



普通高等教育“十二五”规划教材

# 建筑项目策划

李永福 主编  
徐友全 主审



中国电力出版社  
CHINA ELECTRIC POWER PRESS



普通高等教育“十二五”规划教材

# 建筑项目策划

主 编 李永福 李 兵 周 丽  
编 写 纪凡荣 曹雁南 宋时九  
王紫生 万克淑 亓 霞  
杨 洁 刘京明  
主 审 矫立宪  
徐友全



中国电力出版社  
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

## 内 容 提 要

本书以现行的建筑法律法规为基础,介绍了建筑项目策划的理论和策划方法及其应用。主要内容包括建筑项目策划概述,建筑项目策划运用,建筑项目前期、规划与建筑设计策划,房地产项目策划,建筑项目决策与实施策划,建筑项目管理与施工总承包企业管理策划,建筑项目策划实例。全书系统性强,强调实际应用,为便于教学与自学,书中每章附有思考题。

本书可作为高等院校建筑学、城市规划、建筑工程、工程管理、工程造价和经济类本科专业教材,也可作为研究生教学的参考用书。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

建筑项目策划/李永福主编. —北京:中国电力出版社, 2012. 7

普通高等教育“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5123-3360-4

I. ①建… II. ①李… III. ①建筑工程—项目管理—高等学校—教材 IV. ①TU71

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 175608 号

中国电力出版社出版、发行

(北京市东城区北京站西街 19 号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>)

航远印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

\*

2012 年 8 月第一版 2012 年 8 月北京第一次印刷

787 毫米×1092 毫米 16 开本 14.75 印张 282 千字

定价 26.00 元

### 敬告读者

本书封底贴有防伪标签,刮开涂层可查询真伪  
本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

# 前 言

建筑项目策划是项目建设成功与否的一个重要前提,通过建筑项目策划有计划地、系统地安排建设目标、项目组织、建设过程等活动,减少或消除项目管理中的不确定性因素,为项目建设的决策和实施提供依据。通过建筑项目策划优化资源配置,提高投资效益和社会效益。建筑策划在各行业工程建设、咨询服务等领域获得了更广泛应用和不断完善。

本书共分七章,主要内容包括:建筑项目策划概述(策划、建筑项目策划与建筑项目策划原理);建筑项目策划运用(建筑项目策划与规划立项、建筑项目策划的方法与流程,建筑项目策划体系);建筑项目前期、规划与建筑设计策划(建筑项目前期策划、规划师与建筑项目策划、建筑项目策划与建筑设计关系);房地产项目策划(房地产项目策划概论、房地产全寿命期策划);建筑项目决策与实施策划(建筑项目决策策划、建筑项目实施策划);建筑项目管理与施工总承包企业管理策划(建筑项目管理策划、建筑项目物资管理前期策划、施工总承包企业项目管理策划)及相关应用实例。

根据学习的需要,各章附有思考题,有效帮助学员正确运用建筑项目策划基本知识 with 理论知识,分析研究判断和处理建筑项目策划问题。

本书由李永福任主编。全书由李永福统稿,李永福、纪凡荣、李兵、周丽、王紫生编写第1章、第2章、第3章;曹雁南、宋时九、杨洁、万克淑、亓霞编写第4章、第5章、第6章;矫立宪、刘京明编写第7章及各章思考题。全书由山东建筑大学徐友全教授审稿。

本书以规范建筑活动的法律法规为基础,本着学以致用、学用结合的原则进行编写。本书编写过程中参考了大量同类专著与教材,在此表示感谢。

建筑项目策划内容复杂、涉及面广,编者时间仓促,书中难免有疏漏和差错之处,恳请读者谅解并提出宝贵意见,以便再版时修改和完善。

本书编写过程中,得到了国家住房和城乡建设部等有关部委、山东建筑大学等单位和支持帮助,在此一并表示衷心的感谢。

编 者

二〇一二年六月

# 编审委员会成员

(按地区排序)

清华大学	周立柱	教授
	章 征	教授
	王建民	教授
	冯建华	教授
	刘 强	副教授
北京大学	杨冬青	教授
	陈 钟	教授
	陈立军	副教授
北京航空航天大学	马殿富	教授
	吴超英	副教授
	姚淑珍	教授
中国人民大学	王 珊	教授
	孟小峰	教授
	陈 红	教授
北京师范大学	周明全	教授
北京交通大学	阮秋琦	教授
	赵 宏	副教授
北京信息工程学院	孟庆昌	教授
北京科技大学	杨炳儒	教授
石油大学	陈 明	教授
天津大学	艾德才	教授
复旦大学	吴立德	教授
	吴百锋	教授
	杨卫东	副教授
同济大学	苗夺谦	教授
	徐 安	教授
华东理工大学	邵志清	教授
华东师范大学	杨宗源	教授
	应吉康	教授
上海大学	陆 铭	副教授
东华大学	乐嘉锦	教授

浙江大学

扬州大学

南京大学

南京航空航天大学

南京理工大学

南京邮电学院

苏州大学

江苏大学

武汉大学

华中科技大学

中南财经政法大学

华中师范大学

江汉大学

国防科技大学

中南大学

湖南大学

西安交通大学

长安大学

哈尔滨工业大学

吉林大学

山东大学

厦门大学

厦门大学嘉庚学院

云南大学

电子科技大学

成都理工大学

西南交通大学

孙 莉 副教授

吴朝晖 教授

李善平 教授

李 云 教授

骆 斌 教授

黄 强 副教授

黄志球 教授

秦小麟 教授

张功萱 教授

朱秀昌 教授

王宜怀 教授

陈建明 副教授

鲍可进 教授

何炎祥 教授

刘乐善 教授

刘腾红 教授

叶俊民 教授

郑世珏 教授

陈 利 教授

颜 彬 教授

赵克佳 教授

邹北骥 教授

刘卫国 教授

林亚平 教授

沈钧毅 教授

齐 勇 教授

巨永锋 教授

郭茂祖 教授

徐一平 教授

毕 强 教授

孟祥旭 教授

郝兴伟 教授

冯少荣 教授

张思民 教授

刘惟一 教授

刘乃琦 教授

罗 蕾 教授

蔡 淮 教授

于 春 副教授

曾华燊 教授



# 目 录

## 前言

## 第1章 建筑项目策划概述

1.1 策划 .....	1
1.1.1 策划的由来 .....	1
1.1.2 策划的定义 .....	2
1.1.3 策划的特点 .....	3
1.1.4 策划的作用 .....	3
1.1.5 策划的原则 .....	4
1.1.6 策划的要求 .....	5
1.2 建筑项目策划 .....	6
1.2.1 建筑项目策划的定义 .....	6
1.2.2 建筑项目策划的发展 .....	7
1.2.3 建筑项目策划的地位 .....	8
1.3 建筑项目策划原理 .....	9
1.3.1 建筑项目策划原理概述 .....	9
1.3.2 建筑项目策划领域 .....	10
1.3.3 影响建筑项目策划的客观因素 .....	13
1.3.4 建筑项目的动态构想——抽象空间模式及构想表现 .....	15
1.3.5 建筑项目的运作方法和程序的研究 .....	17
1.3.6 建筑项目策划的特性 .....	17
1.3.7 建筑项目策划特征 .....	19
1.3.8 建筑项目策划的发展指向 .....	21
思考题 .....	22

## 第2章 建筑项目策划运用

2.1 建筑项目策划与规划立项 .....	23
2.1.1 建筑目标的确定 .....	23

2.1.2	建筑项目外部条件的把握	24
2.1.3	建筑项目内部条件的把握	24
2.1.4	建筑项目策划的构成框架	26
2.1.5	建筑项目策划的专门化及其组织管理	27
<b>2.2</b>	<b>建筑项目策划的方法与流程</b>	<b>27</b>
2.2.1	建筑项目策划的综合方法	27
2.2.2	建筑项目策划定性方法	28
2.2.3	建筑项目策划定量方法	29
2.2.4	建筑项目策划的流程	30
<b>2.3</b>	<b>建筑项目策划体系</b>	<b>32</b>
2.3.1	生态建筑项目策划	32
2.3.2	居住小区建筑项目策划	35
2.3.3	商业建筑项目策划	37
2.3.4	建筑项目策划的程序与模板	40
	<b>思考题</b>	<b>43</b>

## 第3章 建筑项目前期、规划与建筑设计策划

<b>3.1</b>	<b>建筑项目前期策划</b>	<b>44</b>
3.1.1	建筑项目前期策划的概述	44
3.1.2	建筑项目前期策划的目的	45
3.1.3	建筑项目前期策划的特点	46
3.1.4	建筑项目前期策划理论基础	47
<b>3.2</b>	<b>规划师与建筑项目策划</b>	<b>49</b>
3.2.1	规划与规划师	49
3.2.2	规划师与策划	51
<b>3.3</b>	<b>建筑项目策划与建筑设计关系</b>	<b>54</b>
3.3.1	从建筑学角度理解建筑项目策划的概念	54
3.3.2	建筑项目策划在建筑创作进程中的位置	55
3.3.3	建筑项目策划与建筑设计	56
	<b>思考题</b>	<b>61</b>

## 第4章 房地产项目策划

<b>4.1</b>	<b>房地产项目策划概论</b>	<b>62</b>
------------	------------------	-----------



4.1.1	房地产项目策划的发展	62
4.1.2	房地产项目策划的重要性及必要性	64
4.1.3	房地产项目策划内容	64
4.1.4	房地产项目策划的特性、地位及其作用	65
<b>4.2</b>	<b>房地产全寿命期策划</b>	<b>72</b>
4.2.1	房地产项目投资决策策划	72
4.2.2	房地产项目规划设计策划	74
4.2.3	房地产项目建设工程施工策划	76
4.2.4	房地产项目整合营销策划	84
4.2.5	房地产项目物业管理策划	86
	<b>思考题</b>	<b>89</b>

## 第5章 建筑项目决策与实施策划

<b>5.1</b>	<b>概述</b>	<b>91</b>
5.1.1	可行性研究与策划	91
5.1.2	项目策划的类型	92
<b>5.2</b>	<b>建筑项目决策策划</b>	<b>93</b>
5.2.1	环境调查分析	93
5.2.2	项目定义与项目目标论证	97
5.2.3	项目经济策划	99
5.2.4	项目产业策划	99
5.2.5	项目及决策策划报告	100
<b>5.3</b>	<b>建筑项目实施策划</b>	<b>101</b>
5.3.1	项目实施目标分析和再论证	101
5.3.2	项目实施组织策划	102
5.3.3	项目实施合同策划	103
5.3.4	项目信息管理策划	103
5.3.5	项目目标控制策划	104
5.3.6	项目实施策划报告	104
	<b>思考题</b>	<b>105</b>

## 第6章 建筑项目管理与施工总承包企业管理策划

<b>6.1</b>	<b>建筑项目管理策划</b>	<b>106</b>
------------	-----------------	------------

6.1.1	项目管理策划的主要内容	106
6.1.2	建筑项目管理的实施	108
<b>6.2</b>	<b>建筑项目物资管理前期策划</b>	<b>111</b>
6.2.1	建筑项目物资管理前期策划概述	111
6.2.2	项目物资管理前期策划的横向沟通	113
<b>6.3</b>	<b>施工总承包企业项目管理策划</b>	<b>115</b>
6.3.1	概论	115
6.3.2	建筑项目目标策划	119
6.3.3	过程控制策划	144
6.3.4	项目的绩效考核策划	151
	<b>思考题</b>	<b>163</b>

## 第7章 建筑项目策划实例

<b>7.1</b>	<b>绪论</b>	<b>164</b>
7.1.1	项目基本情况	164
7.1.2	项目发展战略	165
7.1.3	主要策划结论	165
<b>7.2</b>	<b>项目投资环境分析</b>	<b>165</b>
7.2.1	我国目前房地产业发展形势分析	165
7.2.2	某一城市投资环境分析	170
7.2.3	开发区房地产市场分析	172
<b>7.3</b>	<b>项目地块条件分析及其经营取向</b>	<b>174</b>
7.3.1	项目地块现状条件分析	174
7.3.2	项目地块 SWOT 分析	174
7.3.3	地块经营的适宜性分析	175
<b>7.4</b>	<b>市场调查与分析</b>	<b>176</b>
7.4.1	某一城市房地产市场的发展现状	176
7.4.2	房地产市场需求和消费者行为分析	176
<b>7.5</b>	<b>项目目标市场研究</b>	<b>177</b>
7.5.1	区域定位	177
7.5.2	金融商务定位	177
<b>7.6</b>	<b>项目产品策划</b>	<b>177</b>
7.6.1	项目规划构想的依据及指导思想	177
7.6.2	项目总体规划布局	179

7.6.3 建筑产品规划 .....	180
<b>7.7 项目技术经济效益评估及融资方案 .....</b>	<b>183</b>
7.7.1 投资与成本费用估算说明 .....	183
7.7.2 投资与成本费用估算 .....	183
7.7.3 项目资金筹措与投资计划 .....	187
7.7.4 融资建议 .....	188
7.7.5 项目销售（出租）收入的测算 .....	189
7.7.6 财务分析 .....	191
7.7.7 项目不确定性分析和风险分析 .....	196
<b>7.8 项目的全程管理与监控 .....</b>	<b>199</b>
7.8.1 项目组织管理机构 .....	199
7.8.2 项目实施主体选择与控制 .....	203
7.8.3 项目工作进度建议 .....	204
7.8.4 项目实施过程中的控制 .....	205
<b>7.9 物业管理 .....</b>	<b>215</b>
7.9.1 物业管理服务模式的选择 .....	215
7.9.2 物业管理定位及物业目标 .....	215
7.9.3 物业管理的组织结构及人员配置 .....	216
7.9.4 物业管理服务项目 .....	217
7.9.5 管理制度及服务规范 .....	217
7.9.6 项目物业管理费用估算 .....	218
<b>参考文献 .....</b>	<b>223</b>



## 第1章 建筑项目策划概述



### 本章知识点

本章主要介绍策划的由来、定义、特点、作用、原则与要求；建筑项目策划的定义、发展与地位；建筑项目策划原理。

### 1.1 策划

改革开放以来，伴随着我国大规模的城市基本建设和住房制度改革，特别是市场经济机制的引入，房地产业进入了快速发展的轨道，要求提高建筑项目经济效益、环境效益和社会效益的呼声日益高涨。然而我们也清楚地看到，大多数开发商在组织投标竞争时，或是在公司“营销部”的组织下自行策划，或是聘请“策划公司”进行项目策划，拟定设计任务书，以此为依据的建筑设计结果往往不能令人满意。于是，针对基本建设项目的“建筑项目策划”成为开发商越来越熟悉的词汇，甚至发展为一个方兴未艾的行业，“策划大师”满天飞舞。因此，我们首先必须弄清什么是建筑项目策划（Architectural Programming）。

作为一个学术概念，在1990年以前“建筑项目策划”一直没有被明确地提出来，然而在全球范围内的研究和探索却盛行已久。在英国，第二次世界大战之后建筑师对建筑设计工作方法的先导理论和系统方法进行了大量的研究。工作原则以“合理性”为基准，工作方法以实际调查为前提，对建筑的空间性质和使用过程进行细致的分析，得出定量的结果。在大卫·肯特（David Canter）的《设计方法论》一书中就体现了建筑项目策划的基本思想。

#### 1.1.1 策划的由来

(1) 发端于20世纪中叶，成熟于20世纪90年代。

在国外，建筑项目策划研究的雏形始于第二次世界大战以后。当时城市的重建与修复是在资金匮乏、基础设施破坏严重的情形下展开的，为了保证建筑项目投入资金的高回报，保证建筑的功能和空间发挥最大的效益，将浪费降到最低点，城市建设当局、建筑项目管理者 and 建筑师、规划师开始对建筑设计的先导理论如信息论、系统方法论、多元分析论及可行性研究等倾注极大的热情，并积极运用到城

市重建中去，这为后来建筑项目策划理论框架的形成作了物质准备。日本从 1889 年开始研究建筑项目策划，代表性作品是下田菊太朗发表的《建筑计划论》，1941 年西山卯三发表的《建筑项目策划的方法论》，书中提出住宅水准依据自然条件、社会条件、人类生活方式等确定。美国对建筑项目策划的研究较早，其中 David Canter 的《设计方法论》蕴涵着建筑项目策划的基本思想。美国卡内基·梅龙大学建筑系与工程设计研究中心从 1996 年开始联合开发了支持建筑规划的计算机软件，它支持各种建筑规划模式。近年来强调人的因素第一，社区建设公众参与，使建筑项目策划的意识大大加强。国外有些国家已经有法律规定，何种等级的建筑必须要进行建筑项目策划的研究，方可进行下一步委托建筑设计。

## (2) 中国建筑界的新课题。

我国在改革开放之后，随着大规模城市建设和建筑的建设，特别是市场经济机制的引入，要求建筑项目提高经济效益、环境效益和社会效益的呼声日益高涨。但我们也清楚地看到，有些建筑项目组织投标竞赛，似乎强调了高效率和高水准，但恰恰忽视了组织者即住建部门（业主）对设计任务书的研究，使得各参赛设计单位以此任务书作为设计依据，最终造成设计方案的不合理。历时数月的设计竞赛，只因提供的设计条件和依据不尽合理而使得几个方案毁于一旦，造成极大损失和浪费。因此，建筑项目策划理论框架的提出和研究，对我国国民经济建设和建筑业科学合理的发展有重要的现实价值。

目前，我国建筑项目的可行性研究已经法制化了，这为建筑项目策划提供了一个良好的前期环境。

### 1.1.2 策划的定义

根据哈佛《企业管理百科全书》的定义，“策划是一种程序。在本质上是一种理性行为。基本上所有的策划都是关乎未来的事物，也就是说策划是针对未来要发生的事情做当前的决策。换言之，策划师找出事物的因果关系，衡度未来可采取的途径，以作为目前决策之依据。也即策划师预先决定做什么，何时做，如何做，谁来做。策划如同一座桥，它连接我们目前之地与未来我们要往之处。”

策划是以人类的实践活动为发展条件，以人类的智能创造为动力，随着人类的实践活动的逐步发展与智能水平的超越发展而发展起来的，策划水平直接体现了社会的发展水平。生产力的进步推动社会的发展，社会的发展同时必然要求策划也随之发展，而策划的发展又依托于人类智能创造的提高，社会越发展，人类的智能创造力越丰富，策划的水平也就越高。由此可见，社会的发展造就了策划的历史，策划是社会发展文明化的必然产物，必将随着人类文明的高度发展，走入科学策划阶段。

“策划”通常被认为是为完成某一任务或为达到预期的目标，对所采取的方法、

途径、程序等进行周密而细致的考虑而拟出具体的文字与图纸的方案计划。

一般我们所说的“策划”是一个广义的概念。通常有投资策划、商业策划等，而且这一概念正越来越为其他领域所接受。

关于策划，目前国内主要有四种流派：

一是从建筑设计的需要出发对设计的前提进行研究，即建筑项目策划；

二是从项目管理出发，对项目策划进行研究，即建筑项目管理策划；

三是从房地产营销的角度出发，对房地产项目进行策划；

四是从物业管理的角度出发，称为物业策划。

### 1.1.3 策划的特点

策划在现实生活中得到越来越广泛的应用，大到宏观的国家整体经济、军事、政治，小到工程项目、广告活动、娱乐明星活动等。策划的特点至少包括以下四个方面。

- (1) 策划是在一定条件的基础上进行的创新活动。
- (2) 策划结果应具有明确的目标。
- (3) 策划可能有多个选择方案。
- (4) 策划工作是有特定的内容、按特定程序运作的系统工程。

### 1.1.4 策划的作用

经过科学周密的策划，才能为项目可行性研究和项目决策奠定客观而具有运作可能性的基础。项目策划不仅把握和揭示项目系统总体发展的条件和规律，而且深入到项目系统构成的各个层面，乃至针对各个阶段的发展变化对项目管理的运作方案提出系统的具有可操作性的构想。因此，项目策划可直接成为指导项目实施和项目管理的依据。策划的主要作用如下：

(1) 实践活动取得成功的重要保证。策划在实践活动进行之前，就对时间活动设计的因素进行了具体的分析和处理，在策划过程中，充分考虑各种有利和不利因素，是实践活动成功的保证。

(2) 策划为项目活动提供了行动的指南和纲领。策划一般是在项目开始之前进行的，它为项目的进行制定了一系列的文件和程序，使行动有了指南和纲领，避免“无轨电车”，使活动具有系统性、前瞻性。

(3) 策划是创新，为人们提供了新观念、新思路和新方法，同时又具有可操作性，确保梦想得以实现。

(4) 策划工程提升了各种要素资源的利用效率。策划过程中，人们要对各种有利因素加以组合利用，回避和克服各种不利因素；对各种有利因素、有利资源的优化组合，可以使这些因素、资源发挥更大的效用。

(5) 策划可以提高管理水平。策划的过程，是预先发现问题、寻找对策的过程。行动目标、战略、策略、途径、方法、计划等都在这一过程中被提出来，大大加强了项目的预见性，使活动有了充足的准备和思考，这对于提高管理水平大有裨益。

### ■ 1.1.5 策划的原则

#### (1) 可行性原则。

项目策划，考虑最多的便是其可行性。“实践是检验真理的唯一标准”。建筑项目策划的创意也要经得起工程实践的检验。

#### (2) 创新性原则。

创新是事物得以发展的动力，是人类赖以生存和发展的主要手段。建筑项目策划必须具有特色与创新才能体现其价值。

#### (3) 无定势原则。

世间万物都处在一个变化的氛围之中，没有不变的事物，事物就是在这种运动的作用下发展的。

#### (4) 价值性原则。

策划要按照价值性原则来进行，这是其功利性的具体要求与体现。

#### (5) 集中性原则。

在战争中，集中优势兵力攻击对方关键性的部分，成为军事谋略的上策。不论是什么项目，都可以借此达到胜利的目标。

运用这一原则，需弄清以下四点：

一是辨认出胜败关键点；

二是摸清对手的优缺点；

三是集中火力攻击对手的缺点；

四是决定性的经济投入、决定性的力量。

#### (6) 智能放大原则。

人的能量是相对无穷的，策划中的创意与构思也是相对无止境的，因此说建筑项目策划要坚持智能放大的原则。

#### (7) 信息性原则。

信息是策划的起点，具体来说，包括以下几项要求：

##### 1) 收集原始信息力求全面。

不同地区、不同部门、不同环节的信息分布的密度是不均匀的，信息生成量的大小也不相同，因此，我们在收集原始信息时，范围要广，防止信息的短缺与遗漏。

## 2) 收集原始信息要可靠、真实。

原始信息一定要可靠、真实，要经过一个去伪存真的过程。脱离实际的浮夸的信息对策划来说毫无用处，一个好的建筑项目策划必然是建立在真实、可靠的原始信息之上的。

## 3) 信息加工要准确、及时。

市场是变化多端的，信息也是瞬息变化的，过去的信息可能在现在派不上用场，现在的信息可能在将来毫无用处，因此对一个策划人来说，掌握信息的时空界限，及时地对信息加以分析，指导最近的行动，从而使策划效果更加完善。

## 4) 保持信息的系统性及连续性。

任何活动本身都具有系统性与连续性，尤其是作为策划的一个具体分支，建筑项目策划更是如此，对一事物发展的各个阶段的信息进行连续收集，从而使建筑项目策划更具有弹性，在未来变化的市场中，更有回旋余地。

### 1.1.6 策划的要求

基于策划的原则，对策划的要求是：

#### (1) 信息准确。

信息是项目策划的起点，每一个项目策划，都是从信息的收集、加工、整理、利用开始的，因此，对信息的搜集及处理是最基础和重要的，具体来说，包括以下几项要求：收集原始信息力求全面、真实；信息加工要准确、及时；保持信息的系统性及连续性。

#### (2) 力求创新。

创新是事物得以发展的动力，是人类赖以生存和发展的主要手段。在每一次社会转型的背后，都有着技术上的创新。对于建筑项目策划而言，其创新性也至关重要。建筑项目策划能否推陈出新，是其成功的关键，创新能激发人们的兴趣，吸引人们参与其中，从而使策划力挫群雄，使其价值得以实现。

#### (3) 保证弹性。

项目策划方案必须是弹性的，是能够随着市场的变化而随时进行调整的。项目策划面对的是市场，而市场是千变万化的，项目外部的宏观环境、项目内部的微观环境无时无刻不在发生着变化。以一套不变的策划方案来面对多变的市场，其最好的结果也只能是事倍功半，更多的情况则是摆脱不了失败的命运。

#### (4) 多方兼顾。

在这里，“兼顾性”指的是要同时兼顾经济效益与环境效益。政府投资项目涉及社会政治、经济等许多复杂问题，不仅影响一个国家的经济生活，还影响国家的政治生活、社会稳定，政府投资必须把促进国民经济整体水平的提高同具体投资项目的经济效益、财务效益和社会效益有机结合起来，把可持续发展作为项目建设的



指导思想,在维持生态平衡的前提下,获得宏观效益与微观效益的最大化。

## 1.2 建筑项目策划

建筑项目策划对建筑产业的发展是迫切需要的,然而相对于城市规划与建筑设计的成熟,它只是一个新兴的学科领域。在欧美国家,建筑项目策划的研究起步略早,在建筑设计领域和工程管理领域颇受重视。在中国,改革开放以来的这个快速发展时期,建筑项目策划逐渐引起人们的注意,从市场上“策划公司”的鱼龙混杂到学界对建筑项目策划的关注,也不过是近几年的事情。在中国,当代这个最活跃的建筑市场上,建筑项目策划的理性声音若隐若现,渐渐地接近我们。

从建筑设计的角度来看,“设计任务书”不是对建筑造型“美观、新颖、50年不落后”的美好愿望和经济技术指标的简单罗列,而是建筑项目策划的成果以文本文件为形式的综合反映。建筑项目策划作为建筑设计的前期研究,应该通过一系列的调查分析来制定设计任务书,在城市规划已经形成的空间布局前提下,在具体的建设基地与项目内容的限制下提出合理的发展计划。首先要论证城市规划所确定的建设基地与项目内容的科学性,然后对市场的活力做出切实的估计,对资金的投入做出合理的安排,对建成的环境做出准确的判断。将城市规划的指导思想结合当时的具体条件,科学地贯彻到建筑设计中去,以达到预期的城市基本建设目标。

在城市基本建设中,建筑项目策划在城市规划与建筑设计之间起着承上启下的作用,是介于两者之间的一个独立环节。

### 1.2.1 建筑项目策划的定义

建筑项目策划是特指在建筑学领域内建筑师根据总体规划的目标设定,从建筑学的学科角度出发,不仅依赖于经验和规范,更以调查为基础,通过运用计算机等近现代科技手段对研究目标进行客观的分析,最终定量的得出实现既定目标所应遵循的方法及程序的研究工作。它为建筑设计能够最充分的实现总体规划的目标,保证项目在设计完成之后具有较高的经济效益、环境效益和社会效益而提供科学的依据。简言之,建筑项目策划即使将建筑学的理论研究与近现代科学手段相结合,为总体规划立项之后的建筑设计提供科学而合理的设计依据。

建筑项目策划是以城市规划为指导,以建筑设计为目标,整合多学科知识于一身的一门综合性新兴学科,它涉及城市规划学、建筑学、市场营销学和工程管理学等领域,综合考虑城市发展的要求和建筑项目的特点,通过对信息资料的理性分析和对实践经验的科学总结,兼顾文化因素、技术因素和市场因素,为下一步具体的建筑设计提供科学的依据。建筑项目策划的成果对建筑设计而言只是一个指导性文