

<<地产非常>>

图书基本信息

书名：<<地产非常>>

13位ISBN编号：9787535458261

10位ISBN编号：7535458262

出版时间：2012-4

出版时间：长江文艺出版社

作者：毛恒谊

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>

<<地产非常>>

内容概要

资本主义本性贪婪逐利，房地产或城市化在它的鞭策下，曾经狂舞迷醉，但是，房子不仅仅是商品。

在转型思考的当下，感受房子精神里的忧伤和情怀，或者有不一样的价值观。

请让我们探讨，品牌价值、开发商品牌竞争价值、开发与文明价值、人居空间价值、营销价值、城市化价值，为房子和城市，思索一点文明与美德。

<<地产非常>>

作者简介

毛恒谊.1978年生。
从事房地产营销创意与策划工作，12余年。
“非常道广告”、“非常道顾问机构”创始人。
同时正努力构建“晚稻田地产营销顾问”思想策划平台。

<<地产非常>>

书籍目录

序站在诗意狂欢的废墟上杨杰

写在前页

第一辑

地产品品牌的本质

品牌的内核是良心

品牌是非货币符号资本的另一种抽象资本

品牌模型——商业模式的精神意志

开发商品牌模型背后是资本大战

品牌树

第二辑

房地产发展形态

房地产的精细化和概念化时代

新概念商业地产剧情化时代

社区——新的社会组成和民主单元

房地产建筑的本应是文明

作品主义，不仅仅成就房地产开发商

第三辑

地产价值

购房，绝对非理性行为

所以，假如2046。

至善真美的灵魂彼岸

贩卖价值观，价格几何倍增的秘密

强势豪宅的时代吗

红砖建筑，像文字和纸张

第四辑

地产营销

没有传播就没有营销

最好的营销案场是忘掉在案场

搞关系，房地产中的圈层营销

打开形而上的营销案场

物业的痕迹，物业管理的营销价值

第五辑

房价与城市化发展

追悔莫及的房价

中部崛起还数武汉

城市化的美德

后记

<<地产非常>>

媒体关注与评论

无论是产品的静态持久性、城市发展的重要表征属性，以及基于消费者的特别重要商品的属性，还是行业的资本和人才密集型属性，房地产行业理应成为品牌建设的成熟领域。

显然，目前还是行在路上。

《地产非常》基于当前房地产行业品牌认知和建设的诸多思考，可谓饥而捧肴。

——楚天都市报地产部主任 王从茜 敢语一家言，偏执不偏狂。

作者浸淫房地产营销十余载，诸事思究，串珠成链，终成一著，谦言“非常道”，实则大道通天，遂荐君同赏！

——长江日报编委、广告部主任 李峰

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>