

# 星河锦城一期可行性研究报告

## 第一章 项目背景

### 一、项目概述

2004年，宁夏新家源集团房地产开发有限公司（以下简称“新家源房地产公司”）通过竞卖的方式，获得位于宁夏吴忠市西二环与裕民西街交汇处约500亩地块一宗。2004年下半年，该公司对本地块内的单位和居民进行拆迁安置，目前已完成地质勘察及“三通一平”并开工建设拆迁居民安置楼，主体工程于2004年底封顶。为确保开发顺利、销售顺畅，新家源房地产公司组织专业人员和团队进行市场调研和前期策划，并委托进行规划设计。

该项目位于吴忠市规划的新区内，具体四至为：东接规划路，西靠西二环，南临裕民西街，北临开元大道。该项目紧靠高速公路，周边市政设施齐全，已建成路网系统，交通十分便捷。且位于吴忠市规划新区，未来行政中心，区域发展前景良好，发展潜力较大。

该项目总占地面积500亩（约34万平方米），除退红线、道路、绿地、广场外，实际建设用地为300亩（约20.01万平方米）。规划总建筑面积为26.38万平方米，容积率为1.43。绿地率为42%，规划户数2400户，预计总人口6000-8000人。

### 二、影响房地产行业的主要变化

（一）土地供应政策变化推进地价的进一步上涨。目前，我国加强土地，尤其是耕地的管理，实行了全球最严格的土地保护政策，从严从紧控制建设用地的供应，并进一步规范土地交易市场，严格界定有偿使用与无偿划拨的供地范围，限制协议转让，全面落实经营性土地的“招标拍卖挂牌”出让制度。这些减少土地供应措施的实施，推动了土地价格迅速上升。当然，迅速上升的地价也促进了市场主体——房地产开发企业的优胜劣汰。

（二）小康社会的建设，保证了房地产需求的稳定增长。人居住宅面积是小康社会的一个主要指标。为改善居民的住宅条件，国家加大中低价位普通商品住房、经济适用住房的建设力度，限制非住宅和大户型住房的建设。

（三）城市化进程加快和消费结构升级，使房地产继续保持较旺的需求。一方面，我国加快城市化建设，城镇房屋拆迁规模较往年不断扩大，居民安置

和城市新增人口购房需求旺盛；另一方面，人们随着收入水平的提高，希望改善住宅条件，购置较大面积、更合理户型、更全面功能住宅的需求增长。

（四）信贷紧缩政策直接影响房地产业的发展。一方面，出于对资金效益和风险防范的考虑，银行更愿意支持实力较强、业绩较好、开发资质较高、信誉良好的房地产开发企业。另一方面，银行加息政策及提高个人住房贷款按揭成数等也抑制了部分购房需求。

总体来看，2005年我国房地产需求增长迅速将低于2004年，住房价格上涨幅呈小幅回落态势。

### 三、区域经济发展情况

#### （一）宁夏及银川市经济发展概述

宁夏位于中国西部，黄河中上游地区。东邻陕西省，西部与北部接内蒙古自治区，南部与甘肃省相连，总面积为5.18万平方公里。全区总人口563.22万人，其中回族195.04万人。人口出生率为16.55%。近年来，宁夏经济保持了快速增长：2004年全区实现国内生产总值460.3亿元，按可比价格较上年增长11%，增幅位居西部省区前列，经济增长速度已连续六年高于全国平均水平。2002年末，宁夏的总体竞争力在全国、西部分别处于第15-16位和第6位。

银川市是宁夏首府所在，市辖三区两县一市，是宁夏政治、经济、文化中心。由于其独特的地理位置和历史影响，宁夏提出“大银川”战略，争取将银川市建设成为辐射周边省市的区域中心城市。

#### （二）吴忠市经济发展概述

吴忠市位于宁夏中部，东邻陕西定边县，西北和东北与内蒙古自治区阿拉善左旗、鄂托克前期接壤，西南和东南与甘肃靖远县、环县毗邻，北连永宁、陶乐两县，南接海原、固原两县，地理位置优越，自古以来是南北通商要地，商贾云集。该市面积33994平方公里，约占自治区总面积的52%。

近年来，吴忠经济发展迅速，经济实力不断增强。2004年，全市完成生产总值完成36.96亿元，增长10.5%；地方财政收入完成0.96亿元，同比增长14%；农民人均现金收入3774元，增长12.1%；城镇居民人均可支配收入6668元，增长8.8%。

城乡基本建设稳步推进，促进了吴忠市经济的进一步发展。2004年，全社会固定资产投资完成19亿元，较上年增长28.4%。全市共安排城市建设项目186个，总投资21.6

3亿元。吴忠市投资2.8亿元启动了市区新生北街片区改造等22个项目，开工建设了滨河大道硬化绿化等工程。与此同时，启动建设了吴忠世纪嘉园等18个住宅小区，总施工面积达100万平方米。

为保证发展后劲，吴忠市不断加大对外开放和招商引资力度加大。组织开展了义乌商贸城与浙江客商对接招商，营造商业集散地氛围。在第八届中国东西部合作与投资贸易洽谈会上签定10个项目，协议投资6.8亿元。与山东新汶矿业集团等一些大企业签订了投资合作协议。宁夏天成公司10万吨硅铁、米来生物公司5万吨谷氨酸等55个引资项目开工建设。全市引进项目167个，协议投资37.6亿元，实际完成投资3.85亿元。

#### 四、项目建设的必要性。

**(一) 吴忠市经济发展的需要。**目前，吴忠市的城市面貌、建筑风格过于沉重，缺乏现代感，与吴忠市日新月异变化不相符合。本项目力求将现代感与生态气息相结合，突破吴忠市常见的行列式、兵营式布局模式，采用了独特的景观带规划形式。充分考虑到吴忠市的居住特点，采用了合理的户型设计，实现大面积采光，充分照顾到吴忠市的地域特点。合理的空间布局提高了房屋使用率，建筑外立面采用现代主义风格，给人以新颖、简洁、大方、动感、明快的感觉，力求代表吴忠市的新形象，成为吴忠标志性、现代化、符合现代人居住条件的大型大众精品住宅小区。

**(二) 满足城乡居民物质消费的需求。**随着吴忠市经济的不断发展，城乡居民收入也呈现大幅度的上涨。2004年，农民人均现金收入和城镇居民人均可支配收入较上年大幅增长。收入的增加，促进了消费能力的扩张，尤其是住房消费的增长，需求较为旺盛。据调查，吴忠市潜在的消费者中，有接近两成的人已经购买了商品房，近三成购买了福利房，至少45%的潜在消费者尚未购买商品住宅，另有15%的人租房住。因此，吴忠市房地产市场发展潜力较大，预计在未来至少二至三年内保持良好的上升态势。

**(三) 满足人们改善居住条件的需要。**通过调查我们发现，住宅面积超过80平方米的不到20%，45%的家庭现有住宅面积在60-80平方米之间，不足60平方米的约有38%。现有住房户型不合理，56%为两居室，只有22%的为三居室，而且厅、卫功能不齐全或不完善。这说明，吴忠市居民的居住条件较差，人们迫切希望改善原有居住条件，购置或计划购置较大面积的住宅。据初步调查，有16.9%的消费者希望购买75平方米的住宅，有35%的消费者希望

购买 80-100 平方米的住宅，有 45%的消费者希望购买 105-130 平方米的住宅，有 12%的消费者希望购买 130 平方米的住宅。在户型选择上，大多选择三室二厅二卫或三室二厅一卫的户型。该项目立足吴忠市居民需求的调查结果，广泛征求意见，充分考虑吴忠当地区域特点，为吴忠市民推出精典户型。

**(四) 企业发展的需要。**新家源房地产公司的前身是吴忠市利通区房地产开发建设公司，具有房地产开发二级开发资质。公司现注册资本金 2800 万元，总资产达 4276 万元。该公司自成立以来，累计开发建设各类房屋 16 万平方米，其中朝阳小区一期 2.2 万平方米，朝阳小区二期 2.4 万平方米，古城巷 2.1 万平方米，西苑小区 2.3 万平方米，塔寺小区 7 万平方米，现已销售 15.1 万平方米，实现销售收入 1400 多万元，实现利税 320 多万元，为吴忠的城市建设、危房改造，改变城市面貌，改善居民的居住条件，繁荣地方经济做出了一定的贡献。但随着市场竞争的加剧，尤其是土地政策的变化和资质年检工作的加强，为使企业竞争实力进一步充实，迫切 need 提升品牌竞争能力。为此，新家源房地产公司决定精心打造本项目，成为企业的形象工程、金字招牌。

## 第二章 新家源项目一期基本情况

### 壹、 一、 一期主要技术指标。

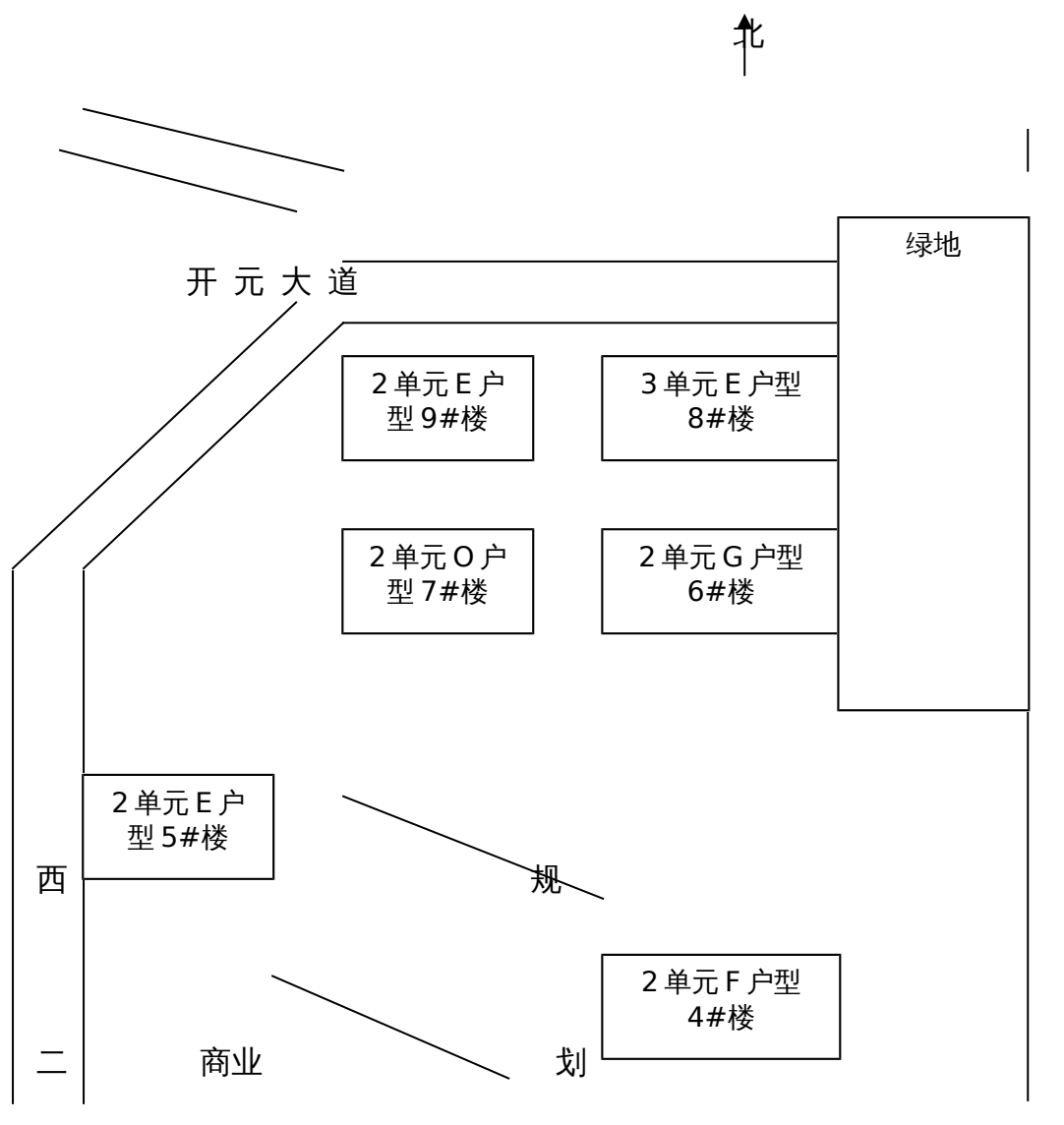
新家源项目一期总占地面积 60 亩（约 40000 平方米），其中：建设用地 37.5 亩（约 25000 平方米），附属设施用地 22.5 亩（约 15000 平方米，含绿化、退红线、主题广场等用地）。规划建筑面积 36427 平方米，容积率为 0.83。绿地率为 42%。在一期总建筑面积中，住宅建筑面积为 33055 平方米，有 6 种户型：A 户型有 80 套共 7568 平方米（每套 86 平方米），H 户型 20 套共 3410 平方米（每套 155 平方米），F 户型 20 套共 2794 平方米（每套 127 平方米），G 户型 25 套 3245 平方米（每套 147.5 平方米），E 户型 100 套共

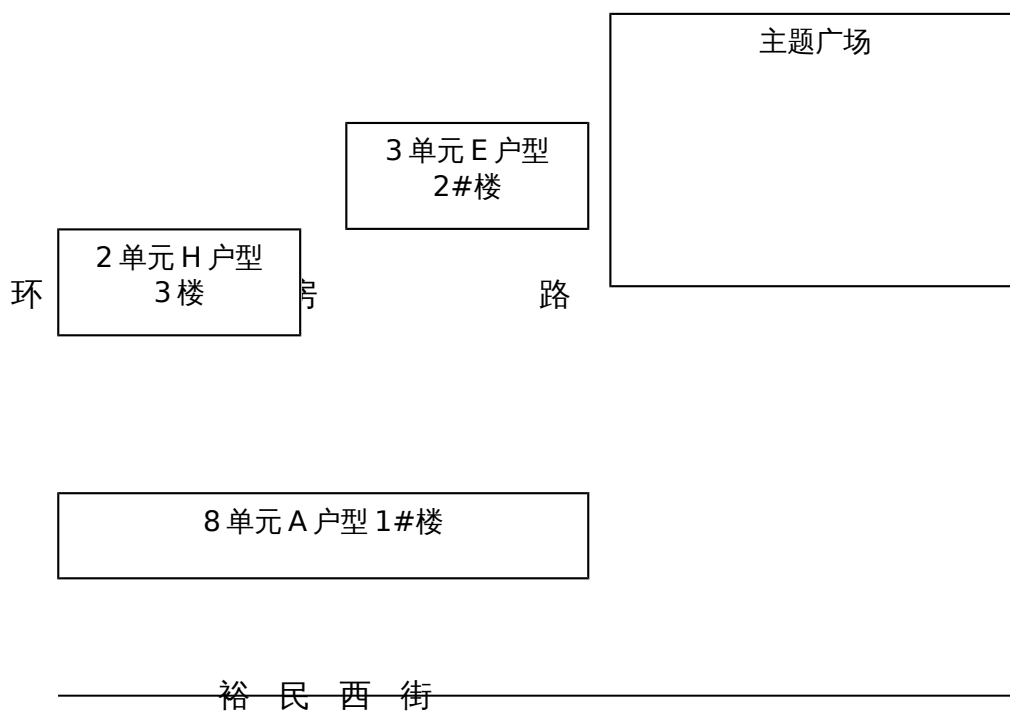
12705 平方米 (每套 110.5 平方米)，O 户型 30 套共 3333 平方米 (每套 105 平方米)；商业用房 3372 平方米。

## 二、规划建设内容。

一期共建设总层高为五层的多层住宅楼 9 幢，全部为砖混结构，均为一梯两户。其中：沿裕民西街建 1#楼 (8 个单元 A 户型)；沿规划路自南往北依次为 2#楼 (3 个单元 E 户型)、4#楼 (2 个单元 F 户型)、6#楼 (2 个单元 G 户型)、8#楼 (3 个单元 E 户型)；沿西二环自南往北依次为 3#楼 (2 个单元 A 户型)、5#楼 (2 个单元 E 户型)、7#楼 (2 个单元 O 户型)、9#楼 (2 个单元 E 户型)。商业用房在小区中央。平面规划见下表：

新家源项目一期规划总平面图





### 三、项目合法性批复。

- 1、新家源房地产公司具有房地产开发二级资质，具备相应开发能力；
- 2、通过竞标形式取得出让土地使用权，签订了《国有土地使用权出让合同》；
- 3、取得了吴忠市利通区发展计划局《利通区发展计划委员会关于古城农民庄点连片改造工程项目建议书的批复》（吴利计发[2003]122号）；
- 4、取得了《建设项目选址意见书》（吴选2003第0066号）；
- 5、取得了《建设用地规划许可证》（编号：YD2003072）
- 6、取得了《吴忠市预发建设工程规划许可证》（编号：GH2003066）；
- 7、取得了《建筑工程施工许可证》（编号：642101200407303201）；

四、项目计划进度。一期计划于2005年3月底开工建设，计划于2005年10月竣工。

### 第三章 投资概算和筹资计划

#### 一、投资概算

新家源项目一期总投资为 5201.74 万元，项目投资概算汇总表及项目开发成本费用测算明细详见下表：

新家源项目一期投资概数汇总表

序号	费用名称	总价 (万元)
一	土地综合费用	942.6
二	前期工程费	405.91
三	建筑安装工程费	2323.6
四	公共配套设施费	578.57
五	财务费用	217.35
六	管理费用	65.56
七	销售费用	143.79
八	不可预见费	212.53
九	税金	311.83
	项目总成本	5201.74

说明：1、本费用分项名称见明细表

2、本表所列数据依据有关规定收费标准及价格因素测算。

项目开发成本费用测算明细表

	费用名称	计算标准	数量	单价	总价 (万元)
一	土地综合费用				<b>942.6</b>

	土地成本 (含出让金)	土地面积 (亩)	60 亩	15.71 万元/亩	942.6
<b>二</b>	<b>前期工程款</b>	建筑面积	36427 平方米	110 元/平方米	<b>405.91</b>
1	市政公用设施配套费	建筑面积	36427 平方米	50 元/平方米	182.14
2	消费设施配套费	建筑面积	36427 平方米	3 元/平方米	10.93
3	天然气公网初装费	建筑面积	36427 平方米	22 元/平方米	80.14
4	抗震设计审查费	建筑面积	36427 平方米	1 元/平方米	3.64
5	定额编制管理费	建安费用	2323.6 万元	0.13%	3.02
6	质量监督费	建安费用	2323.6 万元	0.15%	3.49
7	劳保统筹基金	建安费用	2323.6 万元	3.55%	82.48
8	散装水泥保证金	建筑面积	36427 平方米	5 元/平方米	18.21
9	新型材料费用	建筑面积	36427 平方米	6 元/平方米	21.86
<b>三</b>	<b>建筑安装工程费</b>				<b>2323.6</b>
1	建筑工程费用	建筑面积	36427 平方米	600 元/平方米	2185.62
2	监理费	建安费用	2185.62 万元	0.8%	17.48
3	质检费	建安费用	2185.62 万元	3.5%	76.50
4	有线电视入网费	户数	275 户	300 元/户	8.25
5	天然气工程费	户数	275 户	1300 元/户	35.75
<b>四</b>	<b>公共配套设施费</b>				<b>578.57</b>
1	暖增容费	建筑面积	36427 平方米	17 元/平方米	61.93
2	配电设施费	建筑面积	36427 平方米	10 元/平方米	36.43
3	小区室外景观设计费	建筑面积	36427 平方米	3 元/平方米	10.93
4	小区景观道路绿化施工费	建筑面积	36427 平方米	30 元/平方米	109.28
5	休闲广场及会所				360
<b>五</b>	<b>财务费用</b>				<b>217.35</b>
	建设期利息	贷款额	3000 万元	7.245%*1 年	217.35
<b>六</b>	<b>管理费用</b>				<b>65.56</b>
	管理费用	建筑安装工程费	2185.62	3%	65.56
<b>七</b>	<b>销售费用</b>				<b>143.79</b>
	销售费用	销售收入	4792.98	3%	143.79
<b>八</b>	<b>不可预见费</b>	一至四项	4250.68	5%	<b>212.53</b>
<b>九</b>	<b>税金</b>				<b>311.83</b>
	营业税及附加	按销售额	5669.7	5.5%	311.83
项目总成本					5201.

## 二、项目资金筹集计划

项目资金来源分别为：

1、自筹 2201.74 万元，占比 42.33%。这部分资金主要是企业自有资



销售面积 (万平方米)	23.9 1	25.8 5	39. 6	61.5 8	76.8 0	66.2	70.6 5	135.9
增长率 (%)		8.1	53. 1	56	24.7	-14	6.7	92.4
销售额 (亿元)	2.72	2.99	4.6 0	7.79	8.8	10.0 7	13.2 4	23.48
增长率 (%)		9.9	53. 8	69.3	13	14.4	32.3	77.3
办公房								
销售面积 (万平方米)	0.45	0.54	1.2 1	1.73	1.53	4.9	3.78	7.08
增长率 (%)		20	124	43	-12	220	- 22.9	87.3
销售额 (亿元)	0.07	0.08	0.1 7	0.23	2.27	1.01	1.14	1.94
增长率 (%)		14.3	112	35	887	-56	12.8	70.2
营业房								
销售面积 (万平方米)	1.88	4.46	3.1 5	4.80	5.75	11.3 4	11.1 5	25.62
增长率 (%)		137	-29	52.3	20	99	-1.7	129.8
销售额 (亿元)	0.38	0.94	0.9 2	1.30	1.99	4.44	4.30	10.72
增长率 (%)		147	-2.2	41	53	123	-3.2	149.3

## 二、吴忠市房地产市场分析

1、房地产开发投资高速增长。近两年吴忠市经济适用住房开发规模过大，销售对象不加控制，导致 2004 年待销售楼盘面积最多的一年，超过 30 万平方米。既减少了政府的税费收入，也不利于当地房地产市场的发展。随着吴忠市新城市的实施，吴忠市房地产开发的范围开始扩大，开发量急剧扩大，甚至出现数个占地数百亩的大中型楼盘，市场竞争剧烈，容易导致价格战、广告战。

2、市场购买力趋于平缓。2002年的金花园小区的抢购风潮使吴忠市居民房产购买力得到空前释放，造成2003、2004年地产销售的持续疲软。与银川市投资性消费理念较旺盛相比，吴忠市相对属于储蓄性消费，购买力的形成需要一定的时间培养。

3、商品房价格起伏较大。吴忠市房地产价格，在2002年以前，大多处于1000元以下，甚至低于或接近成本价，与吴忠经济大市的地位不符。2003年，随着一些功能较全、设计新颖、结构合理的新房地产项目的上市，房地产价格大多在1200元左右，甚至达到1500元。从实际购买情况来看，房屋空置面积增长，房屋销售价格表象偏高，消费者购买力未有效形成。

4、地产开发随着城市扩大而不断扩张。吴忠市新区建设于2003年启动，将建设成为宁夏第二大城市。城市的扩张给吴忠市房地产发展带来巨大影响：一方面，规模扩张使城市人口、消费水平有较大幅度的增长，但另一方面，吴忠市流动人口占比相对较高，能否转化为定居居民存在一定的变数。同时，周边城镇居民的涌入也是一个重要的需求来源。这些因素将深深影响吴忠市未来房地产发展的格局。

5、房地产开发企业开发层次低、营销手段单一。目前，吴忠市所开发的住宅以多层住宅为主，规划设计相互抄袭，规划布局呆板，且对市场缺乏调查，传播渠道单一，销售气氛营造能力差，未形成有品牌竞争力的房地产开发企业或项目。

### 三、新家源项目开发与销售策略

结合宁夏房地产实际及吴忠市房地产发展现状与趋势分析，我公司进行充分的调研，了解客户需求，并研究规划布局、总体设计、建筑质量、物业管理、销售策略等细节，力图达到预期的销售效果。

(一) 开发进度安排。现阶段（即一期）采用银川市民生花园营销模式，着重做好主题广场、售楼部、绿化等小区景观设计，仅开发小规模商品房，以适当价格销售，实行保本微利甚至少量亏损的销售策略，充分营造销售气氛，实现一期的顺利销售。在当前吴忠市开发量巨大、市场疲软的情况下，采取小体量滚动开发，有计划、以销定建地进行后期开发，掌握开发与销售的主动权。

(二) 规划设计。改变目前吴忠市千篇一律的建筑风格，融入吴忠市伊斯兰风格，

以享受生活为目标，以功能齐全、户型合理、多户型设计等特色满足消费者的各种需求。

(三) 准确进行市场定位。在现阶段，价格是决定销售进度的关键因素。计划利用本项目多期开发的优势，实行低开高走、灵活机动的价格策略，以比市场同类项目低一点的价格入市场。

(四) 有计划开展项目推广。针对吴忠市城市规模小、传播渠道少，口碑效应强的特点，采取短时间、大规模的推广方式，以各种活动推出楼盘，营销造势，争取在短时间内形成吴忠市人人知道项目认购、开盘、优惠、交房等一系列重要推广节点。

## 第五章 项目财务分析

### 一、项目销售收入测算

项目一期可销售面积为 36427m<sup>2</sup>，预计可实现销售收入 5669.7 万元，包括：

1、可销售住宅面积 33055 平方米，按每平方米 1500 元/平方米计算，可实现销售收入 4958.25 万元；

2、可销售营业用房 3372 平方米，按每平方米 2600 元/平方米计算，可实现销售收入 876.72 万元；

## 二、项目效益分析

经测算，“新家源”项目一期主要经济指标如下：

1、税前利润=销售收入-总成本=5669.7-5201.74=467.96 万元；

2、税后利润=税前利润\*67%=313.53 万元

3、投资利润率（税前）=467.96/5201.74\*100%=8.99%

投资利润率（税后）=313.53/5201.74\*100%=6.03%

## 三、贷款偿还期

该笔贷款偿还期 2 年，其中：第一年为建设期，第二年为销售期。

## 四、项目保本点分析

该项目综合总成本为 5488.56 万元，其中：固定成本为 1241.18 万元，变动成本（含销售税金）为 4247.39 万元。

$$BEP = \text{固定成本} / (\text{销售收入} - \text{可变成本}) \times 100\%$$
$$= 1241.18 / (5669.7 - 4247.39) \times 100\% = 87\%$$

即当销售收入达到 4932.64 万元(销售收入 5669.7 万元×87%)时即可保本。

## 五、敏感性分析

经敏感性分析，该项目对原材料价格上涨和销售收入下降较为敏感。当原材料价格上涨 5%时，内部收益率降为 9.22%，财务净现值降低到 51 万元；当销售收入下降 5%时，内部收益率降为 5.78%，财务净现值降低到-75.82 万元。具体分析详见下表：

敏感性分析表

单位：万元

项目	基本方案	固定资产投资		原材料		销售收入	
		增加5%	减少5%	增加5%	减少5%	增加5%	减少5%
内部收益率	21.26%	13.69%	30.60%	9.52%	35.06%	39.96%	5.78%
财务净现值	429.71	192.71	666.71	51	808.42	935.24	-75.82

## 第六章 综合评价

综上所述，虽然吴忠市房地产市场虽存在一定的不确定性和持续疲软，但主要是由于市场供应结构矛盾，缺乏设计创新，户型设计单一且功能不全，不能满足消费者需求。只要在开发过程中注意细节，加强营销活动的策划，利用多期开发优势，采用低开高走的价格策略，充分运用民生花园模式，着重小区景观及物业设计，一定会取得预期设想，创造吴忠市真正的精品小区、品牌小区，成为吴忠市城乡居民置业的首选。

二〇〇五年三月