

<<商业地产新兵入门>>

图书基本信息

书名：<<商业地产新兵入门>>

13位ISBN编号：9787112135103

10位ISBN编号：7112135109

出版时间：2011-1

出版时间：中国建筑工业

作者：夏联喜 编

页数：294

字数：420000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<商业地产新兵入门>>

### 内容概要

本书是商业地产入门类图书，具有内容浅显、覆盖全面、层次清晰、易学好懂的特点。全书结合商业地产行业的基本特点，从七个方面讲述了商业地产的主要内容：第一章，初识商业地产；第二章，认清业态、业种；第三章，解析开发过程；第四章，了解市场分析与定位；第五章，浅说规划与设计；第六章，初探运营管理；第七章，细品主流产品。

本书从商业地产相关概念、术语等基础知识入手，循序渐进地指导新手入门，教授从入门到专业提高的技能。

可供新进入或准备进入商业地产领域的从业者参考阅读。

## <<商业地产新兵入门>>

### 书籍目录

- 第一章 初识商业地产——商业地产的基本概念及分类
  - 一、商业地产的概念
  - 二、商业地产与住宅地产的区别
  - 三、商业地产的分类形式
  - 四、商业地产基本术语
  - 五、商业地产的发展背景、特征及现状
  - 六、开发商入门的五大必备条件
- 第二章 认清业态、业种——商业地产的经营根本
  - 一、业态总论
  - 二、零售业态
  - 三、餐饮业态
  - 四、服务业态
  - 五、文体休闲娱乐业态
  - 六、业种
  - 七、业态组合与定位
- 第三章 解析开发过程——商业地产的产业链条
  - 一、商业地产开发的概念
  - 二、何谓商业地产开发
  - 三、商业地产开发的本质
  - 四、商业地产开发的八条经验
  - 五、商业地产开发的基本原则
  - 六、商业地产开发的流程
  - 七、商业地产工程建设程序
- 第四章 了解市场分析与定位——确定商业地产开发纲领
  - 关键节点1拿地与选址
  - 关键节点2市场调研
  - 关键节点3定位技术
- 第五章 浅说规划与设计——商业地产的实施与建造
  - 一、商业建筑识图
  - 二、商业地产规划设计的构成
  - 三、商业地产规划设计的流程
  - 四、为何说项目策划是规划设计的总纲
  - 五、商业布局规划
  - 六、商业建筑设计
  - 七、目前商业项目规划设计存在的五大问题
- 第六章 初探运营管理——商业地产的经营方略及利润密码
  - 一、商业地产的发展模式
  - 二、商业地产招商
  - 三、商业地产四种运营模式
  - 四、商业地产管理模式
  - 五、盈利模式与资本运营
- 第七章 细品主流产品——商业地产的产品多元化发展
  - 主流产品一购物中心(MALL)
  - 主流产品二：商业街
  - 主流产品三都市综合体

<<商业地产新兵入门>>

主流产品四公寓

主流产品五：写字楼

主流产品六酒店

主流产品七：社区商业

主流产品八：专业(批发)市场

主流产品九地铁商业

## &lt;&lt;商业地产新兵入门&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图： 选址在居民住宅区、主干线公路边以及车站、医院、娱乐场所、机关、团体、企事业所在地； 商圈范围窄小，一般设定在居民徒步购物5~7分钟到达的范围内； 商店营业面积在100m<sup>2</sup>左右，营业面积利用率高； 店堂明快、清洁、货架丰满； 目标顾客主要为居民、单身者、年轻人。

80%的顾客为有目的的购买； 经营实行信息化，开展单品管理。

5) 折扣商店以低价、薄利多销的方式销售商品的商店。

折扣店是店铺装修简单，提供有限服务，商品价格低廉的一种小型超市业态。

拥有不到2000个品种，经营一定数量的自有品牌商品。

其特点： 设在租金便宜但交通繁忙的地段； 经营商品品种齐全，多为知名度高的品牌； 设施投入少，尽量降低费用； 实行自助式售货，提供服务很少。

6) 仓储商店在大型综合超市经营的商品基础上，筛选大众化实用品销售，并实行储销一体、以提供有限服务和低价格商品为主要特征的、采取自选方式销售的零售业态。

仓储商店是20世纪90年代后期才在我国出现的一种折扣商店，特点是： 选址在公路边、交通要道和利用闲置设施，属于郊区低租金地区，设有一定规模的停车场，主要的商圈人口为5万~7万人； 建筑物装修简单，货仓面积很大，一般在4000m<sup>2</sup>以上。

部分商品部门采取租赁制，把无店名的专业连锁卖场和供应商引进店内经营； 以零售的方式运作批发，通常采取会员制销售来锁定顾客，又称量贩商店； 商品构成以新开发上市的商品为主力商品，自有品牌占相当部分，主要是面向广大的工薪阶层服务； 作为价格策略，每天都以较低价格销售全部商品； 作为商品策略，经营同其他零售业态能进行价格比较的、知名度、普及率都较高的商标商品或价格一般已众所周知的商品； 商店设施简单化。

只提供满足仓储需要的简单设施，提供更为直接的销售服务，还可实行连锁经营。

7) 专业店 专业店是指经营某一大类商品为主，并且具备丰富专业知识的销售人员和提供适当售后服务的零售业态。

其主要特征如下： 采取定价销售，亦可开展连锁经营； 商品结构体现专业性、深度性、品种丰富，可供选择余地大，以某类商品为主，经营的商品具有自己的特色，一般为高利润； 从业人员需具备丰富的专业知识，可以退货； 选址多样化，多数店设在繁华商业区、商店街或百货店、购物中心内； 商圈范围不定； 营业面积根据主营产品特点而定； 目标市场多为流动顾客。

主要满足消费者对某类商品的选择性需求。

<<商业地产新兵入门>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>