

<<房地产策划师案例报告精选>>

图书基本信息

书名：<<房地产策划师案例报告精选>>

13位ISBN编号：9787111236382

10位ISBN编号：7111236386

出版时间：2008-5

出版时间：机械工业

作者：黄福新 编

页数：913

字数：1390000

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>

<<房地产策划师案例报告精选>>

内容概要

本书是《房地产策划师职业培训教程》的配套教材，收录案例报告46篇，分为9章，内容包括房地产总体策划报告、房地产主题策划报告、房地产市场策划报告、房地产投资策划报告、房地产设计策划报告、房地产营销策划报告、房地产广告策划报告、房地产二次策划报告、物业管理策划报告等，案例报告均有简短点评。

本书由国内知名策划咨询专业机构和专家学者编写，内容涉及住宅房地产、商业房地产、旅游房地产、工业房地产等投资领域，具有全面性、系统性和可操作性等特点，适用于房地产策划师职业资格培训机构作为培训教材，也适合有志从事房地产策划职业的人士阅读，还可作为普通高校、成人高校、职业技术学院的房地产类、建筑类、工程管理类、企业管理类专业或相关学科的参考教材。

<<房地产策划师案例报告精选>>

作者简介

黄福新，男，广西蒙山人。

毕业于广东省社会科学院，经济学研究生学历。

中国注册房地产估价师、房地产培训师、中国管理科学研究院学术委员会特约研究员、资深房地产策划师。

1993年进入房地产策划与营销领域，在房地产企业历任售楼员、估价师、销售经理、策划经理、副

<<房地产策划师案例报告精选>>

书籍目录

前言第一章 房地产总体策划报告 一、北京百荣世贸商城总体策划报告 二、重庆扬子江畔总体定位报告 三、深圳观海台项目定位报告 四、苏州高尔夫别墅总体定位报告第二章 房地产主题策划报告 一、深圳熙园项目主题定位策划报告 二、北京花园城项目主题定位策划报告 三、中山某项目推广主题方向构想 四、淮北大象花园主题推广方案第三章 房地产市场策划报告 一、济南商业项目市场调研报告 二、佛山房地产消费者需求调查报告 三、2005年第一季度广州房地产市场分析 四、2006年广东房地产市场分析 五、2007年广州楼价走势分析 六、成都市别墅市场研究报告 七、聊城御润·假日广场项目市场定位报告 八、武汉丽景湾项目定位方案第四章 房地产投资策划报告 一、天津太阳城市项目发展建议书 二、淄博旧体育场搬迁项目的建议书 三、上海某地块项目可行性分析 四、苏州某地块土地报价研究报告 五、深圳锦龙名苑项目可行性研究报告第五章 房地产设计策划报告 一、重庆滨江花园产品设计建议书 二、柳州商业项目整体规划建议书 三、南京盛唐艺术园整体设计定位报告 四、北京某地块产品设计与定位策略建议书 五、北京某项目户型设计建议第六章 房地产营销策划报告 一、无锡山水湖滨别墅策划案 二、深圳星河·国际名城营销策划报告 三、上海锦绣江南营销策划报告 四、大连丽景春天营销推广策划案 五、海口维也纳森林营销推广书 六、青岛泰馥香谷项目从格策划 七、南京金色花园销售执行案 八、昆明理想小镇开盘认购策划方案 九、天津奥林匹克花园活动策划案 十、北京百荣世贸商城招商划方案第七章 房地产广告策划报告 一、北京天秀项目总体广告推广构想方案 二、深圳东海岸推广策略提案 三、深圳康达尔花园(三期)广告推广策略 四、楼盘报纸、电视广告文案 五、北京香槟小镇楼书文案第八章 房地产二次策划报告 一、西安水晶岛项目定位调整和细化补充方案 二、濮阳康桥·水城二次营销推广方案 三、合肥枫丹白鹭·湖公馆阶段性策略调整第九章 物业管理策划报告 一、厦门华桥海景城物业管理顾问方案 二、荆州某小区物业管理方案

章节摘录

第一章 房地产总体策划报告 一、北京百荣世贸商城总体策划报告 第一部分 批发市场发展的宏观分析 1.1 中国批发市场的研究 1.1.1 中国批发市场的态势 1. 中国批发市场的作用 中国商品批发市场伴随着改革开放的春潮涌现,并逐渐兴旺活跃,成为中国市场体系一个重要的组成部分,人们社会经济生活中一个不可或缺的商品流通渠道。

中国商品批发市场经过近十几年的发展,在配置资源、扩大内需、引导生产、搞活流通、形成价格、推动经济发展等方面发挥了重要作用。

2. 中国批发市场与批发商面临的局面 近些年来,在生产商自销和大型零售商批零兼营的双重挤压下,商品批发市场作为批发业务的主要承担者,其交易额的增长速度趋缓,且呈现出相对萎缩的局面。

同样,在商品批发市场面临着交易额增长速度下降的情况下,批发商正面临着来自各方面的挑战。

一方面,有的厂商直接经营连锁直销店,通过这种方式,厂商的产品跳过中间经销商而直接到商店陈列、展示与销售架,从而达到市场占有率的目的;一些大的零售商直接与厂商协议与沟通,成立物流中心,取得较低的进货价格,把批发商甩到一边;有的厂商介入零售业,或成立专业的营销公司,或干脆与地区经销商合资成立销售公司,介入批发经营以加强对营销渠道的掌控。

另一方面,批发商或因人力、物力、财力及经营观念,不能满足厂商的整体需求,无法配合厂商的渠道策略或推广策略.....

<<房地产策划师案例报告精选>>

编辑推荐

《房地产策划师案例报告精选》是从近千份案例报告中精选出来的，不强求水平至高，只要求典型和全面，最大限度地反映房地产策划实际。

收录的案例报告有来自著名的策划咨询机构和专家学者之手，也有新锐的策划师及策划代理公司之作。

为便于读者学习和借鉴，一般不作修改，原汁原味地呈现给大家，案例报告水平如何，留给读者判断。

“熟读唐诗三百首，不会作诗也会吟”。

不同风格、不同水平的案例报告看多了，读者的鉴赏能力和编写水平自然会相应提高。

为使读者对案例报告有较为深入的理解，编者在每份案例报告后都有简短的点评，意在揭示同类报告的编写内容和方法，同时也会指出该报告的优点和缺欠之处。

<<房地产策划师案例报告精选>>

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>