

决策资源集团房地产研究中心 编著

地产开发的29套 机要档案

资料类别 地产策划报告

重要程度 ★★★★★

适用企业 开发商 策划公司

适合职位 企业高管

报 告 目 次

▶ 策划报告

29个精品原始策划报告文本

——翔实缜密的真实项目成功策划文本

▶ 个案实操

13大关键开发流程节点剖析

——开发流程核心节点的执行关键

▶ 执行解析

16种主流开发形态全程写真

——主流盈利模式原案操作实战

地产开发的29套 机要档案

◆ 上册

决策资源集团房地产研究中心 编著

大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

地产开发的29套机要档案/决策资源集团房地产研究中心编著. —大连: 大连理工大学出版社, 2008.6

ISBN 978-7-5611-4198-4

I.地… II.决… III.房地产-开发-案例 IV.F293.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第081438号

出版发行: 大连理工大学出版社

(地址: 大连市软件园路80号 邮编: 116023)

印刷: 广州伟龙印刷制版有限公司

幅面尺寸: 210mm × 285mm

印 张: 78

附 件: 小册子1本

出版时间: 2008年6月第1版

印刷时间: 2008年6月第1次印刷

责任编辑: 房 磊

封面设计: 谢小玲

版式设计: 谢小玲

责任校对: 陈姗姗

书 号: ISBN 978-7-5611-4198-4

定 价: 688.00元(上、下册)

发 行: 0411-84708842

传 真: 0411-84701466

E-mail: a_detail@dutp.cn

URL: <http://www.dutp.cn>

编委会

编著单位:
编委:

决策资源集团房地产研究中心

喻颖正	章伟杰	林旭东	王咏
吴传鲲	梁永光	张连杰	张冬
房磊	章俊杰	谭敏	周斌
成文冠	刘丽娟	贺颖红	张斌
顾芳恒	李白玉	阙文芳	张亚辉
肖鲲	仲文佳	夏联喜	李石养
黄晴	李林发	谢小玲	张玮
官鹏	潘永彬	胡洁贞	何炼明
陈明辉	李海维	程桂华	许文凡

执行主编:
美术编辑:
技术支持:
法律顾问:

顾芳恒 仲文佳

李林发 谢小玲 潘永彬

常州奥林匹克花园 《决策情报》整合服务系统
陈少蔚 (广东力诠律师事务所)

媒体支持:

 **新浪房产**
house.sina.com.cn

 **地产界**
www.winfang.com

 **中国房商网**
Winfang.com

21世纪经济报道
21st CENTURY BUSINESS HERALD

建筑时报

《中国房地产报》《中国建设报·中国楼市》

中国商业地产联盟 南方楼市

4大价值体系

价值1

原始策划文本

——借鉴经典实战项目的成功经验

本书收录29个原始策划文本，全部来自“火线司令部”，强调由因致果的推导过程，专业读者借此可洞察项目成功的关键所在。

价值2

开发流程全程分解

——开发流程及全程策划节点分解与成果标准

房地产住宅项目、商业地产项目全程操作各开发关键节点的解析，资金运作、产品设计、工程管理、业态规划、营销策划、管理运营点对点的——对应。

价值3

主流开发形态的全程“写真”

——原汁原味的主流盈利开发模式的精品个案

本书收录房地产住宅项目、商业地产项目16种主流盈利开发形态，从专业的角度细致展现项目策划全程，体现了高层次的整体操作策略。

价值4

规范化报告模板

——建立广泛有效的“填鸭式”报告撰写模式

本书提供6类房地产报告模板，涵盖可行性研究、定位、策划、投资决策等，列明详细包含要素，提供现学现用的规范化模板。

房地产策划工作的重点应该是在和各种专业人士沟通的基础上，同地块区位、市场环境、目标消费者需求的整合过程，是一项系统工作，用形象的说法就是：

策划要像舵一样稳定，贯彻开发工作的既定方向；像齿轮一样自然而流畅地衔接地产开发各项流程；像原子钟一样精确地监督每一项工作执行到位。



当“决策资源”率先提出“全案精策划”服务理念的时候，我们已经在行业首先提出：项目策划已不再是仅仅给开发商一个概念，而是这个概念的可行性以及能否为开发商创造价值。七年来的行业服务经验使我们认识到：只有项目的全程服务才能使最初的策划构思得到真正的实施，否则，任何策划都只是空谈。

在经过常州奥林匹克花园、西安奥林匹克花园等系列项目的洗礼之后，“决策资源”成为一家真正拥有项目开发实操经验的地产咨询机构，这也使我们的服务有了本质意义上的提高。《地产开发的29套机要档案》是“决策资源”经过数年“沉淀”后的产物，它提炼了包括西安奥林匹克花园在内的若干成功大型项目以及其他一些在业内具有示范效应的项目的操作经验，从房地产策划全流程系统化地阐述了项目开发中的关键问题及其解决方案。

《地产开发的29套机要档案》会告诉您真正的地产策划应该怎么做。29个具市场代表性案例，涵盖了大盘开发、城市运营、主题式商业街、城市中心区项目、小户型社区、纯别墅社区等多种产品类型，分别以住宅项目和商业项目的开发形态与流程分类，具有项目实操的典型借鉴意义。

如果您是一名地产企业老总，通过本书您会对成功的项目运作有更加清晰的概念；如果您是一名职业操盘人，从这本书您能获得举一反三的效果；如果您是一名刚进入地产行业的普通从业者，这是一本极好的地产教科书；如果您是地产关联行业的从业者，那么它将是引领您进入地产行业的“引路人”。

让我们来共享《地产开发的29套机要档案》的卓越价值吧。

主编

2008-05-01



第一部分 | 7大住宅项目开发流程 Page 1/294 | 关键节点核心报告

报告
01

可行性研究 P5

宁波FH项目可行性研究报告

007 市场发展状况

007/一、固定资产稳步增长，带动房地产开发稳步增长

008/二、供销两旺，空置房减少

008/三、房地产价格变化

009/四、房价收入比

010/五、房价保持较高比例持续快速增长

011 项目市场定位分析

011/一、项目概况

013/二、项目SWOT分析

013/三、项目定位

016/附件一：投资收益及财务评价

025/附件二：投资估算（优选方案）

030/附件三：开发进度安排

031/附件四：资金筹措、投资及偿债计划（优选方案）

报告
02

资金运作 P35

广西FJ项目投资估算及资金筹措运作方案

报告
03

投标策划 P61
山东BL项目投标策划书

063 德州市场分析

- 063/一、城市基本情况
- 068/二、德州房地产市场现状特征及发展趋势
- 075/三、高端住宅市场概况

090 前期SWOT分析

- 090/一、客源定位及项目定位
- 094/二、项目建议

108 推广建议

- 108/一、广告表现
- 109/二、宣传推广建议
- 113/四、SP推广部分
- 118/五、广告推广预算

119 销售策略及管理

- 119/一、销售策略构想
- 120/二、各阶段销售任务及重点工作构想
- 122/三、推案时机构想
- 123/四、价格体系
- 124/五、销售现场构想
- 127/六、销售组织及人员构想

报告
04

产品设计 P129
漳州MZ项目（一期）设计方案

131 建筑及结构设计

- 131/一、建筑设计
- 141/二、结构设计

142 水电气热设计

- 142/一、给排水设计
- 144/二、电气设计

145/三、燃气设计

146/四、暖通设计

147 消防及民防设计

147/一、消防设计

152/二、民防设计

153 环保及节能设计

153/一、环保设计

154/二、建筑节能设计

报告
05

工程管理 P157

上海NT项目工程管理策划书

159 组织架构与职责

159/一、各单位的组织架构及职责

160/二、项目中心组织架构及岗位职责

166/三、监理单位及总包单位组织架构

168 项目的范围划分

168/一、项目概况

169/二、总承包商施工范围划分

170/三、总承包商、分包商的工作范围

170/四、由甲方另行分包、甲供材料设备、指定品牌材料设备

172 项目工程管理

172/一、项目的总体协调

173/二、项目工程管理的特点和难点

173/三、项目工程进度管理

177/四、工程质量及安全管理

190/五、工程成本管理

195/六、采购与招标管理

199/七、项目的沟通管理

202/八、项目工程管理的风险与风险对策

报告
06

广告策划 P203
郑州ZA项目广告策划案

205 市场调查与分析

- 205/一、项目概况
- 206/二、市场环境分析
- 207/三、竞争对手扫描
- 210/四、参考个案
- 211/五、目标消费者分析：白领阶层中的精英
- 214/六、产品分析
- 214/七、项目SWOT分析

215 传播定位与广告策略

- 215/一、ZA项目定位
- 216/二、项目案名分析
- 217/三、广告定位语
- 218/四、广告推广策略
- 219/五、有效整合传播
- 221/六、广告创意表现策略

229 整体促销活动方案

- 229/一、促销活动大放送
- 232/二、社区文化活动大放送

报告
07

营销策划 P235
三亚LG项目营销策划报告

237 市场篇

- 237/一、三亚房地产整体市场特点
- 241/二、三亚商品住宅市场的综合分析
- 250/三、市场需求调研分析
- 257/四、目标客户群定位分析

258 产品篇

- 258/一、项目总体概况
- 259/二、产品营销定位

265/三、产品解码

267/四、项目SWOT分析

269 营销推广篇

269/一、项目形象定位

270/二、整合推广策略

281/三、营销部署计划

283 销售管理篇

283/一、销售系统

284/二、销售岗位职责

287/三、销售组织要求

287/四、销售问题解决机制的建立

288/五、销售执行过程中的统计与分析

289/六、销售培训

290/七、销售控制

290/八、销售流程

291 物业管理经营模式

291/一、构建一个强大的投资平台

291/二、选择一个强大的共管公寓的经营机构

292/三、共管公寓经营模式

第二部分 | 7 大 盈 利 型 住 宅

Page295/577 | 项 目 核 心 报 告

报告
08

城市中心区项目 P299

上海JX项目市场调研报告

301 市场分析

301/一、浦东新区房地产市场分析

307/二、区域竞争市场分析

319/三、区域竞争项目预判

322 项目定位分析

322/一、规划

322/二、主要经济指标

323/三、项目环境分析

324/四、项目定位

报告
09

别墅项目 P327

苏州SH项目二期可行性研究报告

329 总论

329/一、项目建设背景

330/二、项目概况

333 市场分析

333/一、苏州市房地产和住宅市场分析

340/二、吴中区与越溪区房地产市场分析

344 建设方案及营销

344/一、建设条件

345/二、建设方案

354/三、建设进度

354/四、产品营销分析

报告 10

小户型 P357

大连GK酒店式公寓前期策划报告

359 市场分析

359/一、大连概况

362/二、宏观市场部分

376/三、区域房产市场

387 项目定位分析

387/一、项目地块评定

389/二、项目定位分析

报告 11

近郊大盘 P401

成都DS项目定位报告

403 市场分析

403/一、房地产市场宏观环境分析

410/二、双流房地产现状

418 项目定位建议

418/一、项目优劣势分析

419/二、目标客户定位思路

420/三、项目定位

422 概念设计提要

422/一、如何定位东升区规划

423/二、项目概念及设计理念：“新都市主义”的Resort Condo生态和谐社区

424/三、项目规划

431 市场价格定位

431/一、成都市房价现状分析

432/二、2007年度房价趋势预测

437/三、本项目价格预测

440/四、经济技术指标

441/五、成本及利润指标

报告
12

山水生态住宅 P443

南宁PG项目全案策划报告

445 可行性评估

445/一、项目功能定位

446/二、项目潜在销售客户来源及消费行为分析

447/三、项目定位可行性评估

449 项目规划设计建议

449/一、总体布局建议

451/二、建筑风格建议

453/三、景观设计建议

456/四、居住区道路交通的规划设计

457/五、建筑组团设计

457/六、单体设计及装修标准建议

460/七、项目定位与户型比例、配套设施的设置

460/八、设备设施及智能化应用建议

461/九、项目配套设施的建议

463/十、项目规划设计的成本、机会与时机研究

464 项目营销推广策略

464/一、项目营销总体策略

465/二、项目营销推广策划

476/三、项目营销费用及节奏安排

477/四、销售组织及管理

481/五、物业管理推广策略

482 发展潜力及风险规避

482/一、发展潜力分析

485/二、项目风险规避

报告
13

景观豪宅 P489
上海LD项目策划全案

491 项目定位

- 491/一、项目评判
- 493/二、市场形象定位
- 494/三、目标客户定位
- 495/四、目标客户分析

497 推广策略

- 497/一、策略概述
- 497/二、推广阶段
- 499/三、推广费用预算
- 500/四、广告企划

508 附：工作进度表

- 508/一、方案设计、素材
- 509/二、证件、售楼处、样板房
- 510/三、制作物

报告
14

结合项目 P511
重庆JB项目市场调研报告

513 城市经济分析

- 513/一、重庆经济背景
- 528/二、重庆市未来城市地位分析
- 539/三、重庆市未来的对外辐射力

544 CBD发展潜力研究

- 544/一、重庆中央商务区规划前景
- 551/二、江北城CBD发展潜力分析

554 物业类型综述

- 554/一、住宅物业
- 558/二、酒店物业
- 564/三、商务产品（含纯写字楼和商务公寓）
- 574/四、商业物业

机要档案

●●➔ 本档案核心报告
01—07