

《房地产精细操盘:前期市场分析》

图书基本信息

书名：《房地产精细操盘:前期市场分析》

13位ISBN编号：9787122216098

出版时间：2014-9-1

作者：中汇城控股（集团）房地产研究中心

页数：304

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

《房地产精细操盘:前期市场分析》

内容概要

中国房地产开发手法，开发商地域不同所形成的派别也不同，不同派别企业的开发风格、项目特点和产品形式及社区文化差别很大。地产人做项目前期分析研究，主要工作分四步：首先要搞懂中国房地产开发商，研究开发商自身的商业文化特点和企业风格等主观因素；第二是对房地产开发流程的全过程有详细了解。第三是做具体的前期市场研究，即宏观市场背景、所在城市、地处区域、区域的区位、地块特点、客户研究、竞争楼盘研究，第四步是做项目整体的经济测算。

项目开发的前期分析是决定楼盘成功销售与否的重要环节，本书圈定了房地产前期市场分析研究的工作框架，以一个楼盘如何能最大程度找到准确项目定位并形成最终适合的产品为出发点，对前期研究工作做分步论述，具体来说，是从“地产项目的前期分析研究的工作如何分步进行，最新理论有哪些，每一步的工作细节是什么以及在每一步里的注意事项是什么”而环环相扣论述下来的。本书旨在为地产策划人做项目前期分析研究提供一个完整的逻辑框架和详细的工作步骤。

《房地产精细操盘:前期市场分析》

作者简介

中汇城控股（集团）有限公司以助力建设城市新中心或主题副中心为己任，形成了以商贸物流为引擎，以商业配套、文化配套、教育医疗、休闲旅游配套及大型住区等为组合蜂巢的综合投资建设模式。集团秉承“诚信、共赢、协作、创新”的经营理念，始终把培育市场和为客户创造价值、为区域经济发展服务放在首位。

书籍目录

开篇 中国开发商基础脸谱

- 一、如何解读当下开发商企业战略
- 二、中国地产企业经营哲学的地域基因
- 三、区域企业群发展的3个分析指标
- 四、中国地产企业群发展战略

第一章 房地产项目全程策划流程

第一节 房地产项目策划前期可行性研究流程

- 一、可行性研究的三个工作阶段
- 二、可行性研究的7项基本内容
- 三、可行性研究的5个步骤

第二节 房地产项目全程策划的工作阶段划分

- 一、三种房地产项目策划基本类型
- 二、房地产项目全程策划的主要内容
- 三、房地产项目全程策划七个特性
- 四、房地产项目全程策划的价值

第二章 宏观指标分析过程

第一节 宏观经济分析

- 一、宏观经济分析技巧
- 二、宏观经济分析的8个模块分析

第二节 宏观政策分析技巧

技巧1：按类梳理房地产政策

技巧2：梳理房地产政策的多元主体

技巧3：更现实的分析房地产市场政策影响

第三节 宏观市场分析

- 一、周期规律是市场行情的本质
- 二、房地产周期与宏观经济周期紧密相关
- 三、房地产市场基本面分析内容与重点
- 四、房地产项目区域市场供求分析
- 五、地块研究是前期综合分析关键之一

第四节 房地产行业宏观分析常用表格

第三章 常规市场调研的做法

第一节 市场调研常规步骤

- 一、将地产决策问题具化为调研问题
- 二、地产调研目的体系设计
- 三、地产策划中的5个调研注意事项
- 四、确定地产调研地域范围的2种方法
- 五、确定地产调研地域范围的方法
- 六、地产策划调研常用的四类调研方法
- 七、地产调研常用的分析方法
- 八、召开地产调研项目会
- 九、用地产逻辑问题树解决调研问题
- 十、踩盘调研方法与技巧
- 十一、目标客户策划调研的三个要求
- 十二、用客户调研构建项目价值体系的步骤

第二节 市场调研分析的分析对象

- 一、财务分析
- 二、社会效益分析

三、生态效益分析

四、风险经济分析

第三节 房地产常规调研常用表格

一、商业市场调研模板

二、写字楼市场调研模板

三、住宅市场调研模板

四、调查问卷模板

第四章 前期客户研究

第一节 客户研究的基本方法

一、客户研究要解决的三个问题

二、研究客户需求的四种方法

三、不同客户人群需求改变项目需求点

四、初步客户研究可形成的2个成果

第二节 访谈式客户研究办法

一、客户研究访谈分类

二、访谈问题的结构化设置

三、访谈中的两种提问方式技巧

第三节 客户细分研究方法

一、客户细分的两个价值

二、客户细分的四个维度

三、地产项目九类客户细分指标

四、八大客户群体特征描述

第四节 如何寻找潜在客户

一、潜在客户细分研究步骤

二、潜在客户细分群体描述

三、潜在客户细分群体人口背景统计的6个内容

四、潜在客户细分群体购房行为特征分析的五个方面

第五章 竞争产品分析

第一节 竞争产品分析内容及流程

一、竞争产品分析作用

二、竞争产品分析的内容和工作重点

三、竞争产品分析流程中的模型及方法

四、竞争产品分析案例演示

五、竞争产品监测

六、区域竞争产品分析框架

第二节 产品组合分析模型及方法

一、产品组合内容

二、不同群体的产品组合不同

第六章 房地产项目经济测算

第一节 经济测算的概况

一、经济测算的基本步骤

二、经济测算基本概念

三、投资估算的要求及必要性

第二节 项目开发成本估算

一、开发项目总投资

二、项目总成本的12项费用

第三节 地产项目利润测算

一、掌握项目定价方法

二、确定租售价格

三、经营收入估算

四、税金估算

五、投资资金来源分析

六、资金筹措与使用计划

七、借款还本付息估算

八、财务评价指标

第四节 地产项目的不确定性分析

一、敏感性分析

二、盈亏平衡分析

第五节 经济测算常用表格

《房地产精细操盘:前期市场分析》

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