

<<房地产开发策划案例精解1>>

图书基本信息

书名：<<房地产开发策划案例精解1>>

13位ISBN编号：9787112150625

10位ISBN编号：7112150620

出版时间：2013-4

出版时间：夏联喜 中国建筑工业出版社 (2013-04出版)

作者：夏联喜 编

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>

## <<房地产开发策划案例精解1>>

### 内容概要

《房地产开发策划案例精解1:开发模式》结合目前房地产市场的7大主流产品（小户型项目、高档住宅、高层物业、城市别墅、城市豪宅、郊区大盘、科技住宅）逐一阐述。准确把握目前房地产开发的热点、难点问题，创新采用“理论剖析+精解案例”的模式，而精解案例部分又采用案例解读—案例还原—项目后记的编排思路，全书层次分明，深入浅出，易读易懂。

## <<房地产开发策划案例精解1>>

### 书籍目录

第一章小户型项目 一、小户型的概念、分类 二、小户型的形成原因、发展历程及未来趋势 三、小户型项目开发模式 案例1天津DYC·YF精装修小户型开发策略 一、土地性质：综合体下住宅物业 二、项目概念定位 三、住宅市场的机会点 四、客户定位 五、住宅产品定位 六、产品规划建议 七、经济测算 八、销售中心建议 案例2武汉JXYJ项目小户型开发营销建议 一、项目竞争占位 二、项目本体分析 三、客户定位 四、形象定位 五、物业发展建议 六、开发策略 七、营销总策略 第二章高档住宅 一、高档住宅何以高档 二、高档住宅小区的建筑要求 三、高档住宅的具体表现形式 四、高档住宅的开发模式 案例3佛山YAw滨江景观住宅研判定位与营销推广 一、区域市场分析研究 二、本项目价值研判 三、营销推广 案例4苏州BTYH二期产品规避与客户定位 一、知势 二、知己 三、知人 四、行势 五、行策 六、行智 第三章高层物业 一、高层物业开发优劣势分析 二、高层物业的发展特征及趋势 三、高层物业的产品创新 四、高层物业的开发模式 案例5成都FLMG高层物业发展及定位策略 一、市场特征与竞争对手研究 二、客户及专业人士调研结论 三、项目定位 四、首批次产品的打法 五、如何进行电梯高层房的推售 案例6哈尔滨NP·YJ高层项目营销执行方案 一、项目背景 二、销售策略 三、营销总纲 四、推广策略 五、SP活动设置建议 六、开盘策略 第四章城市别墅 一、城市别墅的特征及发展背景 二、城市别墅的开发运作模式 案例7深圳金地·TYW项目城市豪宅发展模式 一、总体核心思考 二、战略突破破题 三、发展战略指引 四、产品定位论证 五、物业发展指引 六、价格推导及排期测算 第五章城市豪宅 一、城市豪宅的五大特质 二、城市豪宅的产品打造十大策略 三、高端城市豪宅的品质之道 案例8深圳CSA九期“圈层营销”策略 一、目标与背景 二、客户基础 三、营销执行 四、别墅销售思考 第六章郊区大盘 一、大盘与郊区大盘 二、郊区大盘的表现模式 三、住宅功能主导的郊区大盘开发模式 案例9化州GJHC三、四线城市大盘成功开发 一、项目属性界定 二、项目核心问题梳理 三、项目核心问题的解决方案 四、三、四线城市大盘成功开发的关键要素 五、项目发展战略及整体定位 六、项目规划构思及分期策略 第七章科技住宅 一、科技住宅的概念 二、科技住宅与普通住宅的区别 三、衡量科技住宅的几大核心指标 四、科技住宅的开发模式 案例10上海朗诗·HQLJ人居高级定制科技住宅营销策略 一、动态——市场近况 二、思维——企划演绎 三、推广——营销推广 四、执行——销售执行

## <<房地产开发策划案例精解1>>

### 章节摘录

版权页：插图：二、高层物业的发展特征及趋势 1.高层物业发展的三大特征 目前，高层物业体现出三大基本特征：特征1：高层物业大盘化“重量级”高层大社区楼盘增多，如重庆康恒万友·7季城、金科·廊桥水岸等大盘大量推出。

特征2：高层物业郊区化 高层住宅从中心区域向周边郊区扩张的趋势明显。

特征3：高层物业品质化 高层住宅可享受大社区、大配套的同时，高层住宅向高品质化发展的趋势越来越明显。

在一些高层住宅中，也融入了花园洋房的一些细部特征，高档住宅不单是花园洋房、别墅的代名词，同样也包括高层住宅。

2.高层物业发展的六大趋势 趋势1：节能、绿色建筑的兴起 建筑节能不仅是体现在外墙、玻璃，室内用材节能也是迫在眉睫。

随着住宅节能规范的出台及强制实施，节能住宅的发展势在必行。

趋势2：紧凑型高层住宅广泛使用 城市建筑用地的减少，迫使建筑向空间寻求发展，高层住宅应运而生；住房需求和房价的不断上涨，紧凑型住宅将是一段时间内楼市的主流产品。

园林景观以及居住共享空间将是楼市创新的重要发展方向。

从产品看，万变不离其宗，只是在细微处做得更细，从细处找创新；而大的方面，如景观、园林、共享空间，其创新的发展空间更大。

趋势3：精装修房渐增 目前消费者对精装修房的接受度较弱，但随着楼市产品规范的进一步开展，建设部门将会逐渐对住宅装修进行规范。

精装修房将会是楼市发展的重要方向。

趋势4：从争夺地段优势转向环境、景观资源 目前高层物业开发主要以其地段为主要优势。

但土地是不可再生的，市区内的土地随着开发量的增加而逐渐减少，未来高层想以地段为优势已不可能，只能以提高自身综合素质和利用环境因素来赢得市场。

趋势5：细分化发展 现在的高层物业大多是商、住两用或商、住、办三用。

这大大影响了高层居住的生活质量，并且私密性不强，相互干扰性大，当然这也是由于目前开发的地段特性所造成的。

未来高层将会考虑更为人性化的设计。

目标客户的划分更为单一，像纯商务公寓、纯小户型、纯顶级豪宅等这样的高层项目会陆续涌现市场。

趋势6：精品化发展 在同一区域内，如果建筑结构、配套环境、目标客户都大致相同的楼盘，其最终比的是物业的各项小分，比质量、比服务、比物业等，这就导致了物业向精品化发展，普通型无特色高层住宅将会越来越没有市场。

## <<房地产开发策划案例精解1>>

### 编辑推荐

《房地产开发策划案例精解1:开发模式》可供房地产及商业地产开发企业、营销策划公司等从业人员参考借鉴。

<<房地产开发策划案例精解1>>

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>