



海南日报为高端地产量身打造顶级盛宴!

访海南日报房地产策划营销有限公司总经理栾岚

从“三亚春节房展”、“北方四市巡展”到“冰城房展嘉年华”，海南日报一次又一次吹响地产军团集结号，一次次获得圆满成功。8月，本该又是海南楼市沉寂的一个月，因为有了“2009海南地产军团集结号”的“国际旅游岛名盘典范荣耀京城”的出现而热闹起来。这个特殊房展只选择万元以上的楼盘参加，这个特殊房展聚集着北京最高端的消费人群，“楼以类聚，人以群分！”这个特殊房展发出地产新强音！近日，海南日报房地产策划营销有限公司总经理栾岚走进小墨会客室，且听她来解读，如何让一次房展成为海南高端房产的顶级盛宴。

关于房展： 媒体公信助力产业资源整合

小墨：从“三亚春节房展”、“北方四市巡展”到“冰城房展嘉年华”，海南日报一次又一次吹响地产军团集结号，一次次获得圆满成功。您觉得是什么原因促使每一次活动都能超过预期？

栾岚：房地产业的发展需要各方都能信任的牵线者、引导者，事实证明，媒体办房展，公信度高，传播面广，达到了多方共赢的效果。第一，强势媒体有运作大型会展的经验，社会形象良好，开发商和市民对其策划能力和实力高度认可，在这方面，其它的房展承办方是无法相比的；第二，由于有媒体作支撑，强势媒体主办的房展会可以通过大版面进行形象宣传，形成一种强烈的冲击，同时，使参展商的成本有效降低，而回报却更丰厚；第三，强势媒体主办的展会尤其是房展定位准确，宣传到位。毫无疑问，海南日报办房展已成为一种独特的模式，也形成了独特的“媒体效应”，被开发商消费者全面接受和认可。岛内外同行纷纷向海南日报房地产策划营销有限公司取经，“海南地产军团”更成为海南地产界一个热词，一大品牌。

事实证明，媒体办展会有优势，有些功能是其单位办展不能复制的。海南日报作为省内第一强势媒体，依靠其强势宣传的优势在三亚成功地举办了“09三亚春季国际房展”；紧接着联盟岛外两省六大媒体完成北方四市巡展，成功地带房产项目走出海岛；在冰城房展中，海南日报再次携手黑龙江日报报业集团，通过前期大规模预热，集聚精准客户，在展会现场就高效地完成销售。

关于定位： 高端房展是市场细分的结果

小墨：由于海南岛特殊的地理环境和区位优势决定了房地产业的客源主要来自外省市，岛外房展会一度成为房地产开发商的最爱。海南日报组织北方四市巡展和冰城房展都获得了成功，这次选址在北京的房展为何定位如此“高端”，以至于有一部分因为“级别不够”而不能参加的开发商深表遗憾？

栾岚：岛外房展的确拉近了房地产开发商和消费者之间的距离，可是还有许多开发商向我们坦言，有许多展会并没有达到预期的效果。这里有两个小故事。

4月在北京房展，海南楼盘去了几家。可是人潮涌动的诺大国贸展馆里，零星的海南展位淹没其中，找到参展商，哪一个效果？

另外，这次冰城房展，一个高端项目与一个低价位楼盘的工作人员在一起开玩笑，“你们能完成几十套的销售，我们功不可没！”因为两家展位正对着，这边一问，“一平方米一万元”那边一问，一平方米不到三千，人家可不是买便宜的那家……

第一件事促使我们下决心，要在大的北京城里办一个只有海南楼盘和要买海南房的北京人参加的房展。第二件事使我们意识到市场细分的重要性，作为房展的承办者，我们搭建着房屋销售的平台，既然这次选择了北京这个高端城市，就要选择与之相匹配的高端楼盘。

初期推出这个高端房展时，我们也有担心，把海南的房产和北京高端客群首次汇聚在展会上，是否是我们的一厢情愿？在市场的调研时，海南一些品牌开发商的反馈给了我们极大的信心。

“海南日报将房展锁定高端楼盘，对参展的楼盘和入场的消费者也有了更高层次的准入机制，是

迎合市场细分的需求！”“随着市场的细分，对展会如何锁定高端目标客户的功能需求日趋强烈。”“从房展会开始细分等级，越来越往高端领域发展，房展会的分阶段现象，意味着市场在不断调整方向、选择受众。”兆南集团、城市海岸、宝安·江南城、盛木·天一一方等大楼盘第一时间报名参加。

我们相信，北京高端投资者对海南房产的需求如同蕴藏巨大爆发力的火药，一触即发，但却缺少一条关键的导火索将其引向火源。这次房展选择这个时间节点，针对中高端物业需求的多样性和多层次性，对口引入供给，确保双方各取所需。相信海南高端物业的集中展示，将引爆北京投资客户强烈的需求。

关于选址： 北京人在海南购房金额全国排第一！

小墨：因为与房地产商打交道很多，很多北京的朋友一直委托我们部门的同事在海南买房，前前后后不下20套。我们发现，真正高端的北京客户对海南楼盘的购买欲望非常强烈，而且消费能力很强。是否因为这个原因，高端房展选址在北京？

栾岚：北京作为国际大都市，是政治、经济、文化、人口逾1700万，富豪商贾云集，是中国最具购买力的城市。在三亚，北京人一般瞄准高档住宅，单价都在万元以上。据三亚房协数据显示，2008年北京在海南购买住宅高达1572套，均价达11849元/平米。北京人在三亚买房总面积不及黑龙江，但成交金额却名列各省之首，主要购买的是海景公寓。海口城市海岸根据一期和二期销售统计，购房的有一半是岛外消费者，其中有70%是北京人。

高端物业应享受独立展区的尊贵待遇，豪华展场用以匹配高端物业形象。本次展会选择在北京

SOLANA 蓝色港湾国际商务区，SOLANA蓝色港湾是一个多业态高端购物中心，由美瑞百货、SOLANA?MALL、亮马街、活力城、品牌街、亮马街酒吧街等区域组成，业态涵盖零售、餐饮、酒吧、娱乐等。蓝色港湾位于北京国际化程度最高朝阳区，北边为第三使馆区，东南角为朝阳公园北湖，湖南岸及东岸分别是奥运沙滩排球比赛场地和208米高的“朝天轮”。

高端物业展区以全新的视角，突破传统展位的界定，不再有叫卖喧哗，不再有闲人闲逛，优雅环境突显高端物业定位，多场高尚主题活动注入国际时尚话题，展示高端生活品质。组委会将精心策划本主题展区系列配套活动，通过时尚生活元素的展示来让高端人群了解高端物业市场走势和消费理念。

■手记

北京·海南，零距离！

几大巴白沙、几大巴椰子、数名泳衣女郎、数棵椰子树、不计其数的贝壳、各式各样的海南特产……栾总这样描绘展会的准备，似乎跟地产无关，为了在北京复制海洋，让北京人与海南零距离。

银行卡会员、汽车俱乐部、游艇俱乐部、马术俱乐部、汽车4S店、拍卖行、银行高端客户和高端社区……翻看一下观众组织名单，这一长串家私殷实、情趣高雅之士，都是这次房展需要“一网打尽”的对象。

“我们所做的仅是一个开始，还需要进一步强化更多的延伸服务，毕竟展会能给予最重要的是口碑和丰富的选择，我们希望呈现给观众的是海南高端地产投资盛宴，还要当好2009海南高端置业之旅的向导。”栾总讲这段话时很动情，这是希冀，也是全部门一直努力的方向。 □湛墨 撰稿



设计师：徐三
楼盘：国际公馆
面积：360平方米
设计说明：配合业主独特的个性，本案采用了完全不同风格的材料和色调光影来宣泄空间给人带来的灵动。跃层空间本身就极具时代感，空间立面上采用了多层次的表现方式，结合整体空间的拉伸感，营造一个细致 & 雅静的空间。

《房产周刊》特约家居装饰公司：恒泰装饰
海口总部：海口市国贸大道新达商务大厦二樓
电话：0898-68551911
海口万佳分店电话：66830908
琼海分公司：62926611
三亚分公司：38890866
家俱厂：65923077

恒泰装饰
HENGTAI DECORATION
全国免费咨询电话：800-8765-009 www.htdec.net



主持人：小墨 热线电话：13907687749
楼市风云的背后总是站着一批身影，他们是创造者。他们是海南房地产业界的中国地产界领袖人物，他们为房地产行业健康发展做出了独特贡献。您可以“小墨会客室”人物的身影中感受中国楼市的发展变迁，品味智慧火花碰撞出的思想盛宴。小墨会客室关注精英人物，也欢迎各位有识之士作客本案！

名盘大盘汇萃京城,璀璨即将绽放 强势宣传荣耀交融,凝聚品牌力量

京城房展

因你而精彩!

主办单位：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

荣耀之旅报名热线：13976077158 13876005398(琼北片区) 13907684111(琼海片区)
13976099978(文昌片区) 13368988889 13707587749(琼南片区)