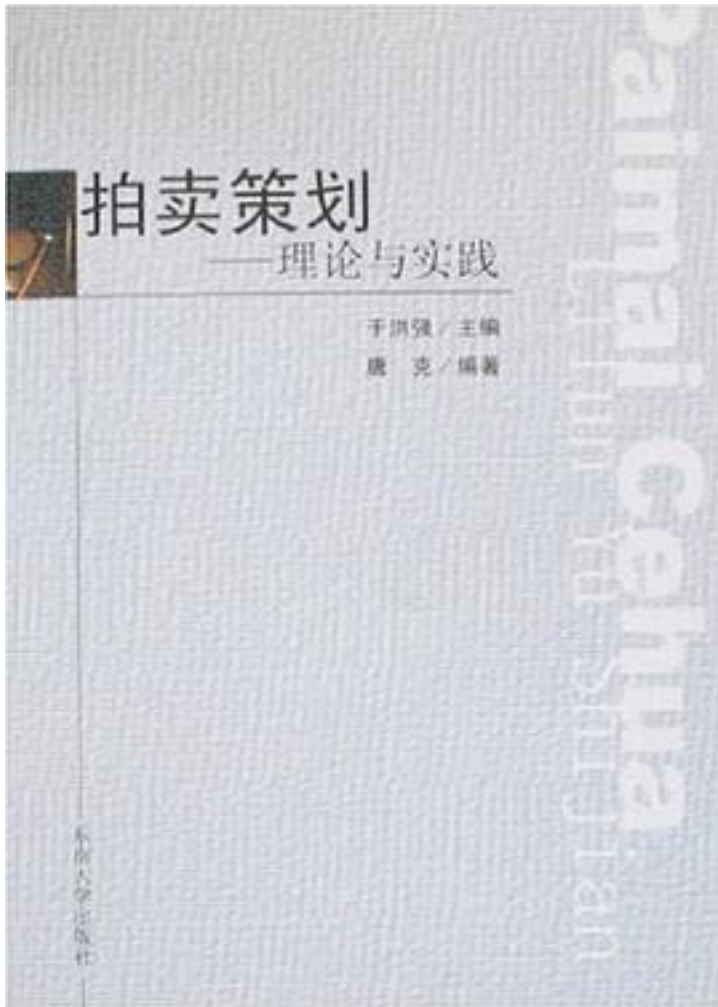


# 拍卖策划



[拍卖策划\\_下载链接1\\_](#)

著者:于洪强

出版者:东南大学

出版时间:2007-10

装帧:

isbn:9787564107048

房地产商品的差异化特征——个性化：增值性商品属性。中国的房地产市场还只是一个

刚刚发育尚不成熟市场，既不规范，更没有完整的成功经验。房地产市场发展的一般规律——房地产商品的原生资源性与资源有限性：使得房地产成熟性，在很大程度是社会进步与社会民主发达程序的一种表述。本书对拍卖策划进行了研究，内容包括三部分：“理论体系篇”主要介绍了拍卖全程策划概论、标的营销策划、竞买投资咨询、拍卖动态策划；“实战案例篇”通过虞景文华、华莎广场、华东食品城、八达鞋城四个案例研究了拍卖策划的方案、可行性、市场定位综合分析等；“名家观点篇”主要介绍了策划界和拍卖界的各名家观点。

作者介绍:

目录:

[拍卖策划\\_下载链接1](#)

标签

拍卖

飛读

青乐

评论

-----  
[拍卖策划\\_下载链接1](#)

书评

