

南京某某花城全案策划

60 万平方米（16 万平方米商场）超级大盘

摘 要

针对南京江宁开发区项目策划，咱们具备如下重大创新：

1. 从都市经营角度，一方面进行都市经营策划，造就江宁开发区经济发展万马奔腾大势，然后将本项目放在都市经营大背景下，运作土地一级半市场，展开大招商，大手笔整合金融、房地产、商业、物流社会资源，形成江宁投资置业热潮。目：提高江宁新区——南京新城名片形象，提高房地产价值。

对于都市经营策划，国内知名策划机构王志钢工作室予以中兰德大力支持。

2. 商业策划进行大手笔创新，运用咱们丰富商业房地产经验，在项目地块策划南京最具创意大型 shopping mall 购物中心，将项目开发策划与招商策划同步进行，采用产权式商场方式协助发展商一方面回笼 2-3 亿元钞票。

3. 在房地产项目策划方面进行重大创新，按照国内生态住宅规划，启动南京第一种大型生态健康社区，以大面积健康养生花卉形成中心花园震撼南京置业者心灵；

4. 运用泛地产理论精髓，将健康产业、旅游产业、零售业、房地产业有效嫁接，咱们乐意将近年来投巨资完毕中华国际养生园成果引入到江苏，依照南京区域文化特点，规划在 SHOPPING MALL 建设 5000 平方米国际健康养生服务中心，融合中西健康养生文化于一体，巧妙提炼江苏吴越健康养生文化之精华，形成南京国际健康养生园，吸引大批成功人士和游客来此消费，带动商业项目和住宅销售。

5. 本项目策划负责人具备丰富发展商经验，可以充分运用客户营销与服务营销手段，结合深圳先进营销理念与南京区域文化特点设计出系列大型客户营销活动方案，形成满城争说新天地项目局面。

6. 中兰德具备专家群体优势，充分发挥母公司金融服务特色，运用金融创新手段引导客户购买咱们物业。

案名注解

本营销策划案暂将项目总体案名定为“南京·新天地”，其中住宅某些为“新天地·花城”。

此案名一方面明确了项目定位及其社会价值，该项目由于具备极大商业价值，应成为提高整个江宁新区价值核心和标志，并引导新消费观念、居住观念、城区观念、空间观念和审美观念；另一方面，该案名区别于当前江宁及南京所有项目案名欧化及小资倾向，凸显大气、高格形象；此外，该案名极富当代感，容易产生联想；简洁，便于传播和记忆。

住宅某些案名与“诗意栖居”内涵统一。

目 录

市 场 篇 一、南京市房地产市场总体评价 1、宏观经济环境 2、人口及收入、消费水平、消费特性 3、房地产整体发展水平 4、都市区域价值及发展趋势 二、江宁区房地产市场总体评价 1、江宁区区域价值分析 2、经济发展及消费主体特性 3、房地产市场竞争状况（重要竞争楼盘分析） 4、商业现状及前景评价

★ 构 思 篇 三、南京·新天地理念创新与构思要点 1、品牌及市场整体效应目的 2、商业某些整体定位及核心价值选取 3、住宅某些整体定位及核心价值选取 4、整体营销方略 5、开发方略选取 6、销售、成本、收益等财务总体目的

★ 项 目 篇 四、项目 SWOT 与动态竞争分析 1、项目重要威胁 2、项目重要机会点 3、动态竞争分析 五、商业项目构思定位初步模仿 1、商业主题定位及业态选取 2、商业规划安排及经营、租售方案 3、商业某些财务指标预测 六、住宅某些产品定位及规划建议 1、产品主题概念定位 2、住宅产品类别、比例、分布及开发建议 3、户型、面积、比例 4、规划要点、园林建议 5、价格方略 6、住宅某些财务指标预测

★ 概念规划篇 七、规划及独特创新概念

★ 营销要点篇 八、营销要点及项目后价值评价 （一） 营销要点 （二） 后价值评价

★合 作 篇 九、双赢合伙模式简介 1、我司内部专业运作流程 2、合伙方式选取 3、我司异地经营模式 4、收费原则及付款方式 5、重要专案人员简介

南京·新天地 项目营销策划构思方案

★

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要
下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/728017015072006050>