

我家住在海南岛：

购房置业完全指导手册 助力谱写地产财富神话

在5月楼市黄金季节到来之际，有哪些项目值得企盼？整体市场是否区别于以往不同时期的特点？……为顺应2009年房地产业发展新潮流，挖掘海南楼市新亮点，本报再度集结海南地产军团，隆重推出旅游·地产直递杂志《我家住在海南岛》，并随报同步发行五一地产特刊，将为民展开一份有关楼市的精美答卷。

主流媒体打造置业锦囊

作为省内发行量最大、最具公信力、影响力和权威性的平面媒体，《海南日报》房产周刊在房地产报道领域一直以来都秉承客观、公正原则，力图在开发商和购房者之间搭建起一座沟通的桥梁，既为居民提供丰富实用的楼市信息，又为开发商提供一个自我展示的舞台。本次在五一期间，全面推出旅游·地产杂志，并随报同步发行五一特刊，这是海南日报报业集团继“三亚春季国际房展汇”、“北方四市巡展”后的又一力作，也是“信心09，海南地产军团集结行动”系列活动之一。

面对形形色色的楼盘，消费者如何在纷繁复杂的信息中找到自己称心如意的房子？据了解，《我家住在海南岛》直递杂志及随报特刊将以服务性、实用性为立足点，旨在全景式描述海南楼市现状，引领前沿消费潮流，把读者的购房需求和开发商的宣传诉求紧密结合，为读者奉献一个前瞻性、全面性、预见性和服务性的购房宝典。编委会工作人员介绍，直递杂志将采用进口铜版纸，8开豪华印制，以区域解读市场，从规划展望未来。并有精心策划制作“楼市全图”，为百姓购房提供详实的参考，倾力打造最权威、内容最完备、极具收藏价值的居民购房读本，这也是各商家进行品牌推广和产品营销的最佳平台。

点评：1+1>2

向左看，是直递杂志；向右看，是随报特刊。《我家住在海南岛》最大限度地

发挥媒体的特殊功能和作用，达到1+1>2的宣传效果，从而为海南旅游地产造势，凝聚更多人气。

直递杂志与同步特刊，前者直投四、五星级酒店、景点及机场，后者随20万份发行量的海南日报发行，有效受众达100万人以上，两者在发行渠道上无疑是一种互补。任何企业选择这种“1+1”的组合产品，既可以降低拓展市场的营销费用，又可以扩大宣传空间，全方位地网罗目标受众，产生“1+1>2”的营销效应。

一册在手，购房如同进超市

对于市民来说，选择“五一”黄金周买房是一个很好的机会。很多市民表示，“虽说‘五一’看房是一个很不错的选择，但是我们对海南楼市的发展状况又不是很了解，海南到底有多少个楼盘，这些楼盘的销售现状如何？我们全都一无所知。如果看房购房也有‘路线图’，也有指南针，那我们也可以购放心房了。”

超市的促销手册人们都非常熟悉，《我家住在海南岛》以区域为单位，将海南各地域楼盘清清楚楚地介绍给社会各界消费者。商品房也象超市卖日用品一样？难怪还在招商期间，这横空出世的旅游地产杂志搭配特刊就受到高度关注。从社会各界反馈的情况看，这种非常便捷的购房方式不但广受市民的普遍好评，同时也受到了房地产界的关注。

“无论是辗转在各个楼盘看房，还是在偌大的房交会现场选购，没有一本内容丰富、信息实用的购房手册在手，不仅浪费时间，而且往往让人费力不讨好。”编委会负责人认为，《我家住在海南岛》则将海南楼市资讯一网打尽，向购房者提供最详实、最权威、最实用、最细致的2009海南楼市资讯。“大量内容翔实的购房实例的刊登，使得购房者更容易在购买前进行比较和挑选，节省了反复看楼咨询的麻

烦。”

其实，直效行销已成为传统和司空见惯的一种行销手法，但是直效行销的方式不是每一个发展商都可采用，它的成功运作需要庞大的资金和客户网络支持，因此，海南日报报业集团独具创新，为直效行销注入了新的内涵，将报纸多年来所积累的庞大的读者群体延展为开发商的客户网络，并有选择地精准投放。据了解，《我家住在海南岛》除了各四星级酒店、景点、机场直投，以及随海南日报发行外，还在五一房交会期间免费派发，从而产生最广泛传播，最深远影响。

点评：直递+直击+直效+直观=值得拥有！

直递——直投四星级酒店、景点及航班；

直击——房交会现场直投观展受众，直击有效购房群体；

直效——同步发行海南日报五一特刊，以20万发行量覆盖100万有效受众，高效益，高回报，低成本；

直观——从规划展望未来，以片区解读市场，看区域名盘，如何领袖五一楼市！

楼市宝典助推房企品牌发展

招商一经推出，《我家住在海南岛》就吸引了众多开发商踊跃参与，热线咨询如何来抢订黄金版面。众多开发商都预借此展示其企业实力与品牌，树立良好的群众口碑。很多开发商认为，可以提高房地产企业的知名度，树立开发商的品牌形象，并可以积累客户，促成销售。不仅如此，开发商更为看重的是海南日报权威发行，他们纷纷表示，日报有巨大的公信力及社会影响力，还有上百万的有效读者群体，尽管市面上有林林总总的杂志，但他们相信《我家住在海南岛》定将脱颖而出，独树一帜，同海南日报一样，拥有无以匹敌的影响力和效果。

2009年5月，中国地产在周期调整之后，迎来了第一个黄金销售档期。春节后回暖的市场将房地产市场似乎又一次拉回到“买房年代”。然而，更多的业内人士认为，周期之后，2009年的中国地产市场将是“试金”的一年，市场将选择出那些在未来市场发展过程中受到市场欢迎的产品。大家相信，2009年市场的“试金”将从这一个五一开始。

另外，编委会接到了大量读者的电话，询问杂志的推出时间以及如何能得到杂志。他们认为，在这本杂志上既有具体楼盘的信息，又有海南区域的规划介绍，这样消费购房时，能清楚地知道自己意向楼盘地域的升值潜力。许多在海南居住和工作的读者表示，平时不仅得为自己看房，还有内地的亲

朋好友委托买房，“我们又不是专业人士，替人家买房更操心！”“有了《我家住在海南岛》，这就相当于有了一部购房宝典！”

据了解，《我家住在海南岛》将于五一期间全面发行，届时，广大购房者可一睹其“芳容”。目前，特刊的招商工作正在进行中，凡2009年4月20日——5月20

日，认购海南日报1/2版平面广告，即可获得赠杂志豪华内页1P，认购海南日报整版平面广告，即可获得赠杂志豪华内页2P，并在海南日报五一地产特刊上有相应展示。望有意向的开发商抓紧时间报名。

点评：海南日报+直递杂志=无限可能！
□湛墨 撰稿

设计师：费鸿茗
地址：大公馆
面积：420m²
设计说明：（欧式）辉煌的古罗马时代世人奉献的是华美庄严，比例均匀的古典风格，穿越黑暗的中世纪，耀眼光芒的文艺复兴时期则创造出了新古典、巴洛克等经典装饰样式。

恒泰装饰
HENGTAI DECORATION
《房产周刊》特约家居装饰公司：恒泰装饰
地址：海口市国贸大道新达商务大厦二楼
电话：0898-68551911
全国免费咨询电话：800-8765-009 www.htdec.net

海南地产军团再度集结——《我家住在海南岛》

旅游·地产直递杂志

横空出世

本报五一特刊同步发行

直递+直击+直效+直观=值得拥有！

海南日报+直递杂志=无限可能！

直递——海南日报首度倾情巨献，《我家住在海南岛》直递杂志权威发行，进口铜版纸，8开豪华印制，直递四星级酒店、景点及航班；

直击——房交会现场直投观展受众，直击有效购房群体；

直效——同步发行海南日报五一特刊，以20万发行量覆盖100万有效受众，高效益，高回报，低成本；

直观——从规划展望未来，以片区解读市场，看区域名盘，如何领袖五一楼市！

海南日报房地产营销策划有限公司
HAINAN DAILY REAL ESTATE MARKETING PLANNING CO., LTD.

主办：海南日报报业集团 承办：海南日报房地产策划营销有限公司

招商电话：0898-66810285 66810287 13976077158 13368988889 13876005398