持续创新 + 资源整合 + 强大执行 = 赢

“亡”:我们有“危机”意识,随时了解房地产环境的变化,采取策略,赢市场
“口”:我们善于“沟通”,实现与房产客户的良好交流,赢口碑
“月”:我们和“时间”赛跑,我们在时间的积累中,累积智慧,也累积经验,获得双赢
“贝”:我们拥有多种“资源”,通过强大的资源整合,实现与客户共赢
“凡”:我们保持“平常心”,用良好的心态去面对“赢”,用积极的状态与客户共赢天下!

海口百余名地产精英汇聚一堂
海南日报房地产策划营销有限公司 1 周岁了!

“2009 年 1 月 1 日,海南日报房地产策划营销有限公司成立了。这一天便成为一个崭新的开始,从此迈出铿锵步伐,慷慨出发。”2009 年 12 月 30 日,海口区域百余名地产精英齐聚喜来登,共同为海南日报房地产策划营销有限公司庆生。海南日报报业集团各部门领导也出席了此次年会。

签到现场

成信房地产公司副总经理张桢毓先生发言

海南西格玛服务机构总经理倪侃先生

赢·全新起跑

赢,趋舍而前曰赢,退舍曰缩。看赢字,首当其冲的是个“亡”,动无常则,若危若安。亡代表危机。2008 年底金融危机的影响下,海南日报报业集团领导在危险中发现机遇,于 2009 年 1 月 1 日成立海南日报房地产策划营销有限公司,为海南日报业集团全资子公司,公司对内为正处级事业单位建制,名为海南日报社房地产广告经营中心。

独家经营《海南日报》、《南国都市报》两大海南主流权威媒体的房地产广告业务。紧随市场变化,从传统单一的平面传媒宣传推介模式向多元化的房地产项目策划推广的营销模式转型。致力搭建以整合、网络、立体的房地产营销推广服务平台,开创海南房地产媒体营销推广新纪元。

赢·品牌栏目

整个赢字的根基是“贝”,贝代表着资源,资本。

我们拥有多种“资源”,法国作家圣埃克苏佩里说:我是最强的,因为树比土壤中的元素强。树把土壤中的元素吸收到自己身上,滋养自己成了树。我们的公司,根植于海南日报报业集团的沃土,汲取经济高速发展的养分,沐浴百万热心读者的滋润,我们长成了树。

《海南日报》是海南日报报业集团的旗舰报,报纸发行量多年一直稳居海南首位,在同城媒体中更是占居绝对领先地位。海南日报拥有每天平均读者 50 万人之众,还被指定为海南航空和南方航空每天 400 班进出海南航线的机上读物,并且发行覆盖海口、三亚、琼海等所有星级酒店、旅游景点,是每年进岛游客最先了解海南的窗口,被誉为“铺天盖地”的报纸。

《南国都市报》是海南日报社主管主办的海南第一份都市报。以本地新闻为立报之本,贴近百姓生活,讲述百姓心声。以很强的可读性、服务性、成为最受市民欢迎的都市媒体。省内最多广告受众阅读比例、阅读频率、忠实读者比例均位列同城都市类报刊之首。

《海南日报》、《南国都市报》广告创收逐年上升,占据全省报纸媒体的 70%以上的份额,占有全省广告份额的 50%以上,并荣膺 2008-2009 中国报刊广告投放价值百强,“全国日报十强”。

房地产周刊:每周固定时间刊出的《海南日报》、《南国都市报》房地产周刊,力求以具有“深度、广度、锐度”的专题式报道与解读,为投资者提供一种视野和路径,更好地理解和把握房地产行业与市场。

《我家住在海南岛》直递杂志:发行渠道覆盖海南四、五星级酒店客房、高尔夫俱乐部、汽车 4S 店、高档餐饮包厢等高端场所,是目前岛内发行量最大的地产直递杂志。

中国主流媒体海南房地产营销联盟:与全国数十家主流媒体单位达成战略合作关系,建立媒体营销联盟,为海南房地产项目和对海南房地产项目感兴趣的全国客户之间搭起积极互动的桥梁。

读者购房俱乐部:利用主流媒体信息资源广、公信力强、号召力大等自身特点,通过调查问卷、注册登记俱乐部会员等形式,为有在海南购房意向的人群全程提供楼盘推介、产品分析、组织看房、项目优惠等人性化、一站式终极服务。

赢·主动出击

路漫漫其修远兮,勇者,行走无疆。

赢字的一部分是“月”,月是时间,我们和“时间”赛跑,我们在时间的积累中,累积智慧,也累积经验,获得双赢。月也是经历,是一路走来深深浅浅的脚印。

2009 年 1 月 “2009 三亚春季国际房展汇”

25 天筹备,6 天展会,183 套现场销售,成交 1.098 亿元,登记购房 732 套……这些数字在我们部门每一个人心中都挥之不去。

房展一改过去在封闭的房屋内展示楼盘的形式,将举办地放到三亚大东海这个滨海城市中心海湾旁,让海南居民和游客在三亚温暖的冬日户外看房,直观地体验到海南碧海蓝天的生态特色。这次房展汇是海南第一次春节期间举办的房展,也是三亚首次举办的房展,同时更是海南媒体第一次举办的房展。最具消费力的人群!最黄金的时间!最强势的媒体!最温暖的城市!最火爆的楼盘!

2009 年 3 月—4 月“海南地产军团集结行动之北方四市巡展”

行程万里,横跨两省四市。在哈尔滨、大庆、太原、大同,海南地产北方四市巡展深深

吸引了北方居民对海南地产的关注,提振了岛外对海南地产市场的信心。此次巡展活动,不

仅使岛外消费者与海南开发商之间有了更加密切的接触,而且丰富了跨区域营销的新模式。

2009 年 5 月《我家住在海南岛》直递杂志创刊,并以“溯源”、“走进”、“畅想”、“开启”、“携手”、“民生”等版块推广“国家海岸·海棠湾”

2009 年 7 月 “海南地产军团集结行动之冰城房展嘉年华”

冰城房展中,集结了 20 家海南房企的海南地产军团,凭借浓浓的热带风情、迷人的海景资源,以及参展项目过硬的品质,以蓝色基调组团参展,深深打动了众多观展者。产品从高档的一线海景、高尔夫房产到温泉别墅、酒店公寓,价格从每套十来万到数百万,在哈尔滨刮起了一股热带风,成为本次房展最亮丽的风景线。

2009 年 8 月 “海南名盘京城展”

京城房展嘉年华是迎合市场细分的需求,锁定高端楼盘,对参展的楼盘和入场的消费者设定更高标准的准入机制,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。

2009 年 11 月我们整合推广滨江新城,以“一座新城的崛起”为主题的滨江论坛获得满堂彩

2009 年 12 月,我们以“特刊”、“研讨会”、“规划图片展”、“房展”几种形式为推广定安度假地产策划并执行了一次完美的整合营销传播活动

赢·核心理念

真者,精诚之至也,不精不诚,不能动人。“口”代表沟通,也代表口碑。也许不够成熟,也许不太熟练,这个团队一直不变的,谦逊的态度。我们能做的,只是用真情和真诚来代替经验与技巧。正因为这样,我们通过与我们的读者及在座的各位的良好交流,以栏目迎共鸣,以活动博影响。

宠辱若惊,贵大患若身。“凡”是一颗“平常心”。

一年来的求变与创新,我们一路走来,幸有各位携手相伴同行,每一次的变化,源于我们的价值观;每一次的提升,力求彰显我们的与众不同。

□谌墨

2月,北方四市巡展启动

3月,海南日报集结地产军团巡展第一站哈尔滨

7月,冰城房展嘉年华

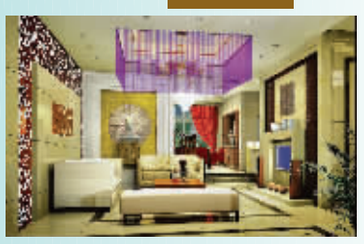
8月,十大名盘荣誉京城

11月,滨江板块高峰论坛

12月,定安特刊

12月,定安规划图片展暨房地产推介会

样板间



设计师:莫明辉
建筑面积:约 200 平方
户型特点:结构方正 南北对流 前庭后院
主要材料:艺术砖\酸枝饰面\韩国墙纸\进口石材
设计理念:在满足业主要求的前提下,设计师选择了现代欧式或者可以说是简约欧式,整体设计以简练的直线,在配上欧式风格里常用的色调以及装饰

《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楼
电话:0898-68551911
海口万佳分部电话: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