第一图书网, tushu007.com

<<房地产产品规划与组合配比技巧>>

图书基本信息

书名：<<房地产产品规划与组合配比技巧>>

13位ISBN编号：9787112122899

10位ISBN编号：7112122899

出版时间：2010-9

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：夏联喜 编

页数：310

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

产品规划是房地产策划的一项重要内容。
它包括从前期的产品概念构思、产品形象提炼、产品形态构成、产品配比、整体建筑策划，到后期的单体建筑表现、户型策划等众多内容。
由于需要与设计部门及其他部门进行大量沟通、协调及配合，因此，产品规划及配比的最终落定比其他环节的策划更为复杂和重要。
　本书抓住房地产产品规划和组合配比的核心要点，重点阐述产品从概念到产品形成的推理过程，从中不断总结各种技巧，并将各种实践经验提炼形成理论体系，和系统的专业知识。
同时，通过大量的案例来分析和论证，力求还原项目开发背景，告诉读者楼盘产品从无到有的策划历程。

书籍目录

第一章 房地产产品策划的基本理论 一、房地产产品策划的实质 二、房地产产品策划的八大法则 三、房地产产品规划的构成 四、房地产产品规划的实施策略第二章 房地产产品研发的决策模式 一、产品研发需要正视的三大问题 二、房地产产品研发决策模式 三、金地集团产品研发决策模型第三章 房地产产品定位与组合策略 一、定位前的目标市场选择准备 二、产品定位的技巧和方法 三、房地产项目定位的产品组合策略 四、房地产附属产品定位的实用技巧 五、定位高端物业的必要条件第四章 房地产产品规划设计决策模式 一、规划布局构想 二、园林景观设定第五章 项目产品整体策划 一、整体产品策划 二、阶段性分步解读流程 案例01：上海某别墅项目整体产品定位策略 案例02：上海WK某项目整体产品策划解码第六章 个体产品策划 一、个体产品规划的理论决策模型 二、整体户型定位 三、户型类别配置 四、户型类别分布 五、户型功能空间确定 六、户型功能空间位置确定 七、户型功能空间合理分析 八、户内交通路线确定 九、户型景观确定 十、室内装修材料确定 十一、单体建筑确定 案例03：深圳城市GLY项目户型配比策略 案例04：深圳AX某项目户型配比策略解析第七章 附属产品策划 一、硬件配套 二、教育配套功能 三、会所功能 四、智能化系统 五、项目销售形象 六、泳池 七、物业管理

第一图书网, tushu007.com

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