第一图书网, tushu007.com

<<购物中心项目开发全程实操要诀>>

图书基本信息

书名：<<购物中心项目开发全程实操要诀>>

13位ISBN编号：9787504735607

10位ISBN编号：7504735604

出版时间：2010-11

出版时间：中国物资出版社

作者：余源鹏 编

页数：332

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

前言

近年来，随着城市化进程的不断推进，全国各大中城市几乎都拥有属于整个城市或城市某个区域的标志性大型购物中心，并且随着城市不断的发展以及人们生活水平的提高，购物中心这一房地产开发类型将越来越普及。

“ 购物中心 ”一词译自英文shopping Mall和Shopping Center，根据字面的意思，也可以译成“ 购物林荫道 ”或“ 商业中心 ”等。

1985年美国出版的《零售词典》认为：“ 购物中心是一个由零售商店及其相应设置组成的商店群体。作为一个整体进行开发和管理，通常包括一个或多个大型的核心商店，并有众多小商店环绕其中，有庞大的停车设施，其位置靠近马路，顾客购物来去便利。

”由于外国的情况与我国不一样，外国对购物中心的定义不一定适用于我国。

经过严谨的推敲，作者对购物中心的概念进行了诠释：　　购物中心是指由百货商店或超级市场作为核心店，包括各类专业店、专卖店以及餐饮、休闲、娱乐、服务等设施在内的一站式消费中心，它是一种功能齐全的复合型零售业态，或者可称其为混合业态，是集购物、休闲、健身、娱乐、社交等功能为一体，能满足一定范围内居民多种生活需要的一种特殊的零售业态。

如何成功开发并成功运营购物中心是购物中心项目运营企业最关心的问题。

要解决好这个问题，做好市场调查、项目定位、产品规划、投资分析、整合推广、租售执行和经营管理等关键步骤的策划和操作是最关键的。

由于购物中心项目开发的相关专业人员比较短缺，而且市面上很少有介绍购物中心项目开发全程操作的书籍，应广大读者的要求，也为了让广大从业人士对购物中心项目的全程实操策划有更深入的认识和把握，进而促使各购物中心项目开发和运营能够顺利进行，经过近两年的研究与探索，我们特别策划编写了这本书——《购物中心项目开发全程实操要诀》。

内容概要

本书是全国购物中心项目开发和经营各企业相关从业人士的必备工具型实战参考用书，是广大房地产从业人士和策划师职业提升的实用读本，十分适合房地产开发公司、房地产顾问策划公司、房地产租售代理公司、房地产市场调研公司、商业经营管理公司、房地产广告公司的从业人士阅读。
同时，本书也是工商管理和房地产专业师生的优秀参考教材。

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公司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。

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》、《三天造就二手房租售冠军》和《房地产优秀广告文案创作与鉴赏大全》等。

书籍目录

第一章　购物中心概论　第一节　购物中心的相关知识　　一、购物中心的定义　　二、购物中心的特点　　三、购物中心的分类　第二节　购物中心的发展历程　　一、购物中心在国外的发展历程　　二、购物中心在国内的发展历程　第三节　购物中心的开发要点　　一、购物中心的选址要准确　　二、购物中心开发商的资金实力要雄厚　　三、购物中心的土地成本要尽量降低　　四、购物中心在开发前要进行详尽的分析　　五、购物中心的主题定位要鲜明　　六、购物中心的功能要全面合理第二章　购物中心项目市场调查分析　第一节　购物中心项目投资环境分析　　一、经济环境分析　　二、政策环境分析　　三、城市环境分析　　四、房地产市场分析　　五、商业地产市场分析　第二节　购物中心项目自身情况分析　　一、项目基本情况分析　　二、项目周边配套分析　第三节　购物中心项目客户群分析　　一、项目终端消费者分析　　二、项目经营者分析　　三、项目投资者分析　第四节　购物中心项目竞争对手分析　　……第三章　购物中心项目定位分析第四章　购物中心项目产品规划建议第五章　购物中心项目整合推广策划第六章　购物中心项目租售执行策划第七章　购物中心项目经营管理策划

章节摘录

（2）经营主题明确。
按照所处的地理位置、自身条件及当地零售商业发展状况确定目标市场，然后据此定位，引入相应零售商配合市场定位。
（3）零售商店是其基本组成部分，一般以一家或几家百货商店、超级市场为核心，辅之以服装店、珠宝店、电器商店等各种专卖店。
（4）购物中心配有相关的服务设施，以满足人们休闲、娱乐、运动等需要，如饭店、咖啡厅、美容店、药店、银行、邮局、旅馆、电影院、健身房、旅行社等各种机构。
（5）在统一的商业形象下，以统一经营政策进行营运。
购物中心的本质特点是统一管理和分散经验的管理方式。
管理者对购物中心实行统一的集中管理，购物中心的日常运行、保安、清洁、维修进货和促销活动等都是有组织地进行，公共空间实行统一管理，供所有的零售商与购物者共享。
经营者不参与管理，定期向管理者交纳管理费用。
（6）一般都设在城市新兴发展区，或者中心商业区（面积较小），以及交通便利的居民区（居民密度较高）。
三、购物中心的分类　　购物中心按照不同的分类标准，可以有不同的分类。
下面分别以不同的分类标准对购物中心的分类进行介绍。
（1）按开发商背景及购物中心经营管理的模式（包括自营的比例）分类　　1）物业型购物中心　　物业型购物中心又可分成以下两种：　　a.物业型购物广场　　一般由大开发商开发，建在市中心黄金地段，实行的是租赁制。
其面积一般在5万～10万平方米，由于面积还不够大，故其定位必须突出某一目标客户群群体，所以人驻的业态一般不齐备，即业态业种的复合度不够（通常定位于高端市场，大租户以高级百货为主，许多业态没有引入），还称不上真正的摩尔购物中心。

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