

# 《地产策划》

## 图书基本信息

书名：《地产策划》

13位ISBN编号：9787513617352

10位ISBN编号：751361735X

出版时间：2013-5

出版社：中国经济出版社

作者：黄章林

页数：440

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](http://www.tushu000.com)

## 作者简介

黄章林，男，生于江西赣州，客家人，现居上海。2001年同济大学毕业毕业后进入房地产行业，先后效力于新聚仁机构、相互广告、成全机构等，现为EJU易居（中国）控股集团下属CRIC克而瑞信息集团品牌总监、地产人网总策划、易居培训特聘讲师。从一线销售员到策略制定者，从企划文案到杂志主编，从实战操盘手到知识管理者，足迹遍布上海、北京、天津、重庆、杭州、苏州、南昌、厦门、大庆等。在服务万科、万达、万通、华润置地、亿城股份、协信、金都等众多地产商的过程中，跨界思考，纵横创意，形成自成体系的房地产策划方法论，先后推出《壁虎与火把》《品牌与营销》《地产九宫格》等成果。地产行业最为活跃的微博控与分享者之一，2011—2013新浪乐居“上海博客微博双冠王”，2011CIHAF住交会“中国最具影响力房地产微博达人”。近年来每年培训课程近百场，学员遍布全国各地，以丰富的案例及深入浅出、生动幽默的授课特点赢得了众多粉丝。易居图书、克而瑞地产图书策划中心介绍易居（中国）控股有限公司，中国首家在美国纽交所上市的轻资产地产概念公司，也是国内首家房地产线上、线下全面解决方案的供应商。克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。中国最大的房地产信息综合服务商，以房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞地产图书策划中心隶属于克而瑞信息集团。秉承上海易居房地产研究院的专业平台，聚合易居（中国）13年地产实战经验，沿袭广州决策资源集团13年专业地产图书策划、编著及发行经验，专注于房地产领域各类专业性工具书策划及编著，为地产企业高管打造最便捷地产图书学习服务平台。

## 书籍目录

ONE [企业]商业的逻辑 万科，不是苹果 / 3 龙湖与KTV的差异 / 9 飞一般的恒大 / 13 写在万达边上的思考 / 16 绿城做错了什么？ / 23 一个叫朗诗的艺术青年 / 28 从顺驰到融创 / 32 光耀的湖 / 35 我们都在学揽胜 / 41 易居与世联 / 45 TWO [品牌]传播的真谛 梁朝伟代言的那个楼盘 / 55 星河湾，中国当代奢侈品 / 59 SOHO中国与潘石屹，谁绑架了谁？ / 62 万科，地产品牌样本 / 67 金科突围 / 71 上海新天地的新天地 / 75 世博会、乔丹与林书豪 / 78 大悦城。洗浴城 / 81 保利地产。和乐中国 / 84 亲和源，养老非地产 / 88 THREE [产品]消费的核心 我所理解的生活 / 95 产品是个大概念 / 100 当“苹果”成为刚需 / 107 高，实在是高 / 111 平墅的早产 / 16 停车系统是最高标准 / 120 低碳是个好说法 / 124 综合体病 / 127 户型真好 / 132 产品线，品牌线 / 136 FOUR [楼盘]地产的根本 骨子里的第五园 / 143 大国气象九间堂 / 147 为什么半山半岛？ / 151 九溪烟树的九树 / 154 狭窄巷子最成都 / 157 外滩与九里 / 162 从万城华府到西山华府 / 165 归去来兮平门府 / 169 在沙发社区聆听左岸香颂 / 172 堪称南通第一的万濠华府 / 183 FIVE [广告]创意的灵魂 没有一定高度，不适合如此低调 / 189 花生 / 193 只好叫它“十五峯” / 197 撕开先生的湖 / 201 全北京，向上看 / 205 我是张国立，我在牧山丽景 / 208 一成不变，真讨厌 / 211 万科若只如初见 / 214 为一个美好的金地 / 217 潘币的意义 / 221 SIX [策略]操盘的关键 企业啊，你慢些走 / 229 城市进入 / 233 前期策划的偏见 / 236 地段价值重塑 / 240 消费者第一性 / 244 产品是营销4P的第IP / 250 如何取个好案名 / 253 现场，渠道与客户地图 / 260 电商策 / 264 时空观，踩对点 / 268 SEVEN [城市]人文的格局 上海的三重门 / 275 北京北京 / 280 天津倍儿幸福 / 283 两个苏州 / 287 低估了厦门 / 290 乌镇与丽江 / 294 大庆小情 / 297 海上南通 / 300 嘉兴生活方式 / 303 梦三亚 / 306 EIGHT [人物]榜样的力量 给王石的一封信 / 313 冯仑说 / 317 梁振英，太振奋人心了 / 321 梁上燕的营销，我学不会 / 324 十分想念丁长峰 / 327 团长，激励一代人 / 332 陈劲松的三个身份 / 335 专业达人丁祖昱 / 338 老师全忠 / 342 杨红旭与陈啸天 / 345 NINE [图书]阅读的价值 《定位》之神 / 351 《营销管理》宝典 / 355 无处不在的《影响力》 / 358 并不神秘的《麦肯锡方法》 / 361 超级实用之《金字塔原理》 / 364 《营销革命3.0》的价值观 / 367 《企划圣经》，不只是广告 / 370 《星河湾传奇》，品牌故事会 / 374 《房地产营销19讲》可以有 / 377 请读《你的知识需要管理》 / 380 TEN [电影]梦境的奇遇 让《梦》发生 / 387 谁在《托斯卡纳艳阳下》 / 390 永不沉没的《泰坦尼克号》 / 393 《肖申克的救赎》与《当幸福来敲门》 / 396 十分期待《午夜巴黎》上海版 / 399 《无间道》或者《花样年华》 / 402 《让子弹飞》之后 / 406 当我们和《桃姐》一样老了 / 409 如果不叫《赛德克·巴莱》 / 412 下一站《搜索》 / 416 特别收录 张子吉 关于黄章林，或更多 / 422 宋家泰 读书吧，策划 / 425 路应刚 九月三重门 / 428 刘俊杰 孔子问 / 430 邱霄凌 寻找失去的专业 / 433

### 章节摘录

版权页：插图：自喻为上海郊区农村“屌丝”的韩寒的关于生活的文章，策划者你我，若是认为那代表了中国某阶层生活理想，那就乱了。2011年2月，韩少博客文章《马上会跌，跌破一千》，阅读、转载……各种疯狂，不想看见都难。2012年6月的《人物》杂志采访著名编剧宁财神：“和十年前的自己说一句话。”宁财神回答：“别买股票，买房。”于是，我糊涂了，不是韩寒错了，就是宁财神错了。这一段，有点乱，那就算我错了。有一本很大很贵我不买只去免费看的杂志《生活月刊》（更加著名的是美国（LIFE）杂志，好像故事挺多的，你若喜欢，可以在网络搜索下）。我很是喜欢杂志的目录，“心，天地人，真善美，诗礼乐。”我自然知道当下的种种不美好，详见我的愤青博文《上海大火，中国梦醒时分》，此处省去千字。我想说的是，哪怕只是憧憬，只是愿望，也比那些满是污秽的文字与言论来得舒畅。这大约才是正能量吧！哦，你说这是虚伪，即使是，又怎样？富人与中产的生活，差别在哪里？上海与上饶的别墅住户有什么不同？韩寒的房子与韩端的房子，每天都上演怎样的相同与不同的生活场景？郭德纲的那位徒弟与马拉多纳的那年枪声，许多的狗仔队与不断的好事者，传奇太多，分不清哪里有真相。白驹过隙，唯有历史。什么是生活呢？我们要什么样的生活？这个哲学问题，会让它在经济学的逻辑下变得了无生趣。是的，这就是一个地产策划者对客户与产品的思考文字，写得有点跑偏了。高端物业与民生住宅，必然是不同的。同样的一块石头，可以来自南美，也可以来自南通。堆砌的物质国富论，GDP挂帅的奢侈外立面，国人已经烂熟于心。开发商以绿城、龙湖、星河湾为代表，也深谙其道。建筑风格必须洋气，法式宫廷，原石立面，那是极好的；户型空间必须大气，卧室空间客厅化，庭院布局室内化，超级平层，私人官邸；精装用材，品牌必须高级，原装进口，不选对的，只用贵的。如此便是匹配身份，多数富人生活之所需。我自然也是同意的。山珍海味不过一瓢饮，梦里依稀，无可奈何花落去，到最后你我都赤条条来赤条条去。

# 《地产策划》

## 媒体关注与评论

地产千古事，策划寸心知。——许仰东（著名地产策划人）所谓成功，99%靠的都不是过人的智慧与才华，而是集腋成裘的知识与经验，以及看上去也没什么大不了的好习惯。——陈绍团（知名创意人）一个地产文艺男，静心观察，慧思归纳，娓娓道来。——杨红旭（著名地产评论员）在个案如战车呼啸而过的地产时代，总得有作者这样的有心人怡然自得地专注于思考其中的规律、趋势与方法论。这本书值得我们这些同业者阅读与欣赏！——梁丰（地产广告达人）在风声鹤唳的地产新纪元时代，这是一本需要耐心阅读的地产策划书。这本书既有理论又有实战，圈内人，必须读，拿起来！——杜子健（社会化营销研究者）

# 《地产策划》

## 编辑推荐

一位有料的地产人、有趣的微博控、有爱的分享者，十年沉淀，汇聚此书……房地产这个行业挺浮躁的，好在都说黄金十年要过去了，接下去是“专业化”与“精细化”的时代。更多专业者会受到重用，更多策划师会发挥作用，我这本地产策划实战心得与知识管理经验分享的小册子，若是对您有用，对行业有些帮助，我很高兴，我会继续努力的！知识分享，专业传承。——作者黄章林《地产策划：知识分享之旅》用企业、品牌、产品、楼盘、广告、策略、城市、人物、图书、电影十个主题共100篇文章，与读者分享了作者从业十年来的从业心得。

# 《地产策划》

## 名人推荐

地产千古事，策划寸心知。——著名地产策划人·许仰东 所谓成功，99%靠的都不是过人的智慧与才华，而是集腋成裘的知识与经验，以及看上去也没什么大不了的好习惯。——知名创意人·陈绍团 一个地产文艺男，静心观察，慧思归纳，娓娓道来。——著名地产评论员·杨红旭 在个案如战车呼啸而过的地产时代，总得有作者这样的有心人怡然自得地专注于思考其中的规律、趋势与方法论。这本书值得我们这些同业者阅读与欣赏！——地产广告达人·梁丰 在风声鹤唳的地产新纪元时代，这是一本需要耐心阅读的地产策划书。这本书既有理论又有实战，圈内人，必须读，拿起来！——社会化营销研究者·杜子健

## 精彩短评

- 1、可以站在巨人的肩膀上开阔眼界，增长见识。。。
- 2、对于刚入地产行业的新人来说 还是值得一读
- 3、同事的作品，深入而浅出
- 4、知识分享之旅，感受时代进步
- 5、还可以 对于地产的新人来说 还是值得一读的书
- 6、完结，慢慢消化中。
- 7、看起来试试不错的，继续看
- 8、适合入行5年以内的策划人员阅读！
- 9、《地产策划。。。》作为在地产乙方从销售做起的黄胖子，算是经验丰富，而且善于总结和分享，正是这点他才去做了知识管理，听说微博@房地产广告精选也是他组织弄得，这点很佩服，但这些都不能阻止我吐槽本书，虽然里面内容丰富，但是干货很少，虽然很多闪光点，但如此短文也常常废话连篇，而且写作没多少文采还喜欢卖弄文采，不过房地产广告的通病就是这样，作者写作语气看似谦虚，却时时透露着装X。作者在地产圈混了多年，很多心得和见解还是不错，书最大的优点就是没有按工具书的套路来，让人不至于望而生厌，如果是作为刚入行的新人，那么这本书觉得是本至宝，让你了解地产行业、地产人、地产营销、甚至是地产文化。但是，作为乙方人员，确实还是有很多局限，更何况局限在乙方的营销版块。在充满工具书的地产类书籍里，此书算是值得一读的，何况地产人如此苦逼，轻松获取知识很重要。既然是黄胖子能在知识管理能做到如此层次，想必还是有很多真才实学没有在书中体现出来，期待他营销思想体系的书籍，高度上能站得更高些，包括地产行业分析、牛X公司模式和核心竞争力分析、较为全面体系化的营销战略策略，这是一个浩大的工程，但根据黄胖子的经验和视野，应该不难，但不要写成工具书哦。
- 10、买了之后就放在书架上了，正好最近有些闲暇时间，黄章林先生的文章写的很真诚，道行也很深，见多识广很有见解，对于我这个后辈很有启发。
- 11、对于策划人员也许是一本茶余饭后的不错读本。但说实话对我（综合管理人员）而言意义真的不大。
- 12、学而时习之不亦乐乎，哈哈
- 13、读疯了这两天
- 14、还不错，看了一部分，后来因为忙，还没读完
- 15、书是正版，就是封面划痕很多，像是展览过后的。看了之后追加评论：自认这本书幸好没有试读版本。与其说是“知识的分享之旅”，不如叫----微博的汇集之作。推荐一本策划的书-----23堂课。两本书我同样都卖了，还是欣赏23堂课的作者简洁明了的分享，朴实无华。
- 16、有几章甚好，后面的解释累赘
- 17、以知识管理的方式，分享策划专业。
- 18、能把也就两页的干货写成四百多页的书，也就是这位黄章林能办到的事情，当代武林高手黄章林像极了金庸笔下的慕容复，看起来名声很大，懂得很多，其实狗屁不是。本书没有客观讲述明白任何是一件事情，都是作者自己的碎碎念，而且根本只是趋于表面根本没有洞察到本质。这个时代成就了这样所谓的培训形人才，可是专业真的渣到狗屎的级别程度。他真的是一辈子也写不出来好文案的人。地产界的混子。
- 19、黄老师的呕心之作，行业的风花雪月、江湖传闻、娱乐八卦，若想入行必读之书！
- 20、泛泛而谈。可在此基础上继续深入学习。
- 21、买这本书，就是因为关注了黄的微信公众号，有个问答机器人，问这部书的序言叫啥名，好奇于是就买了.....，他吧，算是行业内的小前辈，也算是底层奋斗起来的，有一定知名度，自己内心肯定是有点小骄傲的，想说点不一样的，文风就比较跳跃，东一句西一句的，整部书看了三分之一，感觉就是各种段子的集合体，骨架搭的挺大，浮光掠影的说点东西，星蹦的有些自己的感悟，最后再摘一段别人写的微博扔上去，应该是他的朋友吧？要不这算侵权吧？策划这个职业么，未曾卖货先卖人。自拔身价很有必要啊！
- 22、没思想 没内容 生拼乱凑
- 23、作者虽然在地产圈混了十多年，有一定经验。但这本书纯属个人随笔，内容粗糙，不够详实，对



## 《地产策划》

提高策划能力意义不大，只能浏览一番，增长点见识。

## 精彩书评

1、基本上，读前半段的时候还觉得受到些启发，尤其是在品牌和企业两个章节里，读到后半段，干货越来越少，基本上就是作者在展示他曾经操过的很经典的盘，很好的广告语和案名，但是从中能获得什么启发，恐怕还要因人而异吧。

2、《地产策划。。。》作为在地产乙方从销售做起的黄胖子，算是经验丰富，而且善于总结和分享，正是这点他才去做了知识管理，听说微博@房地产广告精选也是他组织弄得，这点很佩服，但这些都不能阻止我吐槽本书，虽然里面内容丰富，但是干货很少，虽然很多闪光点，但如此短文也常常废话连篇，而且写作没多少文采还喜欢卖弄文采，不过房地产广告的通病就是这样，作者写作语气看似谦虚，却时时透露着装X。作者在地产圈混了多年，很多心得和见解还是不错，书最大的优点就是没有按工具书的套路来，让人不至于望而生厌，如果是作为刚入行的新人，那么这本书觉得是本至宝，让你了解地产行业、地产人、地产营销、甚至是地产文化。但是，作为乙方人员，确实还是有很多局限，更何况局限在乙方的营销版块。在充满工具书的地产类书籍里，此书算是值得一读的，何况地产人如此苦逼，轻松获取知识很重要。既然是黄胖子能在知识管理能做到如此层次，想必还是有很多真才实学没有在书中体现出来，期待他营销思想体系的书籍，高度上能站得更高些，包括地产行业分析、牛X公司模式和核心竞争力分析、较为全面体系化的营销战略策略，这是一个浩大的工程，但根据黄胖子的经验和视野，应该不难，但不要写成工具书哦。

## 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](http://www.tushu000.com)