

<<中小户型开发与设计>>

图书基本信息

书名：<<中小户型开发与设计>>

13位ISBN编号：9787111281016

10位ISBN编号：7111281012

出版时间：2009-11

出版时间：机械工业出版社

作者：余源鹏 编

页数：227

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>

## <<中小户型开发与设计>>

### 前言

根据我国的房地产政策，住宅最多能让购买者具有70年的所有权，而土地只能是国家和集体所有，人们对土地只有使用权而没有所有权。

但是我国的传统历来就有“居者有其屋”、“有地斯有财”和“宅以传人”的思想，即把房地产看做是可以传给子孙后代最实在的财产，而且房子要不是自己所有的住了心里也不踏实。所以人们只要有条件的都要买房，条件不够的借钱、贷款也要买房，因此我国的住宅私有率很高（大于80%），而美国、英国和法国则分别只有62.5%、70%和55%。

但是我国却又偏偏是个有十几亿人口的大国，人多地少，所以使得房地产市场异常火爆，房价一涨再涨。

国民对高房价的承受能力也表现得相当强，其原因，除了“居者有其屋”的思想外，人们还看到了住宅的保值增值能力、房价的长期上升势头以及商业性住宅抵押贷款的低进入门槛。

另外，由于大户型比中小户型的成本要低，以及人们梯度置业追求高舒适性的基本规律，所以多年以来不论是开发商还是购房者，都热衷于大户型。

但是当房价上涨速度过快、上涨幅度过大时，大户型就越来越成为社会上少数富裕阶层才能消费的产品。

而市场上提供的中小户型又太少，使得许多本来购买能力有限的人不得不去购买大户型住宅而背负着沉重的还款压力，成为“房奴”一族。

因此国家在不直接干预房价的情况下，考虑到广大国民的购买能力，于2006年夏天由建设部发布《关于落实新建住房结构比例要求的若干意见》（本书简称为“户型新政策”），意见要求各城市（包括县城）年度（从2006年6月1日起计算）新审批、新开工的商品住房总面积中，套型建筑面积90平方米以下住房（含经济适用住房）面积所占比重，必须达到70%以上。

套型建筑面积是指单套住房的建筑面积，由套内建筑面积和分摊的共有建筑面积组成。

在该意见出台之前，有关“套型建筑面积”这个名词就曾在全国引起过广泛的猜想。

## <<中小户型开发与设计>>

### 内容概要

本书是一本有关90平方米以下中小户型开发与设计的策划参考书，针对性强。

本书中第一章提纲挈领地阐述了中小户型住宅的市场定位、设计、装修、营销等开发策划内容，第二章、第三章收录了深圳、广州、北京、上海四地近800个住宅户型平面图，均为近年我国房地产市场畅销的中小户型。

这些户型平面图除注明各房间功能外，大多标明了详细的设计尺寸，并进行了家具布置，实用性强，有很好的借鉴和参考价值。

另外，本书还附带了一张收录了五百张畅销的中小户型平面图，以方便读者查阅引用。

## <<中小户型开发与设计>>

### 作者简介

余源鹏，国内知名实战型房地产研究策划人，广州鹏起房地产代理有限公司执行董事、20世纪70年代出生于广东省潮州市黄冈镇，本科毕业于哈尔滨工业大学土木工程学院建筑工程专业，结业于中山大学企业管理（营销管理方向）研究生进修班。

以专业可用理念，创建并领导广州鹏起房地产代理有限公司，业务涉及居住及商业房地产项目的信息咨询、调查分析、可行性研究、前期发展策划、整体定位、营销策划、租售代理、物业管理顾问、二手房屋租售以及房地产企业内部管理顾问等领域、主编出版了近50本房地产和物业管理相关实操型专业书籍。

其中近几年陆续出版的“房地产实战营销丛书”，包括《房地产广告策划与创作》、《房地产包装推广策划》、《房地产实战促销300例》、《房地产实战定价与销售策略》、《房地产实战市场调研与优秀案例》、《中国楼盘实战命名三万例》、《售楼尖锋》、《房地产公关活动促销方案56例》、《三天造就售楼冠军》、《房地产实用营销图表大全》、《房地产一线销售管理》、《问鼎房地产》、《中小户型开发与设计》、《促动楼盘》、《房地产项目可行性研究实操一本通》、《房地产策划师职业培训实战教程》、《房地产项目现场销售管理实操范本》、《房地产公司营销管理实操范本》、《房地产项目整合营销实操一本通》、《房地产中介经纪人实用业务知识两日通》、《三天造就二手房租售冠军》、《专业市场项目开发全程策划》、《旅游房地产项目开发全程策划》、《社区商业街项目开发全程策划》和《酒店式公寓项目开发全程策划》等图书。

## &lt;&lt;中小户型开发与设计&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1章 中小户型住宅开发策划 1.1 中小户型住宅新政策及市场现状分析 1.1.1 中小户型住宅新政策综合分析 1.中小户型住宅新政策的内容 2.中小户型住宅新政策的理解 3.中小户型住宅是一种理性回归 4.户型新政策对住宅开发业的影响分析 5.户型新政策对住宅设计业的影响分析 6.户型新政策对家装业的影响分析 1.1.2 中小户型住宅市场现状分析 1.中小户型住宅市场的历史 2.中小户型住宅市场的现状分析 1.2 中小户型住宅开发市场定位策划 1.中小户型住宅开发的市场基础 2.中小户型住宅的市场细分变量 3.中小户型住宅的客户群分析 4.中小户型住宅与客户群的对接 1.3 中小户型住宅设计策划 1.3.1 中小户型住宅设计的相关名词术语及规定 1.中小户型住宅的相关名词术语 2.中小户型住宅面积的相关名词及规定 3.影响户型设计的住宅建筑设计规范摘要 4.中小户型住宅的六种概念户型 1.3.2 中小户型住宅的设计技术要点 1.中小户型住宅设计的常见尺寸 2.中小户型住宅各功能房间的设计要点 1.3.3 中小户型住宅的设计现状 1.我国中小户型住宅的设计现状 2.日本中小户型住宅产品设计现状 1.3.4 中小户型住宅设计要诀 1.户型设计应让营销人员介入 2.三条流线尽量不交叉 3.尽量做到五个分离 4.户型格局要方正 5.减少固定构件 6.要有灵活的功能空间 7.提高空间的时空利用率 8.适当缩小开间 9.力求多功能 10.要注意特殊户型的供应 11.结构设计应考虑用户的自由拆隔 12.应考虑均好性 13.应考虑通风效果 1.3.5 中小户型住宅减少面积浪费的方法 1.减少套内建筑面积浪费的方法 2.减少公共面积分摊的方法 1.3.6 中小户型住宅增加套内可用空间的方法 1.多设计飘窗 2.底层和顶层送露台 3.建高度为2.2米以下的地下室或半地下室 4.设置人户花园 5.将空调机安放处变生活阳台 6.设置空中连廊 7.顶层设置坡屋顶阁楼 8.加大层高以扩大使用空间 9.设置隔层空中花园 10.设置步入式阳台 11.将房间设计成内阳台 1.4 中小户型住宅装修策划 1.中小户型住宅装修的必要性 2.中小户型住宅装修的要求 3.色调与光的运用.....第2章 90平方米以下畅销住宅型图推介第3章 以中小户型为主的畅销住宅平面图推介参考文献

## &lt;&lt;中小户型开发与设计&gt;&gt;

## 章节摘录

1.2 中小户型住宅开发市场定位策划 1.中小户型住宅开发的市场基础 中小户型的产生和发展其实是与城市人口结构和状态的变化息息相关的，外来人口、本地年轻人群、年轻（老）家庭是中小户型的主要需求者，一个成功的中小户型住宅开发的市场应当具备城市中心、交通要道、成熟的街区环境等必备要素。

具体必备条件如下：（1）中小户型热销都出现在经济发达的地区，而且这些地区的土地资源相当稀缺。

（2）地理位置优越，交通十分便捷，到达公交站点的步行距离不超过500m，位于城市中心或者繁华大商业圈内。

（3）中小户型居住人群对生活配套依赖性高，周边配套须相当齐备，如休闲、娱乐、购物、健身等设施，可以满足生活多方位的需求。

（4）户内全套精装修、首层公寓式大堂，整体橱柜、整体浴室，宽带接入，空间设计富有时代气息。

（5）低总价（相对于同地区大户型而言）。

2.中小户型住宅的市场细分变量 中小户型住宅的市场定位就是要解决中小户型的开发建设是为了满足哪些客户需求的问题。

这需要有一个进行市场调研和市场细分的过程。

应该说，住宅开发主要是为了满足人们的居住使用需求的，即便是购买者不是为了自住而是为了投资转手、出租或赠与，其购买的着眼点还是要落在该住宅物业是否适合人们居住使用这一基本功能上的。

所以在做客户市场细分的时候主要应考虑使用客户的类型。

客户的市场细分可以从以下四个细分变量来分析：（1）地理细分 这主要考虑客户现在生活和工作的地理位置，以及楼盘邻近区域的客户情况。

例如，从生活的地域差异性看：南方以通风为主，强调外遮阳及防潮，因此在建筑设计上表现为大阳台、挑廊、露台、架空层、开敞式大堂等；北方以日照采光为主，强调保温防冻，因此在建筑设计上表现为封闭阳台、阳光房、外形厚实、封闭式大堂等。

（2）人口细分 这是住宅市场最重要的细分标准，主要按照人口变量，包括年龄、收入、家庭规模、家庭所处生命周期阶段和教育水平、职业等变量来细分客户群体。

人口变量中又以收入和家庭所处生命周期阶段这两个变量最为关键。

收入因素影响客户的总价承受能力，在单价一定的条件下，收入越高的客户往往需要的户型面积越大；或同样的居室数量的条件下，收入越高的客户往往追求的居室面积越大。

## <<中小户型开发与设计>>

### 编辑推荐

中小户型住宅新政及市场现状分析、中小户型住宅开发市场定位策划、中小户型住宅设计策划、中小户型住宅装修策划、中小户型住宅营销策划、90平方米以下畅销住宅户型图推介、以中小户型为主的畅销住宅平面图推介。

<<中小户型开发与设计>>

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>