

房产老总齐聚报社 共话楼市美好明天

——周口日报社秋季房展会暨《楼市周刊》创刊座谈会侧记



座谈会现场

群贤毕至共议周口楼市，言辞恳切寄托美好愿望。8月12日下午，周口日报社会议室内，我市20多家知名房产企业和装修行业的老总们齐聚一堂，共商房产发展大计。大家针对秋季房展会和《楼市周刊》的创办展开了座谈。

房展会让我们受益匪浅

提起房展会，参加座谈会的房企老总们说得最多的一句话是：“形式很好，感谢报社为开发商提供了一个这么好的平台。”据悉，周口日

报社自2008年成功举办首届房展会以来，因其娱乐活动多、促销力度大、房子成交量大的特点，秋季房展会成为周口市民每年必看的一台“大戏”。

“今年房展会上还要举行集体婚礼”，这个消息一传出，就受到了房企老总们的关注。易天国际广场项目营销总监史会鸣表示：“这种形式十分新颖，迎合了大家希望展会要有亮点的愿望。”参与历届房展会的老朋友——阳光半岛城邦项目销售总监马相君还对本届房展会提出

了合理化的建议。有的开发企业还表示，回去就积极准备，争取在展会上占个“头彩”。

择邻名苑营销总监尚善华表示，报社为开发商提供了一个很好的展示平台。房展会具有成本低、工作量小的特点，去年房展会他们积累了400余名意向客户，知名度也有了很大的提高。

周刊将成为市民和开发商的好朋友

怎样把《楼市周刊》办得更可

读性和影响力？中原国际商贸城项目副总经理李艳可是“行家”，她表示：“周刊在形式上要灵活，有个性化，不只是做企业的广告，还要为企业量身定做销售策略，满足大家的不同需求。”

周刊内容要多数据、重分析

周口晚报要创办《楼市周刊》，建业·森林半岛项目销售总监王玉华最欢迎，因为《楼市周刊》的前身——《地产家居》版是他们的“地盘”。聪明的国内知名房企“建业”进驻周口后，就瞄上了《地产家居》版，在每期的《地产家居》版面上承包了自己的“试验田”。王玉华说：“建议周刊的话题更具权威性，多用一些具有说服力的数据分析问题。”

鑫宇置业代表余海江也表示，周刊多点数据和分析类的稿件，有助于市民理性地认识我市的房产市场，遇到调控政策时不恐慌，对房企也是一个参考的依据。

把展会和周刊办成报社的品牌

周口晚报总编辑顾玉杰说：“周口晚报见证了我市房地产业的发展，也肩负着引导房地产良性发展、宣传城市建设变化的重要使命。因原来的《地产家居》版面限制，创办《楼市周刊》已迫在眉睫。该刊既是办给广大市民的，也是办给广大房地产开发企业的。我们以‘市民需求第一’为宗旨，拟设了许多互动栏目，有指导市民买房的，有推介精品楼盘的，也有解析国家相关政策的，我们有信心把《楼市周刊》办成晚报的品牌版面。”

周口日报社副社长、副总编辑郭其健说：“我市房地产行业的发展规模从小到大，从粗放到集约，发展势头十分迅猛。随着市民手中的钱袋子日渐鼓起来，消费者对住房的需求也在不断变化。目前，房展会的影响力和公信力在不断增加，已成为广大市民购房和房企交流的盛会。今天房企老总们提出的意见和建议，对我们有很好的指导作用，报社相关部门会及时汲取经验，把房展会办好，把《楼市周刊》办得更具有可读性。”

(记者 任富强/文 孙安平/图)

把“一展一刊”办成报社的知名品牌

秋季房展会暨《楼市周刊》创刊座谈会发言摘录

文/任富强 巩文 赵世全 图/孙安平

金秋九月，周口市民和周口房地产行业将见证两大盛事：一是将在周口日报社往年成功举办房展会的基础上，重磅推出大型房展盛宴——2010秋季大型房展会；二是创办周口房产界、建材装饰、太阳能行业最专业、信息量最大的刊物——《楼市周刊》。

近日，本报特邀周口房产界、建材装饰、太阳能行业代表，举行了一场旨在为成功举办本届秋季房展会、创办《周口晚报·楼市周刊》建言献策的座谈会。所邀嘉宾都是业界资深代表，发言可以用“真知灼见、言真意切”形容。

▼建业森林半岛项目销售总监 王玉华：房展会对企业还是有很大帮助的，上次房展会，我们两天就积累了300多名客户资料。我们愿意与周口日报共同努力，把房展会办得越来越好。



▲周口明桦房地产开发有限公司副经理 李学兵：房地产变革牵动着每个公民的利益，所以需要媒体去宣扬。这次房展会，有利于推动房地产业的发展，架起市民与商家的桥梁。



▲择邻名苑营销总监 尚善华：展会以其成本低、工作量小的优点吸引了周口房产企业参与。房展会选时好，金九银十，我们将对此寄予厚望。



▲超凡装饰公司总经理 马凯：《楼市周刊》的内容要体现知识性、专业性、趣味性、实用性，报纸版面要体现灵活性，不要呆板，同时，要及时反馈读者的需求和消费信息。



▲香檀山项目总经理 洪玉玺：周口晚报《楼市周刊》为楼市销售提供了一个平台，迎合了民心声。对如何办好《楼市周刊》，就是希望围绕市民的需求和房地产市场行情的变化，要有利于开发企业的决策和判断，有利于迎合民众需求，广大市民通过此平台可以及时获取所需信息。



▲万达置业总经理 马静：感谢报社为开发企业提供这个交流的平台，希望报社今后不定期地多组织这样的活动，让企业间互相学习交流，共同探讨发展，也希望报社这个桥梁和纽带为周口房地产的发展多出主意。

▼周口市汇鑫置业有限公司总经理 程登攀：汇鑫2007年入驻周口时，正是需要大力宣传的时候，是周口日报和周口晚报成就了我们，这两份报纸是周口的主流媒体，发行量大，影响力强，相信《楼市周刊》一定能办好，成为联系企业与客户的纽带。



▼通和·文博苑项目常务副总经理 周金荣：周口晚报作为周口的主流媒体，应该对公共信息的筛选、整理和发布做详尽规划。《楼市周刊》应该给受众传递一些权威、理性、科学的信息，多用数据做横向和纵向的比较。



▲中原国际商贸城副总经理 李艳：《楼市周刊》内容要丰富，信息量要大，在形式上灵活一点，多搞一些活动，与读者互动起来。其次服务要深入，要有个性化。在为企业宣传的同时，更要为企业量身定做销售策略和企划等，满足不同的需求。



▲阳光半岛城邦销售总监 马相君：我们每年都参加周口日报社举办的房展会，积累了大量的客户。房展会是一个学习其他房企成功经验的机会，更有利于我们了解市场动态。



▼阳光澜岸营销总监 余海江：希望活动现场多设计一些亮点吸引人气，展会结束后，让媒体、参展企业、消费者继续保持联系，把影响持续下去。



▼香榭丽舍项目营销总监 何磊：《楼市周刊》要多向外地先进的媒体学习成功经验，要站在巨人的肩膀上学巨人。

