

## 房地产项目开发经营案例

### 目 录

#### 第一章 前言

- 一、报告编制目的
- 二、报告编制依据
- 三、项目概况

#### 第二章 项目开发经营环境分析

- 一、2000年国内经济及房地产市场回眸
- 二、武汉市房地产市场分析
- 三、有利投资经济形势成因分析

#### 第三章 项目周边物业市场调查分析

- 一、投资地块的地理环境
- 二、后湖地区区域分析
- 三、项目周边主要物业分析
- 四、后湖乡消费者调查分析

#### 第四章 项目开发经营优势点与机会点分析

- 一、房地产投资项目开发经营机会形成模式
- 二、项目开发经营优势点
- 三、项目开发经营机会点

#### 第五章 项目定位

- 一、目标市场定位
- 二、产品定位

## **第六章 项目规划、建筑设计建议**

- 一、项目总体规划建议
- 二、住宅建筑设计建议
- 三、小区配套设施建议
- 四、环境艺术设计建议

## **第七章 项目开发经营策略及投资估算**

- 一、项目开发经营策略
- 二、项目投资估算
- 三、项目实施进度安排
- 四、项目投资与筹资计划

## **第八章 项目开发经营状况分析**

- 一、项目销售计划
- 二、项目销售收入估算
- 三、项目经营成本估算
- 四、项目利润估算
- 五、项目现金流量、财务净现值及财务内部收益率

## **第九章 项目开发经营风险分析**

- 一、项目盈亏平衡分析
- 二、项目敏感性分析
- 三、项目开发经营主要风险及对策分析

## **第十章 结论与建议**

## **第十一章 结束语**

## **第十二章 附录及主要参考文献**

## 第一章 前言

### 一、报告编制目的

1、在对项目开发经营环境进行详细分析的基础上，结合项目所处的区位环境，对该地块的市场价值进行合理的评估。

2、对项目的可行性与开发经营策划提出初步意见，并对项目的规划设计、建筑方案设计、环境艺术设计提出相应的建议。

3、结合公司的状况和项目的特点，探索项目开发经营的可行方式。

4、对项目进行投资分析和风险分析。

5、对项目决策及其实施的优化提出建议。

### 二、报告编制依据

1、武汉市规划局规划方案；

2、国家建设部及武汉市颁布的与房地产相关法律与政策；

3、武汉市 2000 房地产年鉴；

4、现场勘察和实地调研所得资料。

5、武汉市新洪泰中介代理公司提供的资料

### 三、项目概况

该地块位于江岸区后湖乡石桥村，总面积约 125.59 亩，属于武汉市“十五”计划确定的三大住宅新区之一——后湖乡居住组团，对于新型住宅开发有极其重要意义。根据武汉市规划局的要求，该地块已经基本平整通电，经市人民政府武政土字[2001]2 号文批准同意，且可以免收城市基础配套费。并确定该地块的主要用途是住宅用地，容积率不超过 1.4，建筑密度 22.5%，绿化率不低于 40%。主要建筑形式为多层，建筑限高一般在 24 米以下，，也允许建高层（40 米以下），但比例不得超过 20%。

根据调查分析及以上资料，项目产品定位为中等档次的住宅新区。建筑形式采用组合式：多层 60%，小高层 40%，并初步确定项目主要技术指标如下：

① 总用地面积：8.37 公顷，合 125.59 亩。

② 容积率：1.4

③ 总建筑面积：11.72 万 M<sup>2</sup>

其中：多层住宅：6.72 万 M<sup>2</sup>

小高层住宅及别墅：4.48 万 M<sup>2</sup>

公建面积：0.5 万 M<sup>2</sup>

④ 建筑密度：22.5%

⑤ 绿化率：40%

（以上数据是依据周边物业的指标参考提出的，该方案仅为初步方案，在很多方面还有待于进一步优化）

## 第二章 项目开发经营环境分析

### 一、2000年国内经济及房地产市场回眸

投资机会孕育于经营环境之中，作为基础性、先导性的房地产业更是如此。因此，对宏观经济、社会与政策环境的把握是每一个开发决策者所关注的首要问题。

2000年根据经济发展的要求，我国坚持扩大内需的方针，继续实行积极的财政政策和稳健的货币政策，大力推进经济结构调整，加强农业基础，加大国有企业改革和脱困的力度，实施西部大开发战略，采取多种措施扩大出口，这些重大措施的实施，使得我国国民经济保持了较快的发展势头，呈现出积极变化。投资，消费和出口增长加快，社会需求进一步回升，结构调整稳步推进，基础设施建设得到加强，经济体制改革取得新的进展，企业效益和财政收入大幅增加，经济运行质量进一步提高。（《新华文摘》2001'5）

同时全国房地产开工，竣工面积增势不减，据国家统计局固定资产投资统计局提供资料显示，2000年“国房景气指数”值达到104.06点，比上年增加2.6点，保持了快速上升的发展趋势，房地产开发呈现以下特点：房地产开发投资与到位资金持续快速增长；商品房销售面积与销售收入增势强劲；商品房平均销售价格稳中趋升；商品房施工总量不断扩大；新开工项目快速增加（如下表），各级政府消化空置面积的努力初见成效，商品房空置面积出现大幅度回落，房地产市场呈现出产销两旺的局面。随着国家经济形势的好转和相关政策的出台，投向房地产的资金明显增加，投资结构进一步改善，房地产业呈现强劲的增长势头，（《中国统计》China Statistics 2001'5），房地产市场也呈现出以下主要特征：

全国房地产开发及销售情况表

2000年实际 比上年同期+%

住宅投资（亿元） 3318.7 25.8

商品房新开工面积（万平方米） 28295 30.6

商品房竣工面积（万平方米） 23027.9 16.4

商品房销售建筑面积（万平方米） 16984.1 26.9

商品房销售额（亿元） 3571.0 30.1

其中：销售给个人（亿元） 2840.3 51.9

占总销售额的比重（%） 79.5 --

1. 开发投资量持续增长，投资结构趋于合理。2000年全国房地产开发完成投资4901.73亿元，与上年同比增长19.5%，占固定资产投资的20.2%。其中：商品住宅开发完成投资3318.74亿

元，与上年同比增长 25.8%。

2. 消费主题发生变化，销售总量逐年上升。2000 年，个人购买商品住宅 1.32 亿平方米，占商品住宅销售面积的 87.51%，比上年提高 7.9 个百分点。

3. 销售价格稳中有升，消费信贷不断扩大。2000 年商品房每平方米平均售价 2105 元，较上年上涨 5.98%，商品住宅平均售价 1951.6 元，上涨 8.14%，办公写字用房平均售价 4437 元，下跌 7.95%，商业营业用房平均售价 3221.18 元，上涨 3.47%。个人住房贷款逐年翻番。四家商业银行个人住房贷款余额三年累计增长 17.4 倍。其中建设银行 2000 年末个人住房贷款余额达 1390 亿元，占该行全部贷款余额的 10.6%，当年新增个人住房贷款占该行当年全部贷款新增额的 40%。

4. 二级市场日趋活跃，租赁市场渐成气候。现已形成新建商品房增量市场、二手房交易市场和房屋租赁市场三分天下的局面，带来了房地产市场的繁荣。

5. 需求状况发生变化，市场供求呈现多样。从各城市反映的情况看，随着个人买房的兴起，面积不大，设计合理，功能齐全的中套型住房（90 平方米左右）总体好销，环境，绿化，配套，物业管理的好坏越来越为购房者重视，住宅产品的创新加快，品牌意识得到加强，品牌楼盘受到青睐。（《中国房地产信息》2001'5 Real Estate Information of China 谢家瑾）

以上资料表明，国家宏观经济形势是良好的，房地产市场也在稳步发展，加之相关政策法规的出台，进行住宅投资是适宜的，是和国家形势相一致的。

## 二、武汉市房地产市场分析

### 1. 2000 年房地产市场

2000 年武汉市的房地产市场形势是总体上处于稳步攀升，逐渐走高的态势。一是全市房地产开发总投资达 101.29 亿元，较 1999 年增长 11.07%；全市总开工面积 1343 万平方米，比 1999 年增长 3.68%；总竣工面积为 454.11 万平方米，比 1999 年增长 2%；其中住宅竣工面积达 377.31 万平方米，占全市总竣工面积的 83.09%，比 1999 年增长 8.6%；全市商品房销售总面积为 303.76 万平方米，其中住宅为 244 万平方米，占总面积的 80.33%，销售额达 60.2 亿元；空置商品房从 1999 年的 150 万平方米下降为 115 万平方米。二是在房地产租赁市场上，全市房屋租赁总户数为 19481 户，比 1999 年增长 11%，租赁总面积为 80.15 万平方米，比 1999 年增长 17%，年租金总额为 3.36 亿元，比 1999 年增长 52%。三是在房地产抵押方面，全市房地产抵押总

户数为 21647 户，比 1999 年增长 122.8%，说明个人购房贷款正迅速地增长。以上情况表明：武汉市 2000 年房地产宏观经济指标开始回暖，房地产市场开始步入了成长期，正朝着新的繁荣上升期转变。

(1) 个人购买率进一步增加。商品房个人购买率是反映地区房地产市场购买力水平的重要指标，2000 年第四季度商品房销售额为 8 亿元，其中个人购买为 6.91 亿元，个人购买率为 86.43%。从图中可以看出：2000 年武汉市商品房个人购买率是持续上升，至第四季度已经达到 86.43% 的水平，个人购买率的不断上升，也从一个侧面表明房地产市场发育良好，房地产消费已经启动并且持续增长，为房地产市场的持续快速发展提供了条件。

(2) 房地产投资进一步加大，投资结构更趋合理。2000 年第四季度房地产投资总额为 35.79 亿元，在上季度的基础上进一步增长，从左图看出：2000 年各季度武汉市房地产投资增长非常迅速，增幅很大，表明房地产业新的增长周期已经到来，同时也可以看出房地产需求对投资强有力的拉动作用。

#### 价格指数

一季度 1941.8 1000  
 二季度 1963 1010.9  
 三季度 2003.93 1031.9  
 四季度 2021.66 1041.03

(3) 截止 2000 年 11 月份，全市完成住宅投资 20.87 亿元，占房地产总投资的 58.33%，2000 年武汉市住宅累计总投资 75.82 亿元，占房地产总投资的 85.58%。其中住宅类物业价格指数具体见下表：

各季度武汉市住宅加权平均价格水平与价格指数变化如下图所示：

通过下图可以看出，第四季度住宅价格继续上涨，但涨幅小于上季度，原因是第二季度的住宅价格基数相对较低，导致三季度住宅价格增幅较大，第四季度在三季度住宅价格基数相对较高的基础上难以继续保持较大的增幅，但总的趋势是住宅价格保持攀升。

## 2. 市场特点分析

### 2.1 宏观市场特点：〈亿房网 <http://www.fdc.com.cn>〉

1. 住房分配制度改革的历史性突破，为房地产市场的发展提供了动力。2000 年，武汉市正式步入住宅的商品时代。自 1998 年 12 月 31 日延续了近 50 多年的福利分配住房制度退出历史舞台，货币分房制度取而代之，住宅的商品属性逐渐被还原出来。经过 1999 年的过度转换，从 2000 年开始，实物分房已完全停止，居民“等、靠、要”的福利性住房观念已经开始向商品化转变。2000 年

6月30日以前，凡购买公房一次性付款的，可享受20%的折扣优惠；2000年末，购买现住公房一次性付款享受10%优惠也全部结束，从今年元旦开始则实行“零折扣”。住宅这个人们生活消费中占用资金量最大的商品在2000年完全纳入了市场经济轨道。

2. 空置商品房消化能力加强。2000年武汉房地产市场的销售情况趋暖，市场容量扩大，除可吸纳上市的商品房外，还消化一部分往年的空置商品房。1999年武汉市空置商品房为150万平方米，2000年新增9万平方米，到2000年底还剩115万平方米，因此在2000年共消化了44万平方米。

3. 经济适用房建设取得较好成效。2000年武汉市不断推进和完善经济适用住房建设。全年经济适用房施工面积为195万平方米，竣工面积为65万平方米，占全市住宅总竣工面积的17.23%，全年销（预）售115.14万平方米，其中预售38.96万平方米，销售率超过100%，解决了1万余户居民的住房问题，先后开发了百步亭花园，华锦城花园等几个规模大、环境好的重点经济适用房小区。

4. 房地产二、三级市场联动效应初步显现。2000年武汉市房地产市场结构趋于合理，存量房交易明显放大，二手房市场活跃程度较高。根据房地产发达地区的经验，二手房市场的活跃会直接刺激住宅一级市场的发展，存量房买卖的增加并不意味着增量房市场的萎缩，而是带动增量房市场的增长。广州、深圳存量房交易大大超过了增量房的交易，而武汉市现在存量房的交易确小于增量房的交易，因此利用二手房交易拉动住宅一级市场的操作空间很大。2000年武汉市增量房市场交易30010起，交易的建筑面积达244万平方米，而存量房市场交易达到27130起，建筑面积为478.62万平方米。存量房交易的兴起和已售公房的上市交易，大大推动了武汉房地产市场的梯级消费需求。

住房一级市场（增量房） 住房二级市场（存量房） 住宅总量  
起数 30010起 27130起 57140起  
建筑面积 244平方米 478.62万平方米 722.62万平方米

5. 金融系统成为房地产业的坚实后盾。银行方面：已经把个人住房贷款作为房地产贷款业务的主体，部分银行将个人贷款的上限提至“8成30年”的期限。2000年全市各银行发放个人住房贷款共计29.17亿元，比投资到建设环节的贷款总额11.79亿元多出一倍多。公积金方面：公积金贷款购房面积占全年总销（预）售面积的1/4强。2000年新增归集住房公积金5.38亿元，比1999年增长33.94%。共批准发放个人住房贷款9019户，共计5.41亿元，同比增长97.8%；支持个人购房建筑面积达91.76万平方米，房屋总

价值达 12.56 亿元。(上图)

6. 住房抵押对房地产市场起到举足轻重的作用。2000 年房地产抵押总户数为 21647 起,比 1999 年增长 122.8%,说明抵押的户数增多,个人购房选择银行贷款按揭的增多,公积金小额度贷款的增多。同时银行加快了放款速度和放款条件,为市场资金融通起到非常重要的作用。1999 年底成立了武汉市住房担保公司,2000 年全年办理担保业务 300 起,发放贷款 4000 万元,其中 50%为购买新建商品房的贷款,50%为住房抵押融资。

7. 房地产中介服务为房地产二、三级市场的启动发挥了积极作用。2000 年武汉市围绕加快启动住房二级市场开展的各项住房消费服务十分活跃,住房消费的中介服务领域有了很大拓展,为房地产市场的繁荣起到了重要推动作用。截止 2000 年,共有 218 家中介企业遍布全市,形成了中介服务的有形网络。与此同时 2000 年 8 月底举办了“百家房地产中介机构承诺提供放心中介联合宣言活动”,年底又开展了打击非法中介的整治工作,不仅规范了武汉市中介市场的服务行为,而且带动了整个行业的规范和自律,为活跃武汉市二、三级市场起到了十分重要的作用。

8. 房交会为活跃房地产市场提供了重要的舞台。2000 年武汉市各区联动举办“房交会”,进一步了活跃住房市场。6 月和 11 月举办了两次全市规模的大型房交会,同时各城区不失时机地举办了区级房交会,既促进了增量房市场的发展,而且也活跃了存量房的交易。据统计,2000 年全市的房交会,共销售商品房 5662 套,成交面积 86.31 万平方米,成交金额 13 亿元;二手房成交 1681 起,成交面积 15 万平方米,成交金额 1.3 亿元;办理权证 1876 起;办理抵押、按揭 245 起。

## 2. 2 微观市场特点

1. 从地理位置来看,城市周边地区由于前几年政府的基础配套设施完善,环境、道路情况都得到了较大的改善,使周边地区的投资和销售量均高于中心地区。从销售情况看最旺的是徐东和洪山光谷,2000 年在徐东路上纵横不下 10 个楼盘发售,十分旺销,形成了扎堆效应。徐东作为武昌的新区,在桥梁经济的影响下已成为武昌最具生气的区域,成为武昌居民购房的首选。同样光谷也是 2000 年的亮点,不仅汇集了大量楼盘,人文环境一流,而且 2000 年华工科技的成功上市,光谷地区经济捷报频传,其购买力的强劲推动都是光谷房地产迅速发展的原因。随着我市大力发展光谷的战略决策的落实,这一带的房价还在不断地攀升。

2. 从楼盘结构和户型来看,砖混结构的楼盘已逐步退出历史的舞台,目前市场上的结构主要是框架结构。户型设计方面,随着市

民生活质量的提高，三室两厅两卫的户型逐步取代了两室两厅户型的市场主力地位，受市场的青睐。而面积大都在 90-120 平方米之间。

3. 从楼盘的层高看，小高层楼盘的销售开始启动，改变了多层楼盘占主导地位的格局。这主要是由于小高层的楼盘带电梯，避免了多层要上楼的麻烦，同时跟高层建筑比较又有通风采光好，户型结构好，有效使用面积多等优势，因此成为 2000 年销售的一个新变化。

4. 从楼层的销售情况看，顶层销售情况好于往年，主要是技术方面的突破带来的结果，不少楼盘的顶楼销售都采取了送阁楼的促销手段，因此顶楼在空间利用上更合理了，价格也略低一些，对客户有一定的吸引力，销售也比较顺利。例如：统建千禧园，从 2000 年 11 月开始销售，顶楼已经全部销售完毕。

5. 从价格上看，2000 元/平方米左右的商品房是最能被市场接受，也是市民购买商品房的认为最为合理的价位，而经济适用房 100% 的被市场接受，现在我市经济适用房的平均价位在 1300-1400 元/平方米之间。

6. 从楼盘设计上，2000 年开盘销售的楼盘设计风格各异，以满足市场日益张扬的个性化需求，2000 年整个市场中有欧式风格，古典风格、中西合璧的风格等多种特点，可谓百花齐放。不仅体现了我市发展商市场意识的进步，而且也说明了建筑设计单位水平的提高。

7. 从楼盘环境来看，由于消费者的需求层次提高，有追求环境优美需求，2000 年我市发展商都十分注重楼盘硬环境的美化和完善。发展商在增加小区的绿化面积，在小区内营造环境艺术等方面都做了较大的投入。例如常青花园四号小区，小区内绿化点、线、面结合，人均公共绿地 3.19 平方米，绿地率 40%，通过实物造园造景，利用色彩及空间处理，形成多层次文化品位。带动了四号小区的销售，2000 年已销售了 18 万平方米，占总销售的 50% 以上。

8. 从楼盘配套设施来看，2000 年不少发展商的楼盘都配有远程抄表、三网合一、红外监控、便民店、会所、健身房等设施，注重以业主的需求为中心，提供全方位的配套服务。例如百步亭花园，不仅远程抄表、三网合一、红外监控、便民店、会所、健身房等基本配套一一健全，引进了武汉名校育才小学附属一分校，把教育嫁接到小区内部，利用育才雄厚的师资力量，帮助业主解决了子女的就学和受教育问题。

9. 从楼盘的卖点来看，2000 年房地产销售突出的是智能化概念。

其实这个概念进入武汉的时间不算短，但一直都未广泛推广。2000年随着丽岛花园、常青花园四号小区、学府佳园打出“智能牌”，逐渐将这一概念置根于市场中。2000年11月2—4日举办的智能化楼宇博览会也使“智能化”概念形成了一种趋势。智能化将成为每个楼盘不可缺少的功能。

10. 从楼盘销售宣传上看，市场虽处于买方市场，但消费者还未到达理性化的地步，卖方的有效引导对买方的购买决策会起到很重要的作用。例如蓝湾俊园项目，运用了多种宣传手段，在江城刮起了一阵蓝湾旋风，使得一大批有购房意向的消费者最终都成为了蓝湾的业主。

11. 从品牌上看，城开、统建、富强、康居、百步亭等企业的楼盘以“购买安心、质量放心、居住舒心”的特点，成为市民购房的首选。

2000年武汉房地产市场总体情况是很好的，但是也有一些缺憾。例如在某些区域中存在着住宅商品性价比不合理等一些问题，部分发展商在开发楼盘过程中还存在着较多片面追求高利润的短期行为，如选材不精、建筑质量不合格，乱收物业管理费等。

### 3.3 分类物业特点 (亿房网 <http://www.fdc.com.cn>)

据《武房指数》统计，2000年四个季度，武汉市房地产价格持续增长，住宅、写字楼价格指数情况如下：

从以上数据可以看出，2000年住宅增长较快，写字楼的增长较为平缓。总的来说，我市商品住宅的开发、销售都取得了较大的发展，销售价格、销售量一年中均有较大增长，写字楼市场也逐渐走出低迷的阴影，步伐虽慢但形势喜人。通过上图进行简单的回归分析可知，在2001年的一季度，住宅、写字楼及综合物业指数的趋势仍将上升。

#### 住宅

住宅类物业一直都是房地产市场的中坚，无论投资开发还是销售，一直都是市场的热点，我市住宅房屋销售面积已占总销售面积的94.5%，个人购买住宅类房屋的销售占总销售面积的94.7%。2000年四个季度我市住宅价格分别为1945.49元/平方米、1963元/平方米、2003.93元/平方米、2021.66元/平方米，呈现出逐步攀升的态势，（见右图）全年平均价格为1983.52元/平方米。

1. 普通商品房销售情况稳中有升，少数项目售价略有下调，但仍然是市场内聚集人气的热点；

2. 经济适用房，走势良好，产销两旺，是市场的抢手品种，价格比1999年上涨3.1%；我市经济适用房均价在1300元-1400

元/平方米之间；

3. 别墅、高档公寓市场有回暖趋势，在都市花园、丽岛花园的带动下都有反弹的迹象，价格较 1999 年上涨 5.6%，成为新的市场亮点。

### 写字楼

由于宏观经济环境的转好 2000 年我市写字楼价格较往年都有提高。2000 年四个季度写字楼价格分别为 4003.95、4048、4058.33、4070.77 元/平方米，平均售价为 4032 元/平方米，租价为 25 元/平方米，较 1999 年上涨 6%。2000 年写字楼市场的特点是写字楼的地域分布对其价格的影响程度加大。2000 年由于写字楼的密集区域转向了建设大道“金融一条街”，因此 2000 年写字楼最高均价地区是“金融一条街”。写字楼地段-价格分布图如下：

1. 建设大道上自青年路，下至香港路一带是武汉市高档写字楼最密集的地方。汇集了招银大厦、建银大厦、新世界国贸大厦、信合大厦、瑞通广场等众多的高档写字楼。该地段真正是武汉市“寸土寸金”的黄金地段，平均售价在 7580 元/平方米，平均月租价为 60 元/平方米，平均入住率为 60%左右。

2. 解放大道至武胜路这一地段也是武汉市中高挡写字楼较密集的地段，武汉广场、泰合广场、中原大厦、化工大厦、良友大厦。平均售价为 5036 元/平方米，平均月租金为 33.8 元/平方米，入住率为 55%，退居次席。

3. 胜利街至江汉路一带、沿江大道。聚集了武信大厦、金涛大厦、长航大厦、金冠大厦等写字楼，平均售价为 4160 元/平方米，平均月租价为 32.8 元/平方米，入住率为 50%左右。

4. 中南路至武珞路沿线。中商广场、发展大厦、中南大厦、江天大厦、汇通大厦、亚贸广场，该地段平均售价为 4091 元/平方米，平均月租价为 35.9 元/平方米，入住率达 70%。

5. 宝丰路、汉阳地区。平均售价为 3810 元/平方米，平均月租价为 30 元/平方米，平均入住率为 80%左右。

加入 WTO 后随着外商外资企业的进入，会消化一部分的空置写字楼，因此我市的写字楼市场会有一些改观，但写字楼市场的整体走强还要靠武汉市宏观国民经济的拉动。

### 商业服务用房

2000 年已经遏制了下滑趋势，开始反弹走强。主要得益于 2000 年市政府所进行的一系列改造建设工程如：江汉路改造为步行街，洪山广场、鲁巷广场、首义广场的设立等等，这些都为百货

销售服务业带来了巨大的商机，也为商业服务用房的发展提供了机会。我市 2000 年新开大型商场 2 家——庄胜崇光和鲁巷购物广场，百年老店中心百货重新市场定位，重新改变形象，武商三家店连为一体形成商业城，这些都刺激了商家对商业服务用房的需求，促使商业服务用房价格回涨。2000 年汉正街也提出了二次创业，大夹街商城 500 个商铺全部发售完毕。但由于还有部分地区的商业用房没有配套支持，没有形成规模，空置现象还是比较严重，经济效益不好，价格很低，比如徐东路上的商铺。

从以上资料可以看出，武汉市房地产市场环境是良好的，各类物业正朝着有利的方向发展，尤其是住宅投资，将得到进一步发展。

### 3. 2001 年及未来武汉市房地产市场展望 (亿房网

<http://www.fdc.com.cn>)

2000 年湖北省房地产价格从低迷状态中走出，呈现出逐季上扬的态势。因此 2001 年也是武汉市房地产发展的重要一年。

1. 2001 年武汉市的十大工程计划之一就是房地产开发方面的投资达到 100 亿，住宅竣工面积达 500 万平方米，这预示着将掀起一轮新的房地产经济热潮。2001 年开发主要集中在后湖、常青、南湖、四新及长丰地区，人流分布将向城市外围分散，武昌、汉口、汉阳人口居住和用地将相对平衡。

2. 2001 年，武汉市房改的总体目标是全面推行住房分配货币化，提高住房社会化、商品化程度，建立适应社会主义市场经济的城镇住房新制度，落实住房补贴分配，释放购买力。

3. 继续加强经济适用住房的建设，并在 2001 年武汉市将建立起经济适用房的审核机制。经济适用房的总量在与商品房协调发展的基础上实现三个控制：一是销售对象的审核控制；二是完善价格审核控制，三是面积标准的控制。

4. 2001 年，武汉市市级和各区级房地产有形市场即将全面建成并实现互相连通。将提供规范交易场所，提供大量市场信息，提供快速的交易服务，对促进市场流通将有重要的推动作用。

5. 建立高效的房地产行政管理体系，积极推进房地产交易与权属管理一体化，落实《简化房地产交易与房屋权属登记程序的指导意见》，切实解决目前房地产交易与权属登记中审批环节多、提供要件繁杂、办件时间过长等问题。推行一个窗口收件，一个窗口发证，简化程序，降低收费，为促进房地产交易起积极的推动作用。

6. 规范物业管理，明确物业管理收费的定价原则、定价方式和价格构成，规范物业管理收费并加强监管。同时修订和完善原有的政策法规，对物业管理发展和市场行为进行有效规范，力争形成一个系统完整的物业管理政策法规体系。

7. 积极推进武汉市国民经济和社会信息化进程，启动房地产信息化、网络化的建设，扶持一批像“亿房网”一样的高科技企业，建立、完善和规范房地产信息咨询服务体系，大力发展房地产业的电子商务。

另据专家预测，2001年房地产价格的大趋势是上升，但上升幅度不强，呈“软升”状态。支持软升的主要有以下因素，首先是多项房地产扶持政策联动将拉动房价上扬，2001年这些能影响房市的政策主要有：住房分配体制改革，住房供应体制的重大调整，二手房交易市场的进一步开放，住房金融培育和加快发展，加强住宅产业化，提高住宅建设整体质量等，这些政策极有可能将住房的巨大潜在需求转化为有效需求。

另外银行的多次降息也有利于居民增加对住房的投资，住宅消费的可能性和市场将会扩大，加上有关金融政策措施的实施，也会对房地产起推动作用，如2000年国家加大住房公积金的归集力度，重点发展住宅组合贷款业务，延长按揭期限，完善住房贷款保障等，都对促进市场消化，提高市场价格起到积极作用。（《长江日报》2000'9）

### (三)有利投资经济形势成因分析（亿房网

<http://www.fdc.com.cn>）

#### (一) 国家宏观经济的影响

截止11月份，我国经济保持8.2%的高速增长。是亚洲金融危机以来表现最好的一年。主要表现如下：11月份，全国完成工业增加值2171亿元，比上年同月增长10.6%，继续保持比较快的增长势头。1-11月累计完成工业增加值21327亿元，比上年同期增长11.5%。国有和股份制企业生产增长速度超过集体、外商及港澳台投资企业生产增长，表明我国经济已经走上健康发展轨道。工业产品销售率稳定提高。11月份工业产品销售率为97.42%，比上年同月提高0.12个百分点，与上月产销率基本持平。1-11月累计，工业产品销售率为97.27%，比上年同期提高0.66个百分点。前11个月累计出口交货值比上年同期增长26.1%，仍保持了快速增长的势头。11月份全国居民消费价格总水平比上月上涨0.7%，比去年同月上涨1.3%，1-11月累计平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨0.2%。其中居住商品和服务项目价格分别比上月上涨1.0%和0.3%。

#### (二) 武汉市经济发展势头良好

今年以来，武汉市GDP一直保持10%以上的增长率，因GDP增长带来的财政收入增长额约为13亿元左右。10月份，全市国有工业及年销售收入500万元以上的非国有工业企业完成工业增加值

24.85 亿元，按可比价格计算，比上年同期增长 16.35%。各种经济类型工业竞相增长，外商及港澳台经济增幅最高。国有经济、集体经济、股份制经济、外商及港澳台经济分别完成工业增加值 12.62 亿元、1.48 亿元、5.66 亿元和 4.59 亿元，比上年同期增长 10.6%、11.0%、16.9%和 30.3%；1 - 10 月份，全市完成固定资产投资 193.43 亿元，比上年同期增长 6.7%。其中基本建设完成投资 71.28 亿元，增长 3.6%；更新改造完成 46.91 亿元，增长 2.9%；房地产完成 70.26 亿元，增长 4.9%。消费品市场繁荣兴旺，外贸出口大幅增长。对外贸易 10 月份实现外贸出口 3451 万美元，比上年同期增长 31.3%，保持较高的增长幅度。截止 11 月底，全市国有工业企业总产值同比增长 14.4%，产品销售收入增长 22.8，实现利税增长 70.9%，实现利润总额由去年同期的负 2 亿元到今年盈利 6.7 亿元，亏损企业的亏损额由去年同期的 7.9 亿减少到 5.4 亿元。

(三) 全国整体房地产市场发育发展情况良好 11 月，空置面积分类指数值为 98.18 点，明显低于去年同期 104.82 点的水平。今年前 11 个月，商品房空置面积的增长速度为 11.8%，当月净增空置面积 169 万平方米。在销售持续升温的推动下，商品房销售价格稳中趋升。截至 11 月，全国商品房平均销售价格为每平方米 2091 元，同比增长 2.2%，是下半年以来的最高增幅。其中，商品住宅销售价格为每平方米 1962 元，比前 10 个月增加 47 元。今年，房地产开发投资明显快于同期基本建设和更新改造投资增长速度。今年前 11 个月，全国完成房地产开发投资 3744.3 亿元，同比增长 24.11%，增幅比去年同期提高 3.7 个百分点，房地产开发投资占固定资产投资比重达 20.6%。受房地产开发与销售快速增长的影响，土地开发面积明显高于去年同期。前 11 个月，全国累计土地开发面积 5337 万平方米，同比增长 36.9%。

(四) 公积金归集、商业银行住房贷款的有力支持

据统计，今年全市公积金归集额为 5 亿元，超过政府 4.5 亿的目标，公积金使用 4.86 亿元，截止今年，公积金历年累计归集额为 22 亿元。另外，商业银行住房贷款的程序简化、贷款额度的加大及贷款年限的延长都为启动房地产市场个人消费创造了条件。在充分的资料基础上，综合上述房地产投资环境分析和经济形式成因分析，可得出结论：国家宏观经济形式是可喜的，与房地产有关的政策和法规有利于房地产市场的进一步发展和活跃，因此可以说后湖花园项目在投资机会选择决策、地段选择决策这两个方面是有充分科学根据的。

### 第三章 项目周边物业市场调查分析

项目调查是可行性研究工作的基础，是在地域选择后进行的多项生活指标的调查。本次调查分析主要是针对拟投资地块的地理环境，后湖地区区域房地产市场，地区既有的生活消费条件，后湖地区住宅消费者等几个方面的调查，为项目的可行性分析和研究提供充实的研讨依据。

该项目位于江岸区后湖乡，现在先对江岸区房地产市场作简要的概述。下图表是江岸区 2000 年的房地产价格和指数：

江岸区价格	江岸区指数
一季度 2218.78	1000
二季度 2227.38	1003.876
三季度 2223.24	1002.86
四季度 2226.24	1003.2

2000 年第四季度江岸区的价格指数走势由上季度的下跌转变为小幅上扬，但指数仍没有达到二季度高度，因为江岸区的房地产价格水平在武汉市是属于较高的，而今年房地产开发大多集中在江南地区，使得该区的住宅价格徘徊不前，江岸区由于自然条件的限制使得住宅开发投资大部分都分布在中北部地区，建设大道南北，台北路、香港路一带，是房地产开发投资较集中的地带，主要原因是该地区的建筑密度较小，交通便利，距离中央商业区较近，这一代拥有台北花园、台南花园、德富花园、澎湖高级公寓、台北花苑，碧波公寓、国信城园林小区等众多的住宅小区。位于高雄路的国信城园林小区，1998 年 5 月开盘，目前已属尾房，但第四季度以 2350 元/平方米的现房价格出售了 4500 平方米，销售业绩较好。

后湖、竹叶山一带也是该区房地产投资的热点地区之一，这一地带是相对较偏的地段，根据“城市空心化”的理论，离市中心区有一定的距离，自然环境较好，并且有开发大片住宅小区的的条件，是未来最适合居住的地区之一。这一带已经有佳海华苑别墅、竹叶山花园、后湖生态花园等住宅小区。这一地区在未来升值的可能性较大。位于该地区的东方恒星园，本季度期房销售价格为 1886 元/平方米，低于江岸区的均价，本季度销售了 1.65 万方。

#### 一、投资地块的地理环境

土地是不可再生资源，一个项目的土地价值是有多种因素综合作用的结果。土地所处的地理位置，周边的自然环境，人文环境，市政配套及临近楼盘的品质等，决定了此地块大部分的市场家者，因

此，我们首先从地块环境入手调查分析。

### 1.土地性质及地理位置综述

地块面积：净用地面积 8.37 公顷，近似平行四边形，周边主要有水塘，菜地和村镇建设用地构成，较平整。

该地块位于江岸区后湖乡石桥村，远为农田，整个地块较平整，无丘陵，小山包，且地块的延伸四周也大致是一望平原，地块周围有叫多的村庄，主要有石桥村，塔子湖村（由渔家墩，福园村，芦家墩三个自然村构成），新春村（有 2000 人左右）；还有成片的采地和零星的湖面分布在地块周围。

### 2.地块自然景观及环境质量

#### 2.1 自然环境

该地块总体来看属于平原地区，空气较好，无大型污染，植被水系丰富。

以下为地块四个方向的环境情况：

#### 1.南向

远望是一条长条沿路而建的现代化建筑，能隐约感受到大都市生活，京广铁路从旁边横贯而过，由远及近是大片开阔地带，无障碍物，临近的后湖大道平行延展，该方向上因有一高压输电线路沿后湖大道方向铺设，使得该方向上无论近看或远望的视线都被干扰，另外区域环境因建设公路略有空气和噪音污染。

#### 2.北向

北面遥望张公堤，成片的草地，带状的防护林区沿堤分布，大片的湖泊，莲池密布，自然村落散布其间，湖水清澈，空气清新，宁静而美丽，但近处有零星的小村落削弱了景色。

#### 3.东向

远方较开阔，中部为建设中的东方恒星园，近处的竹叶山路边为商铺，工棚映入眼帘，黄孝河平行流过，隐约有河水淤积下来的异味。

#### 4.西向

西对姑嫂树路，进处无高层建筑，视野开阔，远眺现代都市居民区，隐约可见正在施工的新华家园，自然村落和耕田水塘由远及近步入视野，也是因大道的施工沿路有灰尘。

#### 2.2 项目周边情况

我们选择以本地块为中心，南至五干道（发展大道），北至张公堤附近，东西以姑嫂树路和岱黄公路两侧为界，集中调查。

1. 地形地貌状况（详见附图地形地貌图）

2. 物业形态划分图（详见附图物业形态划分图）

3. 局部放大图（详见附图局部放大图）

## 附图说明

### 1.岱黄公路一带区域调查

自然环境：该带为平原地段，靠近黄孝河，两旁不远处有若干小湖，附近的村落有石桥村，塔字湖村，新春村，都属于后湖乡。后湖乡乡政府靠近竹叶山路，距石桥村不到 500 米。附近设有成片的自然林或人工林，惟有路两旁不多的树林，大车过后，尘土飞扬，该地段绿化较差，但也没有什么大型的污染源。

社会环境：道路路面状况较差，经常有载货的大卡车经过，到市内的交通不便利，沿线只有 716 一路公交。地段入口处有大东门客运站，有许多通向周围县市的长途客车。水电气的基础建设均以到位，电话线已铺设，但没有网络线和有线电视（新建小区除外）。路边附近有 2-3 个门诊部，有中国信合，农行等金融机构的分点。石桥村对面有华中高级中学，但距石桥村较远。没有大型的娱乐场所，只有几家小型的台球厅。

人文环境：沿路两旁的居民来自不同的地方，主要是石桥村，塔字湖村等附近的村落。另外还有武昌，汉口，汉阳的居民到此打工。同时有黄陂等附近区县的居民。他们大多是出外打工来到这里，租用当地居民的住房，沿路地带和石桥村大概有 2-3 千人。居民的房屋大体为 2-3 层，比较简陋。

经济环境：有一大型钢材市场，路两旁一直到石桥村居民的收入水平不等，属石桥村的居民每年固定有 1000-1500 元的收入，来源于村办企业，承包队，出租房。另外村民可选择在路两旁租商铺，发展第三产业，或在一些私人办的公司打工，如武汉新基业混凝土有限公司等，他们的收入较高，每月有 1000 元左右的收入，另外有些较大的公司都有集体宿舍，员工来在各处，有的住在二七路。

此处本地块东北方向的村落属于石桥村六队，该队共有 60 户，约 250 人，村民主要以种田，打工，出租房为生。对村大队而言，收入主要以“卖地”为主（该村的集体地约 400 亩），收入该居民发放补助，基本上每户居民为 4000-5000 元/年。该村交通不发达，小学，中学都比较远。居民主要以石桥村人为主，有一些来自黄陂等地区的打工者。工厂很少，只有几个村民自办的个体小企业。雇员多为本村居民，村民自建房多为二层楼房，建筑面积约 400 平方米左右，很多房子由外来者租住，该村的水电，通讯等都不完善，绿化状况较差，周围有很多废墟空地，基础设施和公共设施都不完善。

### 2.塔字湖村至张公堤路段调查

自然环境：沿线区域自然风光较好，多湖泊村庄钓鱼台，无污染，空气清新，景色怡人。沿张公堤路段以绿地，防护林区和湖面次第

构成，地势平坦；塔子湖路段属平原地区，沿路自西向东依次分布新春村，塔字湖村（由渔家墩，福园村，芦家墩三个自然村构成）。周边以菜地，耕地为主，零星分布水面，石桥村路段基本同上。

社会环境：该区域位于江岸区边缘。纵有张公堤，横有竹叶山路，内为塔子湖路段，交通便利，有 726，69 路公交车。给排水设施齐备，供电设施相对不足，但具备发展条件，有待进一步建设，通讯便捷，暖气设施有待进一步开发建设，有液化汽供应站。

经济环境：该区域人口经济实力不强，居民收入水平普遍不高，工矿企业大都以民营，私人企业为主，现达到大都处于半停产状态，但私营企业仍具相当活力。商业，金融业，服务业仍处于落后的萌芽状态，有银行，合作社零星分布其间。当地居民收入差距较大，新春村，塔字湖村平均月收入在 1500 元左右，主要以房屋出租，村办工厂承包，打工，养殖为主。

### 3. 姑嫂树路段调查

沿汉兴路至张公堤段，交通便利，有 560,711,805,71,527,35,41 路公交车线路经过，物业基本为三层商住楼，底层为商铺，楼上为住房。商业发达，相关的银行，医院诊所，小学，中学设施齐全，有汉兴学校，武汉市第七十一中学设在该区域，但环卫，绿化，无了设施仍停留在相当低的水平。居民以本村居民为主，外地人占小部分，村居民收入来源以出租房屋，商铺，打工为主。区域内有祥龙实业，华美生活锅炉制造厂，红岩汽车武汉销售公司等为民营及私营企业。沿路可视园丁苑、富康花园等已入住的居民小区。

沿张公堤段以居民区为主，零星间隔有林区和小块菜地，无商业门面，有两个工厂及武汉新世界畜禽水产市场。沿线有 35 路车通行，基础设施，公共设施相对滞后。姑嫂树路段以民营，私营工厂为主，大都处于半停产状态，另外该区域内设有武汉市劳教所，戒毒所。居民收入主要以经营钓鱼台，打工，出租房屋为来源。道路情况较差，路面较窄，且坎坷不平，绿化很少，自然环境一般，无污染。

整个经济实力较同区域内其他村较强，交通也便利，基础公共设施也相对完备，但自然环境，景观不如其他村。

### 4. 后湖大道西段至石桥村一带

属石桥乡行政划分，居民约 800 户。因没有土地，乡民很少务农，乡里只有少数鱼塘。乡里人们生活来源主要靠外出打工和房屋出租，每户的房屋大部分为 2-3 层的楼房。区内企业和少，大部分已关闭，只有少数几家如佳乐化学涂料有限公司，田田股份集团有限公司在经营。汉口殡仪馆就在石桥村路旁，有两所学校，一所幼儿园，两个集贸市场，一个卫生所和几个小诊所，因后湖大道在建，乡里的水电十分方便。

## 5. 黄浦路一带至工农兵路一带

自然环境:沿线因是城区主干道,叫喧哗,发展大道至姑嫂树路两侧临街多为建筑,底层为商铺门面,上层为居民居住。二七路沿线景观较差,正在进行基础设施道路建设,旁边多为低层住宅,商业用房较少,离二七路几十米以外为江汉铁路西线,铁路线以外是大片的农田。

人文环境:发展大道一带科,教,文,卫,娱乐等公用设施一应俱全。发展大道临街主要是商铺,背街处大多为住宅,其中发展大道,二七路附近都有村庄:黄浦园丰村,胜华村,人口数量均在 2000-3000 人之间。

经济环境:发展大道一带较繁华,银行,酒店及商业网点较多;二七路现今在修建公路,路旁有零散建筑物,大部分要拆迁,道路通车后,经济环境会有大幅度的提高。

## 二、后湖地区区域分析

### 1. 基础设施状况分析

#### 1.1 交通状况

本地块四周已初步形成了大的交通体系,东西向有近年来新建和在建的发展大道,后湖大道,幸福大道,张公堤路段,其中,后湖大道正在加紧施工建设,年底前建成通车后将对本地块项目提供良好的条件,南北向主要为地块两头的姑嫂树路和岱黄公路。姑嫂树路交通便捷,有 560,711,805,71,527,35,41 路等通向各个方向,岱黄公路公交少,只有 716 路公交车,终点止于东方恒星园门口,与发展大道交汇路口还有东大门客运站,客车主要是运送人员去黄陂等县城。

#### 1.2 人文环境及生活配套设施

地块周边商业网点和金融机构交齐全的主要位于发展大道和姑嫂树路沿线,如世华大酒店,中百仓储,农行,建行等,但距离本地块较远,岱黄公路沿线主要为小的商业铺面,专业性市场,无酒吧,网吧等娱乐设施。教育机构不健全,仅有华中高级中学,塔子湖小学和黄浦园丰村小学,田园小区小学等,医疗设施缺乏,主要为小的门诊部。总的来说,人文环境几生活配套设施较差,是项目开发的一大劣势。

#### 1.3 市政配套设施

水:该地块用水有宗关水厂提供,在地块南侧的后湖路建有管径为 300 毫米的给水管,地块用水可由该管接入。该地块雨水属入黄孝河系统,污水属入三金潭污水系统。该地块南侧的后湖路建有排入黄孝河的雨水箱涵,地块雨水可接入该箱涵,地块周边尚无污水管。

电:该地块现用电有西北侧的新华路变电所的 10kv 架空线路引来。《武汉市城市总体规划(1996-2020)》中确定在该地块北侧新建德胜桥 220kv 变电所,届时该地块供电线路有德胜桥变电所引来。

气:整个后湖地区目前有三种供气方式,瓶装液化石油气,小区气化和管道煤气,其中管道煤气有管道煤气公司供气,有赵家条储备站沿黄浦路延长线埋设 DN500 管道至后湖生态花园一带,后湖路在黄浦路延长线西侧已埋设 DN300 现状管道,东段管道气有管道煤气公司也正在筹划埋设 DN300 管道。

邮电电信:地区邮局位于发展大道,该地块现状电信线路由西南侧的唐家墩电信局引来。《武汉市城市总体规划(1996-2020)》中确定在该地块西侧新建姑嫂树电信分局,届时该地块闲心线路有姑嫂树电信分局引来。

居民习惯:此地区居民主要为当地农民,生活以打工,种植,养殖为主,年收入水平偏低,居民的文化水平不高,劳动之余,以闲聊为主,对外界基本不关心和接触较少,但由于地理位置靠近城区以及外来人员的影响,生活已开始城市化倾向。

## 2.后湖地区住宅市场调查

### 2.1 后湖地区总体规划及土地出让情况

后湖地区是武汉市十大综合组团之一,是以水面,城市绿地,低密度区组成的主城生态走廊,是以多层建筑为主,小高层,高层,别墅为辅的大型住宅新区。规划常住人口为 40 万,人均 24 平方米居住用地,绿化率达到 40%以上,依据规划,后湖地区将建有一个市级商业副中心,8-10 公顷的区级文化中心(含艺术馆,图书馆,影剧院,文化馆等文化游乐设施),一平方公里的塔子湖体育中心,后湖成人职业学校和一所特殊教育学校,(1-2 公顷)一平方公里的地区级大型市场,技术中试基地和小型工业区,现有村民约 2.4 万人,大多为湖南移民。

后湖地区大约有 2.5 万亩地,已征用一万亩,尚未征用的地块有 1.5 万亩.有四十余家开发商已征用土地,其中有征地指标的约为 30 家,但尚无项目,依据现状和路网分隔,将后湖地区分为:黄浦路下沿线以东以西两块,黄浦路下沿线以西称为左块,黄浦路下沿线以东称为右块。

下面我们据此论述后湖地块的出让情况(下列情况属规划局人员介绍,仅供参考):

右块地出让情况:

东方恒星园 1200 亩,地价 33 万元/亩。中联三星 600 亩,20 万元/亩,加规费 22-23 万元/亩,世纪家园康居工程 3000 亩,后湖生态花园 600 亩,18 万元/亩.后湖乡政府已征用地 2200-2300 亩,城开集团 100-130 亩。

左块地出让情况:

左块地规划局拍卖地块 329 亩,黄浦科技园 400-600 亩,塔子湖

边城开集团 970 亩,统建办 400 亩,塔子湖西路有澳门花园(从市见义勇为基金会处购买)新世界公司开发的别墅和梦湖花园。幸福大道以南有市规划土地局 P(2001)001 号拍卖地块 125 亩,上方约 168 亩,下方临路边有 36 亩地,再下方,京广铁路预留线两边为黄浦科技园,该拍卖地块以西为石桥村的三家村办企业及散居的村民点,菜地,鱼塘,以南为菜地和鱼塘,因石桥村村规划未上报,固维持现状尚待后续开发。

右块地黄浦路下沿线有佳海华苑和竹叶苑两个项目,朝北上方为东方恒星园,再向上为后湖乡政府和后湖生态花园及世纪家园,黄浦路下沿线与竹叶山片东部为万隆科技工业区等。

## 2.2 后湖地区开发现状及态势

后湖地区目前开发的住宅小区主要集中在大黄公路以东,现有后湖生态花园,世纪家园,东方恒星园,佳海华苑,招银竹叶苑等五个项目,另外,靠近塔子湖一带还有梦湖花园,澳门花园两个项目。后湖地区的住宅物业形态有多层,小高层,高层,单体别墅,联体别墅。后湖地区住宅呈现出明显的走势特点:规模不断扩大,价格稳步上升,社区文化浓郁,多层住宅畅销,客源面有待扩展等,下面是价格,付款方式,区域发展,供求关系,物业形态,户型,物业管理,目标客源等 8 个方面的调查统计情况。

### 2.2.1 区域发展状况

现已开发的土地仅占后湖组团土地的 1/10,已征地为开工的土地面积为 1 万亩,占后湖组团的 2/5。随着后湖组团开发的不断深入,配套的逐渐完善,规模的逐步扩大,人气的悉心积聚,后湖组团作为武汉市新城区已初现雏形。后湖组团的住宅建设符合《武汉市城市总体规划(1996-2020)》,武汉市政府和江岸区政府必将在政策上加大力度予以扶持,以及货币分房政策的实施和旧城改造的进行,都使后湖组团的发展具有良好的前景。

### 2.2.2 供求关系

现已发售的楼盘总销售面积已达 20 多万平方米,已动工的世纪家园一期总建筑面积为 18 万平方米,预计今年内后湖组团实际供应量约在 30 万平方米以上,区域内目前已规划的项目总规模达 107 万平方米,同时后湖组团的需求量为 1000 万平方米(40 万人\*25 平方米/人)。可以这么说,未来一段时间内后湖地区住宅供应量将会不断上升,同时需求量也呈上升状态,这两种上升趋势保持着相对的平衡。

### 2.2.3 价格

2000 年武汉市住宅的价格全面上涨,今年内将持续上涨,从本

区域楼价的营销来看也是如此，各楼盘的多层起价一般都上涨到1500元/平方米以上，均价达到1760元/平方米以上，小高层，高层和别墅的价格更高。后湖大道建成通车，各楼盘的配套设施到位后，品位的培育成熟后，多层的均价会涨到1900元/平方米以上，这个涨幅是渐进式的。同时本区域楼盘比市内同比楼盘低1000元/平方米左右，是客户选择在此置业的最重要因素之一。

#### 2.2.4 付款方式

随着购房客户的理财能力的成熟和投资途径的增多，购房客户选择按揭方式购房越来越多，如后湖生态花园，80%的客户选择按揭方式购房，东方恒星园更是达到88%，按揭的成数高，年限长，已成为吸引客户购房的一个重要条件。

#### 2.2.5 物业形态

本区域的物业形态已形成以多层住宅为主的格局，将来仍将是多层住宅为主，小高层，联体别墅为辅的格局。这符合本区域人口的规划要求和客户在此置业的生活要求和环境需求。

#### 2.2.6 户型

本区域的大户型如120-150平方米特别畅销，85-110平方米的中户型也较为好销，85平方米以下，150平方米以上基本上处于滞销状态，未来户型将仍以3\*2\*2和2\*2\*2为主。

#### 2.2.7 物业管理

物业管理以人为本，突出人性化，社区文化，智能化竟是时下物业管理的主流，营造浓厚的社区文化环境，维护舒适温馨自由的生活氛围，在物业管理上强化以人为本的理念和加大服务的范围，形成一定的口碑将是本区域物业管理的方向。

#### 2.2.8 目标客源

目前，在本区域购房的客户大都是黄浦路和发展大道沿线的邻近区域客户。今明年随着区域的市政配套设施的完善，楼盘知名度的提高，来此置业的市内客户，特别是有房需要换环境的置业换房客户（政府公务员，企事业单位人员，生意人）仍将是本区域重要的目标客源。

### 三、项目周边主要物业分析

#### 晨星苑

##### 1.项目规划

晨星苑由武汉新地置业公司投资开发，同济大学设计院深圳分院设计，武建集团二公司承建。晨星苑占地41亩，总建筑面积4万平方米。4000平方米商网配套，绿化率达48%，容积率为1.6，有3栋6层，3栋11层，1栋18层，总建面配比3:4:3，总户数

约 340 户。目前 1 栋多层已完成外立面装修，即将交付使用，2 栋小高层和 1 栋 18 层单身公寓将于 2001 年 10 月交房。

## 2. 户型设计

多层主力户型为 3\*2，面积为 119 平方米；高层主力户型为 3\*2，面积为 148 平方米，小区首创高层单身公寓户型为 1\*1 和 2\*1，面积为 51-73 平方米。户型面积指标如下：

户型 1\*1 2\*2 3\*2 错式 复式

面积 51-52 70-73 119-148 188-200 245

分布 18 层单身公寓 18 层单身公寓 多层，小高层 小高层 多层

比例 20% 15% 45% 15% 5%

## 3. 价格策略

多层价格为 1700-1820 元/平方米，小高层价格为 1935-2365 元/平方米，高层单身公寓价格为 1800-2100 元/平方米。物业管理费多层为 0.5 元/平方米\*月，高层为 0.8-1.0 元/平方米\*月。付款方式灵活多样，一次性付款，分期付款，七成 20 年银行按揭，公积金贷款。

## 4. 宣传推广

东方恒星园于 2000 年 5 月 28 日开盘，开盘时在长江日报上连续两次做了 1/2 版的广告。在竹叶山处有大型户外广告牌和路牌广告，其售楼部为武汉市少有的高标准售楼部之一，开盘是参加过 2000 年上半年房交会。

## 5. 销售情况

小区 2000 年 5 月 28 日开盘，多层销售状况较好，120 套住宅已基本售完。小高层中 3\*2 大部分已售完，高层小户型市场阻力较大。

## 6. 客户分析

客户主要是以工商，税务，证券，银行，设计院等行政企事业单位中高收入人员，另有部分中小企业的业主。

## 后湖生态花园

### 1. 项目规划

后湖生态花园位于后湖发展区，正面沿 103 国道和汉黄高速公路，北邻六干道，南边是东方恒星园。总占地面积 420 亩，建筑面积 40 万平方米，绿化率 30%，容积率为 2。物业类型有多层，小高层，高层和别墅。一期总建筑面积约 6 万平方米，16 栋多层住宅 498 户为全现房，

### 2. 户型设计

一期主要户型 2\*2 和 3\*2，面积为 90-130 平方米，具体指标如下：

户型 2\*2 3\*2 4\*2 复式  
面积 90 120-140 140-170 190-200  
比例 10% 45% 30% 15%

二期主要户型为 2 \* 2 和 3 \* 2，面积为 90-140 平方米，具体指标如下：

户型 2\*2 3\*2 4\*2 6\*2  
面积 89,98 120,140 154 173  
比例 41% 44% 10% 5%

### 3.配套设施

小区配有局域网，三网合一，大型会所，网球场，露天音乐泳池，健身房，美容中心，购物中心，幼儿园，大草坪，阔叶林，管道煤气。二期将停车场全部设计在地下。

### 4.物业管理

有武汉金冠物业管理公司进行智能化管理，物业管理费为 0.5 元/平方米\*月

### 5.价格策略

后湖生态花园有一定的价格优势，一期现起价为 1380 元/平方米，最高价有开盘时的 1580 元/平方米涨为 1850 元/平方米，开盘均价为 1420 元/平方米，现均价为 1500 元/平方米（未计入集团购买），分层价为 1，4，5 楼 1550 元/平方米，2，3 楼 1500 元/平方米，6 楼 1350 元/平方米，7 层复式 1650-1850 元/平方米。前后三次调价，2000 年 5 月调高 50 元/平方米，6 月调高 80 元/平方米，8 月调高 300 元/平方米。

### 6.宣传推广

主要采用派发宣传单的推广手法，同时参加了两次房交会，在竹叶山转盘处有户外广告。

### 7.销售情况

首期 498 套 2000 年 5 月刚推出便销售火爆，其中大户购买占较大比重，据悉空军雷达学院买了 6 栋，后湖乡政府购 5 栋，一期已基本售完。2000 年 5 月份完成销售额 500 万，6 月份完成销售额 700 万，由于调价原因 7 月份以后，未超过 500 万。其中 3\*2 的户型销售最好，主要原因还是因在区域内价格较低，户型较好，迎合了客户需求。不足之处是部分卫生间为黑房。

### 8.客户分析

一期主要客户为集团购买，雷达学院购 6 栋，后湖乡政府购 5 栋，散户主要为江岸区行政企事业单位人员，生意人较少，98%的散户

购房自用改善居住环境，其中为子女购房的比例较大，80%以上的客户采用银行按揭贷款的付款方式。

## 竹叶苑

### 1.项目规划

竹叶苑由招银物业发展有限公司投资开发，北京中联公司设计，首期开发建筑面积 5.5 万平方米。有 10 栋集合别墅 130 户，7 栋多层公寓 192 户，容积率为 1.2，绿化率为 45%。工程于 2000 年 9 月底动工，预计 2001 年 4 月中旬开盘，8 月 31 日竣工交房。

### 2.户型设计

竹叶苑在户型设计上以大面积为主，具体户型指标如下：

户型 3\*2\*2 4\*2\*2 4\*3\*3 6\*3\*3

面积 123-130 137 180 222

分布 D 区 C 区 C 区 A 区 B 区 A 区 B 区

比例 46% 9% 30% 15%

### 3.配套设施

竹叶苑小区周边部分景观住宅底层架空，作为休闲绿化用地，融洽小区内住户，社交氛围；小区内道路两侧铺设植被花草并预留停车位，泊车位可达 55%，厨房设置集中排烟管道，管道煤气，每户配置 IC 卡煤气表，预留上下水接口，方便住户装修，卫生间预留上下水接口，采用自然采光；可提供有线电视，电话，数据通讯线路，每户预留电话及有线电视接口；水表，电表出户，可提供 DN 15 水表，配置供电容量 8 KW，40 A 电表，一户一表，供电线路引至室内控制开关。小区内还设有医疗中心，文化中心，老年乐园，少儿乐园，门球场，社区内还设有会所，幼儿园，金融，邮政服务等。

### 4.物业管理

有省级先进物业管理公司招银物业实行全方位智能化的物业管理，向住户提供安全，便利维修服务。全天候二十四小时巡更，红外线监控，闭路电视监控，户内安防联网，车辆出入管理，抓业清洁人员负责苑内公共卫生，垃圾袋化集中清洁，家庭清洁报纸杂志代定，家电维修；代定飞机，火车票，物业租售代理等多项服务。设备维护，电话通知，15 分钟内上门服务。

### 5.价格策略

多层公寓起价 1625 元/平方米，最高价 2005 元/平方米，均价在 1700-1800 元/平方米之间，集合别墅起价 2280 元/平方米，最高价 2530 元/平方米，均价在 2300-2400 元/平方米之间。付款方式较为灵活，一次性付款，分期付款，七成 20 年银行按揭，公积

金贷款，同时推出零首付。

## 6. 宣传推广

目前竹叶苑尚未开盘，正处在内部认购阶段，2000年武汉金秋贸易洽谈会上首次亮相取得了相当的成功，随后又参加了2000年11月的房交会，同时在竹叶山转盘处设有一户外广告牌，售楼部设在竹叶山转盘处。目前处于前期的准备阶段，将于4-5月正式开盘。

## 7. 销售情况

竹叶苑在武洽会上取得了较大成功，在内部认购阶段，积累了大量的意向客户，同时已实现认购销售100套。

## 8. 客户分析

从前期销售情况来看，客户主要来自发展大道和黄浦路邻近地段的一些行政企事业单位中高收入人群，客户分布区域不广，客户购房主要是为了改善居住环境。

## 佳海华苑

### 1. 项目规划

佳海华苑由佳海房地产开发公司开发，第一组团占地面积71亩，建筑面积3.9万平方米，主要为单体别墅和联体别墅，共152户。小区容积率为0.82，绿化率40%。目前一半为现房，一半为准现房，别墅面积为240-300平方米。

### 2. 价格策略

早期联体别墅价格为2500元/平方米，单体别墅价格为3500元/平方米，花园\*\*赠送。付款方式灵活多样，一次性付款，免息分期付款，银行提供七成十五年按揭，协助办理公积金及组合贷款。

### 3. 销售推广

前期推广较为失败，主要以报纸广告和路版广告为主，2000年10月请香港恒力行做企划，在长江日报上做过几期1/2版的广告，效果不是很理想。

### 4. 销售情况

佳海华苑销售情况较差，目前仅售十几套，销售率约10%。

### 5. 客户分析

客户主要为开发商的关系户，直接实现销售仅两三套。

## 世纪家园

### 1. 项目规划

有中联三星开发的世纪家园占地 600 亩，总建筑面积 52.29 万平方米。一期总建筑面积 17.85 万平方米，容积率为 1.55，绿化率为 38.8%，项目总规划有 3109 户。一期工程于 2000 年 12 月 15 日开工，目前在做桩基工程。物业形态有多层，小高层和联体别墅。

## 2. 户型设计

以中大户型为主，面积在 86-320 平方米之间，共 23 种户型，主力户型为 3\*2 约占 34%，一期户型指标如下：

户型 / 多层 2 室 3 室 4 室 5 室

面积 86 132 148 176

数量 73 352 102 4

比例 13% 66% 19% 2%

户型 / 小高层 3 室 4 室跃式 5 室跃式

数量 280 140 56

比例 58% 29% 13%

调查结果表明：

1、项目所在区域已成为一个大型的居住新区，各种档次的居住小区竞相争艳。

2、项目所在区域虽然居住小区较多，但主要是以中低档次为主，真正称得上高品质的小区较少，因此，该区域内以中低档次的物业竞争最为激烈。

3、项目所在区域内有特色的楼盘较少，还没有真正成型的致命品牌。

4、中、低档次楼盘之间的价格差距不大，中、高档次楼盘之间的价格差距则较为悬殊。

5、在调查的所有楼盘中，大多数都采取随行就市的追随策略。

6、同武汉市其他区域相比，区位差异带来的价格变化影响相对较小，决定价位的更多的是物业的品牌、品质。

## 四、后湖乡消费者调查分析

### 1. 消费者需求调查

2000 年区域在售楼盘实现销售约 10 万平方米，客户主要来自周边地区，现对已购房客户进行调查统计。

#### 1.1 客户类别

来此区域置业的客户主要分布在发展大道和黄浦路沿线，竹叶山花桥附近等邻近后湖的范围。如后湖生态花园，空军雷达学院，后

湖乡政府集团购买占很大比重，其他项目客户也是以周边地区为主。  
已购房客户区域分布如下：

区域 江岸 江汉 其它

比例 80% 15% 5%

已购放客户职业分布

行政事业单位 科研教育单位 个体私营企业

45% 45% 10%

由于后湖属于新区开发，目前区域楼盘客户主要还是周边地区，来源并不广泛，客源挖掘潜力较大。客户类型主要为国家行政企事业单位，科研教育单位，个体私营业主这几种常规的住宅消费类型。

## 1.2 购买力

来此区域置业的客户购买力较强，已购放客户的家庭月收入均在4000元以上，其中90%采用公积金贷款和商业贷款，其贷款额多为15万元左右，贷款年限为15-20年，月还款额在1300元左右。以上分析说明，贷款买房已成为消费主流。

## 1.3 购买动机

此区域置业的客户多为二次置业，客户购买动机主要为改善居住环境。购买动机如下：

换环境 结婚用 投资

87% 8% 5%

## 1.4 客户认同的因素

选择在此置业的客户对小区的认同因素依次为：

因素 环境好 距离近 户型合理 付款方式 价格 升值潜力

比例 70% 50% 50% 20% 20% 15%

从成交客户因素分析客户多认同区域环境，其次是距离远近（即离工作单位或原有居住区域远近），户型合理，付款方式灵活，价格，地段发展前景。

## 第四章 项目开发经营优势点与机会点分析

### 一、房地产投资项目开发经营机会形成模式

经营机会的实质是寻求、识别、把握企业可进取的市场空间。

经营机会是外部市场、环境条件中的有利条件的综合态势与企业本身优势的结合。

经营机会转化为项目个性以后，即成为在激烈的市场竞争中项目的优势点、竞争点、卖点。

### 二、项目开发经营优势点

本报告一、二、三部分对该项目作开发经营环境分析时，已作了许多讨论。现对该项目真正的、突出于后湖乡住宅市场的优势点集中如下。

(1) 项目开发经营期几年内相关的经济大“势”。

① 国家宏观经济走出低谷，进入上升繁荣期，恰恰是本项目的开发经营期。

② 住宅业房改、金融、投资、财政、市场管理等政策逐步到位，住宅业将面临有利的政策法规环境。

③ 置业意识——古往今来中国文化观念的组成部分，已经重新泛起，并将成为全社会占主导地位的消费观念。全社会小康后的家庭消费将首先集中在住房条件的改善方面。

(2) 项目的区位优势与地段优势及其发展空间与规模

① 后湖花园的自然环境，在武汉市得地独优，其远离市中心；

② 后湖花园可作为江岸区、后湖乡企事业单位人员，私营、民营企业家理想的生活基地；

③ 后湖花园占地近百多亩，规模适中，可作为经济住房，是置业的理想地方。

(3) 项目公司企业领导核心与公共关系状态。

① 项目开发公司领导核心可实行新组建的班子，在人事、财务管理等方面可实行全新的体制，

② 项目开发公司领导层经营思想应以营造精品品牌，为武汉市人民，后湖乡政府作出贡献。

③ 项目也可以运行类似于 BOT 模式，这也将得到政府的充分支持。

上述这些优势点的正确运用，有利于开发项目的打造良好的基础。

### 三、项目开发经营机会点

(1) 整个江岸区后湖乡人口众多，外来人口也较多，而且私营、民营企业今年来不但增加，收入水平也不断增加，加之后湖乡的大规模建设活动，使得整个后湖乡的房市较为活跃，有利于新项目的上马开工。

(2) 项目区域位置远离市中心，自然环境得天独厚，加之其成本较市中心同类物业便宜，而且近年来，后湖乡有大规模的开发建设，整个区域内的基础设施，市政设施不断完善和健全，这就更有利于新的项目未来的前景，而且整个后湖乡的潜在购买力也是相当有分量的，这也正是项目的开发机会点。

(3) 本项目目前交通状况不是很好，但有在建的幸福大道，后湖大道将在近年内完成通车，到时候小区的交通将相当便捷，而且

物业的增值可能性是显而易见的，项目在这个时候和大道的建设同时进行，将大大促进项目所在地区交通的优化。未来几年里，这些设施将逐步完成，那么后湖花园销售将适逢其时。

## 第五章 项目定位

面对竞争激烈的房地产市场，公司要建立自己的品牌与形象，就必须长、短目标兼顾，为实施品牌战略，在本项目定位时，须将区域，交通环境、配套设施，人文文化等各种因素综合考虑。

### 一、目标市场定位

后湖花园位于江岸区后湖乡地区，这决定了主体目标对象为江岸区后湖乡周边地区的中高层消费群。

消费群界定

1. 高校、科研院所高级职称人士
2. 民营或私营企业家或个体老板
3. 行政企业事业单位的主管级领导
4. 附近居民区部分富裕居民购房和二次换房的需要

年龄判断在 30 - 45 岁

购买目的比例依次判断为：纯自住、自住兼投资型、其它。

### 二、产品定位

根据对项目周边环境及物业市场的调查分析，将项目定位为中等档次，这是基于激烈竞争的市场状况以及项目所处的环境和位为的前提而作出的明智决策,主要原因是：

1. 相对而言，项目区位位置远离市中心，成本较低。
2. 项目区内高档物业目前销售状况不是很好。
3. 开发区内已形成一些居住小区群体,各项基础设施和市政设施都快更上。
4. 在建的幸福大道,后湖大道将决定后湖花园在该区域内具有其他物业不可替代的优势。

(产品定位的具体建议见第六章项目开发建设建议。)

## 第六章 项目开发建设建议

### 一、项目总体规划建议

① 由于项目开发周期较长，在规划设计中既要立足现实，又要着眼未来，充分体现可持续发展的策略，建议在总体规划设计中，将地块分成若干个相对独立的功能组团，以利于分期开发，每一组团可根据开发时的市场情况进行单独设计。

② 总体规划中应尽可能兼顾到本地块的周边环境，尤其要注意项

目建成后的周边景观以及社区人员的视觉效果。突出环境设计的宗旨，以“绿地中的公建”和“公建中的绿地”两个手法营造两个中心，形成集中景观，有效利用土地，发挥投资潜能，突出 21 世纪居住社区的整体特色。

③ 总体上来说，后湖花园的规划方案中建筑单体设计采用灵活的户型和变化的立体效果。

④ 虽然小区的目标顾客属中低收入的阶层，私家车相对不多，但在规划上，未来后湖花园业主中因为位置的原因将部分拥有私家车，因此，建议在小区的交通方面，充分做到人车分流并且规划好停车位。

⑤ 在设计规划上，建立“城市——社区——小区——组团——院落——家庭”(如上图所示)的尺度序列，综合考虑内外交通，公共设施，行政管理，环境保护，技术经济要求，合理布局，站在城市的高度看社区建设，为居民创造与城市完美和谐的居住环境。

## 二、住宅建筑设计建议

1、住宅的设计要适度超前。这里的超前不仅仅是面积问题，更重要的是功能、质量方面的适度超前，这就要求设计人员必须考虑到今后数 10 年内人们生活方式与需求的变化。如果我们今天设计开发的住宅能想到明天的话，那么我们的住宅将肯定会备受青睐，也肯定会成为销售中的一个强力卖点。

2、住宅设计应充分体现“以人为本”的原则，想住户之所想，每一细节的处理都应体现出对人的关怀和尊重，实现动静分开，洁污分开。特别是对儿童居室，要更多地予以周到细致考虑。正如人们所说：“以人为本，就是以孩子为本”。每一户型内部布置都应按内外分区、动静分区、生理分室、功能分室等要求设计(左图为一参考方案，附录还有主要备选方案)。

3、住宅外观设计采用目前流行的欧式风格，色彩以简洁明快为主，并在阳台、天沟、局部墙等细部以其他色彩点缀，做到统一中有变化。

4、在建筑材料方面，大量采用新材料、新产品，据统计数据表明，在已建成或正在建成具有“后小康时代”特征的住房中，新材料、新产品、新技术的采用率，外墙材料为 60%，屋面保温防水材料为 90%，管线集中综合布置为 40%。

5、户型设计多样化，包括平面布局的多样化，建筑面积规模大小多变、房型设计的多样化(平面、复式)，物业档次的多样化(多层小洋楼、小高层、别墅)等。

### 三、小区配套设施建议

1、交通状况为影响居民购房决策的一个重要因素，鉴于本项目所处区位的交通状况不佳，建议公司引进公交线路至小区，公司也可委托未来的物业管理公司办理住户上下班和小孩往返学校的交通工具。

2、会所是未来社区档次的标志之一，建议建设一个大型豪华会所，内设儿童游乐场、健身房，图书馆、影视厅、娱乐室等休闲活动设施。

3、当今时代已进入数字化信息时代，住宅小区的智能化成为发展的必然趋势。为与时代合拍，拟建小区应引领智能化生活新潮流，建议引进有线电视、电信、计算机三网合一线路并全部采用地下电缆，整个小区实行 24 小时实时监控，提供自动抄表，多媒体服务、网络教育等多方位的网络服务。

4、每户设独立的水、电、煤气表，小区内采用变频供水系统及自来水净水系统，保证用户生活用水质量。

5、小区内应设有小型超市、商场、银行、酒店、邮局、学校等公共建设配套设施，为用户的日常生活提供方便，充分体现出社区生活的现代化。(如图所示的社区配套方案)

### 四、环境艺术设计建议

随着人们生活水平的提高，“买环境”的观念已为大多数居民所接受，景观优势也成为众多小区的一个卖点。在当前以及未来相当长的一段时间内，人们买房除了考察室内布局、质量及小区的整体规划等因素外，也越来越重视其环境，这实际上也反映了人们追求人与自然的和谐统一，远离喧闹、闹腾、嘈杂的都市的一种心态。

基于上述原因和项目自身的环境优势，开发公司在进行本地块的整体规划设计时，不仅兼顾到地块的周边环境，更要注意小区内的环境艺术设计，建议公司聘请专业的环境艺术设计人员进行设计，以期达到较好的环境效果。

上述优化建议仅仅是一个思路，设计人员在把握总体原则的前提下，可以有更多的突破。

## 第七章 项目开发经营策略及投资估算

根据本报告前六章的论述与分析，本章着重讨论后湖花园项目的开发经营策略，并对项目的投资进行估算，对工程实施进度作出安排，并制订相应的项目筹资计划和投资计划。

### 一、项目开发经营策略

依据开发公司的实际情况，本项目宜采取“整体规划、分期实施、自主开发、力创精品”的灵活多变的开发经营策略。

1、整体规划。这是大面积、大规模房地产开发的一个显著特点，本地块占地 125.59 亩，因此必须对地块进行整体规划。

2、分期实施。该项目开发总建筑面积达 11.72 万 M<sup>2</sup>，预计总投资约 1.5 亿元人民币左右，如此大规模的投资，一次性开发资金筹取难度较大。同时，房地产市场的变幻莫测决定着其风险也较大，分期实施有利于根据市场需求变化及时调整物业功能，重新定位，规避风险。

根据对项目地块的现状分析，建议项目以地块以南部分为突破口。其依据有：①地块南面靠新建的后湖大道，交通条件相对较好，宣传也更为方便。②从规划方面考虑，该区域具有相对独立性，可作为一个独立的项目看待。③从景观效果考虑，南向风景较好，而房地产项目一般都是将较好区位项目放在最后阶段实施。

3、自主开发。这是基于项目公司的资金优势和地块本身的特点而作出的选择。

① 房地产属资金密集性行业，项目公司可凭借其他公司所不具备的雄厚资金实力进行自主开发。

② 项目公司购置该地块所需成本较低（相对市中心而言和优惠的政策）。

③ 项目地块所处的特有的区位优势及市场前景（如前文介绍）。

④ 通过自主开发，公司可迅速依托项目的品牌提升企业形象，扩大公司在武汉市房地产业界的影响，为以后的项目开发打下良好的基础。

4、力创精品。这是由项目所在区域内品牌项目较少的前提决定的，同时借助于后湖花园的品牌，可迅速提升开发公司在武汉房地产业界的知名度。

5、先环境、后房屋，先有现房、后全面发动宣传攻势。建议项目首期预售之前，先做好环境和配套等形象工程，这既是公司实力的展示，又可借助于这些形象工程增强购房者对本项目的信心。

## 二、项目投资估算

项目总投资由建设投资和建设期利息两部分组成。经估算，本项目总投资为 15594.85 万元人民币，其中建设投资为 14467.4 万元，建设期利息 1127.45 万元。

详见表-1：《项目总投资估算表》，更详细的投资计划可能随设计及实施的改变而调整。

### 1、建设投资

建设投资包括土地取得费用、建安工程费用、小区配套费用、道

路、绿化费用、项目研究、咨询、规划、设计费用、各种税费、项目管理费等项目。

建设投资估算依据：

整个项目从 2001 年 4 月开始，2004 年 9 月底全面完成。

各种税费按武汉市目前的取费标准计取。

整个项目按中、高水平计算。

银行贷款利率按 6% 计取。

建筑形式组合式：多层 60%，小高层 40%

(依据当地市场情况,加之该地块将作为武汉市首次拍卖土地,在同类物业的比较后可以认为土地费用为 40 万/亩较为适当符合实际情况,因此以之作为投资估算的依据.)

#### 1.1 土地取得费用

土地取得费用为征地费与批租费之和，总计 5023.6 万元。

#### 1.2 建安工程费用

建安工程费用按 570 元/ M<sup>2</sup> 计，总计 6384 万元。

#### 1.3 小区配套费

小区配套费按 80 元/ M<sup>2</sup>，总计合 896 万元。

#### 1.4 道路、绿化、景点费用。

道路、绿化、景点费用按 45 元/ M<sup>2</sup> 计，总计 504 万元

#### 1.5 项目研究、咨询、规划、设计费用

根据武汉市现行收费标准和本工程项目的实际情况，确定本项目研究、咨询、规划设计费用单价为 15 元/M<sup>2</sup>，总费用为 168 万元。

#### 1.6 各种配套税费

确定项目在开发过程中所产的各种税费按照建安工程的 15% 记取为 85.5 元/M<sup>2</sup>，总费用为 957.6 万元。

#### 1.7 项目管理费

项目管理费按建安工程费用的 3% 计取，总费用为 191.5 万元。

#### 1.8 不可预见费

不可预见费以建设工程的 3% 计取，总费用为 324.7 万元。

### 2、建设期利息。

建设期利息按动态计算，考虑到工程的分期滚动开发，后续工程的资金筹措可通过预售房款和租金来实现。项目的总利息为 1127.45 万元，具体计算见项目投资计划和资金筹措表（表—4）。

### 3、项目总投资

上述建设投资、建设期利息二项相加，即为项目总投资，共计

15594.85 万元。详见表-1 《项目总投资估算表》。

### 三、项目实施进度安排

整个项目建设应面向市场，进行分期开发，并随时根据市场变化，不断地调整项目实施的进度。由于项目投资费用和建筑总面积较大，根据项目实际情况，建议将整个项目分成三期，依次由北到南逐次开发（公建中心放在第二期），整个项目从 2001 年 4 月开始，至 2004 年 9 月结束，历时近 3.5 年，项目实施进度计划详见表—2。

表—2 项目实施进度计划表（年、季度）

实施步骤 2001 2002 2003 2004

2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3

工程前期

首期工程

二期工程

### 四、项目投资与筹资计划

按武汉市政府规定，投资项目的自有资金应达到项目投资的 30% 以上，只有完成此比例的投资，项目方可依法转让或预售。项目首期约 5 万平方米，投资约 7000 万元，为充分利用建设单位资金，建议公司自筹项目总投资的 30% 作为启动资金（约 5000 万元，包括公司自有资金、上级公司资金和政策减免优惠），其余 70% 可通过银行贷款和项目预售收获支持。为计算方便，报告中预设项目寻求银行贷款 8000 万元，分别于 2002、2003、2004 年投放，具体见《项目投资计划和资金筹措表》。

由于项目建设期较长，实际运作中，上一期项目的销售收入中相当一部分可用于下一期的建设资金。项目建设期历时 3.5 年，从 2001 年 4 月至 2004 年 9 月底全面完成，在建设期内，投资总额按 20%、30%、30%、20% 的比例分年均匀发放。具体见表—3：《项目投资计划和资金筹措表》。表—3 中，投资计划与资金筹措只是为了体现投资计划的规范性以及便于后面的投资与风险分析而作出的安排，在实际运作时，可根据本项目实际情况作如下安排：

1、以现有土地，使用权作为抵押取得银行贷款作为部分启动资金。根据目前该区位地价情况，加之该地块由于拍卖竞争可能引起升值，预计项目地块价格可达到 40 万元/亩，总价值为 5023.6 万元，若将土地抵押，可先行贷款 8000 万元左右。

2、项目立项报批手续办妥后，可以项目抵押获得银行贷款支持。

3、工程发包前，事先约定由施工单位垫付部分工程款。

4、随着工程的动工，项目环境及内部设施达到一定程度并有一定的氛围后，尽快办理《房屋预售许可证》，并开盘预售。

## 第八章 项目开发经营状况分析

本章对后湖花园项目销售分期计划作出安排，估算项目开发经营收入、成本、利润、投资利润，并计算项目资金现金流量、财务净现值、财务内部收益率。

后湖花园项目中包括公寓式住宅、小高层住宅以及幼儿园、小学、车库等公建项目。其中，前者采用销售形式，公建项目可采用销售或出租，或自行经营等多种形式，为测算方便，本报告在项目经营估算时，所有公建项目以销售方法考虑。

公建项目中，部分为非经营性物业，如物业管理办公室、变电站，部分为收益较少的物业，且要投入一定的经营费用，如幼儿园、小学。故公建项目的经营收入仅考虑车库的销售收入目，其他项目在本报告中均未考虑。

### 一、项目的价格定位

根据对项目周边同类物业价格及销售情况的分析，结合本项目的建筑成本、竞争对手和市场需求等对方面的情况，对项目作如下价格定位：

多层住宅	1800 元/ m <sup>2</sup>
小高层住宅	2300 元/ m <sup>2</sup>
车库	4 万元

### 二、项目销售计划

根据本报告的项目经营策略、实施进度安排、本物业供需状况的调查，以及本物业的设计水准，确定后湖花园项目销售计划表。

### 三、项目销售收入估算

据前文确定的项目销售价位与上述物业销售预期计划，测算该项目销售收入情况如下表—5

### 四、项目经营成本结算：

项目经营成本包括：建造成本、销售成本、销售税金和财务费用。

其中：

① 建造成本 = (当年销售收入/项目经营总收入) × 总建筑投资

上述公式仅为近似计算。

② 销售成本含广告费、人员工资、办公费等，按销售收入 2.5% 计取。

③ 销售税金包括营业税、城乡建设维护税、教育费附加。其中，营业税取销售收入的 5%，城乡建设维护税取营业税的 7%，教育费附加取营业税的 2%，三者合计为销售收入的 5.45%。

④ 财务费用为项目开发经营期间的利息支出。  
项目经营成本的各项估算见表—6

## 五、项目利润估算

根据后湖花园项目投资安排、筹资方式、建设进度、销售情况，项目利润计算如表

## 六、项目现金流量与财务净现值、财务内部收益率

1、项目全部资金的现金流量表（表—7）

2、财务净现值（FNPV）与财务内部收益率（FIRR）

根据表-8 可计算出全部投资的财务净现值和财务内部收益率。

其中：

财务净现值（FNPV）=3620.11 万元

财务内部收益率（FIRR）=27.1%

由上述计算可知，项目财务净现值（FNPV）>0，表明项目利润率超过基准贴现率，

具有财务上、经济上的可行性，项目财务内部收益率（FIRR）=27.1%>0，且水平较高，表明项目具有盈利能力。

## 第九章 项目开发经营风险分析

本章拟对后湖花园项目进行盈亏平衡分析、敏感性分析，以测度其开发经营风险，然后对项目运作中的主要风险进行定性研究并提出相应对策。

### 一、项目盈亏平衡分析

项目盈亏平衡分析包括项目经营收入保本点和项目经营成本点分析。

1、项目经营收入保本点分析

项目经营成本 =  $14467.4 / (1 - 5.45\%) = 1530132$ （万元），保本点 =  $15301.32 / 25155.2 = 60.83\%$

即销售收入达预测收入的 60.83% 时，项目处于盈亏平衡状态。

## 2、项目经营成本保本点

项目保本开发经营成本 = 25155.2 万元，保本点 =  $25155.2/14467.4=173.86\%$

即项目开发经营成本达到预测成本的 173.86%，项目处于盈亏平衡状态。实际上项目盈亏平衡点在开发经营各阶段是不同的，这是按照计算期平均状态计算的结果。

## 二、项目敏感性分析

本项目敏感性分析主要针对项目总投资和项目营业收入两项因素进行。

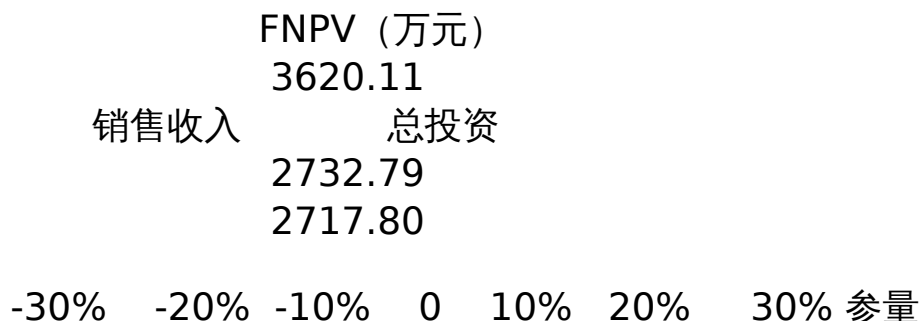
### 1、项目总投资

由于项目占地较大，开发周期较长，其间可能会出现各种不能预期的变化，故项目的总投资额可能会发生一些变化，估计最大的变动幅度达 10%，如果的投资额增加 10%，那么从全部资金的现金流量表（表-9）的情况来看， $FNPV=2717.80$ ，项目仍然可行。

### 2、项目销售收入

在开发经营的各个过程中，由于销售收入的预测主要是建立在对本项目的未来前景分析及预测基础之上的，虽然项目前景乐观，但毕竟是变数，销售环节上的细小失误，市场需求的细微变化等因素都有可能影响项目的销售价位，从而对项目的销售收入产生不利影响，由于在价格定位时相对较低，故销售收入最大的下降幅度不会太大，如果下降幅度为 10%，那么，从全部投资现金流量表（表-10）的情况看，财务净现值下降至 2732.79 万元，不过，其值仍大于零，项目仍然可行。

项目敏感性分析图（示意）



## 三、项目开发经营主要风险及对策分析

房地产开发经营的主要风险一般包括宏观经济与政治风险，政策

风险、市场风险、资金运作风险、企业风险等，根据本报告关于项目开发经营的环境分析、项目定位、项目的技术经济分析，可以看出，项目具有较强的抗风险能力。但仍有一些不确定性因素带来的风险。

### 1、市场风险

项目的住宅小区定位为中等档次，它所面对的目标顾客是居民人数比例较大的中等偏高收入阶层，他们要求的小区不仅仅满足最基本的居住需求，而是具有较高居住主题，体现对人的关怀和尊重的现代居住社区。这就给项目公司带来两个方面的要求，一方面，在项目设计中，如何精雕、细刻，使得未来开发的产品能符合这些目标顾客的要求；另一方面，如何在广大的市场与顾客面前展现出本物业与众不同的魅力和优势。

任何产品的供给与需求都应该保持相对的平衡，否则会受到市场的惩罚。房地产市场亦是如此。从产品定位方面考虑，与后湖花园同一区位、同一档次的物业供给量较多，竞争对手就相对较多，这是不好的一面。另一方面，从武汉市居民的住房消费意向看，后湖地区有相当大的潜在居民，即与后湖花园同一档次物业的需求量较大，这是好的一面。因此，本项目须在同档、差异、变化中体现个性以谋求市场。并随着后湖地区发展、各项设施的兴建，将大大促进项目所在地区周边环境的改善，促使目标顾客量的增加，密切注意目标顾客群的变化，跟踪调查，作出应变。

### 2、项目的资本风险

项目的筹资计划中，绝大部分资金是通过销售收入来实现，即上期销售收入用于下一期项目投资，如果这一计划不能实现，整个项目将比较困难；反之，如果所超额完成计划，将促使整个项目顺利完成。

鉴于上述原因，首期项目的建设过程中，小区配套设施建设最好同步进行，让购房者对本项目有足够的信心。同时，在首期项目的预售中，可适当加大营销费用的比重，以发动销售宣传的强力攻势。

### 3、企业风险

企业风险包括经营不善、销售不力、管理水平低下等方面。因此，项目公司对本项目的目标市场选择、产品定位选择，资金筹措选择、开发方式选择、营销方式选择等方面的决策能否有足够的理解并达成共识，且在具体实施的各个环节中能否准确到位就显得十分重要。

对比项目的成本与收入的敏感性分析情况，项目的成本因素更为敏感，因此，在项目的开发经营中，要认真做好项目的成本控制工作，同时也要加强销售的宣传力度及相关工作。以确保预期目标的实现。

## 第十章 结论与建议

### 一、项目拥有较好的投资环境与机遇

国民经济的持续稳定发展、住房制度改革的深入，武汉市良好的房地产市场环境，政府对项目公司开发本项目的鼎力支持，居民对改善居住条件的期望与购买力水平等等，这些基本方面为本项目提供了一个较好的投资环境与机遇。

### 二、项目在经济上具有较强的可行性

项目总建筑面积：11.72 万平方米

项目总投资：15594.85 万元

项目财务净现值：3620.11 万元

项目财务内部收益率：27.1%

上述经济指标是根据目前的市场形势对预期目标利润估算的结果。

### 三、项目具有的突出优势

• 后湖花园的潜在需求量大。

• 住宅小区的定位属中等档次，在供需圈内具有广泛的目标客户。

• 项目公司的资金优势。

• 项目较好的周边环境（包括自然、人文、交通等环境）。

• 项目所处地块的发展前景较好。（有在建的后湖大道和幸福大道）

### 四、项目开发经营风险较小

本项目属大面积、大规模开发、无拆迁负担，土地开发使用权取得费用相对较低，且在开发运作过程中可享受政府提供的诸多优惠政策，只要在实施中辅以全过程科学决策控制，应能稳获预期投资收益。

### 五、项目实施的难点

本项目实施的难点：

- 1、项目规模较大，时间较紧，开发过程中各方面工作协调难度大；
- 2、项目的定位主题有一定难度，尽管设计工作一经完成，其定位也就相应确定，但在实施过程中仍需根据具体情况不断完善；
- 3、房地产行业竞争激烈，项目公司需建立一支高素质的营销队伍，或采取全权委托中介代理销售的方式。

#### **六、强化项目进程中的投资、质量、进度控制，注重对可能发生的不利条件及变化因素的预测与防范对策，以保证项目按期完成。**

- 1、严格执行设计标准，积极推广标准设计；
- 2、及时对工程进度进行偏差分析以调整后续工作；
- 3、按照工程质量保证标准在工程各个阶段进行工程质量管理。