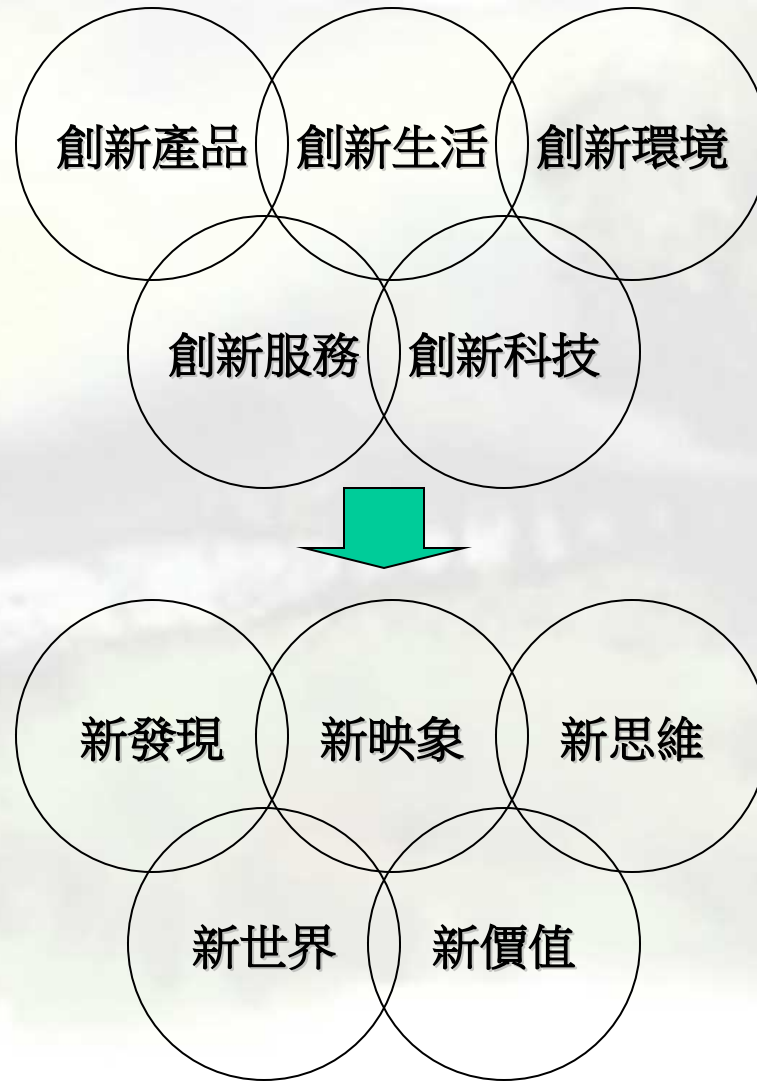




以真爲本

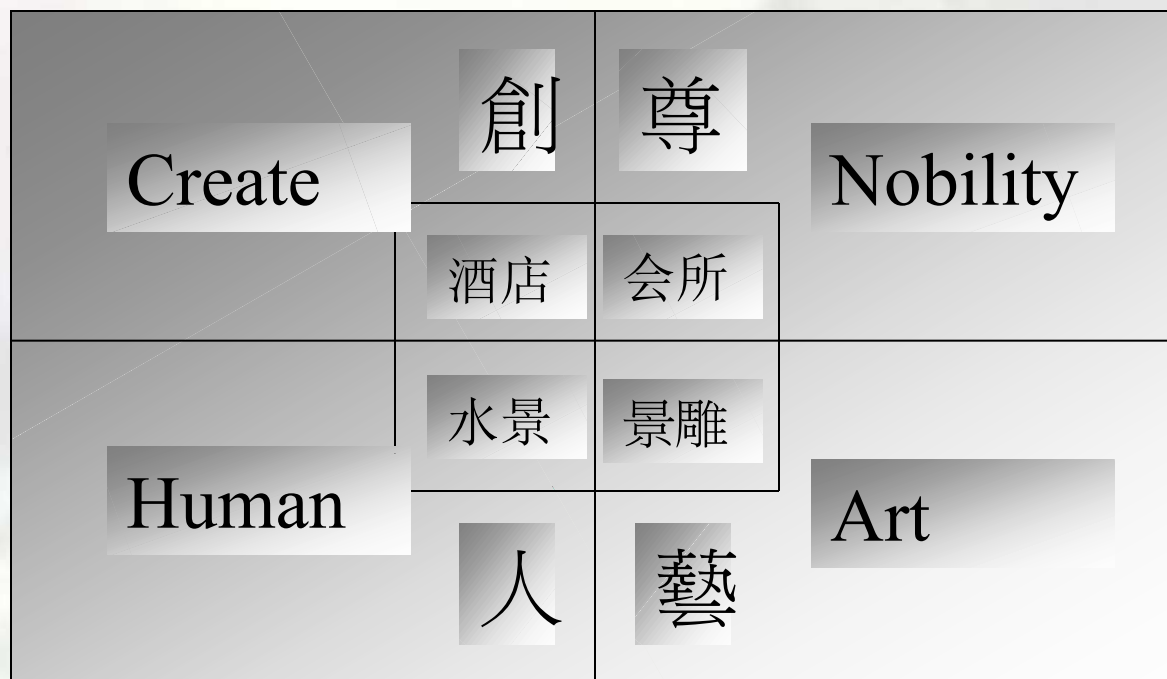
秦皇岛山海关地块 产品概念规划案

创新观念



创造个性

塑造中国北方最尊贵的企业家尊邸俱乐部
山水无价，彰显尊荣



創•尊•藝•人

目的型市调

- A.购置对象
- B.购置诱因
- C.购置力
- D.本钱适用性
- E.购置量
- F.朝向
- G.建材
- H.地段接受度
- I.特别要求
- J.气候因素考量

市场定位战略

中国北方没有



企业家需要



个性化外观
弹性化土地
多样化房型



满足不同企业家需要，量身定做



型、色、材、气



卖土地、卖房子、卖设计、卖环境

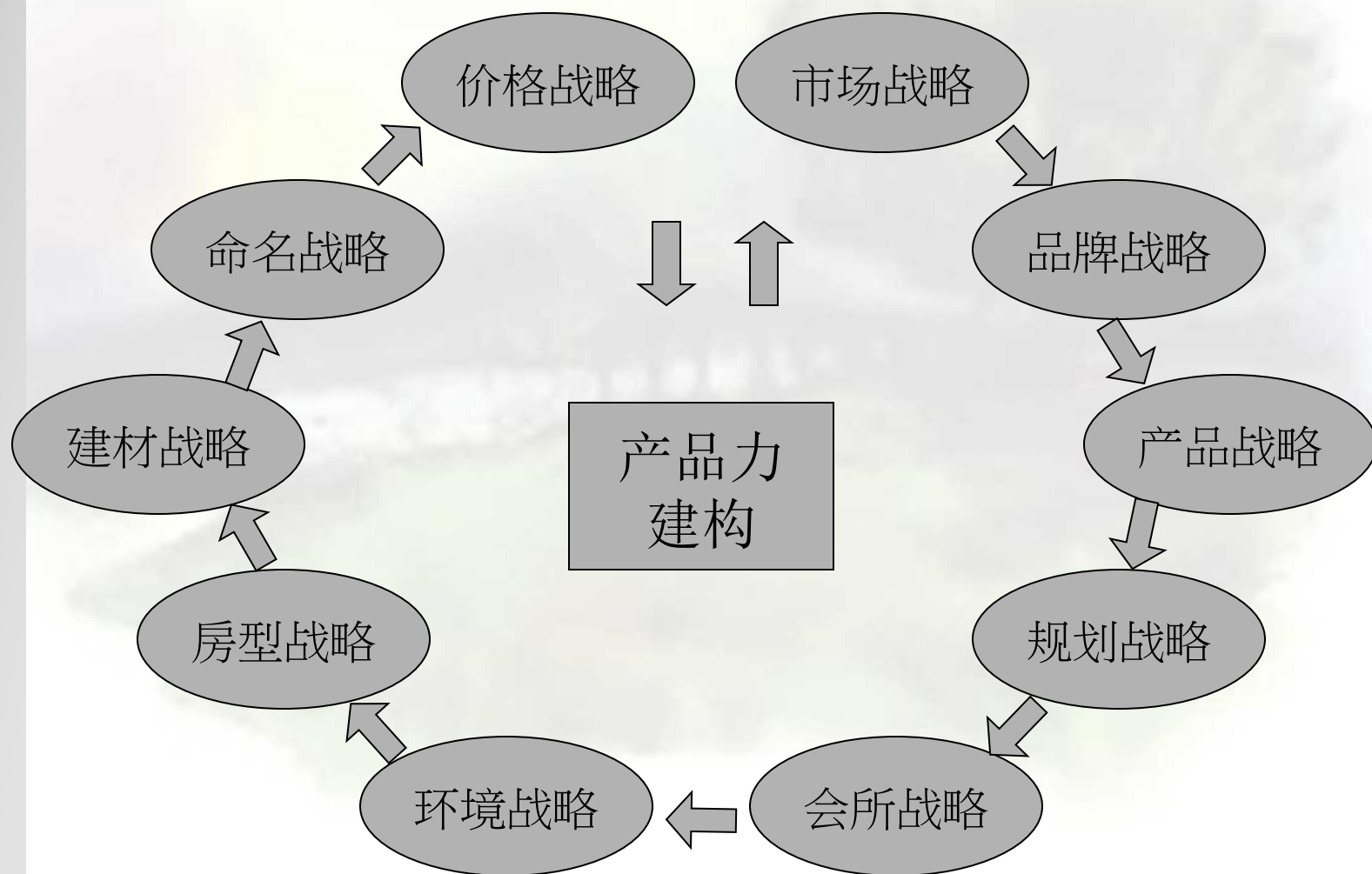


卖概念、卖价值、卖自我实现

核心战略

- ✿ 本案成功点——发挥本地块自然地理因素
- ✿ 利用地表、地貌、原有水系与人文历史背景稀有条件
- ✿ 运用地形、水泵、土壤、植物、坡度、视觉、景观稀有条件营造主题森林、池畔美景、林荫大道、主题小径、石雕景雕、立体绿化、空中花园、艺术庭园
- ✿ 结合多样化室内外造型、房型、多样化绿地面积购置选择，满足不同层次目标客源需求，完全释放，魅力无限，战胜市场，灿烂秦皇岛。

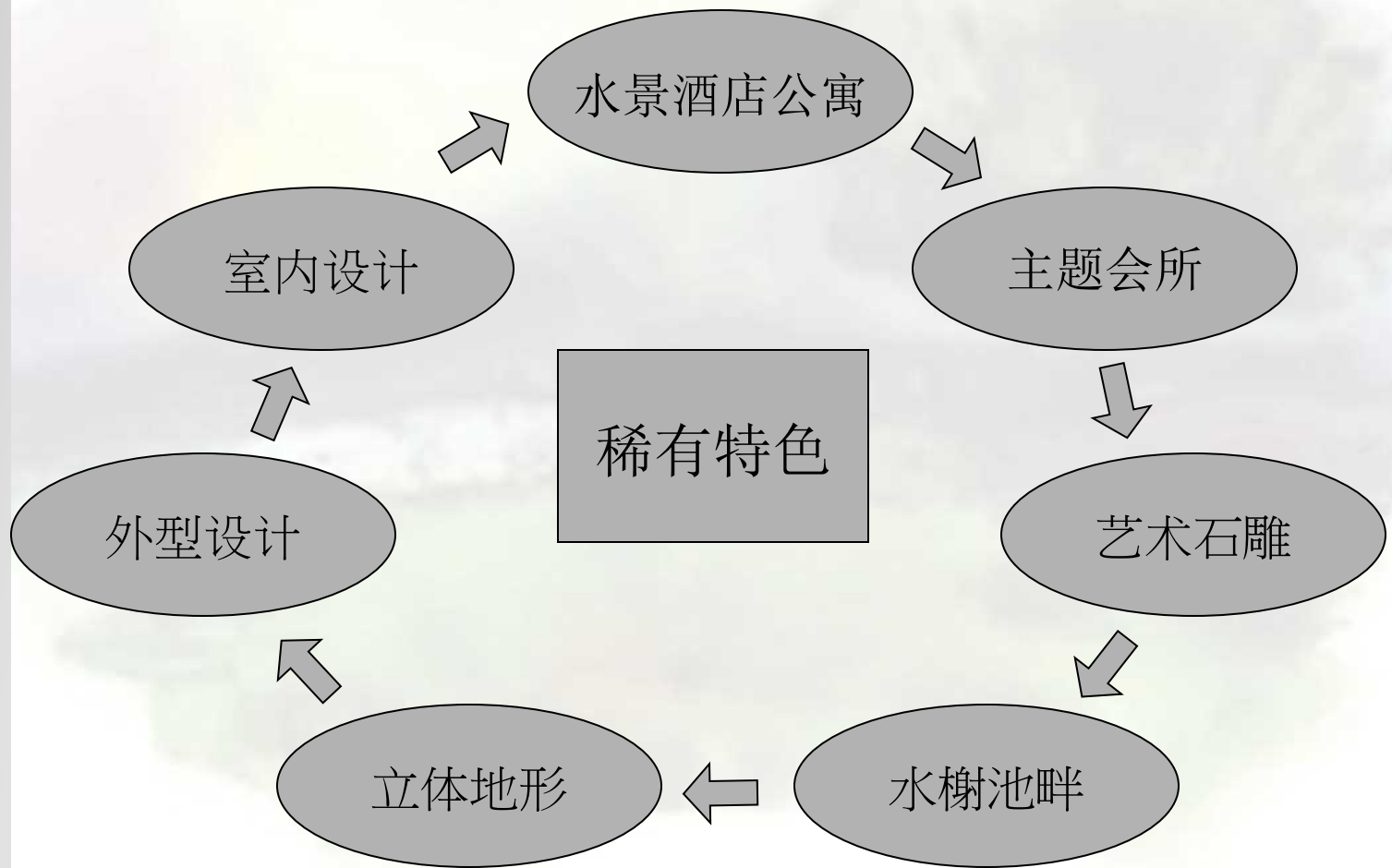
产品战略



市场战略--价格定位性



市场战略--产品差异化



形象战略

- ✦ 企业家俱乐部产品魅力建构
- ✦ 企业家俱乐部策略行销
- ✦ 企业家俱乐部形象价值建立

品牌战略

- 品牌，不是包装出来的。
- 品牌是产品力的第一印象。
- 统计整理开发商各种代表性业绩数据，并采精美照片、图片辅助说明，让数字说话，在预售阶段取得买方认同感。
- 塑造开发公司从一般平价内销房开展商升级为高档物业开展商，故事性说明。
- 品牌不等于最高档次或最高价位。
- 品牌需经客户挑选及认定。
- 以企业文化、楼盘文化、品质管理、物业管理、开展愿景等，创造开发商品牌更高价值，取得客户忠诚度。
- ISO国际认证等说明。
- 曾获得政府及有关单位奖项说明。
- 其他开发商荣誉事件说明。

特色战略

- 产品特色定位为，Falling Water 流水别墅或山水别墅，强调建筑与山、水、树木和谐之美，为加拿大华裔建筑师王茂生所倡导
- 八大主题公共环境特色
- 旗舰会所文化特色
- 绿化特色
- 石雕、景雕、花雕造景艺术特色
- 别墅采量身定制，土地面积、建筑造型、房型设计
效劳特色
- 酒店公寓采地面别墅、空中别墅、挑高错层、复式楼中楼、较大空间面积、丰富多样特色

建材战略

- ✿ RO逆渗透，饮用水过滤净化系统装置
- ✿ 全电脑控制平安型自动电梯
- ✿ 全电脑控制水、电、煤气远程收费管理系统
- ✿ 无污染内隔墙体材料，并增加室内空间使用面积
- ✿ 无毒、防火、防水、抗碱、环保型涂料
- ✿ 高密封性塑钢窗，隔间、防尘、防火、防盗
- ✿ 区内公共空间采防滑地面石材、磁砖，平安动线
- ✿ 每户均直接对外采光、通风，享受自然风信子芬芳

別墅面积战略

☀ 別墅用地与建筑面积

1.以自然绿地条件，先测量土地可建位置及每个位置建蔽率与容

积率，依买方购房需求提供弹性化多样化选择。

2.设计10种不同造型，不同风格，不同房型別墅运用特殊集客方

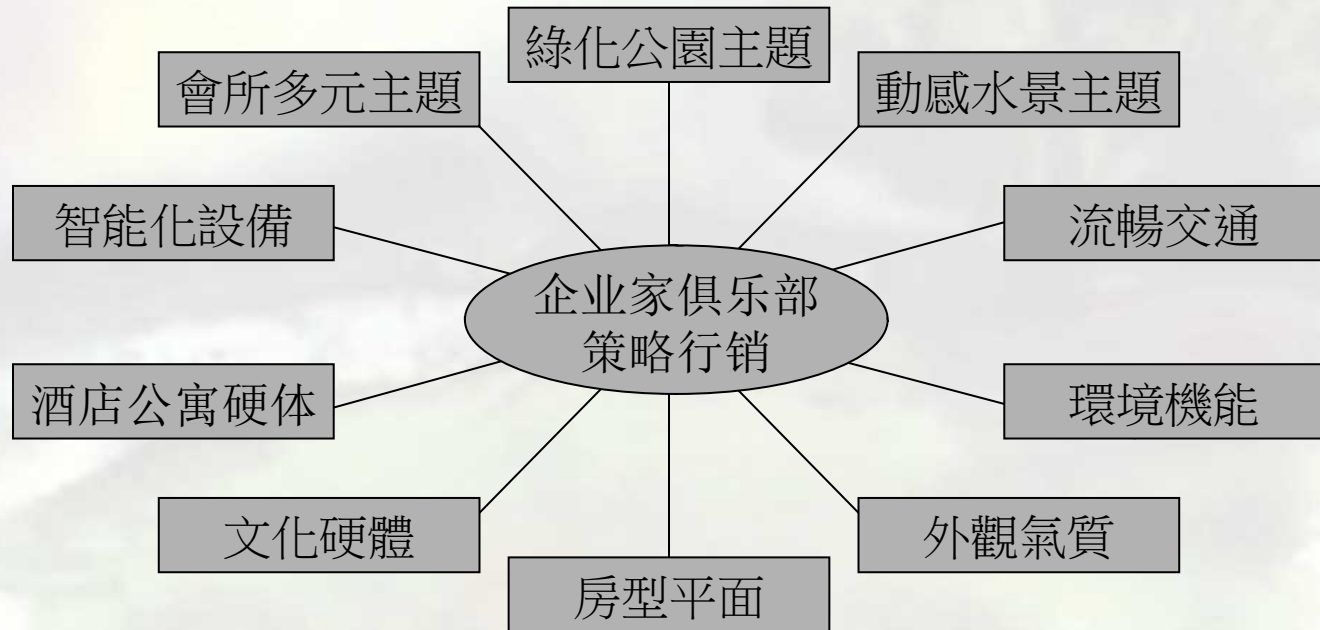
式，吸引来人注意，参观再依市场需求，决定造型、风格及房

型，达成量身定制市场营销命中率。

3.采自然绿树围墙加上高尔夫果嶺、主题石雕、景雕、花雕，美

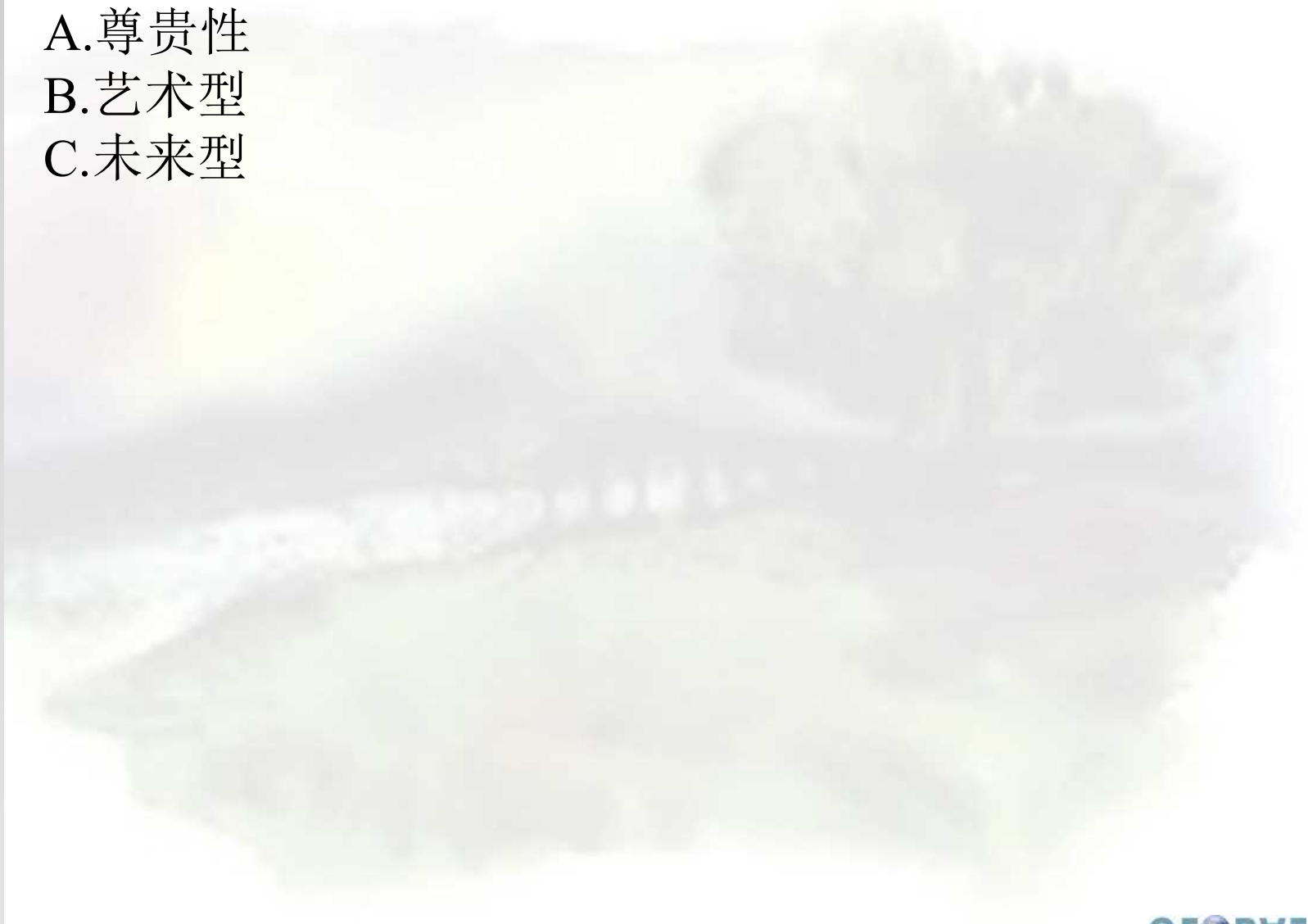
，创造景观、景点的优越条件。

產品力建構



创造主题—3种规划预测

- A.尊贵性
- B.艺术型
- C.未来型



主题特色

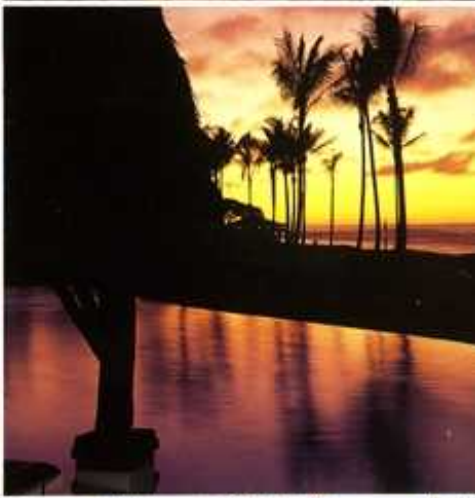
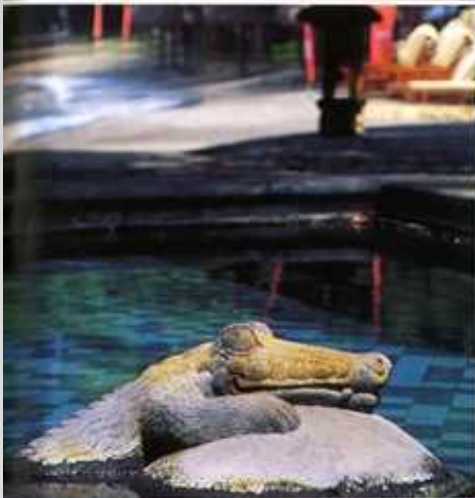
主题中央大道

森林景观创造

企业家俱乐部

主题森林艺术居





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/967142104065006110>