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

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

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
另一位,一个时间的一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个一个
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
一、
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
一、必须多事地,事对地 / 003
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、至为自以心则二人连由/002
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
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、 自一巾一去一乡(垻) 纵深远城迄铒/085
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 "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 L、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、不可或缺的上海/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 L、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

第二节 革新——用先进的文化创意意识" 换脑 "

二、商业的核心在于人 / 272 三、用文化创意跨界商业 / 273

- 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
- 、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
- 1、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
- L、彩之云:移动APP玩转微商圈 / 345
- 三、彩付卡:消费积分换服务/347

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

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