

新形势下房地产节目发展方向探索

——以海南旅游地产节目制作为例

陈章娥

(海南广播电视总台 海口 570206)

【摘要】随着我国房地产业和电视创收的不断增强,房地产类相关的电视节目逐渐增多,当地产类节目主要向人们传递房产信息、楼盘内容等,扩大房地产品牌效果,本文主要以海南旅游地产节目制作为例,分析新形势下房地产节目发展方向,希望能为房地产节目开发提供参考。

【关键词】房地产;电视节目;节目开发

在房地产节目的制作经营中,要求观众、商家以及节目同时收益,这就要求房地产节目能够立足本土、承担责任、突出效果,为更好地分析当地地产节目发展方向,以海南旅游地产节目为例进行说明。

1 准确定位地产节目

任何一项电视节目都需要具有准确的节目定位,房地产节目同样如此,需要能够充分挖掘出本地的房地产资源,在电视节目的创作中体现出地方特色。在节目的制作和播放中都需要最大程度地使节目内容更加本土化,满足观众需求。如海南旅游地产节目在创作中,首先确定节目的宗旨,分析受众,电视节目立足本土,以服务为核心,解读房地产政策,为房地产商和购买者提供交流的平台。节目受众以普通海南老百姓作为基础,努力创建百姓能够看得懂的节目。

2 节目策划的创新

在房地产节目的创新中需要逐渐走向娱乐化、信息化发展的道路,努力适应社会的快速发展节奏,提高收视率。在以往,人们只要一提到房地产节目,就会联想到各种相关的产业广告,包括家具广告、建材广告等。随着人们对生活品位的不断追求,这种电视节目的实用性不强,因此需要作为改变增强房地产节目的实用性、服务性、娱乐性以及权威性,保证观众能够被节目所吸引,又能够被激起买房的欲望。如可以在房地产节目的开发中增加二手房交易等相关内容,增强电视节目的实用性。

在房地产节目在开发中,增加了节目的娱乐化、常态化,节目内容与人们的生活息息相关,可视性、服务性非常强,在电视节目的创建中,包括了购房者需要关注的相关政策、热点楼盘以及需要注意的问题等,在开发中采用了新闻故事以及真人秀等节目,增强电视节目的真实性,保证节目内容不再空翻,而是采用日常生活中的概念来进行讲解。在电视节目的创建中,增加互动节目,充分利用互联网的分享机制,观众可以参与到节目中,解决观众的问题。

如在海南房地产节目的创建中,根据时间的限制分为三个板块,在《惠居海南》板块主要向观众推荐一些特价房子。在房地产的销售中,不同群体有着不同的需求,在电视节目的创建中,可以根据不同人们的需求来充分挖掘背后的故事,帮助他们在海南买房。为增强娱乐性,定期开展一些类似私人订制的节目,增强节目的娱乐形式,让普通观众也爱看地产节目,在节目的开发中,为保证更加具有趣味性,可以适当增加动画、音效以及音乐等特效。

由于房地产项目本身还会涉及到很多的行业,包括材料装修、建筑施工等,在地产节目的创作中,需要保证房产项目具有一定的广度。在节目的创作中,需要努力营造

一个更加真实的生活空间,也就是适当的扩充地产节目,丰富地产节目的内容,吸引观众的吸引力。地产节目项目可以说是一种服务性的节目,在丰富地产节目的内容中需要进行适当的创新,如在海南房地产节目的开发中,增加服务资讯类板块,在形式上,逐渐引入一些娱乐性原则,增强趣味性和实用性,保证观众能够在体验新鲜感的基础上增加知识,在服务类板块的开发中可以适当推广地产节目所特有的置业顾问等,切实分析百姓遇到的各种地产问题等。在丰富内容的过程中,可以采用一种说新闻的方式,增加主持人自己的评价。

地产节目在创建中不仅需要具有广度,还需要增强节目的深度,地产节目是伴随着房地产的高速发展而兴起的节目,主要为观众提供房产信息,可以说受众比较单一,主要是买房人和卖房人,因此节目的创作需要有高度的专业性,保证电视节目能够满足这类人群的需求。在具体节目的开展中可以定期邀请一些学者来讲解,与一般的快餐式需求区别开来,吸引电视观众。

3 举办营销活动,打造品牌

房地产节目同样需要采取营销手段,在营销活动的开展中,不仅需要通过节目广告来实现,还需要利用报纸、广播等形式,在软营销方面可以通过开展观众联谊以及座谈会等方式进行营销。在营销的过程中需要注意,地产节目属于一种动态的过程,因此营销方式和内容也需要进行相应的改变。

人们观看房地产节目很多都是有着购买或者是卖方需求,因此电视节目的权威性和专业性至关重要,在发展中需要树立品牌效应。我国很多的地产节目基本内容都是商业性的广告,正面宣传相关的产业等,但是这类性质的节目吸引力一直不强,想要在短时间内树立起地产节目品牌形象,就需要能够想观众之所想。如海南地产节目在创建中增加了《房产百事通》板块,重点突出一些具有冲突性的民生类新闻,保证老百姓遇到房地产项目后能够想到拨打热线电话来维权,帮助老百姓解决现实中的问题,树立节目品牌形象。

参考文献:

[1]刘芳.试析地市级电视台房地产节目的品牌效应[J].传媒观察,2012,04:64-65.

[2]刘芳.办好地市级电视台房地产节目的思考[J].记者摇篮,2012,07:45.

[3]张智.房地产电视节目扩大影响力的几点思考[J].记者摇篮,2014,05:47.

【作者简介】陈章娥(1980-),女,土家族,湖北恩施人,初级职称,本科;单位:海南广播电视总台。研究方向:新形势下房地产节目探索。