第一图书网, tushu007.com

<<旅游房地产项目开发全程策划>>

图书基本信息

书名：<<旅游房地产项目开发全程策划>>

13位ISBN编号：9787112107612

10位ISBN编号：711210761X

出版时间：2009-8

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：余源鹏 主编

页数：408

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

内容概要

本书讲述了旅游房地产项目开发实操策划的指导理论和全程操作，重点介绍旅游房地产项目的市场分析、项目定位、产品规划、整合推广、营销执行、投资分析、经营管理等关键步骤的策划。
本书是全国旅游房地产项目开发和经营各相关企业的从业人士的必备工具型实战参考图书，是广大房地产从业人士和房地产策划师职业提升的实用读本。
本书特别适合从事旅游房地产项目开发相关领域的房地产开发商、旅游公司、建筑规划设计单位、园林景观设计单位、旅游项目经营管理公司、酒店管理顾问公司、投资顾问公司、工程咨询公司、房地产策划代理公司以及政府相关行政部门的从业人士阅读。
同时本书也非常适合作为旅游管理、酒店管理和房地产专业师生的教材或参考书。

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30多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》、《房地产中介经纪人实用业务知识两日通》和《三天造就二手房租售冠军》等。

此次推出的“房地产项目开发全程实操系列”延续“房地产实战营销丛书”的特点，侧重实战，突出营销，设有四本分册，分别是《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》。

书籍目录

第一章　旅游房地产项目开发总论 第一节　旅游房地产的概念与发展　一、旅游房地产的起源　二、旅游房地产的概念　三、旅游房地产的类型　四、旅游房地产与休闲产业的区别与联系　五、旅游房地产与休闲房地产的区别与联系　六、旅游房地产与旅游业的区别与联系　七、旅游房地产与房地产业的区别与联系　八、旅游房地产的发展前提　九、旅游房地产的发展现状　十、旅游房地产的发展问题　十一、旅游房地产的发展趋势 第二节　旅游房地产项目的开发理论　一、旅游房地产项目的开发原则　二、旅游房地产项目的开发基础　三、旅游房地产项目的开发注意事项　四、旅游房地产项目的开发难点　五、旅游房地产项目的开发要诀　六、旅游房地产项目的开发模式　七、旅游房地产项目的开发审批程序 第三节　旅游房地产项目全程策划报告标准模板第二章　旅游房地产项目市场分析 第一节 项目投资环境分析　一、经济环境分析　二、政策环境分析　三、产业环境分析　四、城市条件分析　五、行业分析 第二节项目自身情况分析　一、项目概况分析　二、项目建址条件分析　三、项目旅游资源分析 第三节 项目客户群分析　一、现有客户群的总体特征分析　二、潜在客户群的总体特征分析　三、潜在客户群的细化特征分析　四、市场规模预测分析 第四节 项目竞争对手分析　一、竞争影响因素分析　二、竞争态势分析　三、竞争个案分析 第五节　项目SWOT分析　一、项目优势分析（S）　二、项目劣势分析（W）　三、项目机会分析（O）　四、项目威胁分析（T）　五、SWOT整合分析第三章　旅游房地产项目定位 一、项目主题定位 二、项目功能定位 三、项目名称定位 四、项目客户群定位 五、项目形象定位 六、项目其他定位第四章　旅游房地产项目产品规划建议 一、项目总体规划介绍 二、项目主体功能区规划建议 三、项目辅助功能设施规划建议第五章　旅游房地产项目整合推广策划 一、项目广告策划 二、项目媒介选择 三、项目活动策划 四、项目推广策划第六章　旅游房地产项目营销执行策划 一、项目营销执行阶段划分……第七章　旅游房地产项目投资分析第八章　旅游房地产项目经营管理策划第九章　典型旅游房地产项目全程策划要点

章节摘录

第一章　旅游房地产项目开发总论　　第一节　旅游房地产的概念与发展　　一、旅游房地产的起源　　1.国外旅游房地产的起源　　旅游房地产概念源于20世纪60年代欧洲的分时度假概念。

在阿尔卑斯地区，为了让前来滑雪度假地度假的欧美中产家庭买得起度假房地产，亚历山大·奈特将度假房产（他管理的一家旅馆）按时段（一周）分别出售给不同的度假者，并给予每个购买者在一定时期内享有度假地房产的住宿和娱乐设施的权利，同时这种权利可以转售和转让。

奈特的这种经营方式可以看作最初的分时度假概念。

在法国地中海沿岸，由于度假风气的盛行也开发了大量海滨别墅。

但由于房产价格高昂，多数家庭无力单独购买度假别墅，而部分有能力购买别墅的用户，每年的使用时间也非常有限，最多只有几周，空置率很高，所以出现了亲朋好友联合购买一幢度假别墅供大家不同时间分别使用的情况，这种经营方式也属于最早期的分时度假概念。

2.国内旅游房地产的起源　　追根溯源，我国旅游房地产萌芽出现在20世纪八九十年代。

一部分沿海地区、改革开放较早省市，如海南，由于盲目开发，房地产项目建设供大于求，出现大量空置房。

于是为了消化这些空置房，运营者将其中一部分改造为旅游物业。

实践证明，这是一条行之有效的途径。

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