

成长



《齐鲁楼市》首期

# 内容为王 引领行业

作为齐鲁大地首份房地产业专刊,《齐鲁楼市》乘着住房商品化和城市化的东风,与房地产业一起高歌猛进。十年来,《齐鲁楼市》以其专业性、权威性服务百姓置业,树立地产品牌,不断创新引领行业发展,创造了无数个在业内和社会具有深刻影响的“第一”。

2001年1月,发展近三年的《房产》正式更名为《齐鲁楼市》。这不是一次简单的更名,而是向专业化、市场化迈出的重要一步,从此《齐鲁楼市》经营版面、运作行业,风生水起,赢得了业界和社会的一致赞誉。

## 专业服务置业

办好一份房地产业专刊,最好的证明就是服务好百姓的置业。买房是很多家庭一辈子的大事,因此在版面上,《齐鲁楼市》不断提供与房子相关的政策解读、市场分析、置业指导等内容,为读者买房提供最实用的信息、最新鲜的资讯,最贴近的指导。

专刊的特点就是面向行业,专业性强。《齐鲁楼市》一直致力于对房地产业的全方位服务,在舆论的高度、新闻的深度、服务的广度上下功夫。从高度上把握行业的发展方向,为读者提供一个高端的认知;通过深度的新闻挖掘把握行业发展的脉搏;不仅为读者提供高度的市场认知,同时还要有最实际的置业知识和最贴身的置业服务。

## 版面经营资源

版面是一种资源,而且是一种可以

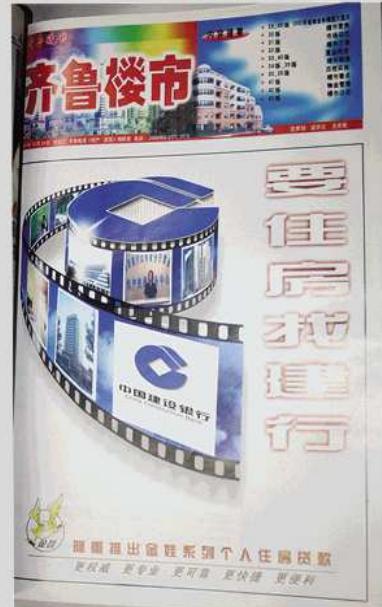
整合更多资源的特殊资源。自2001年起,《齐鲁楼市》利用版面整合更多资源开始了主题推广的尝试。2001年6月下旬,《齐鲁楼市》率先推出了第一个主题推广——“省城北部楼盘联合宣言”。这是根据当年的市场特征做出的一个崭新尝试。本来北部在置业中的印象不佳,有记者在采访中发现,自2001年年初起,省城北部楼盘尤其是中、高档楼盘供应量几乎占了整个济南市区楼盘供应量的40%。在前期调研分析的基础上,《齐鲁楼市》推出以“到北部买房”为主题的北部楼盘联合宣言活动通过主题推广让购房者、开发商和媒体站在了共赢的平台上。

此后,各种类型的主题推广不断推出并不断超越。像《东部雄心》以一系列活动和新闻策划,引领了东部置业的新理念;《留守济南》作为一份媒体楼宇,则以崭新的眼光看待新生的老城区,为生活提供了另一种美好的想象;《挺进章丘》等系列策划,则引领济南人重新打量章丘,掀起了一股到章丘投资置业的热潮;《品牌济南》则将购房者关注的目光引向了品牌开发商和他们开发的精品。

## 创新敢为人先

十年来,《齐鲁楼市》类似的创新案例不胜枚举,屡屡创下省内“第一”,一直扮演领头羊的角色。不管是新闻策划、版面创新、活动组织都是敢为人先,赢得了业内和社会各界的高度赞誉。不论是从报纸的发行量还是行业影响力都是一马当先。创新是《齐鲁楼市》不变的主题,明天的《齐鲁楼市》将会创造更多的“第一”,继续引领行业发展。

(楼市记者 郑勇山)



部分《齐鲁楼市》版面

