

21Century

21 世纪中国 房地产业核心竞争力 《发展总报告》 COMPETITION

THE DEVELOPMENT REPORT OF REAL ESTATE COMPETITION

【上卷】

主编：决策资源房地产研究中心
编著：喻颖正 章伟杰 林旭东
策划：中城置地策划顾问有限公司

暨南大学出版社

思想 创造 财富

二十一世纪
21CENTURY
中国房地产业
核心竞争力发展总报告

中国第1部全面总结最高专业成就、展望最新发展趋势的专著

主编：决策资源房地产研究中心
编著：喻颖正 章伟杰 林旭东
策划：中城置地策划顾问有限公司

暨南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

21世纪中国房地产业核心竞争力发展总报告

/喻颖正,章伟杰,林旭东编著.——广州:

暨南大学出版社,2002

ISBN 7-81079-106-0

I. 中… II. ①喻…②章…③林… III. ①住宅—规划设计②景观—园林设计

IV. ① TU241 ② TU986.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 029803 号

版权所有,翻印必究。

21世纪中国房地产业核心竞争力发展总报告

主编:决策资源房地产研究中心

编著:喻颖正 章伟杰 林旭东

出版:暨南大学出版社

策划:广东鑫创决策资源管理顾问公司

经销:新华书店

印刷:广东精良彩印厂

印张:100

字数:1000千字

版次:2002年12月第1版

印数:0001-1000册

书号:ISBN 7-81079-106-0

定价:588元(上、下卷)

思想创造财富

21CENTURY

深入总结最高专业成就 全面展望最新发展趋势

《21 世纪中国房地产业核心竞争力发展总报告》

我们相信,当前所有房地产总经理都需要既前瞻大势、又迅速全面地掌握最先进的实战模式和领先的专业资源,《总报告》正是这样一部协助他们胸有成竹地实现每一个项目的旺销与盈利的权威宝典。

在楼市快速竞争的时代,为了满足惜时如金的房地产总经理们快速、高效吸收情报的需求,《总报告》从本年度深圳、上海、北京等各大城市数千个楼盘及知名房地产公司中,提炼出最优秀、最有代表性、最具借鉴价值的精彩案例,涵盖了“发展趋势、住宅创新、操盘手法、管理战略”等四大领域,可谓将全年度的房地产实战核心情报一网打尽。

当前房地产的竞争更是整合资源的年代,《总报告》首度搜集了从市场调研、规划设计、景观设计到建筑施工、营销推广、销售代理、模型制作、物业管理等房地产开发各个环节最值得推荐的专业公司,优秀的开发商必能运筹帷幄,利用最优秀的资源打造成功的项目。

另外,新时期房地产行业最新技术成果展示,将带给你成功的秘密武器。

本发展总报告构思宏大,情报量惊人,堪称房地产总经理的一大秘密武器库。

/

二十一世纪 21CENTURY 中国房地产业 核心竞争力发展总报告

本报告价值分析

本报告创造的 5 个第一

- 1、中国全方位总结年度最高水准操盘模式的第一部书;
- 2、前瞻21世纪中国房地产发展的最新趋势与竞争力方向的第一部书;
- 3、首度推出最权威的发展总报告的第一部书;
- 4、浓缩中国最前沿著名地产企业内部的大量最佳案例的第一部书;
- 5、为房地产公司大幅提升核心竞争力提供了完整借鉴体系的第一部书。

本报告创造的 4 大特性

- 1、高权威性: 不仅全面总结本年度的最高专业成就与操作模式, 还前瞻2002-2003年中国地产发展的最新趋势与竞争方向;
- 2、高价值性: “浓缩了全年度整个中国房地产经营智慧的结晶, 足以满足房地产总经理随时随地检索房地产核心竞争力的态势, 每年一部, 是房地产总经理必备的宝贵资源。
- 3、高系统性: 将房地产开发的8大关键环节综合成一个完整而丰满的体系, 为房地产公司提供了可供借鉴的制胜秘诀与应用指南;
- 4、高操作性: 不仅总结出关键环节的操作要诀, 更有大量生动的、近距离的、可借鉴的成功案例演练。

《21世纪中国房地产业核心竞争力发展总报告》

⇨ 上卷 >>...

- ⇨ 中国房地产业投资蓝皮书 >>...
- ⇨ 中国房地产业营销橙皮书 >>...
- ⇨ 中国房地产业管理黑皮书 >>...
- ⇨ 中国房地产业技术绿皮书 >>...

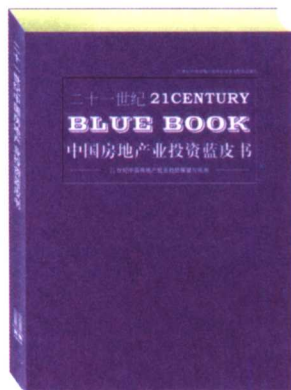
⇨ 下卷 >>...

- ⇨ 中国房地产业产品设计白皮书 >>...
- ⇨ 中国房地产业住宅模式红皮书 >>...
- ⇨ 中国房地产业明星楼盘黄皮书 >>...
- ⇨ 中国房地产业商业物业紫皮书 >>...



上卷内容构架

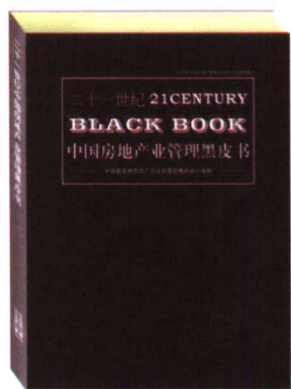
中国房地产业投资蓝皮书
21世纪中国房地产投资
趋势展望与预测



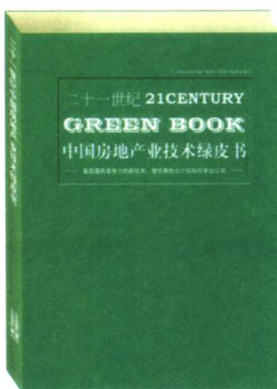
中国房地产业营销橙皮书
全方位透视营销策略的新
思路、新对策



中国房地产业管理黑皮书
中国最受推崇地产企业经
营战略的核心命脉



中国房地产业技术绿皮书
掌握最具竞争力的新技术、最
优秀的设计机构与专业公司



《21世纪中国房地产业核心竞争力发展总报告》编辑委员会

主 编： 决策资源房地产研究中心

编 委：（以下排名不分先后）：

游文庆 陈穗建 郑 东 喻颖正 章伟杰 林旭东 卞 可 左 农 王 爵
何广长 严志辉 贺宏朝 黄卓燕 肖大强 梁永光 冯国成 王 咏 贺颖红
陈哲钦 毛静颖 夏德军 郭树春 段怀权 王志真 梁学杰 蒋德军 曹克洲
朱伟晟 刘 超 陈银华 高友谦 彭 勃 李 路 刘凤华 康剑国 张思锋
王 忠 王 元 刘 彬 马一鹏 彭正刚 吴雄翔 朱建军 李 静 魏 宏
魏雯君 安显红 王 波 陈 伟 张纪中 王雨清 滕国翰 秦 嘉 潘燕生
董 平 杜铭英 关文贞 翟树君 林 号 麻兴琰 王 剑 刘 贵 潘 平
林灵娜 雷子林 温作雄 赵世平 姚志杰 贾 如 何 涯

执 行 编 辑： 贺宏朝

图 书 创 意： 纯正图书工作室

版 式 设 计： 刘建明

法 律 顾 问： 陈少蔚律师（广东力诠律师事务所）

媒 介 支 持： 中国房地产报 中国建设报·中国楼市 南方楼市

（本书资料来源一切相关数据及最后标准，以发展商公布信息为准）

CONTENTS 目录

< 上 卷 >

21 世纪中国房地产投资趋势展望与预测 **1 BLUE BOOK** 中国房地产业投资蓝皮书



第一部分：中国房地产业投资现状分析报告

报告一：社会经济形势	5
□ 2001 年全国经济运行态势回顾	6
□ 2002 年全国经济运行态势展望	16
□ 2002 年中国经济有三大变数	21
报告二：房地产投资开发环境	23
□ 房地产投资开发硬环境	24
□ 房地产投资开发软环境	26
报告三：地产前沿的 4 个流派	31
□ 北京房地产：权势者的诡辩游戏	32
□ 上海房地产：人性化的新海派刀法	32
□ 广州房地产：一切为了利润的务实之道	32
□ 深圳房地产：颠覆传统的无畏精神	34
□ 理性在幕后悄悄收获	34

第二部分：中国房地产业发展趋势展望与专家预测报告

报告四：WTO 与中国房地产业的发展趋势和对策 39

□ 现状：如何发挥优势、化解劣势，是摆在我们面前的重大课题	41
□ 承诺：入世中国房地产业承诺什么	41
□ 机遇：加入 WTO 对中国大陆房地产业很有利	41
□ 挑战：直面 WTO，直面挑战	45
□ 对策：加入 WTO，房地产行业相关单位的应对策略选择	47
□ 趋势：WTO 后的中国房地产将走向何处	57
□ 观点：入世中国房地产对接世界	61
□ 尾声：融入——中国房地产业面对 WTO 的无言抉择	63

报告五：中国房地产市场发展趋势深度预测 65

□ 乐观面对中国房地产市场的新一轮调整周期	67
□ 2002 年中国房地产市场发展前景乐观	69
□ 2002 年中国房地产市场发展的六大预言	73
□ 我国房地产业仍要谨防“泡沫”	79

报告六：权威专家把脉中国房地产未来走势 85

□ 全国人大常委会副委员长成思危：经济要搞好、市民搬新家	87
□ 建设部原部长宋春华：2010 年我国房均面积 80 平方米	87
□ 建设部副部长刘志峰：住宅产业成为国民经济新增长点	87
□ 房地产业要有序开发供需对路	87
□ 著名经济学家厉以宁：经济形势不错，离良性循环还有距离	89
□ 中国社科院金融研究中心主任李扬：外资金融对住房贷款兴趣不大	89
□ 国土资源部土地利用司副司长束克欣：土地市场应该公正透明	89
□ 中共中央政策研究室副主任郑新立：促进住宅与轿车消费的结合	89
□ 国务院发展研究中心经济学家朱雅教授：市场调控代替行政指令	90
□ 国家发展计划委员会对外经济研究所所长张燕生：拼关系不如拼实力	90
□ 中国人民银行研究局货币政策处处长焦瑾璞博士：住房金融将是银行重头戏	90
□ 香港基恩产业国际集团董事局主席桂强芳博士：变革传统房地产体制	90

第三部分：中国房地产业最新制度研究报告

报告七：房地产制度与运作 93

□ 土地制度	95
□ 房地产融资制度	107
□ 物业管理制度	113
□ 房地产中介制度	121
□ 房屋租赁制度	125
□ 房地产估价制度	129

报告八：住房制度改革 133

□ 我国城镇居民住房现状分析	135
□ 当前住房制度改革中存在的主要问题	137
□ 我国住房制度改革的 14 个完善策略	139
□ 我国住房制度今后改革的方向与重点	155

2

全方位透视营销策划的新思路、新对策

ORANGE BOOK

中国房地产业营销橙皮书



第一部分：中国房地产业整合营销十大经典案例报告

研究报告：整合营销——楼盘的增值之道 163

- 现代企业引入IMC（整合营销）战略的重要性 165
- IMC战略的观点策略 165
- IMC的角度定位 167
- 企业采用IMC的初步效果测定 169
- 房地产整合营销策略的五大构成环节 169
- 房地产整合营销的机构组成及各自的作用 171

经典案例之一：南国奥林匹克花园营销策略大揭底 177

- 南国奥林匹克花园营销动态回放 179
- 南国奥林匹克花园整合传播策略全程解密 179
- 奥林匹克花园启示录 183

经典案例之二：好楼盘自己会说话星河湾的产品主义营销观 185

- 出奇制胜的战略指导方案 186
- 一步到位的开发策略 186
- 拒绝价格战的六个理由 186
- 循序渐进的广告攻略 188
- 欲擒故纵的开放式销售策略 190
- 火线上的总结——对木桶理论的修正 190

经典案例之三：中银大厦整合营销全程实录 193

- 项目背景分析 195
- 项目的优劣势分析 195
- 策划思路 197
- 营销构想 197
- 主体定位 197
- 广告反馈 199
- 营销举措 199

经典案例之四：东晶·国际的定位营销策略揭密 201

- 对市场需求的把握是项目开发的前提 203
- 标新立异意味着市场危机 203
- 艺术与创新面对商业市场的价值何在 203
- 东晶·国际现象的反思与启示 205

经典案例之五：锦绣香江国际化营销手法解码 207

- 居住与世界同步 208
- 发布联合宣言 208
- “国际级”营销手法 208
- 广告媒体配合造势 208

经典案例之六：阳光曼哈顿的四大入市策略 211

- 入市策略一：准确把握核心客户群的消费心态 213
- 入市策略二：四层消费群的市场细分 213
- 入市策略三：放弃老客户的老客户定位 213
- 入市策略四：灵活的销售方案 213
- 阳光曼哈顿整合营销体系的四个策略思路 215

经典案例之七：中海阳光棕榈园的四个经济密码 217

- 经济密码一：用容积率换绿化率 218
- 经济密码二：用最少的资金达到启动项目的目的 218
- 经济密码三：稀缺性的价值诱惑 218
- 经济密码四：放心房源自全透明的销售方式 220
- 中海阳光棕榈园的热销启示 220

经典案例之八：战略调整让时代大厦起死回生 223

- 项目简介 224
- 让市场调研说话 224
- 适应市场需要的才能生存 226

经典案例之九：世纪村整合营销体系的六个实施阶段 229

- 第一个阶段：世纪村项目背景分析 230
- 第二个阶段：世纪村营销策略定性分析 230
- 第三个阶段：前期推广效果分析 230
- 第四个阶段：项目卖点的提炼 232
- 第五个阶段：价格策略的制定 232
- 第六个阶段：确定宣传推广策略 234
- 编者的话 234

经典案例之十：永辉花园的营销实战演习 235

- 永辉花园陷入同质化竞争的重围 236
- 永辉花园的两个应对策略 236
- 对永辉花园营销战术的深思 238

第二部分：107 个最具创造力的营销技巧应用指南

应用指南之一：在营销的方阵里强化销售 243

- 影响楼盘销售的十个因素 245
- 房地产市场营销的十大理念形态 247
- 地产营销的八大策略 251

□ 营销结论	252
--------------	-----

应用指南之二：创新实效营销手法集锦 253

□ 促销类营销手法	255
□ 服务类营销手法	271
□ 品质类营销手法	281
□ 其它类型营销手法	291

第三部分：年度最佳原创平面广告锦集

房地产广告在同质化竞争中的突围策略 299

□ 房地产广告的策略和策划	300
□ 产品的行销的八大要素	300
□ 广告在产品行销中所扮演的角色	302
□ 广告策略的订立法则	302
□ 广告的表现方式	304
□ 广告媒体的选择策略	304
□ 广告的有效投放策略	304
□ 房地产广告有效投放的动作分解	306
□ 如何实现媒体投放效率最大化	308
□ 房地产广告卖点的选择策略	311

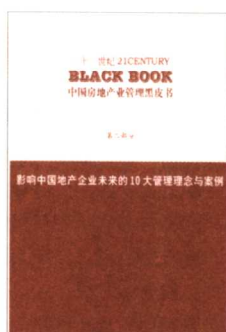
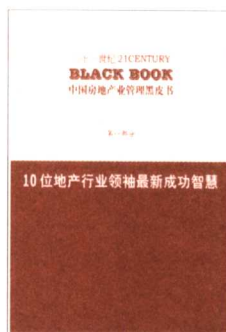
年度最佳原创平面广告集锦 313

□ 最佳原创平面广告之一：预热篇	313
□ 最佳原创平面广告之二：促销篇	318
□ 最佳原创平面广告之三：进度公告篇	323
□ 最佳原创平面广告之四：封顶篇	328
□ 最佳原创平面广告之五：内部认购篇	333
□ 最佳原创平面广告之六：开盘篇	338
□ 最佳原创平面广告之七：强销篇	342
□ 最佳原创平面广告之八：期房销售篇	347
□ 最佳原创平面广告之九：尾盘销售篇	352
□ 最佳原创平面广告之十：品牌篇	357

3 BLACK BOOK

中国最受推崇地产企业经营战略的核心命脉

中国房地产业管理黑皮书



第一部分：10位地产行业领袖最新成功智慧

2002-2003 影响中国房地产命运的十位行业领袖评选	367
□ “2002-2003 年影响中国房地产命运的十位行业领袖” 评分表	369
□ “2002-2003 影响中国房地产命运的十位行业领袖” 评选细则	370
□ 候选企业家简介	371
10 位地产领袖之一王石：十大核心观点构筑王石经营理念体系	375
□ 核心观点一：万科高于 25% 的利润不做	375
□ 核心观点二：企业发展要注重规范与创新的关系	376
□ 核心观点三：管理者应该把握的三个原则	376
□ 核心观点四：领导者在企业文化和制度上应把握三个方面内容	376
□ 核心观点五：优秀的职业经理人不一定能成为好的职业领导者	376
□ 核心观点六：接班人的培养要靠制度而不是领导者	376
□ 核心观点七：品牌是企业恒久的追求	379
□ 核心观点八：胸怀——领导者的境界	378
□ 核心观点九：诚信是房地产业基石	378
□ 核心观点十：选择本身就是一种价值	381
10 位地产领袖之二冯仑：成功企业家应具备的三重身份	383
□ 第一重身份：思想家——民营企业的原罪说	383
□ 第二重身份：革命家——传统房地产的终结者	385
□ 第三重身份：管理家——开发商要有四大核心竞争力	387
□ 对冯仑思想体系的总结	389
10 位地产领袖之三郭梓文：决胜楼市的十大心法	391
□ 点拨郭梓文的三大产品开发观	391
□ 解读郭梓文的四大企业经营观	393
□ 剖析郭梓文决胜楼市的十大心法	395
□ 房地产公司战略的新规则：基于能力的竞争	397
10 位地产领袖之四卢铿：萃取卢铿的企业经营管理理念精华	399

□ 感受卢铿的思想火花	399
□ 清醒地认识卢铿的处事风格	401
□ 五大观念构筑卢铿的企业经营之道	401
□ 卢铿与新住宅运动	407
□ 卢铿与装修房	409
10 位地产领袖之五王健林：向王健林取经	411
□ 成功机遇的把握在于做别人不愿做的事	411
□ 房地产名牌还得炼十年	411
□ 产品就是最好的营销策划	413
□ 苛刻的万达标准	413
□ 服务是产品经营赖以生存的源泉	415
□ 大规模开发减少风险	415
□ 企业发展靠人才	417
□ 两权分离创未来	417
10 位地产领袖之六任志强：三大步骤打造新华远	419
□ 任志强企业经营管理的三大核心理念	419
□ 三大步骤打造新华远	420
□ 让明天度量廉颇尚能饭否	422
10 位地产领袖之七潘石屹：纵横楼市的十大秘诀	425
□ 秘诀一：引导市场，追求时尚	425
□ 秘诀二：用未来思考现在	427
□ 秘诀三：寻找现代人的密码	427
□ 秘诀四：产品创新，超越竞争	427
□ 秘诀五：创新不可走火入魔	427
□ 秘诀六：营造供过于求的市场氛围	427
□ 秘诀七：越轨扬名，因祸得福	429
□ 秘诀八：借骂打骂，有容乃大	429
□ 秘诀九：主动曝光，危机公关	429
□ 秘诀十：借势造势，名人效应	429
□ 解读潘石屹的禅学理论	429
□ 对潘石屹成功因素的归结	430
10 位地产领袖之八刘永好：首富的三大成功心得	431
□ 成功心得之一：把握机遇、果断决策	431
□ 成功心得之二：对人才任用不拘一格	432
□ 成功心得之三：真正的财富是不会贬值	432
□ 房地产——新希望集团新的利润增长点	432
□ 中国民营企业的“长生之道”	434
10 位地产领袖之九许荣茂：隐形富豪的四条生财法则	435
□ 法则一：见好就收	435
□ 法则二：逆风而行	436
□ 法则三：借壳上市	436
□ 法则四：任人唯贤	438
□ 企业家如何面对财富	438
10 位地产领袖之十胡葆森：为了生存所以我如履薄冰	441
□ 顺势而为——企业永恒的发展之道	443
□ 慎始善终——企业永恒的长寿之道	443

□ 功成身退——企业家们的圆满之道	445
-------------------------	-----

第二部分：影响中国房地产业未来的10大管理理念与案例

□ 管理理念地产开发策略定成败	449
□ 企业战略管理的内容	450
□ 房地产企业发展目标的设定	450
□ 房地产企业制定竞争战略的四个必要性	452
□ 知识经济的挑战与房地产企业的战略抉择	455
□ 现代房地产企业战略方向的选择	459
□ 房地产业：整合是一种趋势	461
□ 企业战略管理结论	462
10 大管理案例之一：万科锻造职业经理人团队的三大举措 ..	465
□ 第一大举措：制度化管埋	466
□ 第二大举措：人尽其才 充分放权	467
□ 第三大举措：用人标准 因时而异	468
□ 万科企业管理后记	469
10 大管理案例之二：奥林匹克花园的品牌连锁之路	471
□ 套用“贝利连锁”模式，奥龙计划开启房地产特许经营之门	472
□ 奥龙计划的核心运营理念	472
□ 奥龙计划的三层运作方式	473
□ 奥林匹克花园保持旺盛生命力的秘方	474
□ 奥龙计划是一个长期的战略	475
10 大管理案例之三：房地产寡头垄断离我们还有多远	477
□ 根正苗红的出身	478
□ 华润收购深万科的内幕	478
□ 华润要做中国地产老大	483
10 大管理案例之四：五年赚十亿合生创展的六道成功秘笈 ..	485
□ 第一道成功秘笈：穗港合作投资法则	486
□ 第二道成功秘笈：先知先觉开发新区	486
□ 第三道成功秘笈：优质设计买者欢心	486
□ 第四道成功秘笈：打通境外融资渠道，增强企业实力	487
□ 第五道成功秘笈：合生创展的五条用人之道	489
□ 第六道成功秘笈：合生创展独具特色的服务监控系统	492
10 大管理案例之五：万通地产五案并举颠覆传统经营模式 ..	501
□ 五案并举是万通鉴于对市场的换位思考	502
□ 五案并举是源于专业化加产品类型化的开发策略	503
□ 五案并举促成万通品牌的强势扩张	504
□ 创新能力是万通集团致胜的法宝	505
□ 企业要长命百岁得学龟	505
10 大管理案例之六：羊城地产销售冠军富力集团运作模式解密	507
□ 给自己的定位：实实在在，只做老百姓喜欢并能承受的房子	508
□ 有效的操盘手法：务实，只因我们是开发商，是个商人	510
□ 品牌撑起富力的大旗	515
□ 富力地产楼盘推广的两个秘诀	516
□ “长盛不衰”的奥秘	516

□ 富力地产项目开发前期的准业主问卷调查表	518
10 大管理案例之七：金地提升企业核心竞争力的四个战略模式	525
□ 战略模式之一：灵活运用证券和金融两个杠杆	526
□ 战略模式之二：创新能力是金地的核心竞争力	527
□ 战略模式之三：走自己的路，最重要的是超越自己	528
□ 战略模式之四：浇筑住宅精品，打造地产航母	528
10 大管理案例之八：中国海外品质铸就卓越品牌	531
□ 教训深刻的“空心砖”事件资源	532
□ 好的楼盘从规划设计开始	533
□ 动态“合格供应商和承建商名单”	534
□ 特别的地盘管理和施工计划	534
□ 过程精品塑造地产品牌长久魅力	535
10 大管理案例之九：栖霞建设集团在逆势中腾飞的奥秘	537
□ 厚积而薄发，栖霞建设成为江苏房地产第一股	538
□ 变“单兵作战”为“集团军作战”，栖霞建设迅速崛起	538
□ 企业行动指南由“两轮驱动”上升到“三个现代化”	540
□ 优秀的企业文化是企业一再突破的不竭动力	541
□ 解构栖霞建设集团的四重企业核心竞争力	542
□ 栖霞建设集团的经营管理体制及内部监控制度	543
□ 栖霞建设的另类扩张思维	546
10 大管理案例之十：南方集团成功开发模式的三个黄金法则	549
□ 黄金法则一：瞄准广大的缺房户	550
□ 黄金法则二：好房子有阶段性	550
□ 黄金法则三：决策失误是最大的错误	551
□ 关于南方集团开发模式的两点争议	552

第三部分：中国地产警示录

警示录之一：站在反思的肩上成长	555
警示录之二：投诉万科	557
□ 投诉一：巴士风波	558
□ 投诉二：买房受骗	560
□ 如何面对投诉	563
警示录之三：中国最大房地产破产案的内幕透视	565
□ 标的之大，号称中国最大的房地产破产案	566
□ 位置极佳，别墅为何卖不动	566
□ 到处欠债，鸿高借钱何其多	567
□ 被申破产，负债高达11亿	567
□ 有人猜测钱被大量挪用了	567
□ 资不抵债，这只盘子不能摔	568
□ 疑问重重，如此案件何时了	570
警示录之四：一个滞销项目的全方位解剖	571
□ 案例介绍	572
□ 案例分析与启示	572