

3台网络直播车、12家省级媒体全程报道,海南灾后首场房产岛外营销的消息不断从西安传出。7月28日,海南灾后首场房产岛外营销——第八届中国海南旅游地产文化节之2014西安房展成功闭幕。展会三天成交17套商品房,达成意向23笔,800人报名参加海南购房团,现场发放宣传单页12万份,陕西媒体广告投放总价值181万元。

传递信息 展示形象 提升销量 海南房产依旧坚挺

第八届中国海南旅游地产文化节之2014西安房展如期举办

这是继重庆、北京、哈尔滨房展之后,海南日报报业集团发起的第11次海南房产的岛外营销活动,12家西安媒体全程报道,引来数万人次前来参观,实现了海报集团的展会布局西安,辐射西北市场,传递信息、展示形象、提升销量的目标。

灾后营销,海南房展让西安“上火”

就在西安市民还在心系超强台风袭击海南之后的救援重建时,海南日报报业集团将寸土寸金的西安民生百货商场一楼黄金档口做为主展场,成功举办了一场海南房产岛外营销的房展。这个房展受到了西安广大市民的特别关注,在房展开幕当天,《陕西日报》、《华商报》等12家媒体全部对会展进行了报道。同时,西安旅游交通广播在现场实现西安、海口两地现场销售房连线直播。展会三天,12家媒体的全程跟踪报道,迎来数万人前来观展,海南印象、置业海南一时成为西安的热门话题。

无独有偶,7月26日,西安市松动了60平方米以下的商品房限购政策,陕西媒体在报道本省房市的同时,将海南房展做

为报道延伸的猛料。《华商报》的一位记者称:海南日报报业集团主办的房展是外省媒体首次在西安办展,出于对媒体的信任,西安市民表现出对在海南购房的极大热情。他们是看到海南房展成为市民关注的焦点后到现场采访的。

“这次听说台风对海南影响很大,没想到海南这么快就开始了岛外营销,而且现场通过咨询才知道台风一般不会对海南的建筑造成灾难性的影响,而且你们能这么快出岛办展,打消了我在海南置业养老的顾虑。”一早,西安市民史先生就在展会现场了,他不仅自己来看房子,还当起了海南风土人情的解说员。他告诉记者,海南生活便利、节奏惬意,很适合养老,自

己因为儿子在海南工作,所以每年11月前后都会去海南猫冬,直到过完春节。现在看到海南房子卖到了西安,史先生早就来“看房”。

“此次展会的目的并非单纯推荐我们的优质房源,我们更想做的是,把一个热情、包容、健康、生活化的海南介绍给西安;我们的产品也不仅仅是房子,还附送纯净空气、连天的碧海、富氧的热带雨林、长寿的健康秘诀、快乐惬意的贵族生活……”西安房展主办方负责人王军表示,海南日报报业集团是在灾后集结海南优质房地产项目布局西北重镇西安,意在向外发布海南房地产未受台风影响的消息,并将海南印象植入西北。

整合推广,展示形象布局西安

权威媒体办展,携手海南精品楼盘,附送海景、优质的自然环境、惬意的生活节奏以及极具潜力的投资价值,让西安市民爱上海南。

40家房企派出专人参加现场售房活动,同时17家企业委托签署。本次房展参展企业覆盖海南全省,省内重量级房企如绿地集团、恒大地产、海航地产、富力地产、雅居乐以及长信地产等都组团参加。此外,房展推出的重磅楼盘还有:专家公寓、鸿州江山、紫园、龙湖湾、澄迈半岛一号参展;与此同时,琼海长涛、美岭湖、陵水阿罗哈、临高长岛蓝湾等名盘也都做了今年三季度开季的销售重点参加了房展。

“一线海景、不可多得的自然环境、

极具诱惑力的价格,海南让人难以拒绝。”西安市民樊先生告诉记者,因为来逛了此次房展才真正了解海南,发现海南的房子不仅具备度假物业的极好条件,其升值潜力也非常值得期待,所以他在展会现场就决定了要买海南的房子。27日,樊先生经过反复咨询、斟酌,在长岛蓝湾的展位前给自己预定了一套55平方米的房子。

现场,前来参观的市民络绎不绝,记者发现很多西安市民对于海南置业兴趣浓厚,主要用途为养老置业及度假休闲。27日下午,市民罗先生专程带一家人来参展,他在五年里就去了两次海南。他表示,海南的自然环境保持的很好,而且四季如春,

晚上海风习习,特别的舒服。此次展会,他特意带全家人来挑房子,让他们至少在冬季不必畏惧北方的寒冷和干燥。他说:“我已经去海南两次了,觉得海南真是一个人间天堂般的地方,冬季也非常舒适,我想在那里给老人安一个家,让他们有一个享受的晚年。”

“我特别羡慕海南人的生活,惬意而宁静,我也想在海南安一个家,给自己一些假期,享受另外一种生活。三天展会,两天的现场咨询,让我更加坚定了海南置业的初衷。”市民王女士是一位在企业工作的白领,平时工作特别忙碌,2013年一次出差的机会,让她喜欢上了海南。

地利人和,海南房企找到大市场

“一位西安市民第一天来观展,下午就决定要买房子,因为不了解西北市场,也没想到那么快就能成交,所以POS机、认购合同都没带,只能紧急从公司邮寄合同过来。西安市民在海南的置业需求超出了我们的想象。”半岛一号置业顾问汪群说。

此次展会,绿地集团为西安市民送去大礼——“十一旅游看房活动”,绿地地产不仅为报名参加的西安市民提供往返机票,且提供三天两晚的海南游。雅居乐也推出了三天两晚的“上岛活动”。现场,

众多西安市民闻讯而来,两家企业三天征集到了近百个意向客户。

尚待挖掘潜力的西北市场对于海南房地产企业来说是一块不小的蛋糕。此次西安房展,海南日报报业集团意欲通过向外发布海南房地产未受台风影响的消息,充分搅动西北市场,将海南印象植入西北,有效推动海南房地产营销的发展。

“三天,展会购房团就征集到了数百个意向客户,我们及参展企业也在展会上洞悉到了西北市场的潜力,这为下一步针对性的营销活动指明了方向。”展会主办

方有关负责人介绍,西安市场消费群体主要为海南度假型小户型,这个将是下一步布局西北的着力点。

伴随着海南国际旅游岛建设的不断推进,海南得天独厚的自然环境以及闲适的慢调生活,已经渐入人心,在海南有一处面朝大海、春暖花开的房子已经成为一种优质生活的象征。同时,伴随着海口中止执行房地产限购以及“购房入户”等系列利好政策不断落地,在海南置业的绿色通道已经打开。

