

《房地产企业战略突围的N种模式》

图书基本信息

书名：《房地产企业战略突围的N种模式》

13位ISBN编号：9787508648668

出版时间：2014-11-1

作者：明源地产研究院

页数：368

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《房地产企业战略突围的N种模式》

内容概要

房地产企业战略突围的13种模式

住宅篇

“快鱼”海亮的高周转神话

“黑马”阳光城的扩张传奇

“云南王”俊发的全国棋局

“河南王”建业的区域深耕

中国区县楼市领军者汇邦地产

规模突围下的运营王牌华远地产

商业篇

中国造城专家中南集团的蓝海战略

商业先锋宝龙的“经营九变”

体验先锋官益田的中高端商业创新

跨界篇

地产+文旅：文旅跨界排头兵世嘉

地产+文化：文商跨界践行者一德

地产+绿色：朗诗从绿到深绿的战略突围

地产+互联网：花样年颠覆地产的互联网玩法

《房地产企业战略突围的N种模式》

作者简介

明源地产研究院

致力于推动中国房地产业管理创新

成立于2009年，以做“中国房地产管理创新的引擎”为愿景，立足于明源软件（成立于1997年）与全国数千家地产企业持久深入的合作，聚焦房地产管理研究、咨询服务、专业培训以及管理最佳实践研究四大领域，持续推动中国房地产管理创新。目前，研究院已聚集了一大批有着10多年实战经验、深谙房地产业务与管理的专家顾问，形成了覆盖房地产战略、运营、成本、采购、绩效、客户关系管理、移动互联网变革等业务领域的研究小组。

持续推出“中国房地产业管理研究成果”

创办《明源地产研究》季刊，面向房地产业中高层管理者，单期发行量近5万册；2011年，出版《项目运营最佳实践》，已销售3万多册；2013年，首度与中信出版社合作出版《成本制胜——微利时代再造房企核心竞争力》，一年内加印6次；2013年，开通“明源地产研究院”微信号，一年内粉丝量突破10万，后续还将努力向更高目标突破。

书籍目录

序 /

住宅篇

第一章 “快鱼”海亮——成长型房企高周转最佳实践

第一节 海亮版高周转——只在预售前求快

一、海亮高周转的四大理由 / 009

二、海亮高周转的分段玩法 / 010

第二节 高周转落地术——拿地开工销售均快

一、高周转的“三个更快” / 012

二、高周转的“三个支撑” / 018

第二章 “黑马”阳光城——2年10倍的扩张传奇

第一节 审时度势——“三化”趋势下的抉择

一、巨头化：5 000亿元的房企即将诞生 / 030

二、差异化：未来4类企业很吃香 / 031

三、大分化：政策、市场、企业、产品加速分化 / 031

第二节 谋定而后动——冲刺500亿元的四大谋略

一、战略做“减法” / 033

二、红海差异化 / 033

三、老板大度放权 / 033

四、向决策者要“执行力” / 034

第三节 黑马之道——2年业绩翻10倍的6张王牌

一、第1张王牌：“高周转+低成本”的运营策略 / 035

二、第2张王牌：“股+债”的核动力 / 042

三、第3张王牌：“丰富产品线+精选城市”的定位策略 / 044

四、第4张王牌：“扁平化+青年近卫军”的团队建设战略 / 047

五、第5张王牌：“信息对称+评价到位”的管理战略 / 050

六、第6张牌：独特的12字企业文化 / 052

第三章 “云南王”俊发——从区域走向全国的扩张棋局

第一节 走出云南——要做大必须全国化

一、区域市场占有率达25%后必须走出去 / 060

二、先入西南，再进中部，剑指全国 / 061

第二节 谋局全国——地、钱、人全盘开花

一、必须多拿地，拿对地 / 063

二、现金流安全不能系在一棵树上 / 066

三、用过硬的产品撕开新市场 / 069

四、让管理跟上扩张的步伐 / 070

五、“空降+回炉”突破扩张人才瓶颈 / 073

第四章 “河南王”建业——区域深耕的中国样本

第一节 省域化之路——天时、地利、人和的理性权衡

一、坚持省域化的三大理由 / 082

二、省域化落地四段论 / 084

三、追求20%复合增长率 / 085

第二节 省域化深耕——“省—市—县—乡（镇）”纵深发展

一、“省—市—县—乡（镇）”纵深选城逻辑 / 085

二、省域深耕的“圈地运动” / 088

三、多面出击的圈人策略 / 091

四、四级城市快速占位 / 094

五、省域化深耕更需合作做大 / 096

第三节 省域化突围——打造建业服务的“私人订制”

一、省域化下的“忧”与“优” / 098

二、以“私人订制”战略突围 / 099

第五章 汇邦地产——中国区县楼市的领军者

第一节 战略布局——先人一步深耕区县

一、中西部是新型城镇化的主力 / 111

二、汇邦要做区县龙头 / 112

第二节 区县攻略——汇邦的五大玩法

一、模式：合作开发与资源整合 / 116

二、产品：领先小半步、追求性价比 / 117

三、成本：总包包干与核心主材甲供 / 119

四、标准化：快速扩张下的“简易版”标准化 / 121

五、品牌溢价：超过50%的销售为“老带新” / 122

第三节 营销解码——“体验+顾问”提升口碑

一、与一、二线城市迥异的区县市场 / 125

二、区县楼市的营销法则 / 127

三、从感官到情感的多重体验式营销 / 129

四、橄榄型定价与前置开盘 / 131

第六章 华远地产——从利润向规模突围的运营王牌

第一节 二次创业——净利润高，规模受阻

一、回首往事：昔日北方“大哥” / 140

二、彼时二次创业：规模受阻，净利润却高 / 140

三、此刻与时俱进：从“利润型”向“规模型”突围 / 142

第二节 冲刺百亿——运营升级，向规模突围

一、规模下的“快周转”：拿地、资金、运营是突破口 / 143

二、总部做精：宁愿先严后松，不能先松后严 / 146

三、运营做强：三步完成运营升级 / 148

四、管理做实：绩效驱动，全员轮岗 / 154

商业篇

第七章 造城专家中南——全产业链下的蓝海战略

第一节 小平看市——行业已到转型时刻

一、借鉴：家电业是房地产业的“镜子” / 166

二、转型：行业发展阶段的必然选择 / 167

三、过渡：从“资源时代”到“能力时代” / 168

第二节 蓝海战略——在新城新区造城

一、用造城打开一片蓝海 / 169

二、打造非同寻常的全产业链优势 / 170

三、成为资源要素整合的赢家 / 171

第三节 造城模式——“1+N”城市深耕

一、以造城为核心研究战略布局 / 171

二、“1+N”城市深耕策略 / 174

三、高周转+中利润 / 176

四、产城结合打造城市内生力 / 177

五、“中南式”管理创新 / 180

六、“颠覆式”人才理念 / 182

第八章 商业先锋宝龙——经营九变打造宝龙“商业帝国”

第一节 变革之路——宝龙商业地产的3次转型

一、第一个5年：首创多业态购物中心 / 192

二、第二个5年：专注商业地产的4个玩法 / 192

三、第三个5年：均好中突出产品差异化及低成本 / 194

第二节 商业之痛——模式浅泡沫大

一、模式之浅：卖住宅赚自持物业 / 195

二、成本偏高：融资成本在8%~9% / 195

三、管制稍松：盲目扩张 / 196

四、竞争太激烈：区域市场只认前4名 / 196

第三节 宝龙九变——打造一个新宝龙

一、盈利之变：住宅商业平分秋色 / 197

二、布局之变：转战一、二线城市 / 198

三、产品之变：做宽做好做小 / 201

四、成本之变：严控三大管理费用 / 204

五、融资之变：用境内资产在境外借外币 / 206

六、平台之变：打造资产与运营管理双平台 / 207

七、电商之变：成为顾客与商场的即时纽带 / 209

八、人才之变：标准化+商学院突破人才瓶颈 / 211

九、管理之变：从粗到精不断打磨 / 213

第九章 体验先锋官益田——中国中高端体验式商业缔造者

第一节 商业突围——2002年先入蓝海

一、以商业地产为突破口 / 224

二、益田商业地产的DNA / 225

三、双轮驱动，商业板块在未业3~5年上市 / 226

第二节 益田路线——聚焦一、二线，志走中高端

一、聚焦一、二线核心城市 / 227

二、不可或缺的海 / 228

三、成熟1个，开拓1个 / 228

四、选址哲学：人口×购买力×消费意愿 / 229

第三节 体验先锋官——个性化定位+体验突围

一、Lifestyle的创新产品 / 230

二、做商业地产的体验先锋官 / 233

三、益田“修正式”定位法 / 238

四、强大运营力：“1358成功法则” / 243

跨界篇

第十章 地产+文旅

文旅跨界世嘉——羊毛出在兔子身上的地产玩法

第一节 跨界创新——让羊毛出在兔子身上

一、中小房企：不变革就是等死，变革才有出路 / 256

二、世嘉调头：文旅跨界找到旅游地产的蓝海 / 257

第二节 模式深耕——建标准设门槛

一、构建运营标准，掌握细分行业定价权 / 261

二、打造模式门槛：自己可复制，别人难复制 / 262

三、价值最大化：做强研发、做好品牌输出 / 262

四、注重现金流及其与资本的对接 / 262

第十一章 地产+文化

文商跨界一德——用文化武装商业

第一节 跨界——用创意文化发掘商业“洼地”

一、商业地产的核心在于商业 / 272

二、商业的核心在于人 / 272

三、用文化创意跨界商业 / 273

第二节 革新——用先进的文化创意意识“换脑”

- 一、发展文化创意产业的问题 / 274
- 二、做文化创意先要“换脑” / 274
- 第三节 玩法——根据人的需求反向做产品
 - 一、战略模式：做好“轻资产” / 276
 - 二、休闲度假：做消费者的“代表” / 277
 - 三、注重体验：“1912”都会文化商业街区体验取胜 / 279
- 四、把握需求：“艾米1895”成为挖掘隐性需求的大赢家 / 281
- 五、文化引擎：商业地产新动力 / 282
- 第十二章 地产+绿色
 - 绿色朗诗——守正出奇从绿到深绿的战略突围
 - 第一节 趋势——下一个10年“巨人”也可能倒下
 - 一、海啸下的“强者不一定恒强” / 293
 - 二、开发商对市场要有敬畏之心 / 294
 - 三、昔日中国台湾、日本的泡沫与今日中国大陆很相似 / 295
 - 四、万科的速度与规模很难被二度复制 / 296
 - 第二节 突围——守正出奇，应对下一个波动10年
 - 一、超越地产周期的玩法 / 297
 - 二、地产/非地产业务各占半壁江山 / 299
 - 三、从“绿”到“深绿” / 299
 - 第三节 守正——做大绿色住宅规模
 - 一、核心在于做高ROE / 302
 - 二、精选城市做大 / 307
 - 三、绿色产品独步江湖 / 310
 - 第四节 出奇——就地养老打破“集中营”模式
 - 一、现状：养老不为老 / 315
 - 二、朗诗切入点：老者为先 / 316
 - 三、朗诗模式：就地养老 / 317
 - 四、成长谋略：从养老服务起航 / 319
 - 五、养老目标：做养老产业 / 320
- 第十三章 地产+互联网
 - 勇立潮头花样年——做中国最大的社区服务商
 - 第一节 潘军看市——民营房企必须“变轻”
 - 一、金融化：从依赖土地到依赖资本 / 330
 - 二、规模化：产业链成熟后的下一站 / 330
 - 三、花样年突围：轻资产+服务化 / 331
 - 第二节 剑走偏锋——做中国最大的社区服务商
 - 一、蛋糕巨大：社区服务盈利空间可达500亿元 / 332
 - 二、掌控端口：掌握终端就掌握了未来 / 333
 - 三、基础服务：“智慧社区”颠覆传统物管 / 335
 - 四、社区盈利：不收物业费也能赚大钱 / 338
 - 第三节 体系创新——花样年社区服务三件宝
 - 一、彩空间：管理处变成“体验店” / 344
 - 二、彩之云：移动APP玩转微商圈 / 345
 - 三、彩付卡：消费积分换服务 / 347

《房地产企业战略突围的N种模式》

精彩短评

- 1、浮夸
- 2、随便看着玩
- 3、全面而不细致
- 4、比较浅，不过对了解一些公司来说够用
- 5、住宅地产和跨界地产有两三篇不错，商业地产则太粗糙
- 6、非常不错，尤其是前面关于住宅地产部分的，值得认真写一篇笔记总结一下。但是后面关于商业、文旅地产的就有点水了，毕竟那些业态的打法也还处于一个探索阶段。
- 7、跨界篇蛮有意义
- 8、还不错

《房地产企业战略突围的N种模式》

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：www.tushu000.com