

<<住宅项目策划攻略>>

图书基本信息

书名：<<住宅项目策划攻略>>

13位ISBN编号：9787112114559

10位ISBN编号：7112114551

出版时间：2009-12

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：杨思思 编

页数：340

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>

<<住宅项目策划攻略>>

前言

中国的房地产市场从2007年的一路走高之后，开始出现大面积的停滞，市场成交量的全国性萎缩和市场价格的一路走低，让众多还生活在2007年疯狂时代的房地产商没有缓过神来。

那些还生活在房地产虚幻中的开发商，依然还“有规律地出牌”，坚挺价格，与充满观望的购房者大众形成对峙，一副看谁能挺到最后的气概。

但是，一些知名的房地产开发商显然已经嗅到了不妙的味道。

以万科为首的开发商，早期顺应房价上涨，挣得盆满钵满。

但是现在他们已经开始放弃自己原先的主张，不按规律出牌，悄然掀起了一场史无前例的价格战。

万科是掀起这场价格战的先驱，它蓄势而为，将全国数十个楼盘降低30%以上，快速回收数十亿元资金。

同时，另外一个大型房地产开发商恒大地产以降全国十几个楼盘降价30%以上，实现迅速回收资金近50亿元。

当众多以万科为榜样的开发商发现，万科也“不按规律出牌”，搞起价格战时，他们突然发现，房地产市场已经冷到了谷底。

日益被动的竞争态势和日趋枯竭的现金流，把他们逼到死角。

<<住宅项目策划攻略>>

内容概要

本书以全新的视角，针对新形势下住宅项目营销方面所出现的新情况、新问题，从形势、审势、蓄势、定势、造势、胜势这六个主要势态入手，重新审视住宅地产项目操盘全过程。

本书第一章以形势作为起始，阐述了政府、消费者、开发商三者的关系，并论述了市场形势对住宅项目预判以及地产企业转型的影响。

本书后几章以创新的理论和案例，叙述整个住宅项目营销操盘过程，包括：市场调查、产品功能设计、项目定位、价格策略、营销宣传策略等等。

本书适合房地产策划公司、开发公司等从事策划工作的相关人员阅读，力求为广大地产精英们提供一些专业、系统、最新的营销策略理念，成为决战未来的必胜法宝。

<<住宅项目策划攻略>>

书籍目录

形势 一、外势逼人——房地产市场严冬来临 二、内势修炼——经济变革催生房地产行业变革审势
一、审读市场 二、审读市场环境 三、审读消费者 四、审读竞争对手 实战案例1 ZYMD审读市场出具
的分析报告及相应策略形成 五、审读项目自身价值 实战案例2 从“滞销荣祥”到“华庭绽放” 实战
案例3 重庆华立·天地豪园大获成功的秘诀 六、“多角度”的企业品牌定位蓄势定势 造势 胜势

<<住宅项目策划攻略>>

章节摘录

插图：第一：市场购买力的变化——六七十年代出生占大头20世纪五六十年代出生的部分客户，经过多年奋斗，已跨入成功人士的行列，其购房行为已属于享受型的三次置业或多次置业状态，多购买大面积户型。

20世纪六七十年代出生的占极大比例。

之所以在年龄构成上具有这～特征，主要在于六七十年代出生的客户正处于婚育阶段。

具有巨大的住宅需求；同时，这些客户不仅事业蒸蒸日上，具有较强的经济实力，而且富有开拓进取精神，愿意接受金融助购的置业模式。

成为当前购房者的主流。

20世纪七八十年代出生的客户中，所购住宅多为小户型，随着面积的增加，其购房比例越来越低；七八十年代出生的客户需求旺盛、购买力强。

但受经济实力的限制。

其购房行为尚处于解决居住原始功能的一次置业状态或实现小康居住的二次置业状态。

购房面积相对适中。

第二：消费心理的变化——从观望犹豫中历练理性2008年，房地产的交易数据一直下滑，深圳、上海、杭州、成都、武汉、东莞……房地产价格只剩下城市中心地段的商品房能表现出一些“价值矜持”，而边缘地段则是一地鸡毛。

有不少城市的房价开始动摇，其中深圳和成都的跌幅最大。

尤其是深圳，按2008年10月份的均价与2007年10月份深圳楼价最高时的均价1.

7350元相比。

一年间深圳的房价下跌了26.8%。

同时。

从新政开始冒出风声到正式出台，再到等待细则出台的日子，中国多个城市成交量呈直线下滑。

有着“金九银十”的“十一黄金周”楼市，本来是开发商们大显身手的好时机。

但是广州市2008年10月一手住宅的日签约量逐步波动下降，在10月15日前仅在200套左右。

而2009年的春节黄金周广州市一共有69个楼盘有网签记录，总成交量为283套，日均交易仅35套，上百个在售楼盘零成交。

并且春节期间广州在售楼盘只有1,3的销售中心正常开放。

有1,3的楼盘完全放弃了节日销售。

在市场情况不好的形势下，买卖双方展开了一轮又一轮的心理拉锯战。

在买方市场上。

多数的消费者早已熟悉开发商的操盘本事，因此他们不再像以往那样抄底杀跌，而是多看房。

多咨询政策，多打探市场交易的真实数据。

无论开发商使出何种诱人的促销手段。

买方依然是观望，因为他们担心房价会继续下降。

让自己“高空接盘”，成为牺牲品。

在这场博弈中，买家心理发生巨大变化，从犹豫徘徊，到日趋理性。

<<住宅项目策划攻略>>

编辑推荐

《住宅项目策划攻略》：未来地产企业竞争力的四个发展方向“逆水行舟。不进则退”。

面对压力，需要我们主动地进行自身变革，更要将原有的营销立足点由暴利心态转变到平衡心态，及时调整营销策略，以适应市场变化。

第一，积极参与转型与变革，通过诚信经营从而树立长久的经营品牌；第二，提高开发建设的能力，提高产品的技术含量，提高住宅的水平；第三，提高对市场的前期策划和判断能力，研究企业的开发期、开发目标、产品定位、营销策略；第四，提高企业的融资和资金管理能力，加强成本核算和财务管理。

6种地产市场态势精确把握5个住宅项目操盘环节细则50个创意案例展现操盘技巧破解住宅项目操盘的“六势”精要形势：论述市场形势对住宅项目预判以及地产企业转型的影响；审势：讲述房地产市场环境的审读全过程；蓄势：探讨住宅产品设计的实用功能以及内在价值；定势：解密各种价格策略要领，从而抓住适合大众的价格定位；造势：介绍多种最新的创意营销策略手法；胜势：针对不同规模城市的特点，通过7个完整案例剖析项目操盘全过程。

<<住宅项目策划攻略>>

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>