

<<商业地产前期开发手册>>

图书基本信息

书名：<<商业地产前期开发手册>>

13位ISBN编号：9787112140824

10位ISBN编号：711214082X

出版时间：2012-6

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：夏联喜 编

页数：342

字数：540000

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>

<<商业地产前期开发手册>>

内容概要

本书详细介绍了商业地产前期策划及开发建设的实务。

商业地产前期开发及策划是商业地产开发全程的指导思想，核心理念，战略规划和战术执行手册，它既是宏观的，也是微观的，既是可优化的，又是需要坚持的根本。

所以，前期策划对整个项目的推进至关重要。

《商业地产前期策划及开发建设完全执行手册：商业地产前期开发手册》从贯穿前期的各个环节入手，重点阐述了调研选址、项目定位、商业规划、建筑设计、形象及商业氛围渲染、动线规划以及配套规划七部分内容。

每一部分内容通过理论与案例相结合，实战案例和操盘策略相结合，跳脱出了传统商业地产理论的教条，结合全国几十个成功项目解剖，力求让本书更具实战性和针对性。

本书适合商业地产策划人员、项目开发人员、营销策划人员等。

<<商业地产前期开发手册>>

书籍目录

- 第一章 调研、商图分析与选址——开启成功的钥匙
 - 一、市场调研—情报搜集和科学论证的基础
 - 二、商圈划分与评估——项目选址的最优工具
 - 三、选址——成功起航的法则
- 第二章 商业地产定位——战略规划和战术执行方案核心推演
 - 一、商业地产定位的重要性及功能
 - 二、商业地产的项目定位流程推演
 - 三、商业地产自身定位与自我强化
 - 案例1：广州东方宝泰购物广场——“非MALL”主题定位策略
 - 案例2：天津湾社区商业租金定位的流程解析
- 第三章 商业规划——实现建筑与商业的完美融合
 - 一、商业规划的依据和重要性
 - 二、业态组合定位及面积配比规划
 - 三、大型MALL业态组合定位及面积配比规划
 - 四、主力店组合及面积规划
 - 五、商业项目平面布局规划
 - 六、店铺、专柜分割规划
 - 案例3：某项目结合租售分析的商业业态配比全程实操
 - 案例4：深圳华润万象城商业规划及业态组合方案
- 第四章 商业地产建筑设计——矛盾中妥协的建筑执行策略
 - 一、建筑设计为何要专业化
 - 二、商业建筑的总体布局
 - 三、商业建筑的内部空间组成与设计
 - 四、中庭的设计策略
 - 五、主力店的设计策略
 - 六、建筑设计趋势—空间设计要创新、新潮
 - 七、细节设计——北京新光天地的四条经验
 - 八、建筑设计的硬件指标——所有建筑设计师需要遵守的规则
- 第五章 内外部形象设计——个性外观确立与商业氛围营造
 - 一、内外部形象设计总论
 - 二、外部空间设计
 - 三、立面设计
 - 四、景观规划与设计
 - 五、商业氛围营造十大手法
- 第六章 交通动线规划——引导和指挥人流的“无形的手”
 - 一、动线概念及动线的作用
 - 二、外部人流交通动线规划之——外部人流动线系统的组成
 - 三、外部人流交通动线规划之——外部客流如何导入设施内部
 - 四、外部人流交通动线规划之——外部交通环境的诊断与解套
 - 五、内部人流交通动线规划之——内部动线组成及功能
 - 六、内部人流交通动线规划之——水平动线的规划设计策略
 - 七、内部人流交通动线规划之——垂直动线的规划设计策略
 - 八、内部人流交通动线规划之——狭长空间客流小循环解套策略
 - 九、内部人流交通动线规划之——人流引入高层的处理策略
 - 十、内部人流交通动线规划之——建筑设计引导人流的技巧

第七章 配套设施规划——不可或缺的元素

- 一、消防系统规划设计
- 二、照明系统设计
- 三、停车场设计
- 四、卸货区设计
- 五、装修设计
- 六、其他配套功能设计

案例5：广州正佳广场——亚洲体验之都开发建设策略解析

案例6：SOLANA蓝色港湾国际商区规划设计总鉴

章节摘录

版权页：插图：在量化过程中，首先要进行深入细致的市场调查与研究分析，以数据确定消费区域及消费能力；然后研究分析现在及未来竞争环境，以确定消费区域内的消费需求。消费需求在数量上及业态上一旦确定，应依照客观的需求量，量体裁衣地规划设计商业设施。国内大部分开发商常常是以自己所拥有的土地资源而不是以市场需求作为规划基础，这样将增大投资风险。

第二，商业规划在于满足需求而不是创造需求 商业地产服务于商业店铺，商业店铺服务于消费者。消费者客观的消费类别及总量的确定决定了商业店铺类别及总量。

具有特色高质量的商业能在更大范围内吸引消费者，但随着商业系统的逐步完善，这种跨越很大区域的吸引力将逐步减弱。

第三，商业规划的实施必须要有可行性 合理的商业规划一方面最大程度地满足消费市场的需求，另一方面最大程度地满足投资开发商的财务目标，具有丰富经验的优秀商业规划专家公司应通过对市场竞争环境及对项目深刻的调查研究，规划设计出一套有可实施性的商业规划方案。

这需要一个有综合专业经验的团队来完成。

首先，他们应该非常了解市场，了解消费者，了解商业，特别是作为主力店的优秀品牌店铺。

尤其要非常了解大型综合商业设施内部的功能管理及组织，并且通过建议的规划方案力争最准确地执行下一步招商、管理工作，最大程度地保证商业及商业中心的持久良好运营，以最大程度地保证投资开发商的财务目标的实现。

第四，商业规划必须奠定高质量招商基础 合理的商业规划除了完成功能的规划及组织外，还应对项目的业态及业态分布提出可实施方案。

为了提高下一步招商工作的准确性及回避投资方重建、改建所造成的浪费，商业规划团队应充分利用其对商业客户的了解，并通过预招商工作，力争相对准确地确定主要商业店铺的具体位置、面积及相关建筑要求。

合理的商业规划应提供给入驻商业合理有序的营业环境及舒适的购物环境，最大限度保证入驻商业对消费者的吸引力及店铺间的人流共享，只有这样店铺才愿意入驻并在此长期经营。

无序的规划将加大招商的难度，特别是对主要商业的招商难度，由此而产生商业中心吸引力不足，难以正常运营。

第五，商业规划要确保持续稳定经营的实现 综合商业项目开发后需要运营管理，好的商业规划在项目开发前期就提供了项目开业后良好的运营管理基础。

商业设施的改造及经常性的、大批量的店铺更换对整个商业中心及投资人都会产生巨大的经济损失。

第六，商业规划要保证投资回报的安全性 只有合理的商业规划才能提供商业中心持久良好运营的基础，也只有这样才能保证项目投资方投资回报的安全性及稳定性。

同时只有考虑到商业的“量化性”，才可以正确加以开发及管理，最大可能地回避风险，保证商铺、商业中心及投资人的长期盈利。

第七，商业规划要加大融资的可能性 有了合理的商业规划才能准确地实施后续的招商、管理工作，才能保证入驻商业及商业中心的长期良好运营及增长，才能对专业投资人及机构产生吸引力，并在融资的可行性及价格上起决定性作用。

4.商业规划的核心内容 商业规划是通过前期大量详细而周密的市场调研对项目进行可行性分析，确定项目综合定位、业态组合及功能设定、主力店设置等。

市场调查和可行性分析是这一阶段工作的基础，确定定位、业态及功能设定是这一阶段的设计目标。

商业规划主要包括：业态、功能及面积配比规划、项目交通组织、主力店组合及面积规划、店铺/专柜分割规划、楼层品类/功能规划。

本章，我们重点介绍业态、功能及面积配比规划，主力店组合及面积规划，店铺/专柜分割规划。

<<商业地产前期开发手册>>

编辑推荐

《商业地产前期开发手册》项目的整体规划、建筑设计、景观设计、店面设计，既要与经营定位保持一致性，又要凸显各自的特色。

大到外观造型、立面设计，小到店面细节设计、内部装饰，甚至是楼梯扶手、墙上吊灯，每一个细节都需要专业设计的思维。

<<商业地产前期开发手册>>

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>