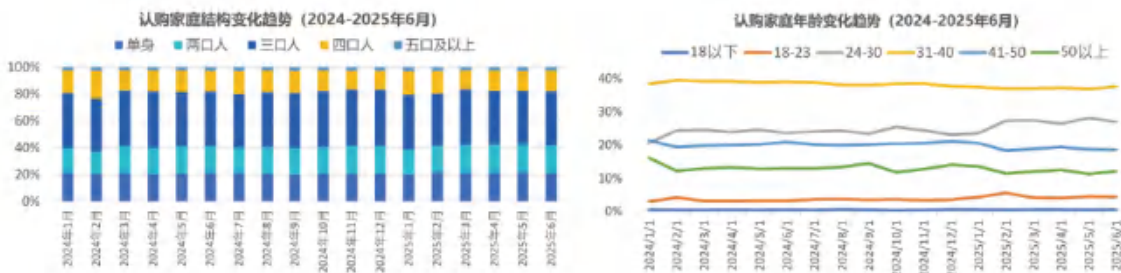


当前住房消费呈现结构性变化，购房群体特征分化、需求层次深化与决策逻辑转变成为新趋势。购房主力逐步转向改善型居住和资产配置需求，消费观念从“有房住”向“住得好”过渡，对生活便利性、社区品质及长期价值回报的关注更趋理性。随着购房逻辑快速转变，以抖音为代表的新流量平台成为获客主阵地，随着房企营销体系能力转型，抖音获客从粗放扩张迈向精细化运营的深水区。

## 2.1 客群迁移：90后成购房主力军，改善需求明显

购房客户趋向年轻化，其中95后置业需求近两年增长10%以上。因子女教育、家庭扩容等需求，二胎家庭置业需求活跃。源于经济独立与对安家情结的重视，女性购房积极性高于男性。购房需求结构正从单一刚需居住需求转向置换改善和资产优化，住房消费呈现品质化升级趋势。

从家庭结构变化来看，三口之家依旧占主力，五口之家大家庭明显减少，四口之家改善需求明显；单身和两口之家比例稳定。从成交年龄来看，90后&95后占比接近50%，其中95后（30岁以下）占比持续增长，从2024年的24%增长到35%。



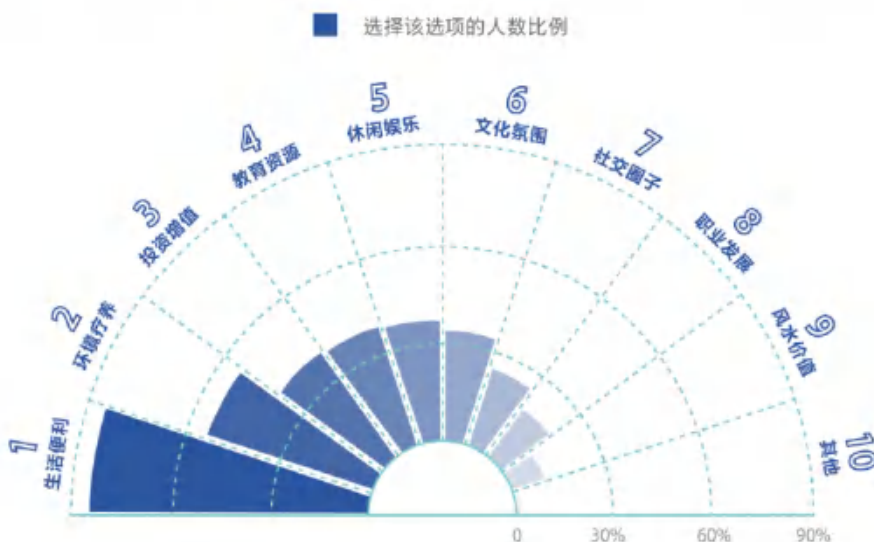
(数据来源: 明源数字营销院)

## 2.2 购房决策:多渠道立体决策, 决策周期延长

作为互联网时代成长起来的“新刚需”，90后新客群的购房决策区别于70后的“资源占有型”，也不同于80后的“过渡性刚需”特征，呈现出注重居住体验、居住需求与资产安全双重平衡、多因素综合理性决策的特点。

从“功能满足”到“生活适配”，新客群的购房需求更强调个性化与灵活性。多数人首要考量居住的实用性和生活便捷度，基于未来生活场景，注重社区配套、周边配套、通勤是否方便等真实生活需求。同时超4成以上的购房者关注房产的长期投资潜力，看中区域前景、租金回报率等增值指标。整体呈现“生活需求为主 + 保值需求为辅”的理性符合特征。

购房者核心考量因素



(数据来源: dt 研究院)

随着互联网的深度发展,新客群向线上迁移,其信息获取渠道去中介化,多渠道辅助决策,形成“线上筛选-圈层验证-实地体验”的决策闭环。用户正在从传统房产信息平台向抖音等综合内容平台逐步迁移,购房者更倾向于通过真实内容感知入住后的生活图景,而非标准化信息冰冷的数据对比。这种趋势背后,既折射出移动互联网时代决策链路的立体化演变,也揭示出购房者对信息真实性与场景代入感的双重渴求。

此外,经历过房价波动周期,90后对负债更谨慎。在多维信息综合决策和谨慎大宗交易的双重影响下,新客群决策周期变长,2024-2025年,购房客户决策周期普遍上涨2倍以上。

## 2.3 获客渠道:线上布局加速,视频生态重构营销模式

客户信息获取渠道向线上迁移,线上平台获客渠道也迎来了爆发式增长。多元的内容营销生态布局已成为房企突破获客瓶颈的核心工具。近三年来,线上咨询客户占比从25%提升至63%，“先搜索,后行动”的消费习惯普及,线上渠道已成为客户主流的决策起点。

基于这一现状,房企积极拥抱视频新生态,加速布局线上营销体系,重构客户触达与转化路径。其中, TOP200房企中已有超过190家开启常态化直播卖房,抖音房产内容主动搜索量突破3.5亿次,购房客群主动获取信息的意愿增强。同时,相较于传统线下模式,线上渠道打破时空限制,通过数据沉淀精准触达目标客户,供需匹配效率大幅提升,以便捷的购房体验激活客户的潜在需求,为营销模式注入了新的动能。

线上化与直播营销数据 (2022-2024)

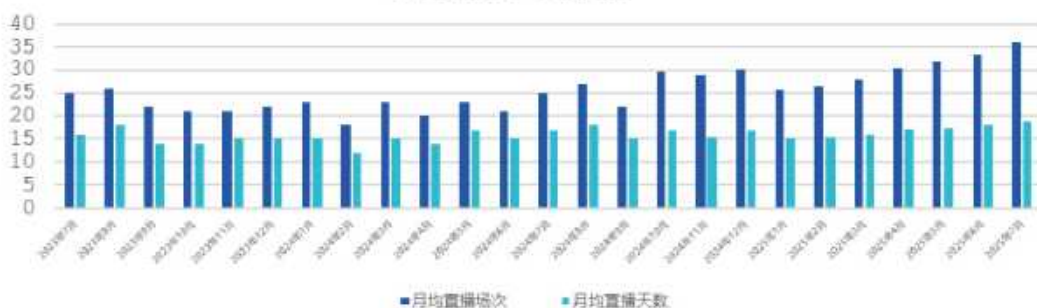


\*注: 销售额TOP 200房企中进行过直播营销的房企数量

(数据来源: 巨量引擎)

房地产行业线上营销进程不断加速，以抖音为代表的流量平台成为线上获客主阵地，数智化工具、AI及智能算法的运用成为行业标配。2025年，抖音房产企业号规模同比增长13%，头部房企引领行业在抖音获客赛道不断加码。2024年全年直播场次与有效内容产能较2023年均增速均超80%。行业需求持续释放，用户参与规模同步扩张，观看量及人数增速近60%；直播内容专业度与用户黏性提升，有效直播增速达89.4%；单场峰值观看人数增长35%，关注主播人数增速稳定增长，用户从“围观”转向“沉淀”的长期价值。整体看，抖音房产直播已形成“高质供给-精准需求”双轮驱动，实现从粗放扩张到精细化运营的转变，行业进入生态成熟期。

### 抖音营销 蓝V直播趋势



(数据来源：明源数字营销院)

## 小结



### 核心观点 >>

- 1、政策托底构建“稳预期”环境，房企“向质而生”推动直播聚焦内容；
- 2、住房消费升级与客群迭代，倒逼购房决策链路数字化、体验先行；
- 3、新流量平台成为获客主阵地，直播营销从“流量获取”进入“精细化运营”深水区。

房产直播从“流量红利”走向“生态成熟”，是政策引导、市场进化与消费升级三重逻辑交织的必然结果，其背后是行业底层逻辑的系统性重构。

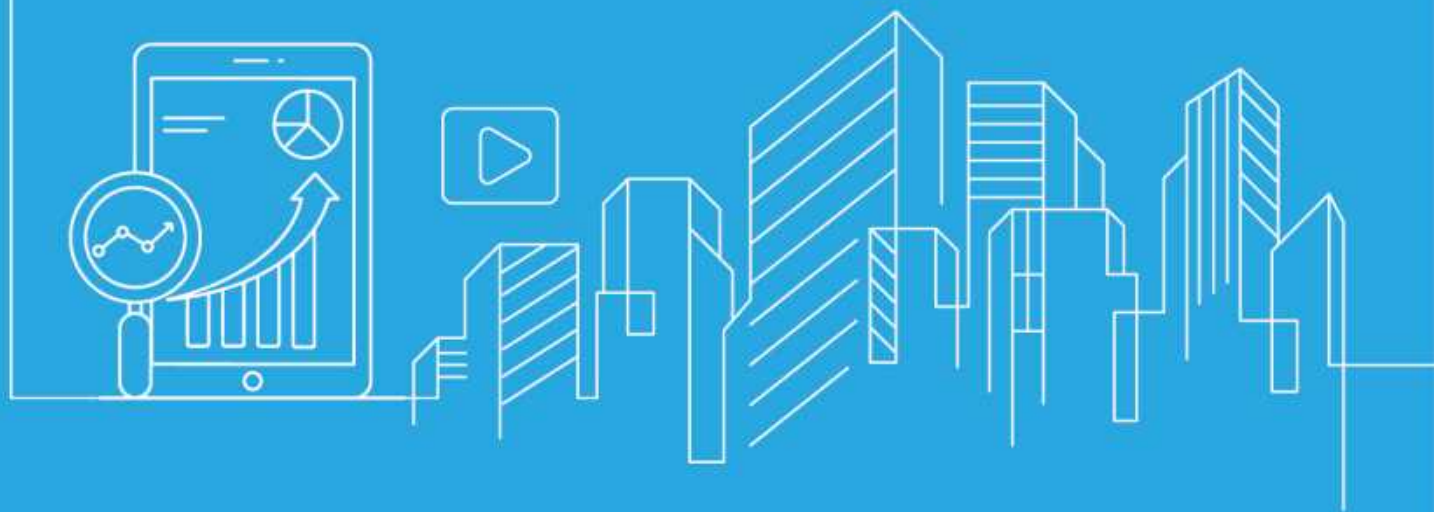
政策端以“稳预期、优结构、提品质”为核心锚点，通过供需双向调节激活市场流动性、金融精准滴灌化解行业风险、区域差异化施策平衡发展节奏，推动行业从“震荡调整”进入“量价回稳”新周期。在此过程中，房企加速从“规模竞赛”转向“质量竞争”，头部企业凭借产品力、服务力与科技赋能能力形成领跑优势，这种“向质而生”的行业共识，为直播营销提供了“内容为王”的底层支撑——只有真正匹配品质需求的直播内容，才能获得政策周期内的可持续增长。

市场端的结构性变革则直接驱动直播成为核心获客引擎。住房消费已从“刚需主导”转向“改善型居住+资产配置”双轮驱动，购房逻辑从“有房住”升级为“住得好”，消费者对社区品质、生活配套、长期价值的考量更趋理性。这种需求升级叠加90后主力客群的数字化消费习惯，彻底重塑了购房决策链路：多平台交叉验证信息、长周期对比筛选成为常态，以抖音为代表的新流量平台凭借“内容场景化+互动即时性”优势，成为连接房企与客户的关键枢纽。房企营销随之从“粗放投流”转向“精细化运营”，直播不再是简单的获客工具，而是承载“需求洞察-价值传递-信任建立”的全链路载体。

简言之，政策稳预期、市场提需求、线上成刚需，三重力量推动房产直播从“流量红利期”进入“生态成熟期”，也为行业精细化运营奠定了现实基础。

# 02 打法

”  
**精细化直播经营**  
AI+营销生产力变革



# 成长路径：从基础运营到行业标杆， 分层经营高效增长

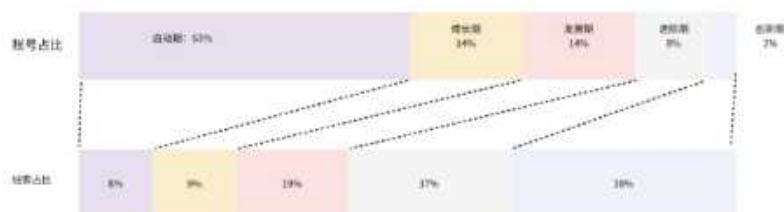
根据行业直播月度线索的分层水平和留资成交率的平均水平，可将房企直播账号分为五个阶段：



启动期：月度线索 < 50 条，季度成交 1 套左右；  
 成长期：月度线索 50-100 条，月度成交 1 套左右；  
 发展期：月度线索 100-250 条，月度成交 2 套左右；  
 进阶期：月度线索 250-2000 条，月度成交 2-20 套左右；  
 创新期：月度线索 2000 条以上，月度成交 20 套以上。



房企直播账号持续增长,截止 2024 年年底,企业蓝 V 账号已超 7 万,但账号运营成果差距大。63% 以上的账号仍处于启动阶段,77% 的账号只拿到了 17% 的线索,行业资源头部聚集明显,账号经营水平亟需提升。账号经营具有明显的阶梯式成长路径,通过建立层级明显的提升体系,针对各阶段核心痛点提供分层运营方案,才能实现从基础运营到行业标杆的助力赋能,助力账号实现高效增长。



月线索量	开始经营，高流量出单期		触网阶段	行业标杆	
	<50	50-100	100-250	250-2000	10000以上
账号占比	63%	14%	13%	8%	2%
长期阶段	启动期 月度成交1套左右	成长期 月度成交1套左右	发展期 月度成交2套左右	进阶期 月度成交2-20套左右	创新期 月度成交20套以上
重点策略	经营基础	优化流程	爆款矩阵	矩阵扩大	个体进阶

(数据来源：巨量引擎)

## 1.1 启动期：明确账号定位，开播打通自然流量获客链路



### 关键动作 >>

- 账号基础搭建（私信、头像、昵称、背景、简介、视频封面等）；
- 转化设置 - 新建至少 3 个不同卖点的高级在线预约组件；
- 私信设置 - 智能客服设置，保证私信承接；
- 每周至少短视频投稿 5 篇，并挂载转化组件；
- 直播，每周至少三场，并尝试通过自然流量获客。

**启动直播获客第一步，首先要明确账号定位。**获客与品宣的平衡则与账号主体的项目类型直接相关。刚需型项目所针对的客群主要是首次购房者。这类购房者往往对性价比有着较高的追求，对价格变动也较为敏感。在他们的购房考量因素中，学校和通勤的便利性是重中之重。刚需型项目的直播，其核心需求是尽可能地扩大客户总量，从获客数量的最大化实现项目传播与业绩达成。

改善型项目的目标客群是拥有二套或多套房产的购房者。他们在选择房产时，更注重居住环境的质量和整体品质。户型是否符合需求以及圈层氛围也是他们非常关注的方面。对于改善型项目的账号，重点在于确保客户质量的最大化。深入展示项目在环境、品质、户型等方面的独特优势，同时注重品牌宣传，实现获客与品宣的双重最大化。

对于投资型项目，需要通过吸引海量潜在客户传达房产的保值能力和回报率；文旅 / 养老等度假型项目，需要通过软性生活方式的输出达成获客与品宣的最大化；综合体项目产品类型复杂开发周期长，则需要不同营销阶段实现不同直播目标，实现账号的长期运营。



账号搭建要点及参考：

项目	一定要	一定不要	参考案例
头像	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 有记忆点、辨识度</li> <li>● 带有个人企业形象</li> <li>● 内容具象清晰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 模糊不清晰、颜色复杂</li> <li>× 字体过小、过细</li> <li>× 文字过多</li> </ul>	
昵称	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 有记忆点</li> <li>● 带有房产行业属性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 字数过长、带有数字</li> <li>× 使用英文、特殊符号</li> </ul>	
背景	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 内容丰富有价值</li> <li>● 美观不抢眼</li> <li>● 展现IP魅力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 使用默认背景</li> <li>× 过于艳丽</li> <li>× 字数过多、字体过小</li> </ul>	
简介	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 我是谁</li> <li>● 我的直播时间</li> <li>● 我的营销价值</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 展示微信、手机号</li> <li>× 个人性格简介</li> <li>× 表情符号等情绪内容</li> </ul>	
视频封面	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 设计统一</li> <li>● 文字信息提纲</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 杂乱无设计</li> <li>× 过于简陋（很丑的大字）</li> </ul>	
商家tab	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 信息完整、大图精美</li> <li>● 产品信息丰富</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 默认设置</li> </ul>	
私信	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 设置自动回复、迎宾语</li> <li>● 设置引导转化的说辞</li> <li>● 关键词回复</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 无设置、默认设置</li> <li>× 过于简单的引导说辞</li> </ul>	

其次，则需要明确内容产出风格，进行结构化和持续化的内容输出。无论是直播还是短视频，体系化、稳定化的内容结构，可以帮助账号更加持续地产生爆款内容。这就需要结合热点趋势，带着全局思维 + 用户思维 + 数据思维，持续输出和迭代。



### 账号 IP 速成法 >>

- 个性化定位 - 越有个性的人越容易被记住，比如毛毛姐的红头发、炸呼的性格；
- 标签化形象 - 固定的开头、结束话术，或标志动作、道具；
- 投受众所好 - 通过评论 \ 私信 \ 粉丝群 \ 直播中的用户反馈；
- 音视觉优先 - 通过发型、表情、妆造打造人设，如恩恩姥姥的风格差异化服装。

账号搭建完成并确定内容风格后，则应做好开播前准备：第一步，准备并策划好直播设备及道具，走播模式下，至少应准备 2 台手机(1 台作为直播主机，1 台主播手持看评论及演示小风车)、稳定云台、无线麦、充电宝、散热器、稳定网络环境等；坐播模式下，则可额外准备灯光及绿幕，优化直播间画面。此外，开播必不可少的直播道具还包含手举牌、头饰等主播手持物料，直播间贴片 / VR / 互动组件等屏幕道具，项目美图 / 视频 / 户型图等文件道具(可用 IPAD、屏幕贴图展示)。

直播间视觉分层拆解

#### 直播间视觉分层 >>

**顶层：**系统工具和信息展示，其中工具合理使用提高直播趣味性，系统信息区域注意规避

**贴片：**按需设计使用，提高可视化信息量和直播间视觉美观性和权威度

**主播：**服装造型搭配得当，颜值形象气质大方

**背景：**通透明亮，避免过分杂乱和简洁，打造空间感

第二步，确定直播场景及形式。根据客户「兴趣点」「痛点」「需求点」，完成直播场景三元素的搭建，策划不同直播场景效果并灵活优化，背景可选豪宅客户关注的社区配套及园林场景、刚需客户关注的具有生活氛围的样板房场景、热销氛围浓厚的售楼部沙盘场景等能激发客户兴趣的买房场景；道具可突出项目 3-5 个差异化优势、选择主推户型图等辅助客户决策的内容；小风车作为基础留资组件，也是开播前的必要准备，一般可通过预约有 XX 福利、XX 资料等【钩子】引导客户点击并预约。



(不同直播场景参考)

为了提升直播效果，实现精美开播，也可使用直播伴侣、直播加加、明源云客移动获客 APP 等工具开播，丰富直播玩法，提升客户停留时长，进一步拓展留资组件玩法，引导更多客户留资。

第三步，稳定开播。高频且稳定的更新会被平台判定为“活跃账号”，从而获得更高的内容曝光权重。在账号启动期，应当保障至少每周 3 场以上直播，开播时长 2 小时以上最佳，不宜短于 1 小时。通过不同直播场景的流量测试，优化直播内容。此外，账号应保持每周 5 条左右短视频更新，填补直播间隔期的流量空白。形成“短视频涨粉→直播转化→粉丝沉淀”的正向循环。持续涨粉，保障账号活跃度。

## 1.2 成长期：直播间精细化运营，稳定自然获客并尝试投流

### 关键动作 >>

- 规范化落地直播前、中、后的客户运营动作；
- 沉淀至少一套有效直播话术和互动模板，并实时优化更新；
- 保证每周开播至少 3 场，每场 2 小时以上；
- 每场直播后进行复盘，明确核心指标的改进动作。

完成基础搭建并打通获客通路后,账号进入成长期,也是直播获客的关键时期。这个阶段的核心目标是尝试多种风格的直播,通过直播间话术和互动方式的打磨提升直播效果,在能自然获客的前提下尝试直播投流。



(直播转化漏斗及关注指标)

内容是提升直播效果的核心场。聚焦直播内容中来,需要在整体转化漏斗中做好各个阶段的流转优化,开源节流,让更多用户进入转化池:打开更多流量渠道,让更多人看到;控制直播内容输出,让更多人留下;提高内容交互能力,让更多人互动;提升直播获客能力,拿到更多留资;加强账号运营技术,让更多人转粉。

## ► 提高曝光,让更多人看到

曝光是直播获客的首个关键指标。在关注自然流UV的前提下,直播曝光观看率(CTR)决定了直播间的实际看播人数/人次,代表着直播间有多少概率能够吸引被曝光的用户进入直播间是直播间流量提升的极其重要的一环。直播间入口中的每个细节,都是影响CTR的因素。

在直播间视觉和听觉满足基建标准后,直播吸引用户和留住用户的重要压力就来到内容。包含文字(话术、主题)、图像(贴片、背景)等。直播话术不等于案场说辞,需要把“有用的信息、福利、情绪价值、能解决的需求”口语化、简洁化、逻辑合理地写进话术里。

我们可以把直播理解为一个抖音短视频内容不断循环播放,因为用户进播时间随机,留观时长较短,需要在短时间内吸收直播间关键内容。因此可以用循环逻辑将长达数小时的直播切分为众多小节,每个小节可用近似的结构内容是输出卖点做细节区分,如“开场引流、核心内容、结尾引导”的结构。其中“开场引流”话术主要负责吸引用户进入直播间,提升CTR。

## > 引流脚本话术参考 <

### 直播氛围

营造直播间整体氛围，吸引用户驻足围观，高频循环/持续展现。

具体脚本话术参考：

“家人们刚进直播间的朋友先别走！今天带大家看的这套房，小区门口到地铁口仅需500米，现在点击左上角关注，主播马上带你们看实体样板间——客厅开间4.5米，阳台直接连通次卧，这种南北通透的户型在整个片区只有20套！想知道单价多少？评论区扣“1”，我让助理把底价表发你！”

### 内容吸引力

保持直播内容高频出现强吸引力内容，直播中保持高频提及点进直播间的话术。对直播间外部用户做针对性的提点，吸引用户进入，单句简短话术为主。

具体脚本话术参考：

- 1.还在直播间外面的小伙伴，赶紧进来，在外面看不到福利，直播间里面福袋、福利、优惠都为大家准备好了！
- 2.如果你在上海，你在看房，你的预算在50w左右，现在可以进来看主播5分钟，看5分钟不满意可以划走，但是你不看就错过了上海的xxx区域的非常好的机会。
- 3.现在直播间里有50w（夸张）人，我们外面还有20w（夸张）小伙伴没有点进来，赶紧进来，我们人数到100w（夸张），主播就给大家送福袋好不好。

在直播图像上，满足背景 + 道具 + 组件的基础上也可对内容进行进一步的优化：



### 优秀直播界面参考

- ① 品牌 logo：选择性添加，官方直播间可适当添加品牌 logo，利用品牌公信力提升直播吸引能力
- ② 直播主题：核心展示内容 + 必备展示内容，一句话讲清直播主题和直播内容提纲
- ③ 直播副标题：核心展示内容，细化主题内容并圈选人群，吸引精准人群进直播
- ④ 福利提醒：引流突破口，预告福利时间 / 内容，为进人和留存均能带来很好效果
- ⑤ 脚本提纲：总结提炼直播内容，快速展示直播脚本提纲，为观众直观提供进房理由和内容预期
- ⑥ 画面处理：为评论区背景做虚化处理，提高评论区可辨识度
- ⑦ 留资引导：提高转化率的小窍门

## ► 提高留存，让用户看的更久

好的直播间更容易出现良性循环，直播间留存要求不仅能引进来，还能留得住。判定直播留存做的好坏，需要重点关注大于 1min 的看播率，同时可以一起关注最高同时在线人数(PCU)、平均看播时长等。



### 方法一：话术留人。

吸引用户停留，时长通常不超过 3 分钟，设立一个较短期待时间，期间使用强留存话术。

例如：① 现在直播间人数突破 150 人了，好，现在我们马上开始新一轮福利，我们不管流程的福利了，现在就把今天准备的大福利全部送出来，我们看现在有 150 人，1 分钟后马上开始抽终极大奖；② 现在直播间有 150 人了，我们马上去到我们的海景样板间，带大家去看我们的实景样板间，有小伙伴问刚才不是刚去过吗？没错，我们为了让更多的粉丝看到景色，我们再去一趟。

针对直播间内直播组件、活动做出讲解，保持直播间内用户有事做，持续输出用户关注价值，通常时间不超过 10min，深入带领用户参与直播玩法，引导注意力完成停留目标。

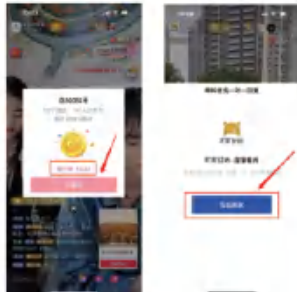
例如：① 直播间问题很多，不能一一全部回答，问价格 / 户型 / 位置的家人们，现在可以点下面的小风车，这里有所有的具体信息，看中的可以直接私聊我，或者往下滑，有一个点我留资 ....

### 方法二：工具 / 创意玩法留人。

## 工具突破

## 福袋留存

合理使用倒计时福袋工具，可以吸引用户持续看播；设置较短的开奖时间效果更佳



## 私信沟通

引导用户使用私信工具，并及时进线回复，拖延用户退播时间。



## 创意玩法

## 话题玩法

搭建一些比较有话题感的场景和贴片信息，快速吊起用户兴趣，并且根据场景信息可以与主播止提问交流；



## 提问互动

展示直观细节问题，吸引用户“提问”“找茬”，形成与用户的直接沟通；



### ► 提高组件点击 / 留资，让更多人留资

直播是沟通，主播的话术引导是推动留资的关键。直播话术不等于案场说辞，需要把“有用的信息、福利、情绪价值、能解决的需求”口语化、简洁化、逻辑合理地写进话术里，实现有效价值传递。直播间内容构成大致可分为：产品类 35%+ 营销策略 25%+ 催单 / 互动词 20%+ 情绪词 15%+ 数据支撑 5%。

产品类话术包含面积段 / 配套 / 文旅等产品基本信息、购买人群类型、面积段 / 户型 / 配套 / 属性 / 区位 / 唯一性等产品重点卖点信息、价格 / 起售价 / 首付等价格优势。可优选 3-5 个卖点融合客户生活场景重点讨论，单个买点基础话术控制在 1-5 分钟内，不宜过长；营销类话术包含先杀实体优惠活动、直播间活动、政策 / 投资等利好信息（过审门槛高，需注意审核），多用于节点直播，可有效吸引客户流转至线下。催单类话术则是使用倒计时、情感催促、套路催促、直接催单 等行为引导用户进行转化，增加用户感知转化组件的机会，引导用户主动转化，促进评论、点赞、关注、私信 等话术，提高直播间互动指标。

此外，利用情绪词拉近用户距离，制造“活人感”，摆出明确数据支撑增强用户专户信心等，都是直播话术中重要的组成部分。

为了提高直播间用户留资，主播话术引导还可使用倒计时引导和话术共情等方式。

细分类型	思路玩法	话术灵感
<b>权益倒计时</b>	学习小黄车专属限时权益倒计时提示，在一段时间内、限制数量内的留资客户，可以享受部分特殊权益，配合直播间气氛加速转化	1.家人们，我们还有最后的60秒，还有想要xxxx 权益的宝贝赶紧点击小风车留下电话， 2.今晚我们 xxx 专场，我们福利有什么？（助播回答互动）没错，只有今晚专场福利..
<b>活动倒计时（抽奖、福袋等）</b>	在规定的小范围时间内，针对福袋、抽奖等活动做精细化的倒计时管控	注意话术精细化到秒，并且守信，不做没有意义的延长
<b>关注倒计时</b>	配合转化、福利活动开展，形成关注的附加条件	讲清所有活动、优惠、福利，抽奖均为粉丝专享，在限制时间内，需要先关注后才能获得权益
<b>下播倒计时</b>	学习小黄车专属限时权益倒计时提示，在一段时间内、限制数量内的留资客户，可以享受部分特殊权益，配合直播间气氛加速转化	下播时间可以采用虚假、延长等形式诱导用户在短时间内进行转化、互动动作，营造紧迫感
<b>按性别、年龄、消费意向、工作收入等引导</b>	按照粉丝属性分类，用讲故事、抱怨遭遇、举例子等手段贴近客群，制造互动，从解决问题角度入手推荐表单	切实针对不同属性客户，有直击痛点的内容跟踪，打破和客户的隔阂，产生浓烈转换冲动

## ▶ 及时复盘，优化直播获客水平

直播间诊断，不能全靠主观经验下定义，而是找到需要提升的关键指标，进而规划下一步的提升方向。基础直播诊断可通过巨量引擎后台和企业号直播大屏完成。

### >> 数据指标 - 企业号直播大屏



(企业号直播大屏)

## >> 打分模型 - 明源云客移动获客 APP

要做到精细直播诊断，数据量化直播效果，明确直播效果提升路径，则可通过移动获客 APP 的直播打分模型实现。作为 2025 房产直播大赛指定评分模型，也是房地产行业首个数据湖直播评分模型，移动获客 APP 融合 AI 大模型智能评分，从流量曝光、主播表现、场景搭建、投流、获客、互动六个维度数据化的评估直播能力，并给到对应提升建议。实现有刻度的直播效果优化。



(明源云客移动获客 APP 直播打分模型)

直播大赛期间,参赛账号深度运用移动获客 APP 直播打分模型进化直播能力。通过直播间装修贴片、更新背景等方式优化场景搭建;结合 AI 诊断高光话术优化吸客、推盘话术来提升主播表现;福袋 / 抽奖活动引导弹幕、评论、点赞提升直播间互动率,优化投放计划、增加留资互动方式,挂载组件等方式提升流量曝光和获客效果,在“以赛代练”的模式优化下,多个账号在大赛间被评为满分直播。

经过单项目调优,大赛整体参赛账号场均观看量同比增长 53%,直播留资率提升 46%,实现流量暴涨和转化跃迁的双重进化!

### 1.3 发展期:直播间规范化, 广告投流扩大获客规模



#### 关键动作 >>

- 保证直播每周至少 5 场, 每场 2 小时以上;
- 广告投放合理预算, 参考场均 1000 元以上;
- 广告产品合理使用;
- 广告投放合理基建。

账号进入发展期, 合理的广告投放, 可以有效提升直播间流量。投放状态下“抖音主页”呈开启关联状态, 通过打通直播间内容与抖音号主页的转化归因, 客户在收获更多直播受众的同时, 也能有效盘活私域流量, 提升了品牌粘性。同时多转化目标的竞价投放能有效提升流量的精准性, 形成账号流量的正反馈。

常见投放目的与转化形式

推广目的	转换目标	行为定义
销售线索	表单提交	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 用户刷到广告, 点击进入直播间, 点击直播间中的组件进入落地页, 在落地页内留资, 记为转化;</li> <li>●适配客户: 关注表单转化(留资)的客户, 成熟直播间可100%投放此目标;</li> </ul>
	多转化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 用户刷到广告, 点击进入直播间, 点击直播间中的组件进入落地页, 在落地页内留资, 或者通过直播间进入主页/落地页进入私信进行留资, 记为转化;</li> <li>●适配客户: 关注表单转化(留资)的客户, 成熟直播间可100%投放此目标;</li> <li>优势: 高效获取精准意向人群 劣势: 起量较慢</li> </ul>
	私信留资	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 用户刷到广告, 点击进入直播间, 点击直播间中的组件进入私信, 在落地页内留资, 记为转化;</li> <li>●适配客户: 关注私信留资(留资), 且有一定私信转化承接能力的客户; 表单和私信类转化目标暂无法同时投放;</li> <li>优势: 高效获取精准意向人群 劣势: 起量较慢</li> </ul>
	私信消息	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 用户刷到广告, 点击进入直播间, 点击直播间中的组件进入私信, 在落地页内发送过信息, 记为转化;</li> <li>●适配客户: 关注私信消息的客户; 建议有成熟AI客户能力or人工客服团队投放;</li> <li>优势: 高效获取私信互动意向高人群 劣势: 需要一定起量时间, 对私信转化能力有一定要求</li> </ul>
原生互动	直播间观看	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 用户刷到广告, 点击进入直播间, 记为转化</li> <li>●适配客户: 新主播, 关注直播间看播、在线峰值、用户活跃的客户, 一般小客户or刚开播测试时投放;</li> <li>优势: 起量快, 冷启动通过率高; 劣势: 优化人群较为浅层</li> </ul>
	直播间停留	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 用户刷到广告, 点击进入直播间并在直播间内停留60秒, 记为转化</li> <li>●适配客户: 新主播, 关注直播间看播、在线峰值、用户活跃的客户; 投放初期可少量投放(不建议超过总预算的20%)</li> <li>优势: 起量快, 冷启动通过率高; 劣势: 优化人群较为浅层</li> </ul>
	组件点击	<ul style="list-style-type: none"> <li>●定义: 对于选择创意内容为「直播画面」的计划, 用户刷到直播直播间广告, 点击广告上的卡片进入转化组件, 记为转化</li> <li>●适配客户: 关注直播间组件转化的客户; 建议不超过总预算的50%;</li> <li>优势: 起量快, 冷启动通过率高; 劣势: 优化人群较为浅层</li> </ul>

注: 标绿的部分为互归ea, 即投任意转化目标下, 有任一中线索留资行动均计为转化, 所以建议投放时搭配使用。

## ► 投放模式及出价模式

目前，房地产行业线索投放模式为自动投放，即 UBMAX 线索优必投，能够通过「直播间粒度」智能调控模型自动诊断跑量及成本问题并实时调优，在稳定成本的基础上提升跑量，同时提升人效。出价则在初期可根据转化目标设置意向出价，系统根据出价探索人群；待投放稳定后，如果仍有线索增量需求，可使用直播 UBMax+Nobid 结合使用，可有效拿到更多转化数或更大转化价值。

## ► 创意投放类型

分类	参考	优劣势
直播间直投		<p>CTR高，CVR低。对直播间装修依赖较大，灯光、背景、主播能力佳的情况下引流效果好。建议新手玩家尝试。</p> <p><b>优势：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>无需制作引流素材，减轻广告主创意制作的压力；</li> <li>商品卡片、转化卡片可对外透出，点击率更高，跑量效果好；</li> <li>无需审核，搭建计划直接投放；</li> </ul> <p><b>劣势：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>对主播能力、直播间内容要求较高，</li> <li>CTR与直播间实时内容强相关，优化CTR难度大。</li> </ul>
短视频引流直播间		<p>CTR低，CVR高。视频素材质量高的情况下，直播间内互动氛围好，质量高。建议高阶玩家可以尝试。</p> <p><b>优势：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>质量好(CTR高)的视频，短视频跑量效果更好，且人群引入更加精准；</li> <li>内容可控性强，优化空间较大；</li> </ul> <p><b>劣势：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>对视频质量要求高，质量差的视频跑量效果一般，成本高；审核速度慢，一般需要提前1天搭建计划，避免影响投放。</li> </ul>

## ▶ 人群定向设置

### 按转化目标

定向覆盖人群遵循，转化目标越深、定向越宽的原则，避免跑量困难：

停留：基础定向+人群包定向

组件点击：基础定向+人群包定向

表单提交：基础影响+排除人群包

### 按基础定向

地域：指定业务范围（正在该地区的用户）

性别：不限

年龄：25-60

### 自定义 人群包

- 手机端&手机价格&手机品牌：根据产品调性选择
- 用户行为兴趣定向&徕卡定向：徕卡人群包建议和其他定向相交后建议覆盖量级 > 400w
  - 行为/兴趣类目词建议：商务服务、母婴、新闻资讯、金融等；
  - 兴趣关键词：品牌名、项目关键词、同行品牌及项目名；
    - 先自动化工具泛选，列20个各类型的关键词，随后用自动选词功能一键添加
    - 人工精选，去除一些大类词（房产、买房等）、释义不明确指向性不强的词
- 排除包：（如今基础定向+排除包为主流配置）
  - 已转化的人群
  - 关注大于1000的人群

## ▶ 广告投放建议

投放计划预算应根据投放诉求设置（不是总预算），**建议设置为 1000**，或者出价的 5 倍以上；账户预算应保证账户每日预算大于预估日耗的 1.5 倍，避免账户提前撞线预算导致计划未消耗完但提前下线，或接近预算跑量放缓；如对成本把控严格，可先以单计划 1500-2000 元的小预算测试计划 / 素材跑量能力。

合理投放计划数 = 预期线索数 \* 预期成本 / 在按计划平均消耗。刚开始测试新转化目标时，尽能多新建计划，阶梯出价。例如一场直播中，客户预期 20 条线索，预期成单成本 400 元。

过往日期里，计划平均消耗 1000 元，则合理计划数 = 20\*400/1000=8 条。直播投放和正常信息流广告不同，只有在直播间开播后才会启动计划，计划经常开关，对计划跑量影响较大。建议只保留部分已过学习期、跑量不错的老计划，其余计划全部新建。

说明	开播时长	单计划预算情况/元		计划搭建建议-建议广告数 浅层（观看/停留/组件）；深层（表单/多转化/私信）
		良好	优秀	
不建议	<2小时	700	900	
及格线	2-3小时	1000	1500	1:2~2:4
	3-4小时	2000	2300	1:3~2:6
	4-5小时	2250	3000	1:3~2:6
	5-6小时	3500	4500	2:3~3:7
	6-7小时	5000	6000	2:4~3:7
	7-8小时	6500	11500	2:4~3:8
	8-9小时	9000	13000	2:5~4:8
	9-10小时	10000	22500	2:6~4:9
	10小时以上	15000	30000	3:8~4:10

投放过程中，单一计划预算撞线，再调高预算时，冷启动期过长。建议不限制单条计划预算，以组预算控制上限。单项目 / 广告(广告)预算建议设置充足，尽量减少多计划低预算情况，避免跑量困难。合格的投放计划，应至少保障单广告计划预算及出价 1000/5 个 bid；至少有一条人群量级 400 万以上的跑量计划；表单提交、多转化、私信留资搭配使用；可尝试短视频引流或使用 ubl\*nobid 协助跑量。

## 直播玩法工具

### 工具 ▶ 线索运营类（用户触达/AI销售员）

**【AI销售员】【私信用户触达】**：自动识别高意向评论/弹幕等，通过自动、实时私信触达，获取更多用户留资，提升转化。

使用私信用户触达工具后，进入私信用户数显著提升35.86%，发送消息用户数显著提升40.18%；触达用户留资率（=触达后留资数/成功触达人数）显著提升至17.7%，远高于行业平均水平。AI销售员更是可以做到私信留资量提升100%以上，私信留资率提升30%以上。

The image displays several promotional graphics for AI sales tools. On the left, there are three vertical banners:
 

- The first banner is titled "AI获客直指效果" (AI Customer Acquisition Direct Effect) and features a blue and white color scheme with a QR code.
- The second banner is titled "真AI真效果!" (Real AI, Real Effect!) and features a blue and white color scheme with a QR code.
- The third banner is titled "AI获客直指效果" (AI Customer Acquisition Direct Effect) and features a blue and white color scheme with a QR code.

 On the right, there is a larger horizontal graphic titled "成都联行道：直播高意向评论用户触达，线索增量+5%" (Chengdu Lianxingdao: Live High-Intent Comment User Reach, Lead Increase +5%). This graphic includes a red and white award icon, a QR code, and several data points:
 

- "线索增量 +5%" (Lead Increase +5%)
- "私信转化率 +45%" (Private Message Conversion Rate +45%)

 The graphic also shows screenshots of a live broadcast interface and a list of features or benefits.

## 工具 ▶ 留资福袋

留资福袋是线索直播间官方抽奖工具，用户提交个人信息（如手机号）参与抽奖，商家可设置中奖寄送或到店领取两种方式履约。

- 1.参与条件：用户必须完成留资。
- 2.奖品类型：实物奖品（需标明规格）或到店权益（如购房优惠券）。



## 1.4 进阶期:直播SOP形成,完成模式复制与生态扩张

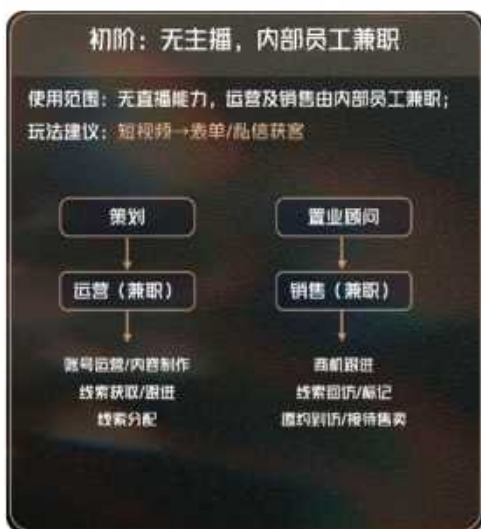


### 关键动作 >>

- 直播能力复制,搭建1个蓝V号+3个以上员工号的账号矩阵;
- 组织人员配置合理,实现集团-区域-项目的梯度管理;
- 组织分工明确,盘活经营矩阵。

单账号实现规范化稳定获客之后,可将自身模式形式 SOP,完成矩阵账号的模式复制。在这个阶段,企业可以通过新媒体团队的组织配置升级和矩阵管理进一步提直播能力,实现线上获客能力的跃迁。

### ▶ 新媒体团队搭建



### 初阶:无主播,内部销售、企划人员兼职

○玩法建议:短视频为主,短视频+锚点引导表单 or 私信获客。

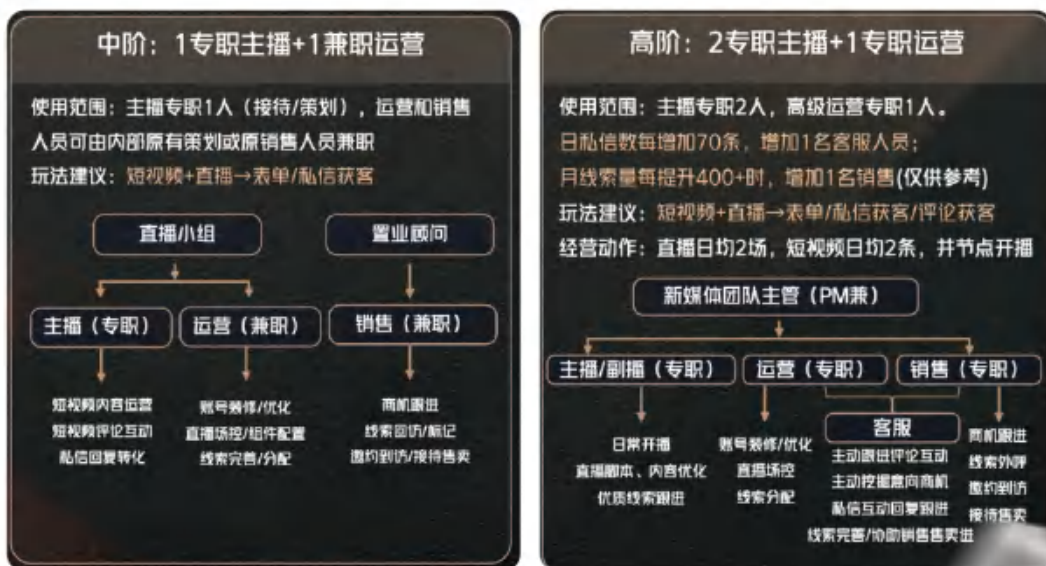
○人员配置:账号运营由企划兼职,对接服务商负责账号装修、内容制作以及线索分配给销售跟进;销售由案场置业顾问兼职,可选择轮班分配或者专人跟进,主要负责线索回访、反馈有效性,邀约到访及案场接待。

### 中阶：1 专职主播 +1 兼职运营

○ 玩法建议：短视频和直播双开,短视频 + 直播引导到表单或私信获客

○ 人员配置：成立专门的直播小组。

专职主播负责 1 个账号，直播和短视频内容运营，日常对短视频互动进行引导留资；运营负责 3-4 个账号，负责账号装修、优化，直播场景 / 直播组件配置，日常私信回复引导到访，线索分配；兼职或专职销售主要负责线索回访、反馈有效性，邀约到访及案场接待。



### 高阶：2 专职主播 +1 专职运营

○ 玩法建议：短视频和直播双开,短视频 + 直播引导到表单或私信获客；直播小组要求日均直播 2 场，短视频日均发布 2 条，并能规律造节直播；

○ 人员配置：PM 下场统筹直播团队。主播 / 副播负责 1-2 个日常开播及内容优化；运营负责 3-4 个账号装修、直播场控；客服负责主动跟进评论互动，主动挖掘意向商机，私信互动回复跟进等；销售负责线索回访，邀约到访及案场接待。

## > 团队岗位职责 <

### 主播/副播

- 1) 账号内容输出  
常态化短视频、直播内容的创作、不断创新内容达成运营指标、结合项目节点传播内容；
- 2) 用户互动维护  
在直播过程中与粉丝和用户形成良好互动，引导用户互动转化，协助邀约客户到访；
- 3) 数据复盘  
定期进行内容数据汇总复盘；

### 运营

- 1) 账号运维  
账号主页设置完善、经营组件创建应用；
- 2) 内容协助  
协助主播/副播完成短视频、直播内容的输出和执行；
- 3) 粉丝群运营  
规划运营活动定期给予粉丝群推送和发放福利；
- 4) 线索数据管理  
线索数据汇总、上报、分配；

### 客服

- 1) 互动跟进转化  
用户评论/私信互动回复、引导；
- 2) 沟通/邀约  
话术的优化及提效；主动跟进挖掘更多用户互动并引导转化
- 3) 线索完善及转化  
互动跟进的线索进行完善和补充,协助销售进行线索转化和售卖；

### 销售顾问

- 1) 线索跟进/邀约接待  
及时电话跟进抖音线索，邀约客户到访；优化定制邀约话术提升邀约率；完成客户接待及盘客户表录入
- 2) 战败客户定期激活  
定期对初步战败客户进行再次回访，尝试再次转化；
- 3) 经验总结分享  
认真总结、分析成功/战败案例与话术，实时与团队进行分享；

## ▶ 矩阵账号搭建

常规企业账号，可通过矩阵式搭建“集团-区域-项目+员工”的三级架构，以提升账号经营效率。其中一级母账号为集团账号(企业号)，以品牌宣传为主要账号目标；二级账号为城市号/项目号(企业号)，平衡品牌曝光与业绩实现，作为多项目整合获客的主要直播渠道，其中项目账号重点完成获客目标；三级架构为项目蓝V账号下的员工号(个人号)，以业绩实现为直播目标，围绕单项目获客展开。

集团或城市进行多账号管理，则可根据企业经营目标，制定分层管理策略，重点提升头腰部账号建设，打造超级个体；同时基于集团直播能力提升，应沉淀优秀直播话术、直播内容、短视频脚本等，快速复制，提升整体短视频和直播运营能力及涨粉效率。

集团或城市进行多账号管理,则可根据企业经营目标,制定分层管理策略,重点提升头腰部账号建设,打造超级个体;同时基于集团直播能力提升,应沉淀优秀直播话术、直播内容、短视频脚本等,快速复制,提升整体短视频和直播运营能力及涨粉效率。

层级	粉丝分层 (基于集团基建调整分层目标)	占比
S (标杆)	5w+	1%
A (头部)	2w+	10%
B (重点)	1w+	20%
C (全体)	1000+	69%

(账号经营分层策略)

根据矩阵发展阶段,可开启矩阵人物模式,即按阶段进行勤奋度→内容力→转化力设计内部PK赛,通过激励设置打造出排头兵员工。

## 1.5 创新期:持续探索,沉淀企业资产



### 关键动作 >>

- 跨平台能力复制: 将验证成功的直播能力同步至其他平台;
- 达人合作: 通过星图平台匹配垂直领域 KOL (如家居账号联合装修博主);
- 数据资产沉淀: 建立企业知识库。

直播账号的终极形态,是构建一个全方位、多维度且可持续发展的营销体系,并在体系之下发展出超级明星个体。在跨平台能力复制方面,当在抖音验证成功直播能力后,可将直播团队能力及直播内容同步至其他平台,实现全渠道覆盖,扩大品牌影响力与客户触达范围。达人合作上,充分利用星图平台,精准匹配垂直领域 KOL,如家居账号与装修博主联合,通过他们的专业背书与粉丝基础,深度挖掘潜在客户,提升直播的专业性与吸引力。数据资产沉淀层面,通过优秀账号 SOP,建立企业知识库,整合直播中的留资数据、客户互动信息、销售转化情况等,对客户行为进行深度分析,为后续直播策略调整、产品优化及精准营销提供有力依据,持续推动直播业务的高效增长与优化。

# 数智进化：明源云客 AI+ 视频营销解决方案，颠覆营销生产力



明源云客正式成立于 2014 年，结合明源云 25+ 年房地产数字化经验，率先将 AIGC、数字孪生、AIOT、智能软硬件等前沿科技引入不动产开发领域，用黑科技赋能房企智慧升级。作为中国房地产数智营销的开创者与同行者，明源云客始终与行业同行，已成功为全国超过 3500 家企业提供定制化“互联网 + 不动产营销”解决方案和管理系统。



作为不动产数字化转型的领航者与践行者，明源云客立足不动产营销业务场景，打造行业首个全场景数字营销解决方案，并进化行业首个 AIGC+ 视频营销落地方案，赋能不动产企业智能找客、高效转化、智慧服务和精益管理等地产营销全链条，重构地产数字营销体系！至今明源云客已为 3500+ 家房地产企业客户、13000+ 楼盘项目提供数智化服务，百强房企合作率超 95%，平台用户量突破 1500 万。

## ● 勇立潮头，明源云客视频营销解决方案 AI+ 进化

在时代浪潮中持续进化。当行业获客渠道逐步向线上迁移，明源云客率先布局视频营销全链路解决方案。通过精选 DeepSeek、OpenAI 等全球顶尖大模型 AI 大模型，优中选精，构建技术底座。基于行业大数据全面洞察反哺大模型，组建自身 AI 智能体中台，在内容生产、平台传播、线索运营、转化成交的线上获客全链路实现智慧应用落地，用 AI 技术构建智慧营销体系，全面提升业务效能，再次用数字化力量推动行业向前。

基于直播账号成长路径，健康的抖音获客链路，首先需要做好管理基建、做好内容、做好风控，更高效地获取更多客户。获取了客户，沉淀到企业的线上客户平台，通过多元化的内容、活动、玩法、会员体系等等，进行持续的运营和激活，同时通过抖音私信触达持续激活未留资的意向客户。最后，将线上的客户约访到线下，当客户首访离场后，营销团队持续通过视频内容搅动和激活，实现多次触达和复访，最终实现成交。在这个过程中，全盘了解并不是全部，高效的业务落地才能掷地有声。

明源云客视频营销解决方案，深度融合AI能力，赋能“内容-运营-转化-管理”的线上获客全链路，助力企业获客能力颠覆式进化。

直播管理纷繁复杂无从下手，直播效果无法评估？视频营销助手&移动获客APP搭建一站式运营管理平台，AI诊断助力精准决策，实现直播从0到1业务落地。直播脚本没灵感，短视频发布没内容？AI创意工场内容百宝箱，让高质内容产出实现多快好省；直播团队、场地布景、主播培养耗时费力？AI走播一台搞定拍摄/直播/运营/场控，让开播简单便捷；直播内容没水花，找不到目标客户，数据上不来？AI投流智能盯盘，助你实现流量加速；直播曝光大转化留资却寥寥可数，获客效果能变现？AI销售员自动运营、主动回捞，实现高潜客户精细转化；直播风险不熟悉，违规限流封号高风险？视频营销风控为直播实时保驾护航！





## 2.1 视频营销助手, 从0到1的管理基建

不管在任何阶段，每个项目都需要“管起来”。当项目刚开始做布局矩阵，开始集中输出内容做品牌覆盖时，就需要先管起来矩阵账号：发布曝光怎么样？各级互动怎么样？内容是不是有吸引力？逐渐开始关注效果，要聚焦团队怎么落地执行？线索怎么有效跟进？保证闭环，实现颗粒归仓；再到最理想的状态——“品效合一”，要及时复盘诊断，根据行业大数据提供效果优化的路径，让获客飞轮持续不断运转！


【视频营销助手】应运而生，成为地产营销人必不可少的管理提效利器！基于全链路管理、AI账号诊断、集约化平台三大场景，释放每一个操盘手、每一个营销总的管理压力。其APP端--移动获客更是适配多平台实现多场景的一键开播，在执行端深度赋能直播、运营等每一位团队成员。为直播获客搭建从执行到管理的一站式基站！



作为 2025 房产直播大赛的唯一技术工具。在全链路管理场景中，既可以对账号前端的流量数据一目了然，又可以随时查阅「浏览 - 留资 - 到访 - 成交」全链路的客户转化，让效果掷地有声！在 AI 诊断的场景中，通过直播六大维度能力数据分析和实时 AI 调优建议，帮助团队快速找到在行业水位，找准差距和提升点，让直播效果可衡量，提升有路径！

**一站式直播运营增效利器**

**让每场直播流量爆发**



- 多平台开播**  
 适配抖手红微多平台，矩阵账号一键开播，快速抢占流量入口！
- 多场景玩法**  
 丰富留资组件&自定义直播贴纸，轻松搭建地产标准直播间！
- AI直播提效**  
 行业首发AI直播打分模型，让直播效果可衡量，提升有路径！
- 多功能融合**  
 一个平台搞定内容创作、线索转化、风险检测，执行/管理两手抓！

## 2.2 AI创意工场, 持续生产高效内容创意

抖音获客本质就是通过直播 & 短视频高效持续的发布，触达并且影响潜在的客户。所以内容不仅是源头活水，也是找客密码，解决内容创造的卡点是视频营销最重要的第一步。目前，在人效的极致要求下，对于很多营销团队来讲，组建一个团队负责内容生产，是很难实现的，而把内容创造的任务压在策划的身上，多账号多类型的内容也是力不能及。其实，内容创造的领域，AI 完全可以大展身手，成为营销人高效的帮手！

资产沉淀		智能整理	自动化生产	多平台分发
构建创意资产的基因库		形成创意资产的神经中枢	创意落地的数字流水线	创意价值的辐射场
<b>沉淀项目素材</b>  支持员工分工快速上传手机端实拍素材、样板间/园林/售楼处/周边...	<b>沉淀员工分身</b>  支持0成本克隆员工为数字人分身，支持克隆音色，以便无限重复使用	<b>素材自动打标</b>  AI自动识别视频素材内容，可自动打上对应标签，以便更好支持自动剪辑匹配	<b>省心成片</b>  输入简要文字+选择素材，即可一键快速生成成片	<b>一键分发矩阵</b>  员工扫码授权后，策划/运营可在PC端执行一键代发内容到员工各平台账号上
<b>沉淀设计素材</b>  管理使用视频创作所需的品牌边框、节庆边框、贴纸素材、动态表情等	<b>沉淀AI素材</b>  支持AI生成各类创意视频素材，如空镜加入物等，保存到素材库复用	<b>分级目录整理</b>  可分级目录有序管理素材，如项目-户型-点位	<b>模板成片</b>  灵活自定义分镜结构，根据分镜模板自动批量成片	<b>价值兑现</b>  直接获取意向客户 为直播间引流 占领搜索关键词 AI问答GEO优化
<b>直播切片</b>  自动抽取直播回放，一键切出多个立即可用的切片				

AI 创意工场，沉淀企业创意资产，定制直播灵感，转变「偶发闪现」的个人创意为可持续的「批量复制」。首先，AI 整合 350+ 城市视频库，10000+ 爆款选题搭建行业内容库，为内容团队提供创意参考，让团队始终追赶热点，保持内容手感！其次，通过运用大模型，AI 创意工场将助力企业搭建专属的 AI 知识库，为企业每个项目设置具备个性化的卖点，有效管理相关素材，进而提升创作效率和内容质量。

基于【行业内容库 + 企业内容库】的优势，视频工具集 & AI 工具集可以在 AI 的助力下，主动生成的原创内容、多次转换的二创内容都可以轻松掌握！同一个内容多次转化，从 1 到∞，解放内容生产效率！开始组织直播内容，AI 文案创作可以提供丰富的内容风格，遵循爆款直播逻辑预埋脚本钩子，节省大量时间；直播后，根据大数据抓取到直播的“高光时刻”，AI 将自动生成一系列的短视频，自动匹配字幕、封面等，短直双开，用 AI 的生产力为项目实现源源不断的曝光流量！

除了直播场景的重复赋能和复用，AI 省心成片更能通过图文快速生成视频，AI 模版成片则可模拟爆款视频内容自动分镜素材并剪辑成片。除了常规的素材生产视频，AI 数字人主播还可作为员工的数字分身，进行短视频讲解，大幅提升短视频的客户互动效果。运营 AI 创意工场的核心能力高效做内容，是实践矩阵号 + 短直双开的简单高效解决方案。

### 用法 1：直播快速切片

进行常态化直播，每天都可以基于直播回放视频进行自动切片，以获持续得大量短视频用于矩阵号分发

### 用法 2：长视频切短视频

日常按项目动线进行走动拍摄讲解，然后将长视频上传到系统中进行自动切片，以快速得到大量短视频

## 一键快切

专注房产行业的 AI 视频切片算法

#### 项目官号分发

从切片中精选优质的内容，在项目官方账号中发布

#### 员工矩阵号分发

持续分发大量切片到员工矩阵号，以数量换流量

#### 为直播间引流

直播期间高频发布切片视频引流，直播结束后隐藏

大批量视频切片的 3 种使用场景

## AI省心成片：新一代生成式AI成片技术

简单高效批量生成视频的创作神器



### 2.3 AI走播，拍摄/直播/运营/场控一台搞定

一场高质量的直播，似乎是一个“大工程”，化妆、拍摄、助播、运营、投手似乎缺一不可！但直播的效果要保证，直播的频次更要满足，那到底如何找到“杠杆解”？直播 60% 以上的流量来自 20:00 后的直播高峰期，但主播直播排班却与用户活跃时间难以完全匹配？

AI 走播，一台机器就可以解决这些烦恼。辅助真人直播，在深夜稳定开播，24 小时的稳定输出，打造日不落直播间。挂载 AI 直播智能体，他可以通过预设的直播地图实现自动巡航，边走边播，从沙盘、园林到样板间，全方位展示项目极致。并且，AI 模拟真人主播音色，可以实现拟人化实时互动，提升用户停留时长，引导直播间客户转化。

#### 只要不断电，就能一直播一直获客

全天候直播，补全人工直播新周期，打造日不落直播间



当项目现场配备了AI走播工具，它就能补齐主播工作的断档。当前，通过这种真人直播+AI辅助的直播模式，很多项目已经实现了直播效果的成倍增长。例如招商蛇口成都锦城序项目推出“Hao房官”24小时AI走播机器人，低成本一次性低投入，解放人力提升费效！把握夜间流量高峰，24小时不间断直播，有效扩大项目曝光。并通过持续运营，实现上线仅半月开盘到访9组，成交1套！山西昆仑府项目更是在春节活动期间上线AI走播并持续投入使用，三个月期间AI直播间留资266组，到访现场74组，成交8套！

**AI走播 高效直播不停歇**  
你的24小时营业 AI主播

**AI走播实力获客**  
【招商·锦城序】低成本撬动直播成交

**真AI真效果!**  
【山西昆仑府】AI走播三个月成交8套

**招商蛇口 × AI走播**  
成交 1套 到访 9组 费效 ↑100%

**昆仑府 × AI走播 × AI销售员**  
成交 8套 到访 74组 留资 266组

## 2.4 AI投流, 从人工推测到算法博弈的投放进阶

在投放这个传统上依赖“大师经验”的领域，AI也展现了惊人的进化速度。明源云客打造「AI投流」工具，通过深度强化学习，在虚拟环境中大量模拟投放策略，锻造出每个投放节点的智能化进阶。例如AIGC短期生产海量内容、目标用户定点智能投放、客户信息智能秒回，主动撩客撬动用户留资、自动复盘优化机制等等。

更懂业务场景的AI引擎，才能最大程度地驱动投放效率。明源云客与巨量引擎深度合作，通过“业务能力+AI技术”的组合式赋能，透彻理解目标客户和投流内容并完成最佳匹配，让“优质内容”找到“精准客户”，实现从流量到销量的深度转化。

## 「人+AI」协同，双轮驱动，打通高效投流全链路

>> 从流量到销量，让每一次曝光都直达效果 <<



○ 会投：专业策略投手：由 AI 赋能的自动流量投放工具，足以媲美专业投手。直播前优选最佳投流模型，并根据预算智能化生成广告，一键计划、快建快投，小白也能变高手。

○ 会看：盯盘控场达人：画面集中展示，无需页面多开，来回切换自如，防止数据断层，多场直播实时监控。一个人即可控场 20+ 直播间，同时兼顾运营工作，人均效能大幅提升。

○ 会优化：高效复盘专家：由 AI 大模型对投流直播进行综合诊断，快速定位优化方向。从人（主播话术）、货（推盘策略）、场（直播间搭建）等综合数据，按照标准化复盘体系，提出针对性改进措施。

AI 投流的“高转化时段识别”“竞品反制策略”等决策模型，在解放投手、多个直播间同时盯盘的基础上，能有效提升投放效果，经实战验证，AI 投流能使直播间广告点击转化率从 1.2% 提升至 5.7%。

### AI投流：如高手般精准盯盘

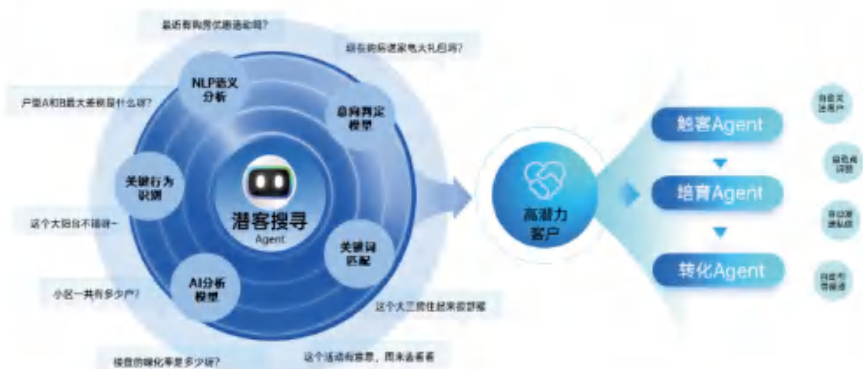
更智能实时盯盘，更高效流量变现！让AI像优秀投手一样思考！

会投：AI投流	会看：盯盘大盘	会优化：AI复盘
<p>行业投资专业knowhow AI加持，为直播投流提效赋能</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>√ AI建模：一键广告计划，快速快投</li> <li>√ 智能盯盘：实时盯20+直播间</li> <li>√ 异常报警：实时提醒预警</li> <li>√ AI复盘：综合分析输出AI诊断报告</li> </ul>	<p>一个人完成运营+投手双角色 突破人效瓶颈：一人盯20+直播间</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>√ 不用多开页面，直播画面缩成一个</li> <li>√ 未读提醒通知，防止数据断层</li> <li>√ 多场直播实时监控，更高效</li> </ul>	<p>结合DeepSeek等AI模型对投流进行诊断，快速定位优化方向</p> <p>从人(主播话术)、货(推盘策略)、场(直播间搭建)等综合数据，打造AI即标准化复盘体系</p>
直播前 行业模板 一键套用	直播中 自动盯盘 实时预警	直播后 后链路 数据复盘

## 2.5 AI销售员, 高效转化让流量颗粒归仓

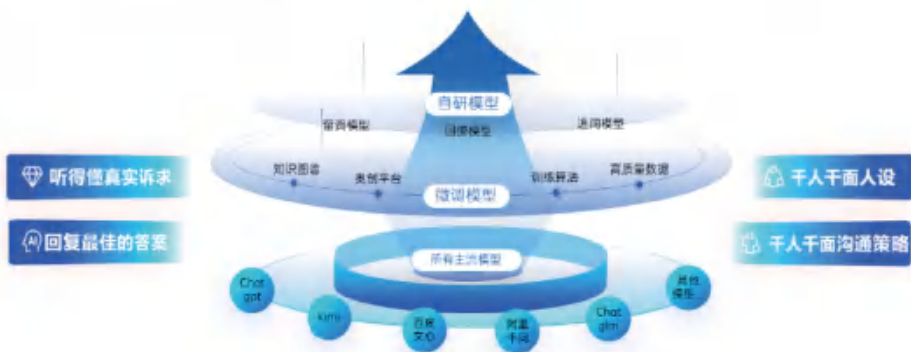
具备了线上获客的能力后，最终一定要回归到“效果”。我们不难发现，做出爆款的视频和直播的不在少数，但是最后的留资、到访、成交却很不尽人意。转化的重要性不言而喻，毕竟不管任何形式的营销，成交才是最终目的。

解构传统客服运营的时间线性，明源云客 AI 销售员通过将客户转化过程由“被动响应”变为“主动撩客”，主动出击提升转化效率。



一方面，AI 销售员作为高效私信运营，24 小时全时段在线响应客户咨询，覆盖深夜时段及 30 秒黄金响应时段，不漏一客最大化实现咨询转化。不仅如此，区别于传统客服，AI 销售员基于 AIGC 的语义理解能力，分析上百万组真实对话数据，掌握 40 多类客户的应对策略，1 秒之内完成客户意图识别与最优话术匹配，定制化拟人回复确保互动“活人感”。

另一方面，只靠传统人工及自动回复跟进客户，大量沉默高潜客户被错过。如直播送礼的客户、粉丝团的客户、转评赞、多次浏览的客户，任何发生触点的客户都有成交的可能！这些客户能够被持续唤醒和激活，将会给项目带来可观的增量成交。AI 销售员自动识别高潜客户，主动私信触达高潜动作客户，通过定制化话术引导客户留资，实时激活保温，打破能力边界！



这种永不疲倦的智能服务体，创造了惊人的服务密度。越秀地产成都项目数据显示，AI 销售员日均处理客户咨询量可达上千次，是人工团队的数十倍，且响应速度保持在 1.2 秒以内。更关键的是，系统通过持续学习进化，使三个月后的客户满意度从初期的 78% 提升至 94%，展现出人类难以企及的学习曲线。

## 2.6 视频营销风控, 全方位直播保驾护航

很多房产直播间，应该会看到很多这样的情况：「违规言论被停播的、直播间随意发挥，虚假承诺的、评论区直接发手机号让客户加微的、实时发生的评论区和直播的舆情以及黑粉」。

房产作为大宗低频的消费品，对于输出严谨性和客户风险非常重视，可能稍有不慎就有重大的舆情危险。视频营销时代，矩阵账号每天有大量纷繁复杂的内容输出，背后就是如影随形的风险。「AI 视频营销风控」可以全天候实时为营销团队保驾护航。首先，平台风险的识别可以让内容完美避开限流节点，让内容发布更顺畅更有效；内容质量识别模糊、低质的画面，让无效内容更少，让账号流量更健康精准。最后也是最重要的，营销的合规性和效果能得到最大化保证。



## 2.7 社媒声量地图, 城市级流量态势洞察

直播获客能力的跃迁，要以营销管理能力为基座，重塑营销能力。在营销决策环节，向内看使用视频营销助手可实现客户全链路、团队全场景的清晰管理；而向外看，社媒声量地图则可通过百万级数据洞察，穿透城市直播表现，为项目了解市场表现、制定营销决策提供有力的依据。



一方面社媒声量地图能实时解析近百个城市、上千个竞品项目的社交媒体账号，通过城市、区域每日直播、作品发布内容及数据的透视，城市达人发声热度，穿透项目所在城市运营流量水位、竞争环境；并且社媒声量地图实时监控项目自运营执行度、正负向评论情况，帮助项目快速放大自身价值，规避舆论风险。

另一方面，AI系统通过整合运营商数据、消费记录、位置轨迹等上百个数据源，构建出包含居住偏好、通勤模式、社交网络等多维立体的客户画像。洞察城市客群细微变化，快速生产包含情绪分析、话题热力、客群迁徙的立体客户报告，用数据维度的爆炸式扩展实现客户认知的革命。帮助项目又快又准地找到线上客户，实现有效决策。从城市、片区、竞品到自身的流量态势透视，用社媒声量地图整知己知彼，实现从经验迷雾到数据透视的决策跃迁。

### 社交媒体声量智能体



除去线上客户的全场景管理，在 AI 的赋能下，更能实现线上线下全流程客户的聚合，告别传统模糊盘客，穿透客户全生命周期盘活客户，实现客户资产的沉淀！在后端转化环节，明源云客 AI 盘客引擎则是通过 AI 智能工牌 Pro 等工具整合前端获客到案场接待的所有客户标签，AI 大模型跟踪画像分层，并给到一客一策的 AI 解抗 / 跟进建议，深入客户洞察助力成交转化。

如今，AI 与地产营销的融合正在向更纵深的阶段迈进，曾经“以产品为中心”的营销准则将逐渐向“以体验为中心”跃迁。从顶层决策者，到中层管理者，再到一线执行者，营销线的每个角色都应在这场行业剧变中，找准自身的核心位置，不断拓宽夯实 AI 运行规则下的新式能力，实现营销效能的颠覆式增长！



## 小结



### 核心观点 >>

- 1、房产直播经营遵循分层成长逻辑，可遵循“5+2+1”的直播模式（每周直播5天以上、每场直播2小时以上、单次投流消耗1000以上）；
- 2、AI技术已渗透直播全场景，从管理-内容-运营-投流-转化-风控各环境全面重构直播效能；
- 3、“标准化运营+数智化工具”的结合，是直播模式规模化与效能提升的核心密码。

房产直播的精细化经营，既是一套可拆解、可复制的成长体系，更是一场由AI技术驱动的生产力革命。从实操落地到数智进化，房企直播正沿着“标准化运营+技术赋能”的双轮路径，完成从“流量获取工具”到“高效增长引擎”的蜕变。

在成长路径上，房产直播经营呈现出清晰的分层进阶逻辑。启动期以“定位破局”为核心，通过明确账号人设与内容方向，打通自然流量的基础获客链路；成长期聚焦“精细化运营”，从直播间场景搭建、主播话术到互动节奏实现标准化，在稳定自然流量的同时试水投流；发展期通过直播间规范化运营与规模化投流，实现获客量的跨越式增长；进阶期则以SOP沉淀为关键，完成模式复制与生态扩张；最终在创新期通过超级个体打造，构建差异化竞争壁垒。这种“从0到1搭建、从1到N复制”的路径，为不同阶段的房企提供了可参照的成长指南。

数智化工具的深度渗透，则让直播经营效率产生质的飞跃。明源云客AI+视频营销解决方案构建了全链路赋能体系：视频营销助手搭建起从内容生产到数据追踪的管理基建；AI创意工场与AI走播解决了内容创作与直播运营的效率痛点；AI投流将投放逻辑从“人工经验”升级为“算法博弈”，实现精准获客；AI销售员与风控系统则分别在转化环节与合规环节形成闭环。“AI+”模式不仅降低了直播运营的专业门槛，更将人力从重复劳动中解放出来，转向策略制定与技术创新等高价值环节。

# 03 实践

“**实战领先**”

2025房产直播大赛案例集





**华南区域十强 (账号级)**



**华北区域十强 (账号级)**



**华东区域十强 (账号级)**



**西南区域十强 (账号级)**



**华中区域十强 (账号级)**



**西北区域十强 (账号级)**

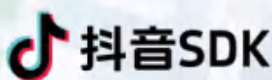




百亿流量挑战赛，暨2025首场房产直播大赛，作为场由巨量引擎本地业务、抖音SDK、明源云客三方共同发起的首届房产直播赛事，自6月10日在抖音平台正式打响以来，便创造了线上房产营销的势能高峰，开辟了直播卖房场景的流量先河。大赛区间全国94座城市联动，超500家房企、超5万场直播火力全开，实现了超10万小时直播续航，超5000万人次的直播曝光和超8万条的精准留资。

在如此亮眼的大赛数据背后，是每一家参赛房企的出色经营，每一场直播的有序运营，以及每一位主播的专业投入。在这次大赛中，涌现出一批直播标杆房企，他们以赛代练，实现体系化升级，引领行业直播获客进化方向；也涌现出一批优秀直播范本账号，他们基于巨量引擎行业分析的“5+2+1”直播模式（即每周直播5天以上、每场直播2小时以上、单次投流消耗1000以上）和移动获客APP直播打分模型，不断优化直播执行落地实现以“效”促“销”，打响年终冲刺的关键战役。这些标杆品牌和优秀案例的打法也将沉淀为高效的线上获客技巧，成为直播获客能力进化的范本！

全国标杆品牌案例（见下文，排序不分先后）





体系化线上营销能力进化  
实现组织业绩双进阶

## 战略背景及目标

2024年下半年，华润置地由总部统筹启动抖音矩阵建设战略，实现全域抖音营销能力深度升级。本次抖音直播大赛荣膺“全国品牌十强”，充分验证了该战略在提升矩阵效能及品牌影响力方面的显著成效。

## 比赛成果及亮点

华润置地抖音矩阵全域发力，六大战区累计登顶TOP10超500次，三大直播（开播-场观-留资专项榜）全面制胜，并共创44场满分直播；最终斩获全国品牌榜十强，7大项目登顶战区榜首，以全域协同效能验证战略升级成果。

直播大赛期间抖音单平台曝光量4200+万，获客5200+条，促进成交100+套，成交金额5亿+。



4200w  
曝光量

5200+条  
留资量

5400+小时  
直播时长

## 策略与执行

### 1. 总部统筹赋能

总部动员鼓励，发动35个城市共85个蓝V账号参赛，配合系列赋能动作，全面强化各项目的抖音营销能力。

#### 积极动员 >

发起直播大赛动员会，让一线对直播大赛的价值、规则充分了解，发动一线积极参与。

#### 指导培训 >

比赛期间，多次邀请业务专家进行直播指导，对各账号的直播进行诊断分析与调优建议，进一步提升一线的直播能力。

#### 晾晒表扬 >

每天对各账号的直播表现进行晾晒分享，并对表现优秀的账号进行打法分解，形成标杆效应“以优造优”。

### 2. 城市平台精细化运营

发挥城市平台的精细运营力与本地化创造力，打造一系列本地房地产市场“喜闻乐见”的高流量直播间，配合SOP高效获客。



### 3. 融合AI提升线上营销效率

结合置地AI营销大赛的探索，把AI技术融进线上营销中，让置地营销率先AI起来。



#### AI助力直播复盘

用AI诊断直播情况，明确提升路径。



#### AI助力直播获客

用AI识别高意向客户，主动触达提升获客效率。



赛训合一自造节点  
积极拥抱流量时代

## 战略背景及目标

为冲刺半年度业绩目标，招商蛇口举办“好房子、好生活”直播大赛。充分调动短直业务增长活力的同时，拓宽团队视野，将内部“比学赶超”升级为对标行业的“登峰战”，以赛促练、以练提效！

## 比赛成果及亮点

将全国各城市公司内部垂直播看板拓宽至行业水平。

直播大赛期间，累计新客留电6600条，到访超500组，短直业务业绩金额超10亿，占比约6.1%。

800w  
曝光量

6600条  
留资量

7300小时  
直播时长



## 策略与执行

### 1. 任务统一

全国超75个蓝V账号同步开播，紧扣“好房子、好生活”主题展开一体化直播间打造与内容脚本铺排，彰显品质好房的责任担当，传递美好生活的欣欣向往。



### 2. 精细管理

为系统化提升团队直播运营能力，实现组织能力的整体拉齐，招商蛇口构建了“学-测-练-析”四位一体管理闭环。

#### 学 标杆引领 多维赋能

深度拆解内部实战案例，沉淀成功经验；同时引入“巨量认证”等行业标杆课程，输入前沿方法论

#### 测 二维认证 优中选优

对全国主播及运营人员进行系统梳理，依托“直播运营营销师”等专业标准体系，实施“双轨考核”

#### 练 以赛代练 实战淬炼

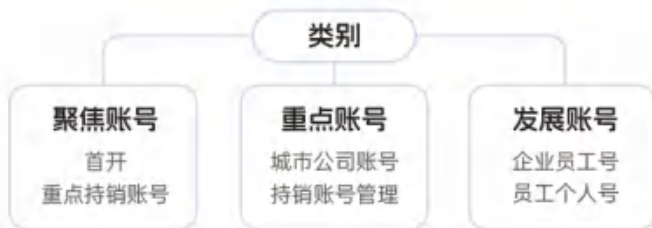
内部搭建常态化竞技平台，开展持续月度业绩晾晒与关键节点排位赛，营造“比学赶超”氛围

#### 析 沉淀升华 精准帮扶

针对落后城市/单账号进行深度“会诊”，分析根因，制定并督促优化方案落地，实现均衡能力提升

### 3. 分层运营

打造精细化运营机制，配合项目阶段，制定差异化执行要求，聚焦账号高举高打、重点账号稳扎稳打、发展账号星火燎原。



### 4. 五力模型

梳理直播五力模型，以模型指标为管理牵引手段，为账号运营人员明确执行重点。

城市	账号	2025.6 / 2025.4.30 “好房子、好生活”直播大赛城市公司榜单									
		直播能力					运营能力				
直播能力	运营能力	直播时长	直播场次	直播时长	直播场次	直播时长	直播场次	直播时长	直播场次	直播时长	直播场次
北京	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000
上海	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000
广州	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000
深圳	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000
武汉	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000
成都	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
西安	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000
南京	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000
杭州	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
重庆	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
天津	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
苏州	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
郑州	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
长沙	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
青岛	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
烟台	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
威海	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
日照	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
济宁	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
临沂	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
德州	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
聊城	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
菏泽	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
烟台	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
威海	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
日照	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
济宁	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
临沂	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
德州	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
聊城	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
菏泽	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05



全域精耕  
打造房产获客新范式

## 战略背景及目标

面对线上获客成本持续攀升的挑战，亟需构建可持续的数字化获客模型；结合半年度业绩冲刺，打造「低成本、高转化、快复制」的线上获客引擎。

## 比赛成果及亮点

基于总部机制赋能、区域特色创新、项目精准落地的三级联动模式，实现了比赛期间全国账号获客超6000批、到访超1200批、成交超百套的好成绩，同时形成了一套可复制的“流量-转化-闭环”作战地图。

7304+小时  
直播时长

6000+条  
留资量

150+套  
成交套数



## 策略与执行

### 1. 流量精准狙击，打透本地客群池

#### 执行动作

- ✓ 商圈竞品打点 锁定目标客群区域+竞品3公里半径
- ✓ 深转广告托底 投流深转广告占比90%以上，避免流量浪费
- ✓ 探索最优表单 日度复盘，探索最优定向，持续放量投放

#### 工具支撑

明源直播大屏自动生成人群画像、流量来源、转化漏斗数据，并给出针对性的运营调整建议，项目利用以上信息，进行预算分配的动态调整。

### 2. 人货场创新，标准化复制内核



**主播铁三角**（前场主播+数据运营+后场销售）无缝衔接，线索到访转化率大大提升

**真人+AI双轨服务**：真人主播场景化讲解，AI销售员15秒响应私信；通过直播诊断工具，持续优化直播场景、主播状态



**日不落直播**：主播三班倒，重大节点10小时不断播

**双人出境**：置业顾问专业输出+主播钩子话术，提升曝光进入率

### 3. 内容裂变引擎，刚需改善差异化打法

#### 刚需盘（以灯湖为例）

- 1) 「实景探盘+生活方式」内容矩阵，测试多目标转化投放
- 2) 邀请跨界媒体达人直播，搭建「内容引流-活动蓄水-精准触达」链路，单场冲至抖音广东留资TOP2

#### 改善豪宅盘

- 1) 投流强化改善相关标签，吸引高净值客群
- 2) 置换需求客户，通过“卖一买一帮换房”服务获取潜在置换客户

### 4. 数据闭环体系，从复盘到再战≤24小时

#### AI日清日结

利用AI销售员每日复盘缺口，非工作时段捞回线索2-3组/日

#### 三方复盘机制

主播/运营/销售每日对焦问题（如卡片点击率、转访率）  
次日即可优化

#### 激励即时反馈

加码直播间专属的转化道具，新客成交率大大提升



总部牵引城市落地  
精细线索运营降本增效

## 战略背景及目标

冲刺年中销售目标，集团内联动开展618及年中营销活动，2025年对数营业绩提出了新要求，数营团队愈加成熟。

## 比赛成果及亮点

以“集团总部牵引、集群/事业部赋能、城市因地制宜做实”为推进思路，通过做好线上项目展示、短直双开、线索跟进等方式，提高线上曝光及转化、促进降本提效。

7304w  
曝光量

6000条  
留资量

1300小时  
直播时长



## 策略与执行

### 1. 矩阵齐发 优质基建

25城齐开播，针对“嗨购宠粉618”及“年中超给「荔」”营销节点，集团统一视觉及政策包装，拉齐品牌宣传形象，并设置直播间臻享礼遇，助力客户年中安家。



### 2. 管理赋能 团队分工

#### 层级侧重

集团晾晒成交转化与费效数据；集群跟进直播表现、常态复盘；事业部/城市落地执行，帮扶重点项目

#### 考核挂钩

数营团队人员佣金激励挂钩直播时长/留资/来访/成交等指标

#### 团队搭建

根据城市/项目人员配置情况及项目数量与销售阶段，专岗专职与一岗多职相搭配，区域内人员阶段性流通互助，部分引入外部单位提升直播能力

### 3. 私信运营 提升留资

#### ① AI赋能

引入AI销售员及抖音智能客服，提高应答效率，补位人工客服，回捞沉默客户，提升留资量。

#### ② 引导私信

直播间小风车搭配设置“在线咨询”和“线索服务”，引导客户进入私信界面。

#### ③ 投流优化

投流计划优化目标搭配设置“私信留资”“表单提交”“多转化”，在保障线索量和直播互动效果的前提下，逐步提升私信占比，提高客户有效问答。



集团化运营作战  
打造直播内容IP  
AI助力提效

## 战略背景及目标

2025年实现集团数字天军规模化、专业化提升，通过大赛与行业对标，提升团队整体专业能力与业务效能；大赛期间结合集团整体“保总价到”直播IP，内部外资源整合，冲刺半年度业绩。

## 比赛成果及亮点

大赛期间，共17个参赛账号开播，完成了350+场直播，实现了630+组留资（加上非报名参赛账号，集团共计完成3000+场，曝光900+万，留资近6000组），助力半年度业绩冲刺，期间成交2.5亿。

同时全国项目完成49次上榜奖项，日榜33次，周榜16次，尤其上海保利置业账号表现突出，7次入榜。



37+w  
曝光量

630+条  
留资量

700+小时  
直播时长

## 策略与执行

### 1. 强内容

集团打造“保总价到”直播IP，10大区域总经理亲自带队，化身“保总”助阵官方直播间，全国30天直播盛典引领年中业绩冲刺。



\*此处10大区域公司未包含香港

### 2. 强运营

集团-区域-项目紧密协作，数字化基建实现所有账号线索到转化的完整闭环。

#### 集团-区域-项目三层运营



#### 数字化全链路分析

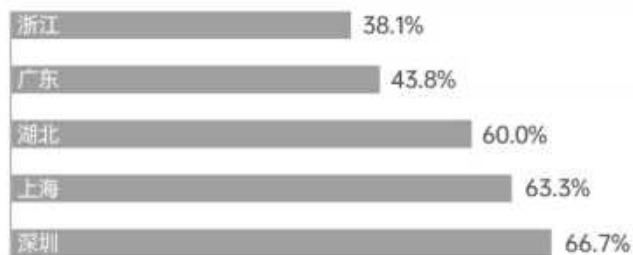


建立集团获客平台数字基建，实现全矩阵账号，从线上运营数据、线上跟进数据、到访转化数据的全链路分析，实现业务精细化运营分析。

### 3. 强AI

直播间AI销售员智能触达客户，实时追踪数据，辅助开口留资占比58.3%。期间私信留资客户提升97%，私信留资率提升92%。

#### AI工具辅助开口留资占比





赛训一体强本领  
双轮驱动创佳绩

## 战略背景及目标

新媒体团队实战演练，直播运营标准化专业化提升。  
年中大促集中发声，集团年度业绩冲刺。

## 比赛成果及亮点

民发集团，作为入围赛事全国品牌榜前十的唯一区域深耕型房企，通过建立集团中台监管、运营孵化、策划护航的运维架构，赋能重点项目直播获客能力。

赛事期间直播累计曝光150万余次，累计观看人数超20万人；多账号连续跻身华中榜前十；在襄阳同城榜TOP 10中包揽前三名，独据7席。孵化直播间10+个，培养主播助播运营团队20余人。



150w  
曝光量

1062 条  
留资量

580 小时  
直播时长

## 策略与执行



### 1. 强内容

4座城市10+项目账号同步开播,根据不同项目调性打造差异化“人、货、场”,同时集中性释放年中大促节点信息,形成矩阵化传播模式。

### 2. 短自双驱 全链运营

创新打造“1+X+N”新媒体矩阵:城市号塑造品牌IP,项目号深耕常态化直播,员工号强化短视频引流,构建全链路数字化营销体系。

#### 时长保障

每场直播持续2小时以上,通过长线内容输出扩大受众覆盖面,挖掘优质流量潜力。

#### 投放分层

采用【90%精准目标+10%泛目标】组合策略,以留资转化为核心,兼顾直播间人气提升,实现投放效能最大化。

#### AI投放辅助

依托AI投放工具,自动化投放为主导,依托算法精准调控,高效平衡流量获取与成本控制,保障投放效果稳定。以“AI销售员”进行聊客转化,在直播期间强化线索互动及时性,在日常短视频路径引流蓄客,从而提升平台线索转化。

### 数字运营中台\*3

账号规划及策略  
主播专业赋能

### 账号主体

#### 策划\*1

直播间搭建 投流  
直播运营 短视频内容策划

#### 主播\*1

直播间获客 短视频运营  
私信运营

#### 销售管理\*1

市场情报 成交辅助  
客群调研

### 3. 规范管理

集团数字运营统筹,策营销护航,主播短直分工清晰明确,产出高效。



以战养战，集中练兵  
全面提升线上能力

## 战略背景及目标

1. 转化价值跃升：强力撬动首开项目认购转化，将领先优势转化为实际业绩高峰。
2. 能力资产构建：以实战为熔炉，锻造并固化具备全国竞争力的标准化直播运营体系(SOP)。
3. 流量标杆引领：塑造区域级现象流量标杆案例，形成可快速复制的成功模式，赋能更广阔市场。

## 比赛成果及亮点

基于“总部-价值中台-项目”的组织架构体系，实现10+项目公司直播能力复制。

上半年直播获客成交占比提升至5%，孵化稳定留资直播间10个，培养主播6人，兼职主播26人，比赛相关成交金额1000+W。



104.6w  
曝光量

300+条  
留资量

700+小时  
直播时长

## 策略与执行

### 1. 组织力升级--建立“全域作战单元”

“专+兼”组合，10+项目账号  
配置专职主播6+兼职主播N人  
(销售顾问、大客户团队)

混合编队制

分时段覆盖，早8点-晚9  
点直播，覆盖通勤/午休/  
晚间高峰

接力赛模式

战时指挥部，中台实时监控  
数据，15分钟级问题响  
应，每日晚间复盘会，优  
化次日脚本&投流计划

强响应机制

管理层领导齐上阵，大  
场直播+管理层主播搭  
档直播，每日播不停，  
打造顶流连线直播间

管理层赋能

### 2. 执行力升级--夯实直播基建

- 短视频精准蓄水**

结合线上大事件“置业【联】播、顶流【联】线、大佬【联】动”打造联投特色化栏目，并利用首开楼盘热度“孝感超智四代住宅”打造悬念热点打卡视频。
- 直播间话术分层**

流量型话术——首开限时福利、来访礼、活动信息（停留时长提升40%）  
转化型话术——对比竞品数据、独家购房资料、直播间专属优惠（咨询量提升150%）
- 沉浸式场景打造**

虚拟背景——实时叠加项目区位图、户型解析动画  
实景打造——全维实景好房子，示范区、样板间视频动画、实景展示

### 3. 流量力攻坚--科学化投流增效

#### 阶梯式投放测试

赛马测试投流计划，对比不同  
定向、不同出价ROI；同一时段  
2套话术+不同定向人群对比数  
据表现。

#### 实时监控

中台盯盘千川数据，CPM超阈值  
立即暂停；实时调整竞价与人群  
包，新建计划；竞品直播高峰前  
30分钟加投，截流竞品用户。

#### 流量闭环设计

主播随时段释放优惠、福利，  
运营后台第一时间报备、私信，  
高意向客户追至主页邀约留资；  
建立销售-主播-运营合作机制，  
专项盘客，专项追盯。



## 品牌化直播内容 协同精细化管理运营

### 战略背景及目标

配合年终冲刺节点，完成半年度集团业绩目标。营销组织架构升级，实现新媒体团队能力升级。

### 比赛成果及亮点

中信泰富地产依托“总部-城市中台/项目”组织架构，高效完成9+城市公司直播能力复制。2025年上半年，直播获客与总成交占比提升2.2%，孵化十余座稳定留资直播间，培育超20名数字营销专业人才。营销攻坚期间，凭借显著降本增效成果，获评企业“降本增效卓越案例”。

其中，“无锡信富会”屡登华东战区与全国直播先锋榜；苏州、扬州、青岛、广州等城市团队实现直播质的突破；“武汉信富会”更实现从0到1的跨越，在华中区域崭露头角。各城市团队协同共进，构建起矩阵化数字营销新生态，彰显中信泰富地产强劲的全域运营实力。



21+w  
曝光量

400+条  
留资量

570+小时  
直播时长

## 策略与执行

### 1. 搭建数字化营销增量底座

- “信富会”微信小程序 | 功能升级、内容丰富，为数字化营销拓客建立强稳定的资源承接中台
- 新组织孵化数营团队架构不断完善 | 中信泰富地产在2025年一季度于集团层面推动数营业务体系化建设，构建了集团数营、城市/项目数营团队组织架构体系
- 数营人才培养 | 通过人才引进、内部转岗与兼岗，开展高频次培训与练兵，以赛代练，以考促学，培养高素质强专业能力的数营人才

### 2. 打造有中信特色的直播间

- 依托中信集团在多行业、多领域的广泛布局优势，充分发挥大集团协同资源的强劲实力，为房产直播的横向协同发展搭建坚实桥梁。2025年，“信富会”积极携手中信出版、大昌行、中信泰富商业、云上海洋馆等集团内外协同单位，开展深度直播联动。不断推出更具吸引力的内容，打造场景更为丰富的直播盛宴，为受众带来全新体验。

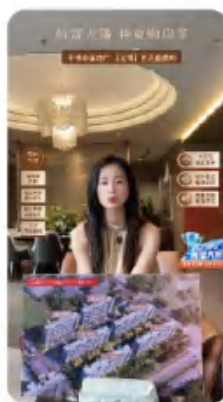
### 3. 精细化管理与新技术赋能

#### ✓ 精细化管理

通过营销环节数字化改造，实现流量运营、广告投放、营销活动等核心环节的透明化管理与全流程追溯，以数据驱动决策，精准把握线索量、转化率、成交率等关键指标。

#### ✓ AI创新驱动

通过布局 AI 销售员、AI 工牌与短视频创意工坊等智能工具，精准匹配各渠道客户需求，实现差异化内容定制，构建全渠道客户资源智能承接体系，显著提升客户洞察、沟通转化效能，激活数字营销增长新动能。





## 构建自获客体系 达成品牌力 × 获客力双向增长

### 战略背景及目标

降本增效，提升自获客能力，摆脱传统获客路径依赖。构建城市级新媒体矩阵，实现常态化直播获客。

### 比赛成果及亮点

依托“总部-城市中台-项目”三级架构，筛选10个最具代表性项目参赛。上半年直播获客成交占比提升至8%；孵化稳定留资直播间40+，培养专业主播100+。以赛代练激发新媒体获客活力，掀起企业内部新媒体获客比学赶超浪潮。

100+w  
曝光量

500+条  
留资量

1000+小时  
直播时长



## 策略与执行：三位一体打法

### 1.强内容： 产品系 X 场景化直播

联动全国14城、70+项目、100+账号，围绕“金玉满堂”四大产品系，聚集园林、会所、超高得房率户型、科技系统、金茂服务等差异化场景，打造“好房子”社群IP，精准触达意向客户，让直播成为金茂品牌价值传递窗口。



### 2.精运营：全链路闭环精细化管理

#### 人效协调

运营+主播组合，既抓直播流量，更盯线索转化，实现“播-留-转”闭环

#### 时长保障

日均直播>8小时、单场连播2小时，以常态化直播占领用户心智，输出金茂品牌声量

#### 投放分层

专业运营实时盯盘，动态调优投流策略，精细化运营费效，跑赢城市大盘

#### 高频复盘

日复盘，周总结，直播下播即复盘，快速迭代主播状态、直播内容，持续提升提效

### 3.AI赋能：引入走播机器人和AI销售员

将日均直播时长从8小时拉长到11小时，意向客户私信触达率提升，客户留资率环比提升38%，用科技突破人力边界，实现全天在线获客。



## 2.1 华东区域优秀账号

# 杭州 运璟文华轩

高端改善盘 首开期

**制胜关键** 全员发力+精准流量+优质内容=高效转化

**72w** 曝光量  
**232条** 留资量  
**28组** 到访量  
**2组** 成交量

杭州致力于打造杭州线上营销标杆范本，全员上岗日不落直播，根据 AI 评分大模型，及时调整直播间人货场搭建周度复盘主播话术，成为华东区域首个满分直播间。

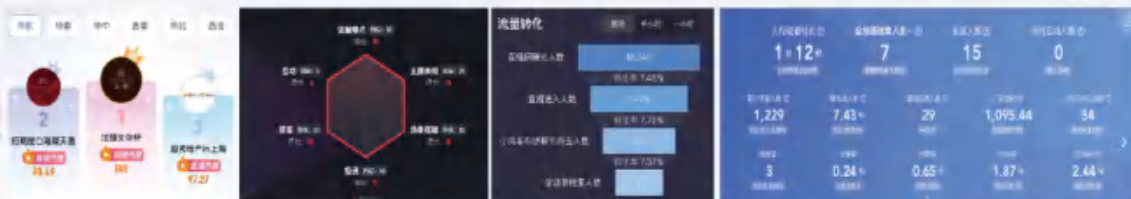
### 业务背景

- 1、在杭州之江地段改善型高端住宅。
- 2、通过每天多时段持续直播，配合短视频、小红书多平台矩阵发布，为项目积累新媒体获客与引导留资。



### 直播高分动作

全团队从直播场景、后期跟进持续发力。精准提示咬客话术，小风车点击量单场过百。以 1 名主播 + 3 名空拓的模式不断拉长直播时长，突破时间限制，最晚直播到夜间 11:30，抢占晚间大盘流量。提升项目曝光度推动转化达成。



### 案例亮点

- 1.直播细节优化：**精进咬客、钩子及循环话术，引导观众延长停留时间并促进留资。结合直播大场景贴纸，制作销售道具、展板及户型图等，增强直播趣味性。同时着力提升主播形象和直播细节。
- 2.全员轮播发力：**渠道与销售团队在比赛期间实行轮班直播，确保日均直播时长达到 5 小时总计 66 场。根据后台数据锁定精准时段进行获客，增加项目曝光量，多场次曝光转换率高达23%。
- 3.直播后复盘跟进：**以获取直播留资结果为目标，实时监控数据并反馈至个人。围绕投流策略及直播情况展开复盘，针对目标人群精准投流。下播后逐一私信直播间已开口但未留资的客户。及时改善优化、迭代方法论，制定下一阶段直播方案。

## 越秀地产IN上海

豪宅盘

首开期

制胜关键

数据驱动的精细化运营+创新的主播矩阵模式+三方复盘

12.2w  
曝光量551条  
留资量47组  
到访量

以数据驱动的精细化运营为基石（投流），通过创新的主播矩阵模式（人）打造持续吸引力，依托扎根一线的铁三角团队（场）实现无缝转化，并建立严谨的三方复盘机制（闭环）驱动持续优化。

## 业务背景

- 1、越秀在上海的重点布局项目，首开期通过直播引流；
- 2、老号新起，低成本撬动高热度，为新项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

AI 深度复盘针对性解决直播短板（获客端需重点优化用户点击卡片的转化率，投流端需提升投流预算并精细化人群定向，重点覆盖本地购房需求用户）



数据维度	4月数据	目标范围	数据范围	环比增长率	同比增长率
直播曝光量	0		92	1	
直播留资量	1,641,662		408	112,102	243
直播观看量			165万2千30秒	4,995	

## 案例亮点

- 1、**账号跃迁**：成功实现“老号新起”，新项目开播热度较高，广告起量速度快，在短期内突破原有瓶颈，账号活跃度、粉丝粘性、内容影响力均实现质的飞跃，实现174.7%的粉丝增长率。
- 2、**流量高效获取**：通过科学的投流策略，以相对较低的预算，精准撬动目标区域流量池，获得高性价比的用户触达和品牌曝光，观看转化率上升23.3%，直播线索成本168元。
- 3、**线索量与质量双提升**：“主播铁三角”模式与“前播后销”机制有效提升了直播间的互动深度和用户信任度，带来留资线索量显著增长，且线索精准度和意向度提升。
- 4、**三方复盘机制**：直播产生的高质量线索直接赋能案场，销售团队和自渠团队能快速承接转化，对项目去化起到切实推动作用，促进了整个营销体系的优化，总共到访47组。

03

实践

2025 房产直播大赛案例集

69 / 70

# 安徽保利好房甄选

改善盘

持销期

**制胜关键** 沉浸式实景直播+精细化投流策略反哺业务

**145w** 曝光量  
**345条** 留资量  
**38组** 到访量

依托保利系统化的线上能力培育体系，在直播大赛期间，其直播间多次斩获 AI 直播评分模型的高分认证。无论是直播间场景搭建的专业性、互动环节的活跃度，还是主播的综合表现与各项核心数据，均稳居行业领先梯队。

## 业务背景

- 1、保利在合肥重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、周边竞品扎堆，新盘入市，项目流速减缓。



## 直播高分动作

打造沉浸直播场景，深度复盘客户画像反哺直播优化：聚焦主播高效互动能力升级，以时效性钩子话术驱动用户点击转化；曝光端优化表单投放策略，结合业主地点实施精准打点。



## 案例亮点

- 1、**沉浸式场景营造**：紧扣合肥政务南与新计容核心价值点，打造深度沉浸的直播场景。采用“痛点挖掘-价值爆破-限时权益”三段式话术结构，针对合肥购房者定制七大本地化话术模块（涵盖学区确定性、通勤效率、户型得房率等关键维度），通过实景样板间走播结合政策解读，精准触达客群决策心理，实现深度转化；
- 2、**精准化投流策略**：通过“1 停留 + 6 表单”的单场投放比例优化，提升转化效果；创新采用项目业主工作地、居住地双维度打点投放，同时依据业主行业、消费习惯、兴趣偏好等标签新建精准人群包，通过分计划赛马机制，持续提升客户匹配精准度，最终将获客成本压低至 93 元/组。

# 莆田建发联发·望湖

高端改善盘

加推期

**制胜关键** 客群精细运营+投流动态调优+节点资源集中

**138.4w** 曝光量  
**518** 条 留资量  
**93** 组 到访量  
**3** 组 成交量

基于建发房产数营体系赋能，事业部运营资源灵活调配，专岗主播借助城市蓝V号为项目直播获客。直播间持续探索线上客群偏好，匹配产品类型，制定获客策略，借助加推节点集中投放，扩大转化效率。

## 业务背景

- 1、建发莆田高端项目冲刺首开，线上渠道全面发声；
- 2、事业部抽调空军飞虎队，首开前1个月到岗支援项目线上运营，助力新项目团队快速稳定获客。



## 直播高分动作

AI 深度复盘优化人货场：贴片精准提炼产品卖点、展示预约福利；场景动线设置密集、推盘话术极具生活价值感；主播咬客话术丰富、积极引导小风车点击和预约；配合动态调优的投流计划，目标客群快速产生意向实现高互动、精准留资。



## 案例亮点

- 1、**明确客群**：在案场主推235-333㎡大平层的基调上，直播间通过前期多个投流计划探索线上意向客群，最终定调主打139-210㎡面积段，同线下进行差异化推广；
- 2、**投流调优**：针对大节点、效果好的直播场次加大预算，放大单场转化优势；低浅层重深层转化、复制高效计划、淘汰低效计划，账号日均线索成本53元，13场直播单场获资≥10组；
- 3、**引流转访**：分析客户关注点，配合项目节点周度更新两次以上线上物料（直播贴片、手举牌、小风车等），在贴片直接展示线上预约到访礼品，增加预约客资同时提升转访率，最终月度转访93组。

# 宁波招商·璀璨天鑫

刚需刚改盘

尾盘期

制胜关键

节点强销获客+地缘客群精准投流

**75w** 曝光量

**132** 条 留资量

**13** 组 到访量

**1** 组 成交量

基于招商数渠体系化的线上能力培养，直播大赛期间，多次成为AI直播打分模型的满分直播&周榜第一名，在直播搭建、互动、表现、数据等方面表现均位于行业前列，最终获得华东战区TOP6的好成绩。

## 业务背景

招商在宁波璀璨双子星项目之一，结合2025年抖音百亿抖音流量挑战赛+开发商618&630半年度指标冲刺，尾盘阶段通过直播高频曝光，增加项目热度。



## 直播高分动作

AI 深度复盘针对性解决直播短板(获客端要求主播高效互动、话术引导小风车点击；曝光端增加表单人气投放比例，以项目成交地址为单位提升投流效果)



## 案例亮点

- 1、结合项目618&630半年度指标冲刺节点，营造6月份半年度热销氛围，输出项目核心卖点，配合直播间小风车优惠引导留资，精准获客，实现11%的曝光进入率；
- 2、结合项目成交客户地址分析，精准区域+客群年龄段投流，优化投放计划，精准抓取地缘25-45岁客群，放大投放效果，直播线索低成本358元。
- 3、项目主播轮班直播，保障账号每日稳定开播6小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，同时使用AI工具配合直播间运营，实现稳定且持续的线上导流。

# 保利上海

首开项目 曝光扩围

制胜关键 高频饱和直播+节点造势

278w 曝光量  
373条 留资量  
46组 到访量  
5组 成交量

基于保利发展数字营销体系的线上能力培养，直播大赛期间，多次成为直播大赛全国留资榜单日第一，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

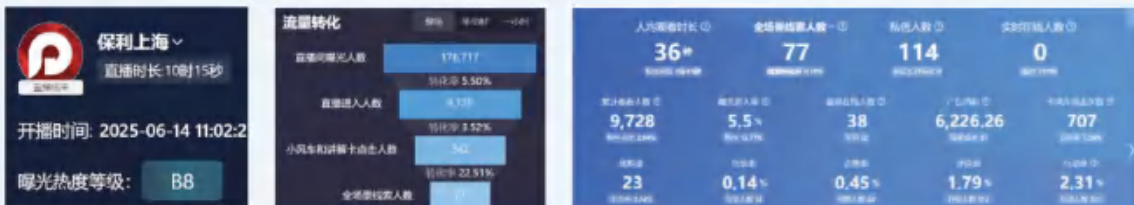
## 业务背景

- 1、保利发展在上海重点布局的项目，首开期间通过高饱和直播引流；
- 2、搭建数字营销标准化SOP，奠定直播获客标准战法。



## 直播高分动作

抢节点 + 高频饱和直播，实现成本锐减（首开项目提前 45 天直播抢跑，精准放大项目关键节点声量。随项目热度攀升及售楼处开放，进行“高频饱和式直播轰炸”，实现项目“未开先热”，为开盘蓄足流量势能。）



## 案例亮点

- 1、**高频饱和**：首开项目展厅开放即持续直播，精准放大项目关键节点声量。主播团队日播12小时，项目进度直播间实时更新，培养客户观看粘性，累计助力项目蓄客1000余组；
- 2、**真听实感**：精准锚定沙盘展示区与样板间实景空间，以“真听、真看、真感受”沉浸式视角，直观呈现项目火爆参观现场；
- 3、**精准投放**：竞品客群画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取核心来客区域31-40岁目标客群，放大投放效果，通过投放放大首开声量，直播线索成本156元。

## 2.2 华南区域优秀账号

## 深圳华润·静安府

刚需流量盘

持销期

制胜关键 直播间极致搭建卖点突出+主播表现及话术每天复盘提升

84.3w 曝光量  
150 条 留资量  
6 组 到访量  
2 组 成交量

基于华润体系化的线上能力培养，直播大赛期间，15次成为AI直播打分模型的满分直播，华南战区热度TOP1，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现优秀，形成完整的直播流程和直播话术。

## 业务背景

- 1、华润在深圳龙岗片区的品质项目，项目持销期间坚持每天通过直播进行引流；
- 2、项目老盘新做，通过优化直播技巧，积累新媒体获客经验，实现项目留资、到访及成交目标。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决主播的直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、**卖点突出**：主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户。
- 2、**精准投流**：基于前期直播用户画像的深度复盘，调整优化投放计划，精准抓取地缘31-40岁主力客群，放大投放效果，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本231元。
- 3、**直播间搭建**：直播间场景搭建信息全面、卖点突出；同时准备了销讲夹、户型展板等直播道具，辅助主播清晰讲解，有效吸引直播间观众的注意力。
- 4、**规范管理**：项目主播固定搭档轮班直播，流量网感+深度推盘+咬客话术，保障每日稳定开播时长2.5小时；每日直播复盘，持续针对性优化主播表现，补齐短板，提升团队整体直播能力。

# 深圳华润·润宏城

刚需流量盘

持销期

制胜关键

差异化人货场配置+直播规范SOP

87.6w 曝光量  
150条 留资量  
6组 到访量  
2组 成交量

基于华润体系化的线上能力培养，直播大赛期间，16次成为AI直播打分模型的满分直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据、投流等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、华润在深圳重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、城市公司组织架构升级，为新项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板：

- 1、获客端根据AI评分优化，通过大小循环以「核心价值+多利益留资钩子+客户标签对应价值点」引导；
- 2、互动端增加主播外层引导+公屏互动话术、时效性钩子话术引导点击、小助手实时私信；
- 3、投流端优化深浅投放比例，以周边商圈为点位打点及叠加人群包提升投流获客质量。



## 案例亮点

- 1、**差异人货场**：根据加推、周末节点及新规户型等优势，差异化直播间人货场搭建，因客而异配合直播间留资福利钩子引导，实现综合15%的曝光进入率+人均观看时长1分钟以上；
- 2、**精准化投流**：成交客群+往期直播到访/成交用户画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取地绿31-40岁主力客群+项目6大类成交画像人群包，深浅9:1，留资量环比提升85%，直播线索成本194元；
- 3、**规范SOP**：项目主播轮班直播，保障账号每日稳定开播4.5小时以上，通过直播诊断优化主播表现+细化留资动作+后链路邀约，提升团队直播能力，同时使用AI工具配合直播间运营，实现稳定且持续的线上导流。

# 华润置地天河润府

刚改盘

持销期

制胜关键

销策渠全员上阵+深度复盘+精准投流

92w  
曝光量

127条  
留资量

7组  
到访量

2025年6月总部组织华润置地抖音蓝V矩阵账号全员参加2025年房产直播大赛，以战代练提升项目短直获客能力，天河润府在比赛期间达成华润置地广佛公司首个满分项目，总排行榜位于华南战区第六名，广佛第一名。

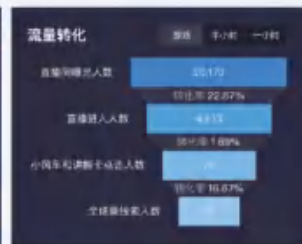
## 业务背景

- 1、天河润府积极开拓线上营销获客途径，持续通过短直引流获客，反哺销售，提高商机成交占比；
- 2、比赛期间以赛代练，提升主播的综合获客能力，培养更优质的主播助力成交。



## 直播高分动作

每日借助明源云客平台复盘直播短板，针对短板借助AI深度复盘进行点对点分析，获客端提升主播的推盘、咬客话术，同时增加项目成交人群包提升客户精准度，互动端则以项目节点钩子引导互动。



## 案例亮点

- 1、**强价值点**：利用项目学校+准现房“今年买今年住”的核心价值卖点，配合直播间专属99折优惠、直播间到访有礼、直播间专属家电好礼钩子引导留资，实现互动次数12万+、点赞次数11.9万+；
- 2、**精准投流**：结合项目来访区域投放，同时配合成交客户地图进行人群包优化投放计划，提升客户精准度，比赛期间线索获取环比增长67.11%；
- 3、**销策渠联动**：每周销售、自渠专员、主播轮流排班连播，保障账号每日稳定开播，并安排商机、主播值日生进行直播间设置、线索及时跟进、直播间互动回复，并且通过AI助理诊断优化主播表现。

# 广佛华润·公园上城

刚需流量盘

持销期

制胜关键

专属优惠引导留资+日均8小时稳定开播

9.6w 曝光量  
152条 留资量  
36组 到访量  
2组 成交

基于华润体系化的线上能力培养，直播大赛期间，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、华润在深圳重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、城市公司组织架构升级，为新项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、加推专属房源时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例9:1，以成交客户地图为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、**专属福利**：配合项目加推节点，以直播间专属房源为噱头逼定，配合包装直播间98折引导留资，精准吸引买房客户，实现成交2套；
- 2、**精准投流**：根据项目成交客户区域以及行为兴趣，定制化投流，主力投放天河+黄埔+新塘本地客，精准抓取24-40岁主力客群，自然流量占比21%，直播线索成本203元；
- 3、**精细化管理**：采取主播+专员轮班直播，保障账号每日稳定开播时长8小时，根据视频量、获客量、来访量、成交量定制化主播投流费用，提升主播竞争意识，实现获客最大化。

# 越秀星汇灯湖

刚需流量盘

持销期

制胜关键

多矩阵精准获客+加码转化激励道具

4.9w 85条 27组 12组  
总场观 留资量 到访量 成交量

基于越秀体系化的线上能力培养，直播大赛期间，多次成为AI直播打分模型的A级直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、越秀在佛山重点布局的项目，直播排名越秀华南TOP1；
- 2、城市号+项目号+主播号矩阵式传播，助力项目破圈。



## 直播高分动作



## 案例亮点

- 1、**场景化内容矩阵**：采用「实景探盘视频+生活方式图文」组合打法，重点打造「住进千灯湖的生活」系列内容，同时结合项目公区实景开放及高层加推节点，增强业主未来生活场景感，定向目标客群加码投放预算，测试成交商圈多目标转化投放提升有效客户转化率。
- 2、**跨界合作造话题**：搭建「内容引流-活动蓄水-精准触达」链路，邀请佛山传媒达人与专职主播共同探盘直播，激活本地客户转访，单场直播最高登上抖音房产广东留资榜TOP2。
- 3、**私信精准转化**：私信端15s首响率92.31%，远超同行头部的88.89%。短视频挂载经营工具，后台挂载AI私信工具，以官方身份输出优惠引导，极大提升触达留资率。
- 4、**区域激励道具加码**：区域平台统筹加码iPhone16等转化道具，大赛期间申请专项短直销售激励，极大提升一线转化积极性，新客成交比例大幅提升。

# 招商·雍境二期

刚需流量盘 持销/加推

**制胜关键** 高频次+多时段直播，叠加精准投流，触达意向人群

**154 w** 曝光量  
**380 条** 留资量  
**47 组** 到访量  
**5 组** 成交

基于项目价值点梳理思维导图，提炼项目关键信息，以直播预热视频、直播贴片等形式在直播间进行多维展示，并根据用户画像分析，精准定位目标受众，制定直播投放策略高频直播，扩大线上曝光，提升留资获客。

## 业务背景

- 1、招商蛇口在深圳重点住宅项目，5月份新开盘热销项目；
- 2、6月持销期，为7月份大户型加推进行直播蓄客。



## 直播高分动作



## 案例亮点

- 1、**高频的直播场次**：拉长单场直播时长并探索不同时段直播效果，扩大意向客户触达几率并形成常态化直播标签，获取平台流量曝光支持；直播大赛期间，日均直播5-6场，时长10-12小时；
- 2、**丰富的直播场景**：搭建专业直播间，采用“坐播+走播”多种不同场景，丰富直播展示效果；并定期更换电子贴片，多方位展示项目价值点的同时，也避免观众出现审美疲劳；
- 3、**精准的投流计划**：通过项目目标用户画像、往期已成交/已到访客户信息投喂、竞品关键词等进行精准广告投放；并实时关注广告跑量情况、动态调整，平均线索成本控制在300元以下。

# 东莞保利天珺

豪宅盘

加推

制胜关键 高频小节点轰炸+优质服务真实福利

180w 曝光量  
204 条 留资量  
40 组 到访量  
1 组 成交

保利湾区的东莞保利天珺账号在直播大赛期间，持续上榜华南10强，持销豪宅楼盘持续抢量，内容稳定迭代，账号稳定获客。

## 业务背景

- 1、保利湾区权重豪宅持销项目，持续短直双开长效曝光放量，工程节点内容持续上新激活留资需求；
- 2、配合多转多通路触达客户，通过直播强节奏收口



## 直播高分动作

高频节点内容轰炸+客户多次触达，多方面激活客户需求，实现客户高精度留资（结合推盘动作，对主推户型持续造新卖点价值，利用新实地创意板房开放、实地景观眺望地标、园林开放、地库开放等内容持续焕新楼盘产品力和价值点，再利用多转多触达的方式，私信+信息流+直播反复“洗”客户，直播强化节奏挤压收口。）



## 案例亮点

- 1、**高频开播**：单日项目号开播2-3场，根据本地用户观看习惯，选取高流量时段高效开播，提升单场直播间效率和数据，形成叠加效应；累计助力获客200余批；
- 2、**优质服务**：结合地段CBD价值点做“体验类”专属直播间服务，比如CBD配套打卡一日游专车服务、主播1V1介绍讲解等等，为客户提供尊贵体验；
- 3、**真福利**：结合优惠券组件在小风车上架满减券，做实购房福利

## 2.3 华北区域优秀账号

## 北京华润·京熙润府

刚需流量盘

持销期

制胜关键

劳模深度夜间直播+每日盘客强转化

89w

曝光量

152条

留资量

11组

到访量

2组

成交量

基于华润体系化的线上能力培养，直播大赛期间，多次接近AI直播打分模型的高分直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、华润在北京重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、城市公司组织架构升级，为新项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：配合项目实景准现房实际情况，强化销冠红盘，主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户，实现17%的曝光进入率；
- 2、**精准投流**：深度摸排主推户型所在的居住小区，精准锚定北京30-50岁高净值人群及房地产缘客群，以此反哺投放策略的迭代优化，实现目标客群的高效触达与投放效果的最大化，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本322元；
- 3、**规范管理**：项目主播与销售配合轮班直播，同时使用AI工具配合直播间运营，诊断出项目最佳直播时间段为夜场，大赛期间坚持每天夜场稳定开播4小时以上，实现稳定且持续的线上引流。

# 金茂·金茂满曜

改善/艺术豪宅 蓄客/首开

## 制胜关键

精细化投流策略+深度复盘反哺业务

**260w** 曝光量   **632** 条 留资量   **98** 组 到访量   **10** 组 成交量

搭建金茂主播团队，直播大赛期间，多次成为 AI 直播打分模型的高分直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、金茂在北京第一个满系旗舰作品，为新项目造势引流；
- 2、朝阳区新房较少，新项目入市通过直播进行线上获客。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈、小区为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、配合项目售楼处开放、样板间开放、开盘等节点，定制不同直播间话术以及直播间场景，配合直播间小风车不同节点的不同留资福利，营造紧缺感，精准吸引买房客户，实现17%的曝光进入率；
- 2、期直播用户画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取地缘31-50岁助力客群，放大投放效果，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本275元。
- 3、项目主播轮班直播，保障账号每日稳定开播时长4小时以上，尝试不同时间段直播，根据节点排班超12小时全天直播，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力。

# 北京建工熙华台

豪宅改善

持销期

制胜关键

精准投流+核心价值体系反复输出

**118w** 曝光量  
**356** 条 留资量  
**5** 组 到访量  
**7309** 次 场观

对于北京建工熙华台线上能力培养，直播大赛期间，持续成为 AI 直播华北区域前 10 名，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

北京建工在北京首个独立操盘豪宅改善项目，为地产首个提出CHO健康价值体系的内环楼盘，持销期持续通过直播引流，树立区域影响力与曝光量。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端不断改善主播与粉丝的高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、配合项目618好房节、年中冲刺促销季的节点，CHO—6H+X健康体系营造软性健康生活方式，3大科技健康系统、豪宅样板间展示打造硬件配置，强化热销氛围，主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户，实现33%的曝光进入率；
- 2、往期直播用户画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取五棵松商圈、金融街商圈、地缘周边25-55岁主力客群，放大投放效果，直播线索成本213元；
- 3、项目主播轮班直播，保障账号每日稳定开播时长不低于2.5小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，同时使用AI工具配合直播间运营。实现稳定且持续的线上导流。

# 北京建工嘉境里

刚需流量盘

持销期

制胜关键

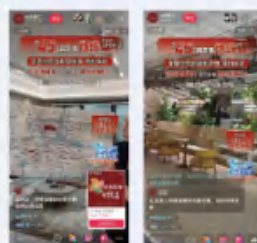
节点热销氛围+AI深度复盘调优

57.5 万 曝光量  
109 条 留资量  
12 组 到访量  
1 组 成交量

对于北京建工嘉境里线上能力培养，直播大赛期间，持续成为AI直播华北区域前10名，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

建工在北京重点打造的项目，首个会所自运营项目，持销期持续通过直播引流。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端不断改善主播与粉丝的高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、配合项目实景开放的节点，社区共创社区、产品满装样板间展示，强化热销氛围，主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户，实现23%的曝光进入率；
- 2、往期直播用户画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取地缘31-50岁主力客群，放大投放效果，直播线索成本192元；
- 3、项目主播轮班直播，保障账号每日稳定开播时长2-4小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，同时使用AI工具配合直播间运营，实现稳定且持续的线上导流。

# 越秀天恒·怀山府

改善盘

持销期

制胜关键

多重留资钩子+专业话术强化互动引导

22万  
曝光量

142条  
留资量

19组  
到访量

基于越秀数字营销体系线上获客，直播大赛期间，多次成为AI直播打分模型的高分直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

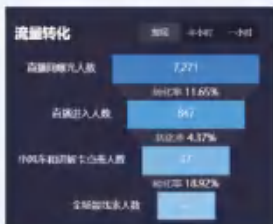
## 业务背景

- 1、越秀在北京怀柔打造标杆改善项目，通过自媒体运营树立项目品质大盘形象；
- 2、项目持销期，无大规模投放，通过自媒体直播低成本引流。



## 直播高分动作

主播+置业顾问双人出镜直播的形式，置业顾问专业话术输出项目价值，主播强化互动及引导留资，通过钩子话术引导点击；曝光端以怀柔本地全区+重点商圈及竞品打点，提升投流效果。



## 案例亮点

- 1、**匹配多重获客钩子**：满足直播间客户多重需求：购房需求客户配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，置换需求客户通过卖一买一帮换房服务获取潜在置换客户，本地路过客户通过到访礼及直播间福袋吸引留资到访挖掘潜在需求。实现11.65%的曝光进入率；
- 2、**小额精准投流**：投流怀柔本地全区+重点商圈及竞品打点，表单高占比进行精准抓取，放大投放效果，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本59.28元。
- 3、**真人出镜强互动**：项目主播+置业顾问双人出镜直播的形式，置业顾问专业话术输出项目价值，主播强化互动及引导留资，通过钩子话术引导点击，同时使用AI工具配合直播间运营。实现稳定且持续的线上导流。

# 北京建发金茂·观宸

北京四环改善优选盘 曝光/顺销

**制胜关键** 节点福利政策传递+优化投流策略+深度复盘反哺业务

**169.7w** 曝光量  
**364条** 留资量  
**37组** 到访量  
**1组** 成交量

直播间明确输出项目亮点及节点直播福利政策，动态调优投流计划，长时间稳定开播。直播大赛期间，通过 AI 打分模型多次高分上榜，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、项目建设直播团队，提升既有团队的直播获客能力；
- 2、项目在前期首开和顺销阶段业绩如虹，正值半年度冲刺业绩之际，希望通过线上直播进一步增强节点势能，推动客户线下到访和成交。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板：通过直播贴片传递项目的节点多重礼及核心亮点，过程中动态调优投流策略，使投流效果更佳，最终实现通过复盘持续提升团队直播表现能力。



## 案例亮点

- 1、**聚焦节点**：围绕618和630营销节点，包装项目福利政策，提炼项目的核心价值并在直播过程持续传递，通过直播间专属礼遇引导客户留资；
- 2、**优化投流**：围绕营销节点和周六日等流量大的时间段加大投流；直播过程关注互动效果，开播超过30分钟缺乏有效评论，立即关停计划，开启新的投流计划，探寻有效评论和更佳留资效果；
- 3、**持续开播**：项目主播轮班直播，保障账号每日稳定开播6小时以上，特殊节点全天开播超12小时；尝试不同时间段直播；通过直播诊断持续复盘优化主播表现，提升团队直播能力。

# 巨燕·燕京府

地铁洋房盘

持销期

制胜关键

聚焦节点+精细化运营投流+深度复盘

82w  
曝光量

100条  
留资量

8组  
到访量

项目搭建新媒体团队,进行线上获客能力培养,直播大赛期间,多次成为抖音 AI 直播打分模型的高分直播,在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、巨燕集团在北京重点布局的项目,持销期持续通过直播引流;
- 2、项目组织架构升级,为项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板(每日稳定开播时长4小时+,使用AI工具配合直播间搭建、复盘等运营动作,时效性钩子话术、引导互动留资)



## 案例亮点

- 1、**聚焦节点**:配合618促销、630年中冲刺等营销节点,强化热销氛围,主播直观输出项目卖点,配合直播间小风车优惠、利好信息等钩子话术引导留资,精准吸引买房客户,实现27%的曝光进入率;
- 2、**精细化投流**:往期直播用户画像深度复盘,反哺优化投放计划,精准抓取地缘31-40岁主力客群,放大投放效果,通过投放获取90%以上曝光及获客,直播线索成本200元+;
- 3、**直播规范运营**:在18点~22点保障账号每日稳定开播时长4小时+,通过直播诊断复盘持续优化主播表现,提升团队直播能力,同时使用AI工具配合直播间运营,实现稳定且持续的线上导流。

## 2.4 华中区域优秀账号

## 长沙招商·序

改善流量盘

首开期

制胜关键

主播商机传帮带+深度复盘反哺业务

180w 曝光量  
1200条 留资量  
63组 到访量  
21组 成交量

基于招商玺、序体系产品，结合长沙主播带商机的传帮带模式。培养大量善于谈客、善于直播的复合人才。在直播大赛期间，多次霸榜区域，城市各项 AI 直播打分模型的榜首，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、招商在长沙核心区域重点布局的项目，自拿地起开始直播，直至首开期即通过直播引爆流量；
- 2、城市渠道组织架构升级，为主播+商机的组织架构模型迭代新媒体获客经验。在日益增长的流量费用中寻求新的ROI平衡。



## 直播高分动作

主播商机传帮带快速解决直播短板、复制优质直播技能，深化直播人才贮备。（一名专业主播带五名商机专员，通过临摹、速写、助播、独播等阶段，快速实现直播人才复制，直播有效时长日渐提升。进而积累大量深度复盘数据，反哺业务。）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：配合项目拿地、开盘节点，强化热销氛围，主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户，实现10%的曝光进入率；
- 2、**精准投流**：通过往期直播用户画像深度复盘，优化投放计划，精准抓取地缘31-40岁主力客群，同时合理利用直播人货场拉动自然流。投放实现41.4%自然流，58.4%付费流的平衡流量。将直播线索成本从百元降低至54元；
- 3、**规范管理**：项目每天10-12小时不间断直播主播商机传帮带轮番上阵，实现稳定且持续的线上导流。

# 世茂璀璨风华

改善盘

大平层

持销期

## 制胜关键

节点借势+精准营销+数据驱动

**60w** 曝光量  
**85条** 留资量  
**17组** 到访量  
**1组** 成交量

超 20 天稳居华中榜前十，直播评分 90+ 的高质量稳定输出，结合“618 买手节”及“璀璨风华 192 大宅”促销节点精准造势，高效利用小风车引导实现 10% 曝光进入率。通过持续复盘优化场景与话术，并基于用户画像深度优化投流，精准锁定本地客群。

## 业务背景

- 1、世茂中西部在长沙的重点改善项目，芙蓉核心区流量红盘；
- 2、以1+N矩阵号模式全面布局抖音线上直播，为项目曝光引流。



## 直播高分动作

场景持续优化，话术精准迭代：每场直播后复盘数据，针对性升级直播间布景及视觉呈现，提升用户停留与进入率。基于留资转化效果，动态优化主播话术（突出优惠+稀缺性），强化客户留资引导。



## 案例亮点

- 1、节点借势&精准营销**：深度结合“世茂618买手节”及“璀璨风华192大宅”促销，营造热销氛围。精准传达项目“五一路旁”核心价值点，有效利用直播间“小风车”传递核心优惠，并不断包装新的留资钩子，实现10%高曝光进入率；
- 2、数据驱动&高效转化**：场场数据复盘，持续优化直播场景、进入率和主播留资话术。基于用户画像深度分析，优化投放计划，精准锁定25-55岁本地客群。投流贡献超90%曝光量，线索成本控制控制在240元。30天累计曝光60w+，获取留资85条，转化到访17组；
- 3、规范管理&稳定高质**：项目保障账号每日稳定开播时长2小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升主播直播能力，同时使用【移动获客】APP配合直播间运营，实现稳定且持续的线上导流。直播质量评分稳定在90分以上，超20天稳居华中榜单前十。

# 信阳华信·空中院子

高端改善盘

持销期

地方民企

## 制胜关键

精准投流：用数据“筛”出高转化流量池  
深度复盘：用“显微镜”解剖每场直播

60w  
曝光量

85条  
留资量

17组  
到访量

1组  
成交量

基于公司线上营销垂直管理体系，公司董事长和总经理亲自督办，直播大赛期间，项目连续五周霸榜华中区域风云榜前十名，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

为顺应数字化营销趋势，破解传统房产推广成本高、转化难等问题，信阳华信建投集团华银地产公司高度重视新媒体营销转型，将抖音线上营销列为“一把手工程”。



## 直播高分动作

运营结合明源AI深度复盘针对性解决直播短板（流量端深浅结合分层投放，提取历史成交客户标签，以客户画像精准投放流量；内容端优化主播话术与直播场景，发掘项目最大卖点优势促成客户种草留资）



## 案例亮点

- 精准投流：**根据成交客户画像不断优化投流计划，精准抓取项目潜在客户，通过深浅结合分层投放，浅层流量提升直播间推流数据，深层流量转化高净值客户留资，直播间线索成本仅150元；
- 内容优化：**项目运营结合明源AI每日深度复盘直播，分析不同时段，不同主播话术，不同直播场景的各项数据，持续内容优化，提升曝光进入率和线索转化率；
- 后端转化：**建立“日计划、周复盘、月考核”工作机制：每日召开晨会部署当日直播计划；每周进行留资转访排名考核；每月考核团队绩效，实施奖惩激励，转访率达13%，转化率达12%。

# 华润置地·中原润府

改善 | 首开

持销期

制胜关键

多维投流策略+热点高质直播营销

**130w** 曝光量  
**347** 条 留资量  
**61** 组 到访量  
**1** 组 成交量

依托华润系统化的商机能力培养，直播大赛期间，华中战区蝉联 TOP，多次获得满分，在直播间内容搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、华润在郑州重点布局的项目，开盘热销通过直播引流；
- 2、客群主要以刚改属性居多，关注价格、位置、配套。



## 直播高分动作

针对复盘诊断解决直播短板（曝光端增加浅层投放比例，以项目附近区域跑量提升投流效果；获客端增加推盘话术占比，人均观看时长增加到1分40秒。）



## 案例亮点

- 1、**高质量内容**：结合项目开盘节点，塑造红盘热销氛围，直播间贴片打造，从产品卖点、优势、痛点，设计内容，抓取用户第一视觉，精准吸引买房客户，实现18%的曝光进入率；
- 2、**高效投流**：人群定向与区域投放交互进行，飞鱼线索反哺优化投放计划，提高投放效果，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本105元；
- 3、**高效管理**：项目主播早晚轮班直播，每日开播覆盖时长18小时，单场直播稳定时长2小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，同时使用AI智能客服配合直播私信转化，实现稳定且持续的线上获客。

# 长沙润府

改善盘 持销期

制胜关键 投运一体+单场高预算长时长投流

108w 曝光量  
356条 留资量  
28组 到访量  
2组 成交量

长沙华润直播业务部署完善，专业投手带教、运营主播专岗，利用 AI 工具及高预算长时间的直播策略，在直播大赛中获得满分，常居华中战区榜首。

## 业务背景

- 1、长沙润府为华润直播获客重点项目，运营主播专职专岗；
- 2、181户型加推，正值长沙酷暑期间，重点通过直播发声。



## 直播高分动作

- 1、联播拉时长：润府单项目双主播联播，运营场控投流常态化获客，场景、话术、曝光收客效果俱佳；
- 2、借力AI：AI工具优化脚本，AI销售员实时协助回捞直播间意向客户，提升留资效果；
- 3、大小场结合：操盘手每周做客直播间打造BOSS专场，前后宣搭配，大场人群破圈+小场收割。



## 案例亮点

- 1、投运一体：运营操作投流账户，直播间投放节奏与运营节奏紧密结合，及时调整广告，对比代理投流获客提升1.5倍，成本降低37%；
- 2、主投深层，多定向、多目标测试：主投UBL计划，2条nobid备用；投放表单、多转化、私信留资等多个优化目标；定向上通投+徠卡+人群包广告搭配，拉取项目历史到访成交人群进行相似拓展投放，形成项目专属标签人群包；找准产品定位人群特征，拓展如汽车、数码、玉石、名表名包等高净值人群包做增量。

# 长沙招商·揽阅

改善流量盘 持销期

**制胜关键** 精细化投流策略+严格执行复盘策略

**66w** 曝光量  
**206条** 留资量  
**23组** 到访量  
**2组** 成交量

基于揽阅系产品，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面精益求精，严格执行直播间人货场铺排计划，将上月红盘首开热点延续，多次获得区域前列排名。

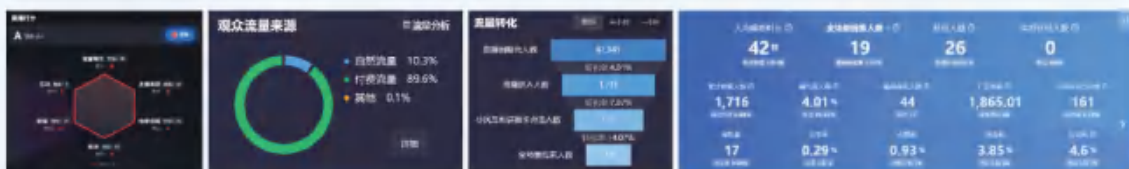
## 业务背景

- 1、招商在长沙梅溪湖麓谷的核心项目，首开期即通过直播拿到上千条留资，持销期流量有所下滑但核心人群更加精准；
- 2、城市渠道组织架构升级，以一个主播带动5名商机全天6-8小时直播持续引入流量。



## 直播高分动作

严格执行精细化投流策略（利用上个月首开期投放模型，迭代新的投放计划，精准抓取30-49岁地缘性客户群，结合首开余热利用付费流撬动自然流降低获客成本。）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：配合项目拿地、开盘节点，强化热销氛围，主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户，实现14%的全场景线索转化；
- 2、**精准投流**：通过往期直播用户画像深度复盘，优化投放计划，精准抓取30-49岁地缘性客户群，同时合理利用直播人货场拉动自然流。投放实现10%自然流，89%付费流的平衡流量。将直播线索成本降低至98元；
- 3、**规范管理**：项目每日6-8小时不间断直播,主播商机传帮带轮番上阵，实现稳定且持续的线上导流。

# 凯德淮海壹号

高端改善盘

持销期

## 制胜关键

精细化投流策略+标准化直播间打造

113w  
曝光量

309条  
留资量

5组  
到访量

基于凯德淮海壹号项目的线上能力培养，直播大赛期间，多次成为武汉区第一名，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、新加坡凯德在武汉重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、集团公司组织架构升级，为新项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

每日复盘针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、**高效获客**：优化点对点互动，直到观众进行留资或离开直播间，保证留资引导30+次/h频次，并增加演示步骤，提升留资效率，平均留资达到3条/场次；
- 2、**精准投流**：根据项目客户成交地图，反哺优化投放计划，精准抓取地缘周边客群，放大投放效果，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本203元；
- 3、**规范管理**：项目主播接力直播，保障账号每日稳定开播时长2小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，通过移动获客APP进行每日直播复盘。实现稳定且持续的线上导流。

# 孝感 九焯如院

改善四代宅 持销期

**制胜关键** 深度复盘精准调节+投流辅助



基于公司十余年客户数据沉淀和明源云系统数智能力支持，直播大赛期间，快速实现抖音直播从0到1的起步跳跃，仅用了三个场次的磨炼即稳定达到在AI直播打分模型的高分优秀标准。

**业务背景**

- 1、九焯集团深耕孝感十二年的升级力作，孝感首个第四代住宅引领城市住房升级换代；
- 2、公司营销全面转型，探索新媒体获客模式降低渠道依赖。



## 直播高分动作

AI直播模型精准指导，快速有效实现直播积累。



## 案例亮点

- 1、**数据驱动精细化运营**：实时监控关键数据（如观看人数、停留时长、互动率、转化率、GPM、流量来源），快速调整策略（换品、改话术、调投流），实现曝光约170W次；
- 2、**公私域协同**：直播前吸引项目老客户观看和参与互动，直播后引导用户加粉丝团、加入社群、关注账号，进行长效运营和复购唤醒；
- 3、**拥抱AI能力**：项目主播轮班AI主播辅助，保障账号每日稳定开播时长2小时以上，探索先进投流算法，进行精准流量投放，实现稳定且持续的线上导流。

## 2.5 西南区域优秀账号

## 成都华润置地·天宸上院

改善盘 首开蓄客期

制胜关键 优化投流及话术+场场复盘+场场改进

112.7w 曝光量  
248条 留资量  
22组 到访量  
6组 冻资

项目首开蓄客期，项目展示场景不足，展厅直播间搭建，直播大赛期间成为 AI 直播打分模型的满分直播，期间不断调整主播推盘、留资话术，以及运营对投流人群包不断改进更新，实现低成本、高转化。

## 业务背景

- 1、华润置地成都公司三季度重点项目，首开蓄客期；
- 2、平台全力支持，搭建直播间场景及推盘话术优化。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端优化主播推盘话术，加强小风车点击指引和示范；投流端不断尝试新的人群包，删除无效人群包，实现优质客群转化留资。）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：项目首开，对于线上客群对项目的不了解，利用信息差，引导客户进行小风车点击领取新项目资料包，实现最高单场19组留资的成绩；
- 2、**精准投流**：对客群包进行分析，行为兴趣以及区域年龄优化，精准抓取地缘31-50岁项目主力客群，放大投放效果，直播线索成本约167元/组；
- 3、**规范管理**：平台全力支持，联合项目主播，拉长单场直播时间到3小时/场，对效果较好的场次进行增额投流，鼓励主播保持状态。每场及时复盘失分情况，在下一场中进行实时改进和优化。

# 成都华润置地

区域项目整合

制胜关键

强化直播间装饰+双人互动联播

72.4w 曝光量  
251条 留资量  
28组 到访量  
2组 成交量  
4组 冻资

成都公司平台账号，结合各项目推荐节点直播，优质直播间贴片，直播大赛期间，4次获得 AI 系统满分直播。大赛期间针对不同项目进行人群包和客群画像调整，联合各项目主播进行联合直播，增加获客抓手。

## 业务背景

- 1、成都公司平台账号，融合新老项目节点；
- 2、集合各项目联合互动直播，展示全城置地项目。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端优化主播推盘话术，加强小风车点击指引和示范；投流端不断尝试新的人群包，删除无效人群包，实现优质客群转化留资）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：对在售项目进行轮番推荐，在直播间增加私信和话术互动。针对直播间客户预算和需求进行楼盘推荐，实现最高单场13组留资的成绩；
- 2、**双人联播**：拉长直播间单场时长，同时为了增加互动效果以及留资概率，结合主播的直播状态，进行双人互动直播，增加话题性和互动性，大赛期间尝试最长直播3小时；
- 3、**投流优化**：拿到各直播项目的人群包画像，对投流人群包进行优化，由于618无效人群包冲击，求助抖音平台帮助进行无效人群包去除。并不断优化人群包进行测试。实现平均147元/组低成本留资。

# 招商-锦城序

改善网红盘 热销期

## 制胜关键

精细化投流策略+深度复盘反哺业务

221w 曝光量  
300条 留资量  
42组 访问量  
11组 成交量

基于招商体系化的线上能力培养，直播大赛期间多次成为AI直播打分模型的满分直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业第一梯队。

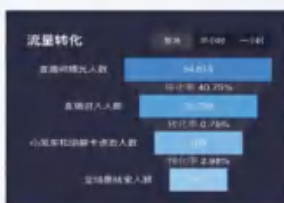
## 业务背景

- 1、招商在成都重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、城市公司组织架构升级，为新项目沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果。）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：配合项目开盘节点，强化热销氛围，主播直观输出项目卖点，配合直播间小风车优惠利好信息引导留资，精准吸引买房客户，实现40%的曝光进入率；
- 2、**精准投流**：往期直播用户画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取地缘31-40岁主力客群，放大投放效果，通过投放获取90%以上曝光，直播线索成本70元；
- 3、**规范管理**：项目主播轮班直播，保障账号每场稳定开播时长2小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，同时使用AI工具配合直播间运营，实现稳定且持续的线上导流。

# 四川保利直播间

豪宅流量盘

尾盘期

制胜关键

坚守长效经营+动态投流策略+贴片&场景赋能

132w  
曝光量

386条  
留资量

57%  
加微率

基于保利发展体系化的线上能力培养，直播大赛期间，多次成为 AI 直播打分模型的满分直播，在流量曝光、主播表现、直播互动、投流等关键维度，表现均位于行业前列。

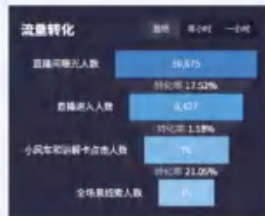
## 业务背景

- 1、保利四川以“流量赋能地产营销”为核心命题，通过内容IP化、直播场景化、获客精准化三维策略，搭建「内容-流量-转化」闭环生态；
- 2、助力“保利花照天珺”实现“四开四涨四罄”的业绩突围。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈+行政区双点位打点提升投流效果。）



## 案例亮点

- 1、**数据驱动，做足时长**：两大官号蓝V，采用“6×5”稳定直播模式（每周6天，每日5小时+），最大化覆盖直播间高潜客群；〔保总来了〕〔618三好购房节〕等节点大场，全员账号“日不落”加码；配合深度直播诊断，针对6大维度及3率等关键指标实时复盘，快速调整主播话术节奏及投流策略，反哺下一场直播内容；
- 2、**精准投流，实时调整**：每日投流2000元+，持续复盘直播用户画像，动态更新成交及到访高意向客户区域，复制优质计划+轮动测试新增计划，过程实时监控动态调整，直播线索成本137元；
- 3、**直播贴片，场景赋能**：内城区位优势+新规稀缺产品+专属福利钩手等核心卖点上屏，秉持“3s吸睛原则”，强制触发客户停留及留资；坚持实景直播及走播，实现15%的曝光进入率。

# 成都招商·时代公园

改善盘

持销期

**制胜关键** 多维度投流+实时后台监控

**199w** 曝光量  
**243** 条 留资量  
**29** 组 到访量  
**2** 组 成交量

将招商蛇口成都公司标准化的直播要求及线下打分机制合理运用在直播大赛，比赛期间，时代公园项目用教少量的投流金额，达到各个直播比赛评分项满分，并持续保持稳定。

## 业务背景

- 1、成都新区-天府新区，400-3000万改善产品；
- 2、区域热度持续下降，新建自媒体团队提升获客通路。



## 直播高分动作

比赛评分机制 = 日常直播要求（通过分析比赛各评分维度，进行线上团队培训，结合直播AI深度复盘，进行主播细项考核）



## 案例亮点

- 1、直播间搭建：**配合直播大赛热度，优化直播间贴片，直播简介等内容（展现区域、产品、书包，优惠等客户关注点），实现25%的曝光进入率；
- 2、多维度投流：**在原有表单投流基础上，增加直播观看人数，互动等投流项，保持直播间热度，同时根据项目成交客户画像，扩宽投流范围至北上广深+新西兰片区，获取50万+直播观看，直播线索243条，直播线索成本55元；
- 3、标准化要求+后台监控：**项目主播轮班直播，保障账号每场直播时长稳定2小时以上，所有直播时间后台均需有人盯守，透过实时直播大屏数据对主播话术、直播场景等进行调整。

# 越秀·阅今沙

改善楼盘

持销期

制胜关键

精细化投流策略+AI工具助力业务

**92w** 曝光量  
**365** 条 留资量  
**129** 组 到访量  
**3** 组 成交量

基于越秀体系化的线上能力培养，直播大赛期间，多次成为AI直播打分模型的满分直播，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、越秀成都，2023年启动直播自主获客，专人专岗系统成熟；
- 2、越秀成都重点项目，直播助力获客及影响力传播；



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（利用AI获客端每日复盘数据差距，高效匹配AI销售员触达及时回捞，提升线索转化，非工作时间AI销售员单日可捞回2-3组线索。）



## 案例亮点

- 1、精确定位，节点助留资：利用开盘热度，强化热销氛围，实景展示项目卖点，配合节点福利、小风车优惠利好信息、直播专属福利引导留资，精准吸引目标客群；
- 2、投运一体，多转化助力：日度复盘，探索最优表单，利用项目周边15公里持续放量投放，深转广告占比99%，使用多转化、私信计划获客，探索多场景下的流量入口；
- 3、规范管理，日不落直播：项目主播轮班直播，重大节点8-10小时日不落直播，通过直播诊断持续优化直播场景、主播状态，多次99分直播场次，同时AI销售员直播间运营+私信撩客。

# 中铁·阅山湖

改善流量盘 持销期

制胜关键 精细化投流策略+持续稳定开播

178w 曝光量  
586条 留资量  
50组 到访量  
4组 成交量

基于中铁置业西南公司体系化的新媒体能力培养，直播大赛期间，通过统一 AI 打分机制，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现均位于行业前列。

## 业务背景

- 1、中铁置业西南公司在贵阳重点布局的项目，持销期持续通过直播引流；
- 2、组织架构升级，为城市公司沉淀新媒体获客经验。



## 直播高分动作

利用AI深度、高效复盘，针对性解决直播短板（获客端增加主播运营高效互动、时效性钩子话术引导点击；曝光端增加表单投放比例，以周边商圈为点位打点提升投流效果）



## 案例亮点

- 1、**精确定位**：结合项目成交画像、项目亮点，主播直观输出针对客群的项目卖点，尤其针对是31-40岁客户喜好，采用好服务、好政策、好房子话术精准吸引买房客户，实现15%的曝光进入率；
- 2、**精准投流**：往期直播用户画像深度复盘，反哺优化投放计划，精准抓取31-40岁年龄段客群和遵义地区，放大投放效果，通过精准投放降低获客成本，直播线索成本113元；
- 3、**规范管理**：主播轮班直播，保障账号每日稳定开播时长12小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，实现稳定且持续的线上导流。

# 成都高投·启鸣双子

新规改善盘

蓄客期

制胜关键

深度复盘反哺优化+精细化人货场运营

66 w  
曝光量

239 条  
留资量

高投·启鸣双子，直播大赛期间，在直播间搭建、直播互动、主播表现、直播数据等方面表现一直稳步提升，多次连续在西南战区榜中上榜。

## 业务背景

- 1、成都高投TOP系首发作品「启鸣双子」，蓄客期持续通过直播引流；
- 2、成都高新区首个新规项目，高新新规高端局的关键。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性解决直播短板（投放端增加投流投放比例，获客端增加主播推盘话术及运营互动、节点性钩子话术引导留资。）

全场累计曝光人数	曝光次数	观看人数	曝光进入率	人均观看时长	直播消耗总金额	广告点击次数
7	3.07w次	4,052人	17.72%	1.83分钟	921.07元	2,612次
	分钟平均观看人数	转化率	私信人数	当月点击次数	广告线索量	广告线索成本
	32人	0.96%	1人	282次	3个	307.02元

## 案例亮点

- 1、**场景赋能**：巧妙运用各类销售道具（演示工具、优惠物料等），紧密结合直播场景与话术（客户痛点切入、限时优惠），高效引导目标人群进入，营造沉浸式体验和紧迫感，有效引导用户完成留资动作，提升了留资率与线索质量；
- 2、**极速转化**：建立“留资即追踪”的高效响应机制（上午留资，下午即安排到访跟进），极大缩短了线索响应周期。显著提升了客户体验和转化效率，避免了线索冷却流失；
- 3、**规范管理**：项目主播轮班直播，保障账号每日稳定单场开播时长2小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，提升团队直播能力，实现稳定且持续的线上导流。

03

实践

— 2025 房产直播大赛案例集

103 / 104

## 2.6 西北区域优秀账号

# 铁建越秀·高新璞悦

主城改善盘

持销期

制胜关键

体系化专业运营策略+高效复盘反哺业务

50w 曝光量  
306条 留资量  
84组 到访量  
4组 成交量

基于越秀空军体系的线上专业化运营，0粉快速起号，直播大赛期间，多次成为AI直播打分模型的高分直播，在运营管理、话术优化的助力下，多次霸榜西安房地产直播TOP1。

## 业务背景

- 1、越秀在西安高新重点项目，首开后持销期通过直播引流；
- 2、账号0粉起号，高效执行越秀空军线上专业化运营指导。



## 直播高分动作

AI深度复盘针对性优化直播短板（流量端精准定位，以项目周边商圈、目标社区打点、高新区企业定点提升投流效果；专职运营，全程盯播+私信获客，带动情绪、节奏高效、互动转化；）



## 案例亮点

- 1、0粉起号，快速提升：账号0粉开播，自然流获客，账号10天突破流量层级，付费直播后，采用双主播3-6小时直播，账号稳定留资，持续稳居西安房地产直播TOP1；
- 2、专职运营，全链转化：播前主播整场循环、基础话术梳理，播中运营盯盘，直播间及私信及时撩客，主播情绪、话术、节奏引导，提升播中效率，播后及时数据复盘及留资客户跟盯，转访率高达27%；
- 3、稳定获客，强控费效：结合项目客群精准打点、固定直播时段，不断优化投流计划，防止费用空耗，确保不同时段稳定高效获客，直播线索成本55元，深转广告占比99%。

# 西安金辉地产

刚需流量盘

持销期

## 制胜关键 节点造势+精准投流

50w 曝光量  
78条 留资量  
18组 到访量  
1组 成交量

超20天稳居西北榜TOP3，直播评分80+的高质量稳定输出，结合“年中超级购房节”及“618特惠专场”节点精准造势，高效利用小风车引导实现10%曝光进入率。持续复盘优化场景与话术，并基于用户画像深度优化投流，精准锁定本地客群。

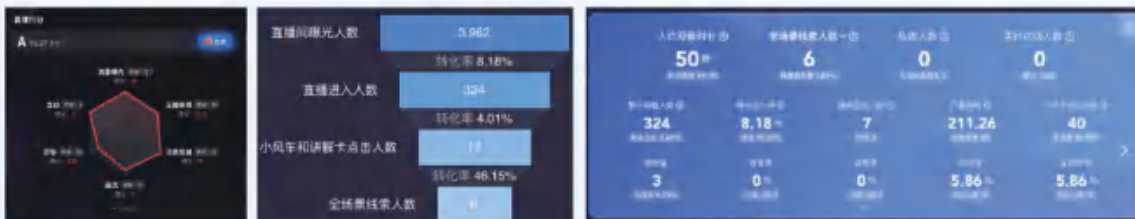
## 业务背景

- 1、金辉在西安重点布局的项目，城西流量盘&城南标杆红盘；
- 2、在抖音平台全方位铺设线上直播，为项目获取曝光与引流。



## 直播高分动作

优化直播场景，精细调整主播话术：每次直播收尾后，复盘相关数据，针对性地优化直播间的布置和视觉锤，从而提高用户的进入意愿和停留时间；与此同时，结合留资转化的实际成效，动态调整主播的话术内容——着重强调官方抖音专属房源优惠福利，更有力地引导客户完成留资动作。



## 案例亮点

- 1、**节点造势+精准营销**：结合“年中超级购房节”的促销活动，全力烘托热销氛围，精准传递项目核心价值，同时运用“小风车”持续设计新的留资诱饵，实现9%的高曝光进入率。
- 2、**精准投流+优化成本**：数据复盘，优化用户进入率及主播的留资引导话术，完善投放策略，精准聚焦目标客群，线索成本稳定控制在36-50元。累计曝光突破50万次，成功获取78条留资信息，转化为17组到访。
- 3、**规范管理**：保障账号每日稳定开播时长2小时以上，通过直播诊断持续优化主播表现，使用【移动获客APP】配合直播间运营，实现稳定且持续的线上导流。

# 西安中粮·大悦未来城

改善盘

持销期

制胜关键

三方协同运营体系+颗粒细化获客制度

64w 曝光量  
249条 留资量  
53组 到访量  
2组 成交量

建立新媒体矩阵及内容框架，通过新媒体团队、销售团队、渠道团队协同合力，突破传统的获客工作习惯转变线上思维，建立团队协同直播机制与行之有效的新媒体获客运营体系，确保线上获客的可持续性 & 成交转化效果。

## 业务背景

- 1、大悦城控股北方大区西安公司在城南布局的千亩改善大盘；
- 2、项目周边竞品项目竞争激烈，从新媒体端口建立差异化获客优势。



## 直播高分动作

根据线上直播平台的优势时段分析，建立每天4-5场的官方号获客轮播，以销售+渠道/主播的组合形式统一直播获客工作流程减少试错成本，配合AI智能销售员后台回复系统，使抖音官方号直播间成为项目24小时在线的产品价值推广与获客官方平台。



## 案例亮点

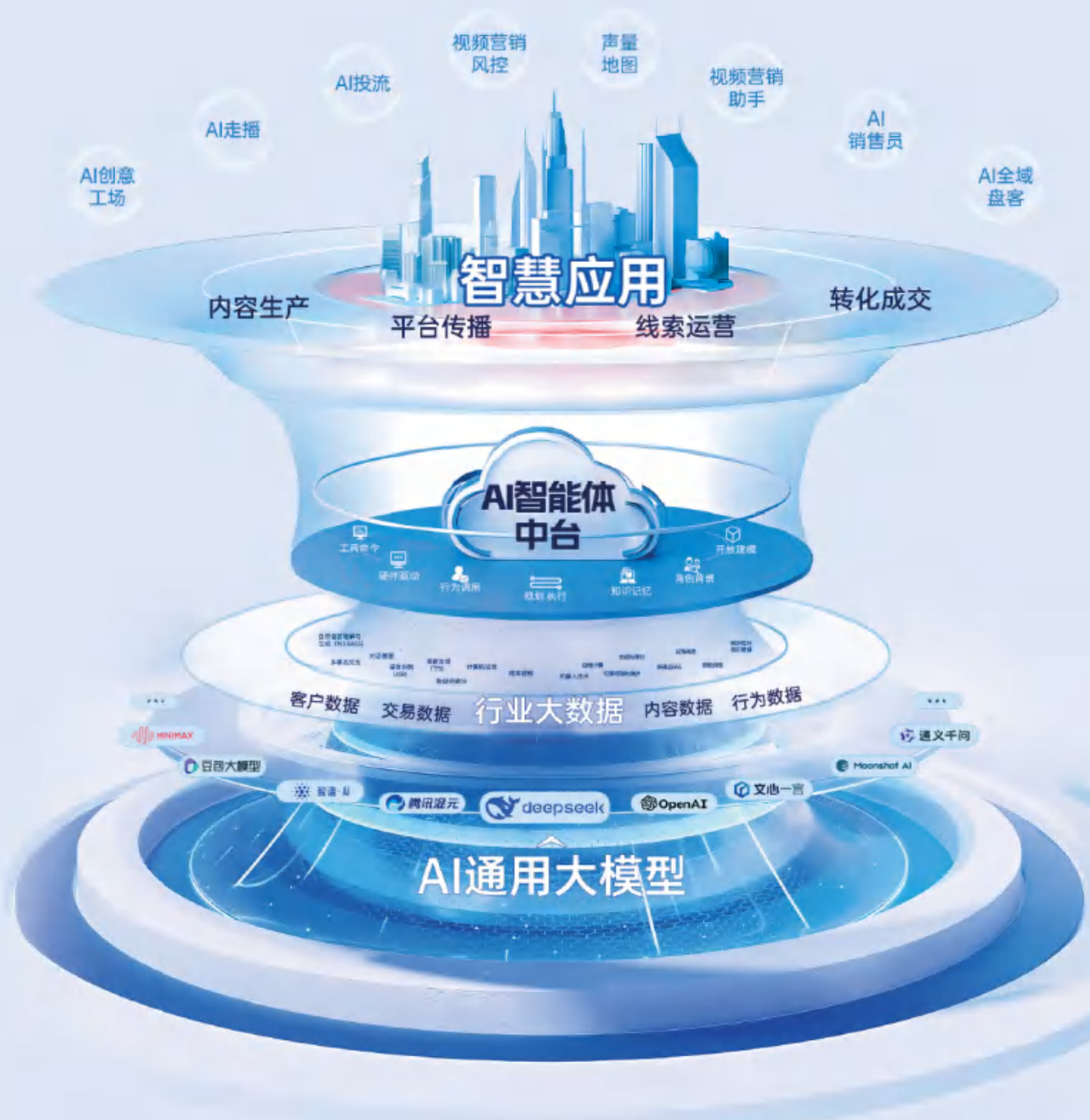
- 1、**案场协同**：新媒体获客是移动互联网时代背景下的新型房产获客形式，要以不破不立的魄力打破传统的线下获客工作思维，以主播（渠道/专职主播）+助播（销售）+运营（新媒体）各条线协同形成合力；
- 2、**颗粒细化**：对于留资、到访、成交等关键成绩及时披露，以结果导向激发直播团队竞争意识，通过线索共享台账将每场直播及线索情况明确到人，并在执行过程中不断完善制度建设；
- 3、**流量支持**：根据主播表现及留资情况设置直播轮班排行榜，对于留资及停留效果较好的主播予以政策倾斜，通过巨量ad浅层（原生互动）+深层（线索获取）并行实现176元/组的低线索成本。



汇集全球领先AI大模型

# 优中选精重构营销生产力

领先行业，明源云客全系产品率先开启多模型融合算法



一站式直播获客增效利器

# 让每场直播流量爆发



## ● 多平台开播

适配抖手红微多平台,矩阵账号一键开播,快速抢占流量入口!

## ● 多场景玩法

丰富留资组件&自定义直播贴纸,轻松搭建地产标准直播间!

## ● AI直播提效

行业首发AI直播打分模型,让直播效果可衡量,提升有路径!

## ● 多功能融合

一个平台搞定内容创作、线索转化、风险检测,执行/管理两手抓!



## 编委名录

---

总顾问 General Counsel

姚武 崔腾

技术顾问 Technical consultant

李晓明 张龙 伏旭阳

总编 Chief Editor

刘佳奇 张葵

编辑 Editor

王宇翔

美术设计 Art Design

李颖 何静雯 卢柏蒙

平台支持 Platform Partner

 抖音SDK  百度引擎

---

地址 Address

深圳市南山区高新南十道16号 金地威新中心A座8楼

网址 Website

<http://www.mingyuanyun.com>



明源云客公众号

## 特别声明

---

本刊物仅供明源云订阅用户免费使用。未经明源云事先书面同意，任何个人或组织，不得以任何方式、对本刊任何内容进行转载、拷贝、修改。

合作请联系：400-6027-009