

SOHO 创业真经

唤醒SOHO创业激情
传授SOHO吸金法则
降低SOHO进入门槛
打造SOHO新富阶层

3ds max & VRay 工装及建筑效果图 渲染技法精粹

点智文化 编著

大
路
重
教
学
视
频
、
素
材
DVD
光
盘

1. 讲解效果图制作**SOHO创业必备知识**，包括各类业务报价、获得业务的若干途径、设计制作合同、效果图高手的软硬件装备及数种灵活的SOHO收款方式。
2. 附赠**多媒体学习视频**，附赠**3500**多幅分类细致的贴图材质，**上百个**常用精品模型，数十种有效果索引的常用VRay材质库。
3. 讲解了**11个**完整场景案例，包括豪华套房、咖啡厅、餐厅、影院前厅、经理办公室、酒吧、大堂、台球厅、大厦外观、小区外观、别墅外观等常见工装与室外建筑效果图渲染空间。



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

SOHO创业真经

3ds max & V-Ray

工装及建筑效果图渲染技法精粹

点智文化 编著



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书是 SOHO 创业系列图书中的一本,书中详细讲解了各种在效果图制作方面进行 SOHO 创业的必备知识,例如软、硬件方面的准备、各类效果图常规报价、获得 SOHO 业务的若干途径、SOHO 设计必备合同、优秀 SOHO 网站介绍等。

作为一本技术性书籍,图书还通过 11 个案例详细展示了如何使用 VRay 渲染工装及建筑效果图的技术,其中包括如何制作材质,如何设置逼真地灯光,如何设置测试渲染参数与最终成品渲染参数,以及如何进行后期制作等步骤。

本书光盘不仅包含了书中涉及到的案例模型、贴图等源文件,还额外赠送了视频教案、丰富的 VRay 材质库、常用的材质贴图素材库以及精品模型库。本书特别适合希望快速在效果图渲染方面进行 SOHO 创业的人员阅读,也可以作为各大、中专院校或相关社会类培训班效果图就业辅助课程的学习用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

3ds max & VRay 工装及建筑效果图渲染技法精粹 / 点智文化编著. —北京: 电子工业出版社, 2009.1
(SOHO 创业真经)
ISBN 978-7-121-07446-2

I. 3… II. 点… III. 建筑设计: 计算机辅助设计—图形软件, 3DS MAX、VRay IV. TP201.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 150579 号

责任编辑: 朱沐红

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

装 订: 三河市皇庄路通装订厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 24.5 字数: 588 千字 彩插: 8

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册 定价: 79.00 元(含 DVD 光盘 1 张)

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

系列丛书前言

自由的身心 /Free Body and Mind

SOHO 是自由职业者的缩写，全文是 Small Office Home Office，可以理解为在家工作的人。

纵观所有职业，可以说没有几个行业比设计行业更适合于 SOHO。从外部来看，首先，设计行业是一个强调个性的行业，许多工作不必团队即可完成（大型设计项目除外）。其次，互联网的出现使世界变得扁平，从根本上改变了沟通的方式与成本，从而使居室办公成为可能。

从内部环境来看，随着我国设计人员每年以几十万的数量增长，设计行业的职场门槛明显越来越高，行业竞争的加剧使行业总体平均薪酬待遇处于停滞不前的状态，而 SOHO 却能够为能力优秀的设计师带来不菲的回报。在就业难度越来越高的今天，SOHO 无疑为广大求职者开启了另外一条成功之路。

更重要的是，SOHO 的生活使他们有了更加自由的身与心。

系列丛书介绍 /Introduction to the Series

国人一向崇尚技术，所以才有了一招鲜吃遍天，一技傍身走遍天下都不怕的说法。在这个信息技术极度发达的今天，优秀的技术人员从来都不会为自己的工作发愁。

在所有的设计行业中我们精心选择了当前最流行的几个设计领域，包括平面设计、效果图设计制作、Flash 设计制作、网页设计制作等，针对每一个设计领域撰写了相对应的图书，希望通过阅读学习这些图书使读者走上成功的 SOHO 的创业道路，从而避开职场拥挤的大道，独辟蹊径。

我们的目的就是：

- 唤醒 SOHO 创业激情，用成功者的案例，感召你沉睡的创业激情，从此改变生活的轨迹。
- 降低 SOHO 进入门槛，书中详细的推广指南、创业指南、成功 SOHO 访谈，将完全推倒挡在你与成功之间的城墙，使你快速驶入成功 SOHO 的快行线。
- 传授 SOHO 吸金法则，书中全面地介绍了寻找潜在客户的方法及步骤，各类设计业务的常规报价，使你按图索骥便不难掌握 SOHO 的吸金法则。
- 打造新的 SOHO 财富阶层。

前言

新颖的内容特色 / Novel Content

本系列丛书虽然仍然属于技术性图书，但最大的特色在于图书中融入了对于 SOHO 创业理念的讲解与常用 SOHO 信息的披露，包括：

- 效果图 SOHO 在软件、硬件方面的准备。
- 各类效果图常规报价。
- 获得 SOHO 业务的若干途径。
- SOHO 设计的必备合同。
- 优秀 SOHO 网站介绍等。

此外，本书通过新颖的双栏编排方式，在有限的页码中加入了大量精品效果图以供读者欣赏，更有提示与技巧能够帮助读者快速跳过效果图制作障碍。

关于本书

本书共包括 12 章，除第 1 章详细讲解了有关效果图 SOHO 创业的详细信息外，余下的 11 个章节分别讲解了 11 个完整场景的详细材质制作、灯光设置、渲染参数设置以及后期制作步骤。这些场景包括酒店中的豪华套房、特色咖啡厅、湖边的餐厅、影院前厅、经理办公室、酒吧空间、酒店大堂、休闲台球酒吧厅、大厦外观、小区外观、别墅外观、等常见工装与室外建筑效果图渲染空间。

相信凭借本书全面的场景空间展示、渲染技术剖析、通俗易懂的讲解以及详细的案例步骤解析，必然能够帮助各位读者在学习本书后熟练掌握 V-Ray 渲染技术，快速从新手成长为高手。

为了方便各位读者进行 SOHO 创业，笔者还在随书光盘中提供了大量教学视频文件、丰富的材质库以及模型库，这些材质库与模型库都是 SOHO 在制作效果图时最常使用的资源，相信能够极大地方便各位读者。

学习环境与交流

本书写作时使用的软件版本是 3ds max 9.0 中文版，操作系统环境为 Windows XP SP2，V-Ray 版本为 V-Ray 1.5R C3，因此希望各位读者在学习时使用与笔者相同的软件环境，以降低出现问题的可能性。

尽管在讲解概念与案例时笔者尽量使用了通俗易懂的语言，并核查每一个案例的步骤，但仍然不能保证这些理论及案例步骤不出差错，因此建议各位读者在遇到阅读学习困难与笔者以邮件的方式进行交流，笔者的邮件地址是 LB26@263.net 及 LBuser@126.com，我们更多的图书请浏览 www.dzwh.com.cn。

本书的主要撰写工作虽然由笔者完成，但在撰写过程中雷波、范玉婵、徐波涛、李美、刘志伟、刘小松、雷剑、邓冰峰、潘瑞旺、田莉、潘瑞红、马志坚、唐文杰、唐红连、尹承红、刘志珍、张桂莲、刘爱华、刘孟辉、徐正坤、任根盈、张养丽、张艳群、张绍山、于广浩、边艳蕊、李倪、肖允、柴晓林、吴腾飞、姜玉双、卢金凤、肖辉、李静、张雪、吴晴、陈红岩等人也作出了大量工作，在此致谢。

笔者

2008-05

1

效果图SOHO之应知应会

1.1 SOHO你的新生活.....	2
1.1.1 什么是SOHO.....	2
1.1.2 任何人都可做SOHO族	3
1.2 客户——SOHO的生命线.....	3
1.2.1 通过黄页	3
1.2.2 通过企业名录	4
1.2.3 通过招聘网站	4
1.2.4 通过搜索引擎	4
1.2.5 通过朋友介绍	5
1.2.6 通过展会	5
1.3 推广计划——SOHO的通行证.....	5
1.3.1 论坛推广	6
1.3.2 E-mail营销	6
1.3.3 同城网推广	7
1.3.4 博客推广	8
1.4 情绪与健康计划——SOHO革命的本钱.....	9
1.4.1 寂寞高手	9
1.4.2 健康换金钱	10
1.5 “学先进、傍大款”计划.....	11
1.5.1 如何“学先进”	11
1.5.2 怎样“傍大款”	11
1.6 威客——SOHO人的新身份.....	12
1.6.1 什么是威客	12
1.6.2 成为威客的几个理由	12
1.6.3 如何成为威客	12
1.7 知名威客网介绍.....	13
1.7.1 K68在线工作平台.....	13
1.7.2 任务中国	14
1.7.3 猪八戒威客网	15
1.7.4 威客中国	16
1.7.5 CGS-CG业务与发包平台.....	16
1.7.6 艾酷CG.....	17
1.8 效果图SOHO的装备.....	17
1.8.1 硬件装备	17
1.8.2 软件装备	19
1.8.3 材质模型库	19
1.9 效果图制作利器——Evermotion库.....	21
1.9.1 EA材质库	21
1.9.2 EA模型库	22
1.9.3 EA贴图纹理库	23
1.10 效果图制作业务基本流程.....	23
1.11 了解效果图业务报价.....	24
1.11.1 关于报价的说明.....	25
1.11.2 建筑外观效果图报价.....	25
1.11.3 室内效果图报价.....	26
1.12 效果图SOHO必备合同.....	26



1

效果图SOHO之应知应会

1.13 效果图业务收款.....	30
1.13.1 银行柜台汇款	31
1.13.2 ATM机转账	32
1.13.3 邮政汇款	32
1.13.4 网上银行汇款	33



2

豪华欧式五星酒店套房表现

2.1 豪华欧式套房空间简介.....	36
2.2 豪华套房测试渲染设置.....	37
2.2.1 设置测试渲染参数	37
2.2.2 布置场景灯光	40
2.3 设置场景材质.....	51
2.3.1 设置主体材质	52
2.3.2 设置布制品材质	58
2.3.3 设置家具木材材质	65
2.3.4 设置金属材质	69
2.3.5 其他材质设置	70
2.4 最终渲染设置.....	72
2.4.1 最终测试灯光效果	72
2.4.2 灯光细分参数设置	73
2.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	73
2.4.4 最终成品渲染	76
2.5 Photoshop后期处理.....	79



3

特色咖啡厅表现

3.1 咖啡厅空间简介.....	84
3.2 咖啡厅测试渲染设置.....	85
3.2.1 设置测试渲染参数	86
3.2.2 布置场景灯光	89
3.3 设置场景材质.....	94
3.3.1 设置主体材质	94
3.3.2 设置场景布料材质	98
3.3.3 设置场景金属材质	101
3.3.4 设置场景其他材质	103
3.4 最终渲染设置.....	106
3.4.1 最终测试灯光效果	106



3

特色咖啡厅表现

3.4.2 灯光细分参数设置	106
3.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	107
3.4.4 最终成品渲染	109
3.5 Photoshop后期处理	111
3.6 红色灯光气氛表现	112
3.6.1 测试渲染参数设置	112
3.6.2 最终渲染设置	117



4

湖边餐厅表现

4.1 湖边餐厅空间简介	122
4.2 餐厅测试渲染设置	123
4.2.1 设置测试渲染参数	123
4.2.2 布置场景灯光	126
4.3 设置场景材质	128
4.3.1 设置主体材质	128
4.3.2 设置场景布料材质	132
4.3.3 设置场景其他材质	135
4.4 最终渲染设置	139
4.4.1 最终测试灯光效果	139
4.4.2 灯光细分参数设置	140
4.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	140
4.4.4 最终成品渲染	143
4.5 Photoshop后期处理	144



5

影院前厅表现

5.1 影院前厅空间简介	150
5.2 前厅测试渲染设置	150
5.2.1 设置测试渲染参数	151
5.2.2 布置场景灯光	153
5.3 设置场景材质	159
5.3.1 设置主体材质	159
5.3.2 设置场景地毯材质	165
5.3.3 设置场景金属材质	168
5.3.4 设置场景其他材质	169
5.4 最终渲染设置	172
5.4.1 最终测试灯光效果	172



5

影院前厅表现

5.4.2 灯光细分参数设置	174
5.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	174
5.4.4 最终成品渲染	175
5.5 Photoshop后期处理	175



6

经理办公室表现

6.1 经理办公室空间简介	182
6.2 经理办公室测试渲染设置	183
6.2.1 设置测试渲染参数	183
6.2.2 布置场景灯光	185
6.3 设置场景材质	191
6.3.1 设置主体材质	191
6.3.2 设置场景木制品材质	197
6.3.3 设置布及皮革制品材质	201
6.3.4 其他材质设置	204
6.4 最终渲染设置	205
6.4.1 最终测试灯光效果	205
6.4.2 灯光细分参数设置	206
6.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	207
6.4.4 最终成品渲染	207
6.5 Photoshop后期处理	208



7

酒吧表现

7.1 酒吧空间简介	212
7.2 酒吧测试渲染设置	213
7.2.1 设置测试渲染参数	213
7.2.2 布置场景灯光	214
7.3 设置场景材质	223
7.3.1 设置主体材质	223
7.3.2 设置场景自发光材质	227
7.3.3 设置场景玻璃材质	229
7.3.4 设置场景大理石材质	230
7.3.5 设置场景金属材质	232
7.3.6 设置场景其他材质	234



7

酒吧表现

7.4 最终渲染设置.....	236
7.4.1 最终测试灯光效果	236
7.4.2 灯光细分参数设置	237
7.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染 参数	237
7.4.4 最终成品渲染	238
7.5 Photoshop后期处理.....	239



8

酒店大堂表现

8.1 酒店大堂空间简介.....	242
8.2 酒店大堂测试渲染设置.....	243
8.2.1 设置测试渲染参数	243
8.2.2 布置场景灯光	245
8.3 设置场景材质.....	253
8.3.1 设置主体材质	253
8.3.2 设置场景木材材质	258
8.3.3 设置场景金属材质	260
8.3.4 设置场景自发光材质	261
8.3.5 设置场景其他材质	262
8.4 最终渲染设置.....	265
8.4.1 最终测试灯光效果	265
8.4.2 灯光细分参数设置	266
8.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染 参数	266
8.4.4 最终成品渲染	266
8.5 Photoshop后期处理.....	267



9

休闲台球酒吧厅表现

9.1 台球酒吧厅空间简介.....	270
9.2 台球厅测试渲染设置.....	271
9.2.1 设置测试渲染参数	271
9.2.2 布置场景灯光	273
9.3 设置场景材质.....	279
9.3.1 设置主体材质	279
9.3.2 设置场景家具材质	285
9.4 最终渲染设置.....	296
9.4.1 最终测试灯光效果	296
9.4.2 灯光细分参数设置	297
9.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染 参数	297



9

休闲台球酒吧厅表现

9.4.4 最终成品渲染	297
9.5 Photoshop后期处理	298



10

大厦外观表现

10.1 大厦外观简介	302
10.2 大厦外观测试渲染设置	302
10.2.1 设置测试渲染参数	303
10.2.2 布置场景灯光	304
10.3 设置场景材质	307
10.3.1 设置主体材质	307
10.3.2 设置场景其他材质	312
10.4 最终渲染设置	316
10.4.1 最终测试灯光效果	316
10.4.2 灯光细分参数设置	316
10.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	317
10.4.4 最终成品渲染	317
10.5 Photoshop后期处理	319



11

小区外观表现

11.1 小区外观空间简介	328
11.2 小区外观测试渲染设置	328
11.2.1 设置测试渲染参数	329
11.2.2 布置场景灯光	330
11.3 设置场景材质	332
11.3.1 设置主体材质	332
11.3.2 设置场景其他材质	341
11.4 最终渲染设置	345
11.4.1 最终测试灯光效果	345
11.4.2 灯光细分参数设置	345
11.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染参数	346
11.4.4 最终成品渲染	346
11.4.5 通道图渲染	347
11.5 Photoshop后期处理	348



12

别墅外观表现

12.1 别墅外观空间简介.....	356
12.2 别墅外观测试渲染设置.....	356
12.2.1 设置测试渲染参数	357
12.2.2 布置场景灯光	359
12.3 设置场景材质.....	361
12.3.1 设置主体材质	361
12.3.2 场景其他材质设置	369
12.4 最终渲染设置.....	373
12.4.1 最终测试灯光效果	373
12.4.2 灯光细分参数设置	373
12.4.3 设置保存发光贴图和灯光贴图的渲染 参数	374
12.4.4 最终成品渲染	374
12.5 Photoshop后期处理.....	375



第一章



效果图SOHO之应知应会



1.1 SOHO你的新生活.....	2
1.2 客户——SOHO的生命线.....	3
1.3 推广计划——SOHO的通行证.....	5
1.4 情绪与健康计划——SOHO革命的本钱.....	9
1.5 “学先进、傍大款”计划.....	11
1.6 威客——SOHO人的新身份.....	12
1.7 知名威客网介绍.....	13
1.8 效果图SOHO的装备.....	17
1.9 效果图制作利器——Evermotion库.....	21
1.10 效果图制作业务基本流程.....	23
1.11 了解效果图业务报价.....	24
1.12 效果图SOHO必备合同.....	26
1.13 效果图业务收款.....	30

1.1 SOHO你的新生活

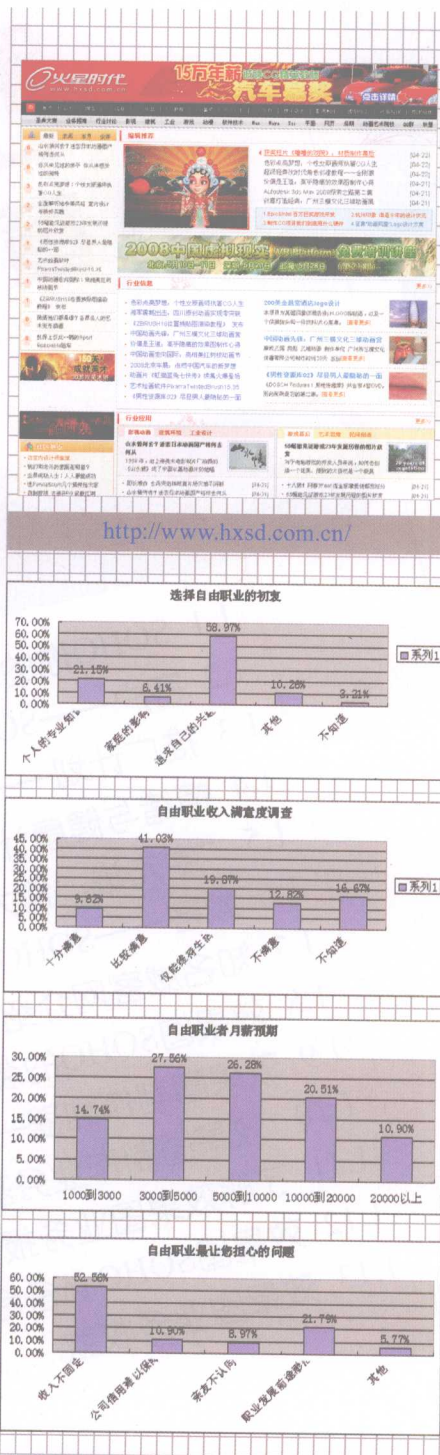
SOHO——Your New Life

1.1.1 什么是 SOHO

SOHO 是英文 Small Office Home Office 的第一个字母的拼写,意即在家里办公、小型办公。它是人们对自由职业者的另一种称谓,代表着一种自由、弹性而新型的工作方式。SOHO 族免于驱车、挤公交、地铁上班之累,不为堵车和停车难苦恼,不仅节约了时间,减少了空气污染、城市噪声和交通事故发生率,而且还扩展了就业的可能性,使部分生育妇女、老人和残疾人有了更多的工作机会。

自从互联网普及开来,SOHO 就越来越成为众人特别是年轻人的喜欢和选择。他们不隶属于任何公司,却在为各个公司打工;他们没有固定的老板,自己就是自己的老板;他们没有固定的工作时间,想何时工作就何时工作;他们就像是倒挂在网上的蝙蝠,独来独往、昼伏夜出,这就是他们——SOHO 族的写照。他们中不乏编程高手、高级设计师、网页高手、自由写手、创意天才,他们以自己的智力与劳动换得高额收入,成为许多人羡慕的一群人。虽然,在国内 SOHO 是最近几年的新鲜事物,但在国外已经是一个成熟的社会阶层,在澳大利亚,有超过十分之一的人在家里办公,成为 SOHO 族。其中有 70% 的人全部或者大部分时间在家里办公,他们主要是从事 IT 行业的经理人和专业人员,依靠互联网、传真和电话等现代信息传输工具与外界联系。调查还显示,目前在职的超过 50% 的人考虑在自己失业后或许会成为 SOHO 族。因为在多劳多得的今天,能在家挣钱是令人羡慕的事,这样当有了好的工作状态时,可以随时开始,而工作状态不佳时,则可以随时停止。

右侧的图表是针对 SOHO 进行的关于进入初衷、满意度、收入、担心的问题等进行调查的结果,了解这些结果,有助于分析自己是否适合成为 SOHO 一族。



1.1.2 任何人都可做 SOHO 族

SOHO 不受年龄、身高、外貌、学历、性别、经验等条件的限制,如果这是一个标准的职业,那么这个职业对每一个人都是公平的。

当然,要成为一名优秀的 SOHO 人,还是需要满足以下基本要求:

首先,必须能够熟练应用互联网,因为当前绝大多数 SOHO 都要通过网络获得客户,为客户提案,进行无地域的合作。因此,必须具有收发电子邮件、使用搜索引擎、论坛、留言版、QQ、MSN 等网络工具的能力。

第二,必须精于某一个行业,例如,效果图绘制、平面设计、网页设计、编程、写作、摄影等等,总之必须有一项高于社会平均水平的技能。

第三,必须会电脑打字,速度是越快越好,因为在网上可能会跟客户进行很频繁的沟通,这就对打字的速度提出了要求。

最后,还应有较强的自信、毅力、自制力,原因是不言自明的。

据估计,我国的 SOHO 族至少不少于 2000 万人,随着就业压力的加大,此数量呈现一直上升的趋势。



1.2 客户——SOHO 的生命线

Clients—Lifeline of SOHO

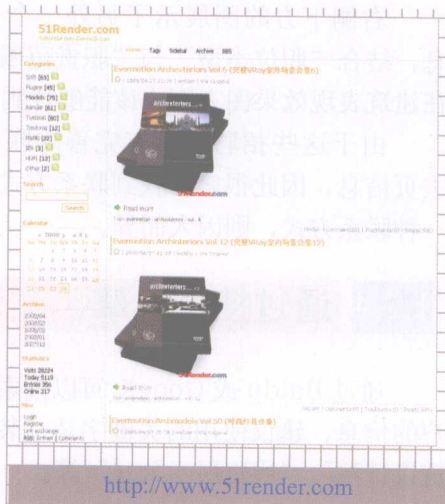
没有客户,SOHO 的生活就是一句空谈,因此客户是每一个 SOHO 的生命线。

获得客户的第一要素就是取得客户信息,至于在获得客户信息后采取登门拜访还是邮件的形式,则因每个人具体情况而异。

在信息社会中,要获得客户的信息并非难事,下面列出了几条成本比较低,可行性比较高的方法,供各位读者参考。

1.2.1 通过黄页

几乎每一个城市、每一个行业都有自己的黄页电话簿,这是获得该城市客户相信最直接、准确





的方法之一。黄页中有每一家企业的电话、地址，这对于需要自己开拓客户的SOHO人而言就是一张寻宝图。而其中与建筑、装饰设计有关的公司，自然是我们的关注点。

通过电话、面访都能够与这些企业取得沟通的机会，并进一步探讨展开设计合作的可能性。

1.2.2 通过企业名录

并不是所有企业都会出现在黄页中，因此购买相应的企业名录就是第二种大规模获得客户信息的方法。

企业名录是指包含有企业名称、详细地址、邮政编码、联系电话、联系传真、E-mail、网址、法人或业务负责人姓名、从业人数、注册资本、销售额、经济性质、企业规模、企业类型、行业分类、隶属关系、主要业务、产品介绍等方面内容的、有商业价值的信息。

1.2.3 通过招聘网站

如果要在网络中寻找一个企业信息相对集中的地方，招聘网站应该就是其中的一个。招聘单位都会或多或少的需要外包一些设计业务，因此对于这样能够轻松获得的企业信息应该重视起来。

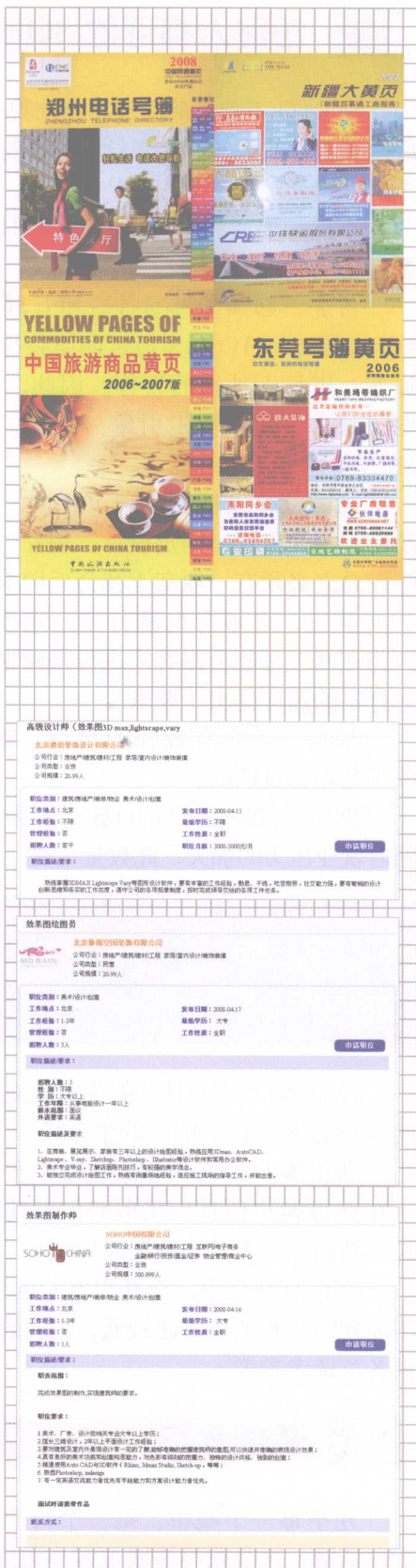
右侧中间两张图展示了两个企业的招聘信息，从这里不难看出企业需要效果图制作方面的人才。通过该公司信息可知该公司专业从事装饰设计，因此在室内效果图方面应该能够找到合作机会。

右侧下方的图展示了另外一个企业的招聘信息，结合“职位类型”与“职责范围”分析，可知在建筑表现效果图方面应该能够找到合作机会。

由于这些招聘信息有完善的联系方式与公司主页信息，因此很容易找到联系方式，至于采取哪一种联系方式，则因人而异。

1.2.4 通过搜索引擎

通过Baidu或Google可以搜索到许多潜在客户的信息，建议使用的关键字是“装饰公司”、“建筑设计院”、“展览展示公司”等。



右侧上方图示为笔者使用“建筑设计研究院”关键字进行搜索得到的结果。

右侧中间图示为笔者使用“装饰公司”关键字进行搜索得到的结果。

虽然不是每一项搜索结果都能够为我们提供客户资料,但通过这种方法无疑能够找到许多潜在的客户。

1.2.5 通过朋友介绍

朋友介绍是一个很重要的客户来源,中国在很大程度上还是一个人情社会,许多公司都本着找熟不找生的原则选择合作伙伴,因此通过朋友介绍获得客户的成功率往往自己找上门高很多。

如果希望不断通过朋友获得新的客户,就需要结交不同层次、领域的朋友,这对于 SOHO 人而言是很重要的一门功课。

1.2.6 通过展会

参加各类房展会、建筑装饰展会也可以发现潜在的客户,在国内一线城市常年有各种大小规模不等的与房地产及相关行业的展会,经常参加这样的展会也能够获得很多优质的潜在客户的信息。



1.3 推广计划——SOHO的通行证

Promotion Proposal——Passport of SOHO

所有成功的 SOHO 都曾经寂寂无名,但他们从零开始经过了一系列手段,将自己展现给了潜在的客户,并最终赢得了他们的认可。下面详细列举了几项笔者认为切实有效的推广方式,如果能够综合运用,相信能够在一定时间内打开局面,获得客户。

