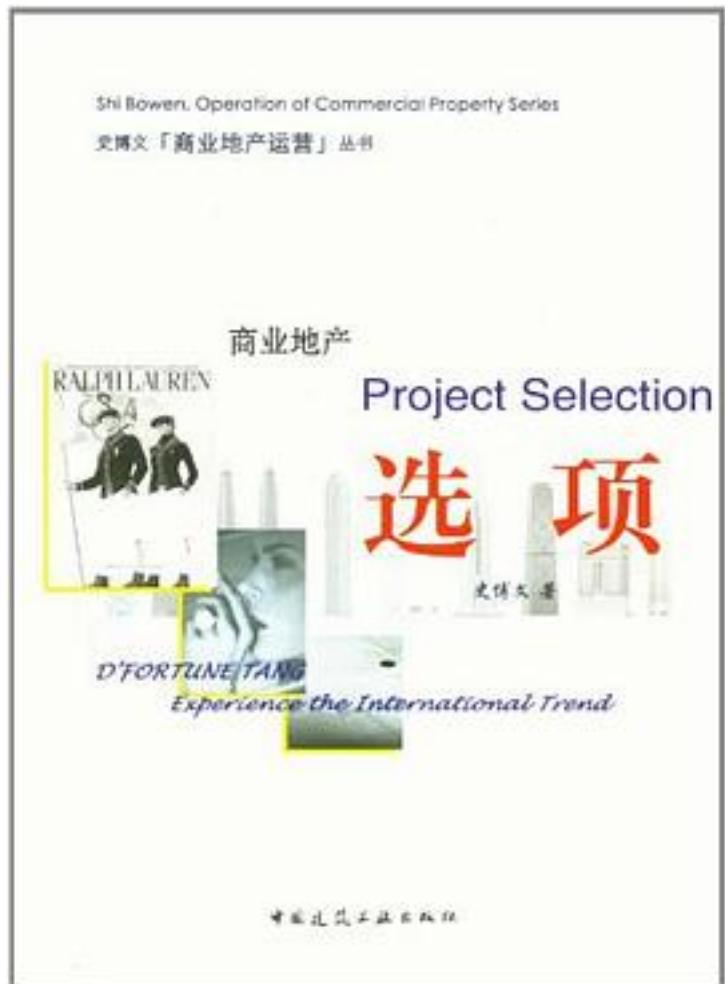


商业地产选项



[商业地产选项 下载链接1](#)

著者:史博文

出版者:中国建筑工业出版社

出版时间:2012-2

装帧:平装

isbn:9787112135578

《商业地产运营丛书:商业地产选项》系统地论述了商业地产“选项”的基础范畴,包括“市场需求与竞争”、“城市经济能量分析”、“商圈原理”及“项目选址”等:并

从“基本概念”谈起，对商业地产的“内在本质”和“运营规律”进行了深刻的解读！《商业地产运营丛书:商业地产选项》涉及许多“原创理论”和“创新理论”，这是作者在20年的商业地产实践中，关于“城市与经济”、“商业与地产”、“消费与人性”的系统经验与思考。而且，这些理论在中外“理论界和实业界”都是十分少见的，并期待着能够应用于中国商业地产的实践。《商业地产运营丛书:商业地产选项》是商业地产“资本追逐利润”最基本的运营系统；也是商业地产项目“数千万”，甚至“数十亿”投资获得成功的基本前提！如果说“良好的开端是成功的一半”，那么，《商业地产运营丛书:商业地产选项》就是商业地产项目“成功扬帆的起点”！

作者介绍：

史博文（字锦哲）

蒙古族，出生在美丽辽阔的科尔沁草原。毕业于内蒙古民族大学政法与历史学院，深造于清华大学国际工程项目管理研究院资本运营专业。

大学毕业后，曾任“地区行政公署”副盟长（地级市副市长）秘书。1992年，融入“十万人才下海南”的“海南大潮”，创立了中国首家，也是唯一一家“风险研究会”——海南省风险研究会，并任法人代表、理事长；随后，从事“商业地产与零售店”行业至今20年……

先后出任：海南乐普生商厦资深经理（化妆品部经理、日化超市经理、男装部经理、业务管理部经理、商铺销售部经理），深圳铜锣湾购物广场（Shopping Mall）常务副总经理，广州摩登百货项目总经理，D'FORTUNE TANG.PTE.LTD CEO，丰物堂（中国）商业机构董事长，喜真博文工作室首席顾问等中外著名“商业地产、零售店与商业公司”的高级领导职务。

——从沿海到内地，从百货到Mall，从经理到总裁，从国内到国际……运营、合作、服务、咨询了数十个著名的“商业地产与零售店”项目；诸如：海南万国商城（早期），海南石梅湾旅游开发区，深圳西武百货，成都熊猫万国商城（早期），南宁华星时代广场，张家界金海岸购物广场，等等；涵盖了包括：百货店、超级市场、Shopping Mall、HOPSCA（城市综合体）、旅游开发区等“泛商业地产”的多种经营形态；并亲身经历了中国经济周期的“高峰与低谷”，深谙中国经济、商业与地产发展、变化及运营的内在规律。

职业经历横跨了“政府、金融、房地产、商业、品牌管理”等“五大领域”，是我国最具权威的“商业地产与零售店”实战型专家之一，也曾是清华大学“商业地产运营总裁班”的签约合伙人。其积20年的职业生涯，历时5年创作的「商业地产运营」丛书和「商业地产&零售店」全书等“系列专著”，也将陆续与广大读者见面……

目录: 前言

第1章 商业地产概述

1、1 商业地产的涵义

开篇实例：中国的商业地产——“雾里看花、水中望月”！（01）

1、1、1 商业地产的概念

1、1、2 商业地产的范畴

新闻观察：华侨城商圈：活脱脱是个“购物中心”

1、2 商业地产的本质

1、2、1 商业地产的“行业本质”

1、2、2 商业地产的“产业要素”

1、3 商业地产的社会价值

1、3、1 商业地产与“城市生活”

1、3、2 商业地产与“都市机能”

1、3、3 商业地产与“产业关系”

1、4 商业地产与住宅地产

1、4、1 产业性质的差异性

1、4、2 产业价值的关联性

1、5 运营程序与理论范畴

1、5、1 商业地产的运营程序

1、5、2 商商业地产的理论范畴

第2章 市场需求与竞争

2、1 代群

2、1、1 代群的基本含义

2、1、2 两种代群的界定

2、1、3 代群关系与市场地位

新闻观察：70后、80后、90后三代人与服装业的互动式成长

2、2 市场细分

2、2、1 市场细分的含义

2、2、2 市场细分的标准

2、2、3 市场细分的运用

2、2、4 市场细分的原则

2、3 目标市场选择

2、3、1 目标市场的基本含义

2、3、2 目标市场的选择策略

2、3、3 目标市场的竞争考量

2、4 “三级市场”结构

2、4、1 一级市场（投资市场）

2、4、2 二级市场（招商市场）

2、4、3 三级市场（零售市场）

2、5 项目的竞争态势

2、5、1 市场需求

2、5、2 项目条件

2、5、3 现有的竞争者

2、5、4 潜在进入者

2、5、5 品牌资源与“多功能”

案例：由“燕莎商号”想到的……！（01）

2、6 更多竞争考量法

2、6、1 波特模型

2、6、2 SWOT分析法

案例：河南某项目与“SWOT”诊断（02）

第3章 城市经济能量分析

3、1 GDP与城市级别的划分

3、1、1 城市级别的统计分析

3、1、2 城市级别的划分方法

3、1、3 城市能量与市场准入

3、1、4 城市GDP的“补充指标”

3、2 城市综合指标分析

3、2、1 城市消费指标分析

3、2、2 城市存量指标分析

3、2、3 城市增量指标分析

3、3 “现状饱和指数”分析

3、3、1 零售饱和指数IRS

3、3、2 “多业态”饱和指数

3、4 “千人拥有商场面积”

3、4、1 “千人拥有商场面积”的含义

3、4、2 “千人拥有商场面积”的表达式

3、4、3 “千人拥有商场面积”的指标解析

- 3、4、4 “千人拥有商场面积”的评估依据
- 3、4、5 “千人拥有商场面积”与城市规划
- 实例：“人均拥有商业面积”之评价 (02)
- 3、5 “逐级消费”的市场理论
- 3、5、1 “逐级消费理论”的基本内容
- 3、5、2 “逐级消费理论”的市场背景
- 3、5、3 “逐级消费理论”的指导价值

第4章 商圈原理

- 4、1 商圈的基本范畴
- 4、1、1 商圈的含义
- 4、1、2 商圈的类别
- 4、1、3 “理论商圈”与“实际商圈”

案例：深圳“嘉汇新城”与“实际商圈” (03)

- 4、2 城市商圈与口岸
- 4、2、1 城市商圈的基本含义
- 4、2、2 城市商圈划分与阐述
- 4、2、3 城市商圈的存在方式
- 4、2、4 城市规模与商圈特征
- 4、2、5 城市商圈与适合业态
- 4、2、6 城市商圈与业态定位
- 4、2、7 城市商圈与商业口岸

- 4、3 项目商圈
- 4、3、1 项目商圈的含义
- 4、3、2 项目商圈的划分
- 4、3、3 项目商圈的结构
- 4、3、4 典型商圈的阐述

经济学概念：「1小时生活圈」

- 4、3、5 项目的商圈管理
- 实例：“商圈构成”分析 (03)

商家背景：Sears Roebuck (美国西尔斯·罗巴克)

- 4、4 项目业态与商圈
- 4、4、1 业态、商圈与人口

行业借鉴：“商圈假想”-实例 (04)

- 4、4、2 业态、商圈与距离

附录：城市商业网点条例

- 4、5 消费商圈
- 4、5、1 消费商圈的含义
- 4、5、2 消费商圈的形式

4、6 商圈的引力模型

- 4、6、1 莱利法则
- 4、6、2 伽萨法则

案例：“商圈分界点”分析 (04)

- 4、6、3 哈夫模型

案例：“引力概率”分析 (05)

- 4、6、4 “引力法则”评价

经济学概念：「大都市带」

第5章 项目选址

- 5、1 选址的基本准则
- 5、1、1 把握城市的发展趋势
- 5、1、2 适当逃避远大的理想
- 5、1、3 重视区域的市场特性
- 5、1、4 规避项目的存在障碍
- 5、1、5 依赖良好的交通环境
- 5、1、6 有效避免同质化竞争

5、1、7 商业中心都是双刃剑

5、1、8 谨慎开创全新的口岸

5、1、9 位置要适合业态需要

实例：商圈“干字型”结构——“上位”与活力？！（05）

经济学概念：CBD、RBD

商家背景：West Edmonton Mall（加拿大西埃德蒙顿购物中心）

5、2 选址与城市商圈

5、2、1 “项目动力学说”的含义

5、2、2 “项目动力学说”的内容

5、3 项目落点的选择

5、3、1 尽量靠近“繁华区”

5、3、2 尽量靠近“商业主干线”

5、3、3 十字路口“金角胜银边”

5、3、4 项目一定要临街

5、3、5 “主门位”要能迎接“主客流”

5、3、6 道路两旁的选点要素

5、4 商圈/口岸变迁

5、4、1 商圈/口岸变迁的基本范畴

5、4、2 变迁方式与投资/选址机会

5、4、3 商圈/口岸变迁的客观条件

经济现象：城市空心化

案例：从“五虎闹长沙”到“平和堂一枝独秀”（06）

5、5 特殊商业区的选址

5、5、1 车站口岸与商业地产

5、5、2 海滨景区与商业地产

后记

史博文「商业地产&零售店」全书图

· · · · · (收起)

[商业地产选项](#) [下载链接1](#)

标签

房地产

商业地产

商业

设计

论著

建筑

评论

[商业地产选项 下载链接1](#)

书评

[商业地产选项 下载链接1](#)