

天津万科玻璃厂项目

可行性研究报告

天津万科兴业(集团)有限公司

二零零壹年八月

目 录

- 第一章 项目决策背景
 - 1. 内部因素
 - 2. 外部因素
- 第二章 项目概述
 - 1. 项目区位及用地
 - 2. 项目宗地现状
 - 3. 项目周边的社区配套
 - 4. 项目周边环境
 - 5. 项目市政配套分析
 - 6. 土地价格
- 第三章 项目法律及政策性风险分析
 - 1. 项目用地取得土地使用权法律手续分析
 - 2. 项目合作方式及风险评估
 - 3. 总体评价
- 第四章 市场研究
 - 1. 区域市场成长状况
 - 2. 区域市场供应产品特征
 - 3. 整体市场对本案影响因素
 - 4. 目标客户、产品及价格定位
- 第五章 规划设计要点
 - 1. 初步规划设计思路
 - 2. 规划设计的可行性分析
- 第六章 项目开发计划
 - 1. 开发机遇
 - 2. 开发周期安排
 - 3. 销售周期安排
- 第七章 投资收益分析
 - 1. 成本预测
 - 2. 税务分析
 - 3. 经济效益分析
 - 4. 项目资金预测

第八章 可行性结论

1. 项目优势
2. 项目劣势
3. 结论及建议

第一章 项目决策背景

一.内部因素

1.天津万科公司项目布局

万科自 92 年进入天津市场以来，先后开发了城市花园、万科中心大厦、世贸广场、都市花园、万科新城等项目，其中城市花园、万科中心大厦位于城市北部的河北区，总面积约 17 万平方米，万科新城位于城市北部的北辰区，面积约 60 万平方米。世贸广场、都市花园虽然位于城市中心地带，但规模较小。由此可看出，天津万科的主要项目集中在城市的北部。反观天津的总体规划和城市发展方向，城市中心区向南部方向发展，由城市的行政中心的南迁和友谊路沿线的开发便可看出；城市工业向东发展，重点开发建设海河下游工业区和滨海地区，目前沿津塘路两侧，新建的小区和工业区已将中心市区和塘沽区紧紧的联在一起。由此看出，万科的物业分布与天津的总体规划和城市发展方向不尽相符。

万科自 92 年进入天津市场以来，发展迅速，市场迅速扩大，在操作理念和手法上，均胜人一筹，被公认为天津的地产先锋，在天津人的心目中已树立起第一品牌的形象。万科产品应属于整个天津市，而不是某个区域。所以万科有能力，也应该去开发天津的其他市场，让万科物业深入天津每个角落。结合天津的总体规划和城市发展方向，我们应在天津的西南部、南部、东南部投入更多的关注。目前我司在谈的几个重点项目有：北部地区铁东路住宅项目，东部地区张贵庄路住宅项目、东部地区天津钢厂住宅项目，南部地区天津玻璃厂住宅项目，其中玻璃厂项目是各方面条件都比较成熟的项目，该项目正好填补了万科在城市南部无项目的空白。

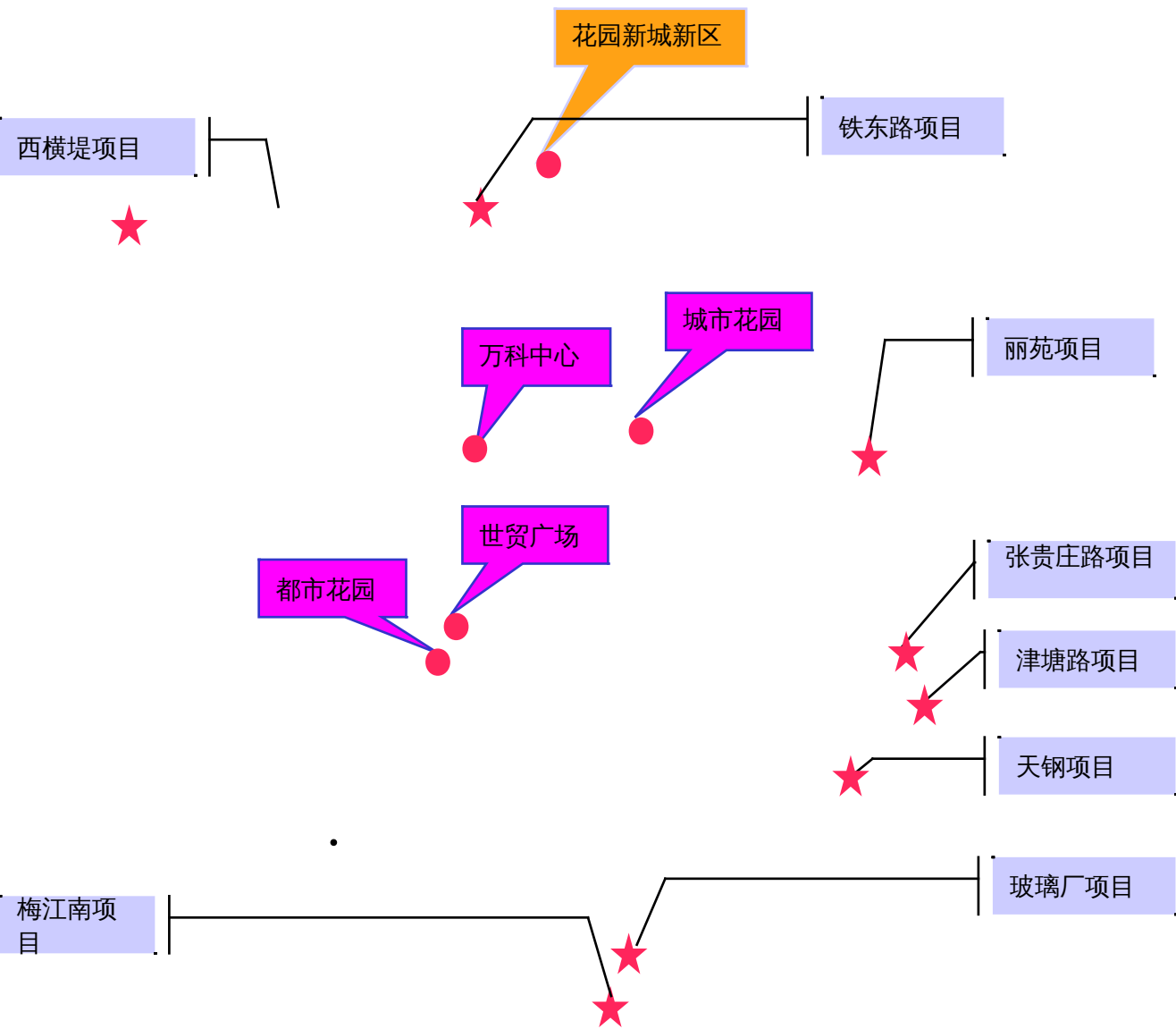
2.天津万科公司经营现状：

目前天津公司在手有两个项目，万科花园新城（含原有新城项目和红旗农场项目）、

东丽湖项目，其中新城项目为在建销售的项目，东丽湖项目目前处于前期工作阶段。新城项目自 98 年开盘以来热销天津市，成为天津公司的主要利润支柱，但到 2002 年后新城项目基本开发完毕，主要为资金回笼，东丽湖项目规模大，是公司长远发展项目，由于区位和产品原因，也不是一短期热销房产，不宜作为公司近两年的利润支柱，是一个追求稳定开发有节奏销售为目的的项目。根据集团总部经营计划要求，天津公司必须再上新项目要达到每年有 3-5 个在开发项目，保证天津公司经营利润指标和万科产品在天津的市场影响力。在目前市场呼唤万科的大好形势下，天津万科应充分利用万科天津地产先锋的社会地位和影响力，抓住机遇，多上新项目，扩大市场占有率，让万科品牌深入到每个天津人心中。

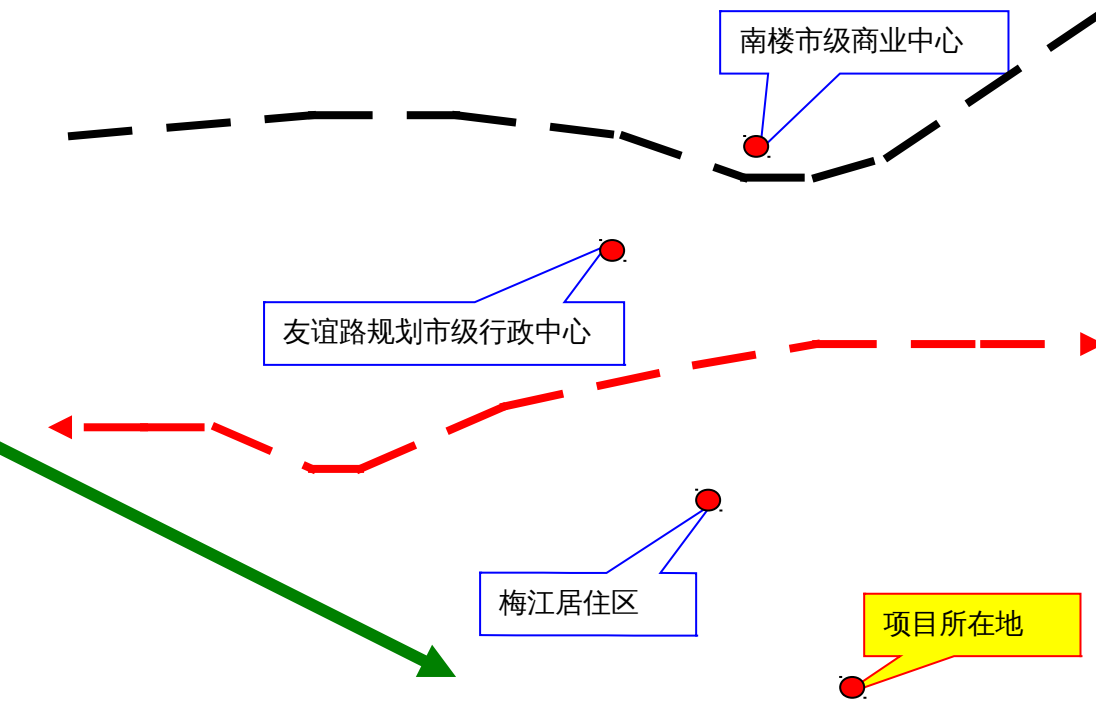
玻璃厂项目区位好，规模适当，发展前景乐观，可作为公司主要利润来源，可以作为重点发展的项目。同时我司拟在该地块建设住宅区，消除污染源，彻底改善周边居民的生活环境质量，为天津城市建设做出贡献。

天津公司现状项目及在谈项目分布:



- 在开发项目:
- 已完成项目:
- 在谈项目:

二.外部因素



该项目具有良好的外部环境，其坐落位置处于天津市区的南部，行政区划为河西区，该项

目所在区域有如下特点和优势:

- ① 根据天津市总体规划, 西南部地区大部分用地规划为教育科研、居住及行政办公用地。
- ② 天津市主导风向为西南风, 西南部区域正处于天津市的上风口, 远离工业区, 空气新鲜, 自然条件优越, 被公认为居住的上佳区域。
- ③ 经济发展状况来看, 该项目所在的河西区是天津市经济最发达、最富裕的城区之一, 该区的房地产起点一直很高, 集中了全市大部分的中高档楼盘。商品房销售均价明显高于除和平区以外的其他各区。
- ④ 规划在河西区天津宾馆地区(友谊路两侧)建设新的市级行政中心, 现有市级行政中心南迁, 南部土地升值潜力大。
- ⑤ 沿解放南路可方便直达南楼市级商业中心, 这里有十八街麻花、鸿起顺饭庄、家乐大型超市等全国闻名的商业设施。
- ⑥ 项目距离规划的东南半环黑牛城道段不足 3 公里, 东南半环是天津市中心市区规划路网中的两个半环之一, 是天津市规划路网骨架中快速交通体系的重要组成部分, 东南半环的修建对该项目的业主出行将会带来很大的方便。
- ⑦ 项目西北侧为梅江居住区, 是由市政府统一组织建设的大型安居居住区, 占地面积

192

公顷, 将建设成为以水景和生态环保为主题的高档居住区, 大大改善了该区域居住环境, 使得该区域住宅市场档次和品位急剧上升。

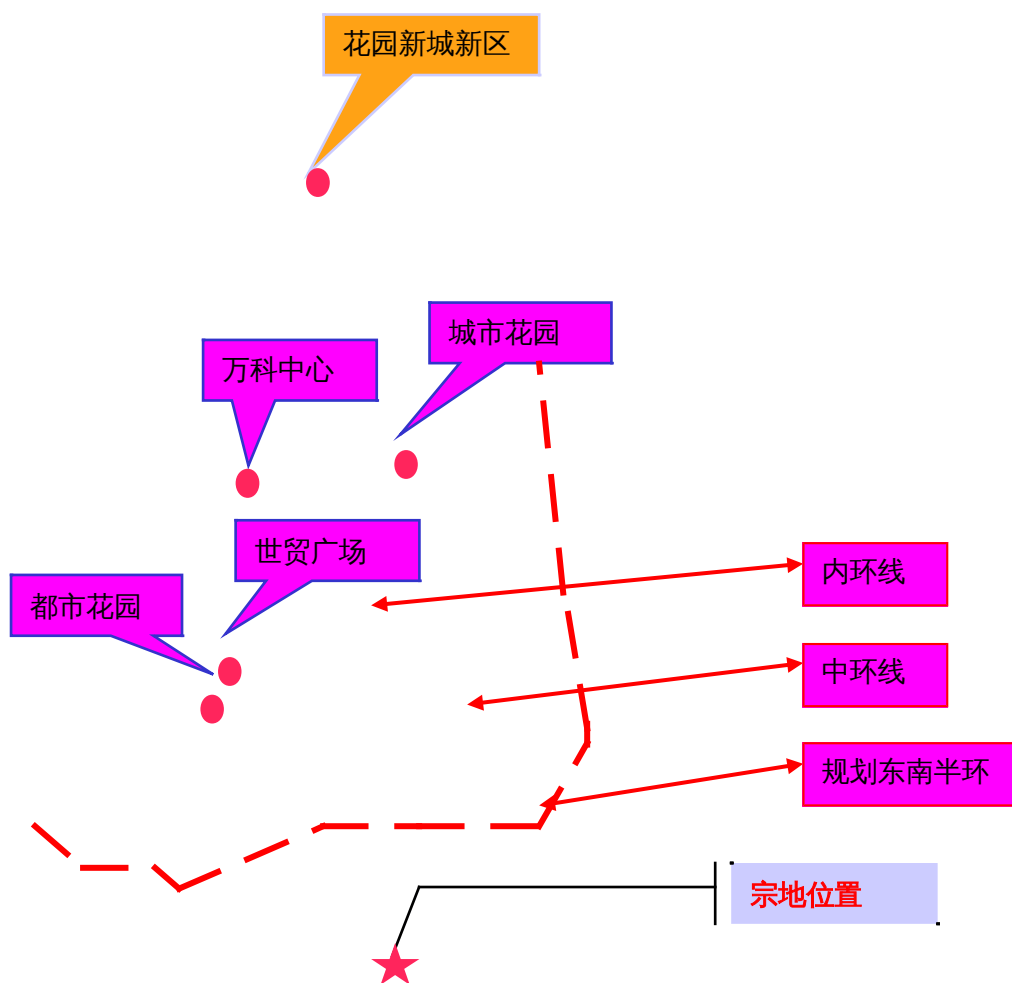
所有以上各种因素, 为万科在此地块建设一个高档居住社区提供一个良好外部环境。

第二章 项目概述

一.宗地区位及用地

1.项目区位

该宗地位于天津市南部,北侧紧临正在建设中的梅江居住区,行政区划属于河西区,距离中环线围堤道段 5 公里,距离正在建设的东南半环线约 3 公里,距离南楼市级商业中心约 6 公里,距离规划友谊路市级行政中心约 5 公里。



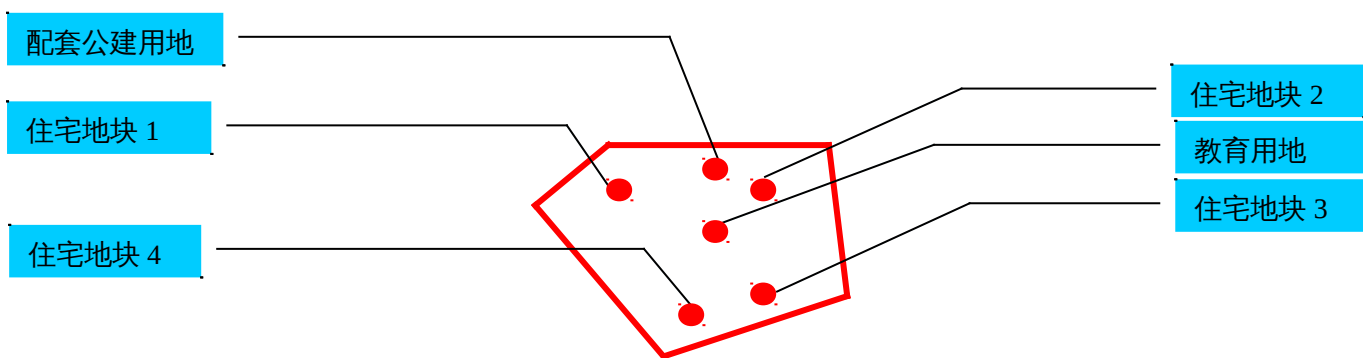
项目区位图

2.项目用地

该项目宗地为国有土地，毛地面积约 525 亩，目前为天津市玻璃厂厂区用地。该宗地拟规划为居住用地，规划用地内均为玻璃厂厂区用地，土地权属明确。按照市规划局编制的控规要求，用地分析见下表：

名称	面积(万平方米)	折算成亩数
毛地面积	35.02	525
其中市政代征地 (含退解放南路道路及绿化带、退卫津河道路及绿化带、退北侧道路及绿化带、退南侧道路用地)	6.27	94
可建设用地面积	28.75	431
其中区内配套用地 (含小学及幼儿园、配套公共服务设施用地)	2.70	41
净住宅用地面积	26.05	391
可建设用地用地率	82%	
净住宅用地率	74%	

项目所在地



3.项目地块内各种用地政府控制性规划指标:

序号	用地性质	用地面积 (万平方米)	容积率	建筑密度 (%)	建筑限高 (M)	绿地率 (%)
1	住宅地块 1	9.89	1.4	30	50	40
2	住宅地块 2	3.17	2.0	30	80	40
3	住宅地块 3	7.4	1.6	30	50	40
4	住宅地块 4	4.54	1.0	30	30	40
5	24 班小学及 15 班幼儿园用地	1.79	0.8	25	25	40
6	储蓄所、物业管理等公共服务设施用地	0.91	1.8	50	50	20

二.宗地现状

1.四至范围:

东至解放南路，南至规划路，西至卫津河，北至规划路。

2.地势状况

项目用地主要为天津玻璃厂的厂区,地势平坦,场地标高与解放南路标高基本相一致。

3.地上物现状

地上物主要为玻璃厂的生产厂房和办公区，另有很少量职工住宅和单身宿舍(约 36 户 42 间房)。厂区内绿化树木较多（为工厂自己种植，在园林局未登记,可根据规划要求进行拆除或保留）。

4.空中线路、地下管线、人防、构筑物等情况（有无变电站、换热站等设施？）

(1) 项目用地内地下管线较多，但均为玻璃厂自用管线，没有横穿厂区的市政的管线。

(2) 项目用地内没有需要保留的文物等设施。

(3) 项目用地内的铁路为玻璃厂自用的铁路专用线，可根据规划要求拆除。

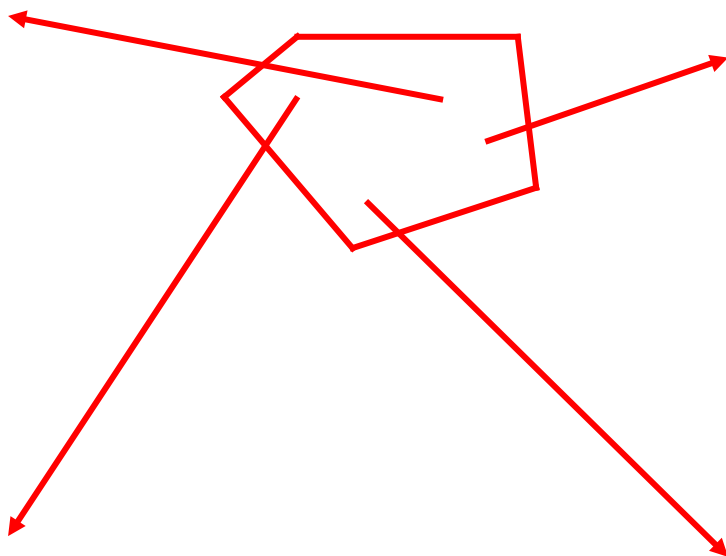
(4) 项目用地西侧有一个 40 平方米的人防设施，处于规划的卫津河绿化带内，对项目建设无影响。

(5) 项目用地内有玻璃厂自己打的 2 口热水井（在地热办有登记），出水温度 50℃ 左

右,可根据规划予以保留,可为项目提供一部分热水。

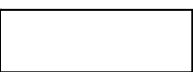
5.地质情况

场地原为农田，厂区已有 50 年历史，无不良工程地质条件。



厂内植被

玻璃厂正门



厂区正门



厂区植被

厂区车间



厂区铁路



卫津河和南部水面照片？

三.项目周边的社区配套

1. 周边 3000 米范围内的社区配套

配套设施分类	名称
教育设施	电子仪表技术学校 水浒武术学校
医疗卫生设施	无
商业设施	劝业超市、津洋宾馆、津洋酒店、太平洋酒店
金融设施	无
市场	珠江装饰城、环渤海装饰城、梅江装饰城 天津汽配城
交通设施	门前有去大港区 628、659 公交线路，距项目 1 公里处有 96、954 路终点站
文化设施	无
体育设施	无

总的来说，玻璃厂周边原为工厂区，基本社区配套比较少，不足以为项目提供服务，该项目在规划实施时应考虑布置相应数量的生活配套设施。

2. 宗地周边 3000 米外可辐射到的主要公共设施如下(主要指南楼商业片区和友谊路沿线):

公用设施种类	公用设施名称
教育设施	大学：天津财经学院、轻工业学院、职业技术师范学院 高中校：北师大天津附中（市重点）、第四中学（市重点）、南楼中学（区重点）
医疗设施	天津医院，河西医院，天津医大第二医院（三级甲等）
大型商业设施	津华五金商场、南楼商场、南楼家乐购物中心一店及二店、河西商场、登发装饰基地、十八街麻花总店
文化设施	天津日报大厦、河西图书大厦、天津科学技术馆、天津国展中心、天津礼堂
体育设施	河西体育场
大型公园	天津乐园
大型宾馆	天津宾馆（三星）、迎宾馆、乐园宾馆（三星）、津利华大酒店（四星）、水晶宫饭店（四星）、天津钢管宾馆（二星）、长青温泉宾馆、

大型商住楼	钢管大厦、万顺大厦、澳东大厦、天津科技大厦、新安大厦、 深圳发展银行大厦、环渤海中心大厦、天津日报大厦
-------	--

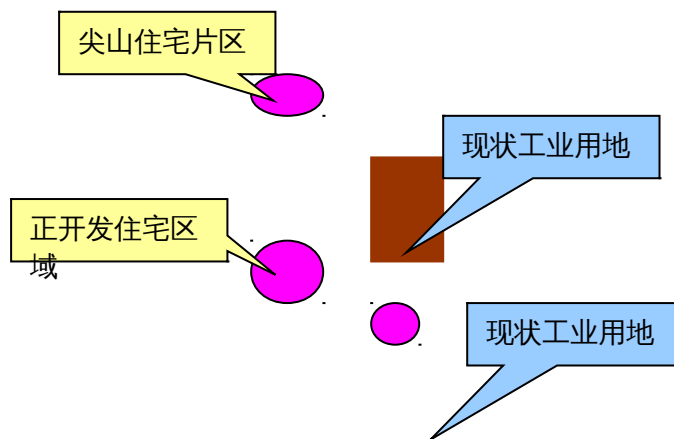
综合分析，从该项目沿主干路网乘车 20 分钟内可方便到达以下二个中心，一是南楼市级商业中心，二是规划的友谊路市级行政中心，这些中心的设施能辐射为该项目服务。

四.项目周边环境

1. 现状项目所在区域环境

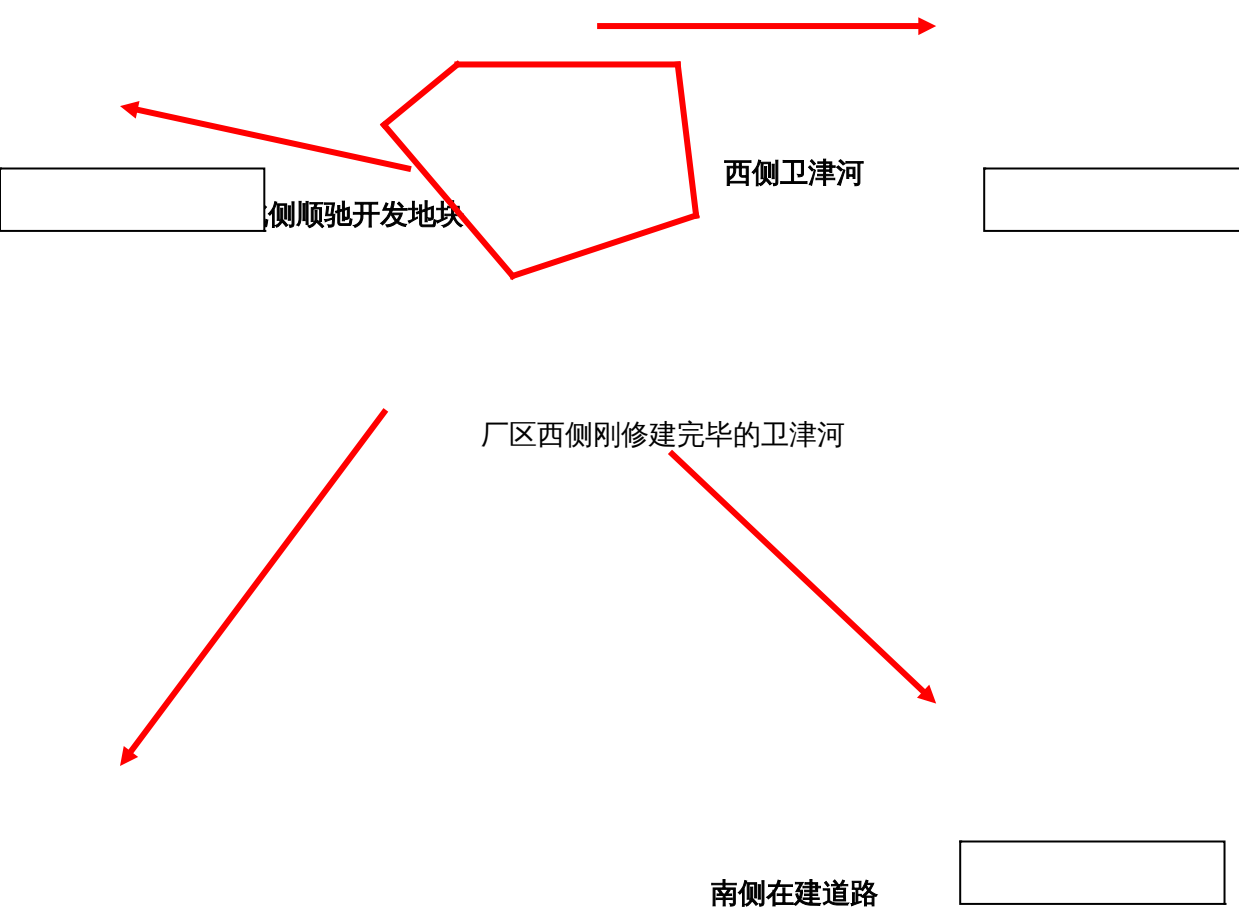
由于历史原因，解放南路两侧原为工厂区,公路两侧工厂林立，90 年代后期，随着城市房地产的发展，原来的部分工厂企业,由于产业结构调整的原因，大多已搬迁改造，象天津市构件厂等企业；建成了如今的顺驰名都、名都新园、摩托罗拉住宅小区等新型住宅小区，逐步带动了该区域的住宅市场；市级迎宾线友谊南路的建成通车和梅江居住区的开发建设，拆迁了原来的许多工厂和破旧房屋，建设了以水景和生态环保为主题的高档居住区，大大改善了该区域居住环境，使得该区域住宅市场档次和品位急剧上升，已成为天津市区上佳居住区位。

但就本项目目前主要出行方向解放南路两侧来看，仍有天津油毡厂、天津无缝钢管厂等工厂企业，同时道路两侧房屋均较破旧，同友谊路沿线景观相比，有一定差距，这是弱势所在，但可随着政府十六条重点道路景观改造城市建设的发展很快得到解决。



2. 项目宗地周边情况

该项目宗地南侧为天津津洋置业公司的养殖场，有大量的水面，拟规划为保留水域，对该项目的环境有一定的积极影响。项目宗地北面现状为天津津洋置业公司的养殖场，规划为居住用地，顺驰集团已与其签定土地开发协议。项目宗地西北侧和西侧原为罐头厂仓库和天津津洋置业公司的养殖场部分用地，现已转让给松江置业公司用于房地产开发，属于梅江南居住区的一部分，该项目与梅江南居住区仅一河之隔----卫津河，基本上形成一个大的居住片区。卫津河已由原来的臭水河改造为环境幽雅的景观河道，使得该项目周边环境有了根本性的改善。项目宗地东面现状为一片空地，原为天津玻璃厂用地，后被附近村民占用，现以被天津玻璃厂收回，面积约 127 亩，规划用途为水面。



梅江南开发用地

3. 周边近期及远期规划对周边环境的主要影响

(1) 该项目距离规划的东南半环黑牛城道段不足 3 公里，东南半环的修建对该项目的出行将会带来很大的方便，东南半环是天津市中心市区规划路网中的两个半环之一，是天津市规划路网骨架中快速交通体系的重要组成部分，其功能是完善天津市东南半部路网，联系海河东西两岸的交通，同时起分流中环线 and 外环线客货交通流的作用，东南半环的建设已列入“十五”规划中，目前黑牛城道段扩宽改造工程即将完成，跨海河大桥计划 2001 年开始修建，2002 年年底通车。

(2) 解放南路规划为 60 米宽城市主干道，两边绿化带宽 30 米，到外环线区段，两边绿化带宽 50 米，并保留现状水面，在项目周边有大量的绿地和水面，形成一道生态景观，既调节了空气，又避免了噪音，对项目带来的好处可谓多多。

(3) 本项目西北侧为梅江居住区，将建设成为以水景和生态环保为主题的高档居住区，大大改善了该区域居住环境，使得该区域住宅市场档次和品位急剧上升，为该项目的定位和提升档次会有非常积极的意义。

(4) 目前项目门前有去大港区 628、659 公交线路，距项目 1 公里处有 96、954 路终点站，项目开发后，该 2 路公交线会很方便延伸到项目门前设置站点，并可引进其他线路，方便项目业主出行。

五. 市政配套

1. 道路情况

现状情况：目前本项目周边的现状市政道路只有一条——解放南路，为天津市区一条重要出入市干道，向北直达市中心区，向南与津港公路连接直通大港区，其现状路宽 30 米。项目南侧的 40 米宽的活水道正在修建，联接梅江和小海地片区，使项目又多了一条出行路线。

规划情况：解放南路规划为 60 米宽城市主干道，两边绿化带宽 30 米，到外环线区段，两边绿化带宽 50 米。项目用地北侧谭江道为规划 30 米道路，通过谭江道将该项目与梅江居住区联结在一起。

2. 市政管线配套情况

总体上讲，该区域原为工厂区，具备基本的市政配套条件，具体分析如下：

给水：在解放南路有 $\phi 800$ 的输水管，可从中引出配水管为该项目提供水源。

排水：在该项目用地南侧规划有一雨水泵站，小区内雨水通过该雨水泵站排入卫津河，污水近期通过厂区内现有的 DN500 入珠江道干管，远期在项目用地南侧规划有一污水泵站，小区内污水通过污水泵站排入解放南路规划 DN800 污水管，由此进入纪庄子污水处理厂。

电力：按照规划，该控规单元的电力由区外变电站解决，原玻璃厂的两路 10 千伏电力就分别由黑牛城道 35 千伏和小海地 35 千伏电站提供，容量为 1800KVA，现有容量不足以满足项目需要，还需通过上述电站提供增容。

通讯：该项目为梅江电话局的服务范围，解放南路现状有 12 孔电信电缆。

燃气：气源为天然气，在解放南路有 $\phi 600$ 的中压天然气管道，为项目气源源头。

供热：为供热空白区，按照规划由陈塘庄热电厂提供集中供热，近期在集中供热不到位时由政府供热部门提供临时锅炉房供热。

六.土地价格

1.补偿费用:

- ① 与土地方的补偿价格按总规划占地面积计算，市政代征地与可建设用地价格相同。可建设用地中，住宅用地与配套公建用地补偿价格相同，即总占地面积为 525 亩，土地补偿费总额约为 22470 万元（以 42.8 万元/亩的价格计算，最终以实际测量面积为准，每亩单价不变，补偿数额多退少补），土地补偿费包括土地使用权转让及地上、地下建、构筑物、各种管线、设备、设施等的拆迁补偿费。
- ② 另补偿原开发商 1000 万元作为退出的补偿。
- ③ 合计毛地补偿费用为 23470 万元，即 45 万元/亩，折到住宅用地为 60 万元/亩。

2.土地出让金:

- ① 出让面积界定:理论上按住宅用地面积出让,即 25 万 M2 出让面积,实际成本测算时按总规划用地面积出让,即 35 万 M2 出让面积(含学校等非营业性公建用地面积)。两者相差 10 万 M2。
- ② 出让金总额:污染企业外迁项目可享受按土地评估值 7%收取出让金，本项目成本测算时按总规划用地面积计算约为 1960 万元，如果按净住宅用地面积出让,约为 1400 万元,可节省 560 万元。（列表说明上述问题）

3.周边地价的比较:

- ① 与梅江地价的比较:

梅江拍卖价为 1248 元/平方米（楼面地价），该地价中为含市政配套的熟地价，容积率在 0.93 左右，推算其可用地地价为 89.51 万元/亩。玻璃厂项目可用地地价（含大配套、出让金、契税等费用）为 72.86 万元/亩。两者同比，梅江高出 16.65 万元/亩，同时，梅江为安居项目，地价中不含出让金、契税等费用，且为招标采购项目，地价支付时间急促。

② 与项目用地北侧顺驰地块比较：

据初步调查顺驰地块的毛地每亩补偿价为 53 万元，折到住宅用地为 66 万元/亩，玻璃厂项目毛地每亩补偿价为 45 万元，折到住宅用地为 60 万元/亩。

综合分析该项目地价比较接近市场价位，能为我方接受。

第三章 法律及政策性风险分析

一.项目用地取得土地使用权的法律手续现状描述

1. 项目用地现状

- ① 土地所有权归属:国有用地
- ② 土地使用权归属：天津远洋玻璃工业有限公司
- ③ 土地的他项权益:没有
- ④ 土地的用途:工业用地
- ⑤ 项目用地现状的文件:天津市津南区核发的津南国用(97 更 1)字第 101 号国有土地使用证

2. 项目用地规划

- ① 项目用地规划用途：拟规划为居住用地
- ② 规划批文：市规划局编制的（10-01-01）控制性详细规划

3.已取得的政府文件：

目前尚未办理项目的任何手续。

3. 项目用地取得土地使用权程序评估

(1) 取得土地使用权程序

- ① 万科与天津远洋玻璃工业有限公司签定土地开发补偿协议。
- ② 去市工业调整办公室办理工业用地调整为居住用地的批文。
- ③ 去市土地局办理土地出让手续，与市土地局签定土地出让合同交纳土地出让金，办理国有土地使用证。

(2) 取得土地使用权需要的工作日

一般向市土地局报土地出让文件后 60 个工作日左右即能与市土地局签定国有土地出让合同，在交纳全部土地出让金后可办理国有土地使用证。[详细说明](#)

(3) 取得土地使用权的风险及控制

土地方新厂址刚选定，还未开工建设，其能否按时搬迁，起决于新厂的建设进度，这是风险所在。

风险控制：土地方保证按时交地，同时在合同中约定每笔付款与立项、拆迁等工作进度相结合，同时约定如果工作延迟，我方从其补偿款中扣除我方的损失。

4. 政策性风险评估

- (1) 项目周边的梅江居住区刚开始启动，新开工面积在 30 万平方米左右，是由政府组织实施的项目，该项目上马一定会对梅江居住区造成很大的压力，政府出于地方保护的原因，会控制该区域的商品房上市量，这样该项目会被推迟立项，不能马上开发，由于政府政策的原因，该项目立项会遇到较大的阻力，但我们分析，根据天津公司与当地政府的良好的关系，通过多方工作，应能解决立项问题。
- (2) 政府对污染企业外迁和东移有许多优惠政策，如对利用污染企业原土地进行商品房开发，土地出让金可按土地评估值的 5-7%收取，但该项目能否顺利按 7%执行，是一个待定因素。我们分析，如果没有大的政策变化，应能实施，同时在与土地方的合同中约定，土地方必须保证土地出让金降到 7%以下，否则，我方从其土地款扣除出让金超出 7%的部分费用。

二.项目合作方式及风险评估

1.合作方介绍：

土地方为天津远洋玻璃工业有限公司，为天津市国营企业，以生产销售玻璃为主营业务，全厂职工 3000 余人。

合作方为香港富联集团国际投资有限公司，为一家合资企业，其退出该项目后必须协助万科公司与土地方的合作并保证万科按其原有合作条件与土地方合作。

2.合作方式

(1) 合作方式

万科一次性买断土地使用权，单独开发。

(2) 操作方式

万科与土地方天津远洋玻璃工业有限公司签定土地开发补偿协议，然后在市土地局办理土地出让手续，与市土地局签定土地出让合同交纳土地出让金，办理国有土地使用证。万科

公司与香港富联集团国际投资有限公司签定退出补偿协议。

3.主要合作条件

(1) 与土地方天津远洋玻璃工业有限公司的土地价款及付款进度

① 土地价款：总占地面积为 525 亩，土地补偿费总额约为 22470 万元（以 42.8 万元/亩的价格计算，最终以实际测量面积为准，每亩单价不变，补偿数额多退少补），土地补偿费包括土地使用权转让及地上、地下建、构筑物、各种管线、设备、设施等的拆迁补偿费。

② 付款计划：

a.双方签订协议后一周内万科公司支付给土地方 5000 万元，并打入双方共同指定的公证处帐户。然后万科公司去办理项目立项,如果该项目立项不成,该笔款如数退回给万科公司。

b.万科公司与市土地局签定国有土地出让合同后，由公证处将 5000 万元存入土地方指定的帐户，如果此时一期约 300 亩开发用地还未提供给万科使用，该笔款延迟到一期用地交地后一周内支付。

c.在万科公司与市土地局签定国有土地出让合同后一年内分四次支付 10000 万元补偿费，每 3 个月付四分之一（即 2500 万元）。

d.在土地方将全部开发用地按要求交给万科公司后一年内分两次付清余款，每 6 个月付余款的 50%， 万元。

③ 土地方的主要工作

a.负责在项目立项后 90 日内提供沿解放南路拆迁完毕后约 300 亩开发用地，其余用地在 2003 年 6 月底前提供给万科公司使用。

b.拆迁内容包括：负责拆迁地上房屋与构筑物及其基础，架空的线路、管线拆除，硬化路面及铁路线拆除、地下构筑物及各种管线拆除等影响项目开发的因素，办理有关手续交纳有关全部税费，交地时保证现场场地平整。

c.负责出具办理项目手续的全部文件、资料、证明等，并负责提供人员配合。

d.负责协调提供该项目临时用水、临时用电。

e.配合万科公司办理该地块从项目立项、签订土地出让合同、取得国有土地使用证的所有事宜。

f.负责协调处理有关该地块遗留问题，在保证万科公司合法开发、建设、销售、使用项目的整个过程中不受因土地方的责任干扰。

g.积极协助万科公司办理各种有关税费的减免，协助万科公司享受企业外迁的优惠出

让金政策，（将出让金总额降低到宗地评估值的 7%以下，低于 7%的节约部分由双方三七分成，土地方拿七成,万科拿三成）

(2) 与合作方香港富联集团国际投资有限公司补偿价款和付款计划

① 补偿价款：总额为 1000 万元，补偿价款包括合作方前期运作费用、退出开发的损失补偿及其协调拆迁等事宜的补偿。

② 付款计划：

a.在项目立项后同时土地方将首期约 300 亩地按要求拆迁完成交给万科公司使用后一周内，万科公司支付 300 万元补偿费。

b.在万科公司与市土地局签订国有土地出让合同及同时土地出让金总额降到宗地评估值的 7%以下后一周内，万科公司支付 300 万元。

c.在土地方将其余剩余土地全部按要求拆迁完后交给万科公司使用后一周内支付 200 万元。

d.余额 200 万元在上述第三次付款后 1 年内分两次付清。

③ 合作方的主要工作：

a.负责与土地方签订一份解除双方合同的协议，并保证万科公司与土地方按照其原来与土地方签定的条款顺利签定土地开发协议。

b.负责要求和协助土地方在项目立项后 90 日内提供沿解放南路拆迁完毕后约 300 亩开发用地，其余用地在 2003 年 6 月底前提供给万科公司使用。

c.负责协调万科公司办理该地块从项目立项、签订土地出让合同、取得国有土地使用证的所有事宜。

d.负责协调处理有关该地块遗留问题，在保证万科公司合法开发、建设、销售、使用项目的整个过程中不受干扰。

e.积极协助万科公司办理各种有关税费的减免，负责协调万科公司享受企业外迁的优惠出让金政策，保证将土地出让金总额降低到宗地评估值的 7%以下。

4.合作风险评估

(1) 合作背景：天津远洋玻璃工业有限公司为污染企业,其用地及周边用地规划为居住用地,其不适合在该区域继续生产,同时该公司也想通过建设新厂扩大规模和进行技术改造,增加企业竞争力,该公司与香港富联集团国际投资有限公司签定了土地开发意向书,通过谈判,香港富联集团国际投资有限公司同意退出该项目,前提是我司承诺 1000 万元补偿费,在此情况下,万科直接与土地方进行合作。

- (2) 土地使用年限：原为行政划拨土地，无使用年限限制，出让为商品房用地后，出让年限为 70 年。
- (3) 土地权属情况：根据土地方提供的土地证件，土地权属明确，无法律纠纷。
- (4) 土地方的信任情况：土地方为经营良好的国营企业，信任等级较高，我方直接与土地方签订协议，最大限度避免土地风险。
- (5) 付款进度与土地手续的配合：从前面与合作方的付款计划可看出，基本每笔付款都对应合作方相应工作的完成，最大限度避免合作风险。
- (6) 其他与土地政策相关规定：
 - a.工业东移企业及污染企业搬迁征用农田，免征耕地占用税、契税；转让原有土地的收入，采取即征即返的形式，免征营业税和所得税，作为国有资本金投入。
 - b.是为支持污染企业工业东移，加快企业建设和搬迁，尽快启动生产，对企业土地变现有特殊困难的，经市政府批准，可根据企业具体情况，以其土地使用权、有价证券等资产作抵押，按照评估价格或约定价格，由市财政局给予资金垫付支持，待企业土地变现后再予归还。
 - c.利用原污染企业用地进行房地产开发，土地出让金可按土地评估值的 5-7%收取。

三.总体评价

该项目总体讲法律手续比较简单，我司与土地方直接签订土地开发协议，然后在市土地局办理协议出让，合作风险相对较低。宗地拟规划为居住用地，土地使用性质基本明确。

第四章 市场研究

一.区域市场成长状况：

1.区域市场简述：

该项目行政隶属河西区，位于解放南路和友谊南路之间，距离外环线 1.2 公里。区域市场范围界定在整个河西区（如图所示），河西区是危改实施较早的地区，市政建设和各项功能、环境都较完善，故此吸引大量区外人口涌入，目前人口总数为 79.14 万人，比 90 年增加了 13.14 万人。2000 年该区域市场住宅累计供应量为 113.87 万平米，当年销量 92.76 万平米，市场基本处于平衡状态。

图一：区域市场范围界定(紫色板块)



河西区

该区域市场的基本特征表现如下：

- 1) 由于政府的大力支持，该区域市场目前正处于快速增长时期，区内整体生活环境和配套条件得到明显的提升。
- 2) 从产品供应和客户购买力可以看出，该区域已经成为天津市中高档物业的集中区域，中高档市场发展的较为成熟且市场容量相对较大。
- 3) 区域内产品趋同性强，规划水平差异性较强，具备先进规划的物业一般都为全市性定位，市场空间较为广阔。
- 4) 开发时间较早的区域市场，整体呈现购买力强，改善的需求愿望强，对于区外市场的辐射力强。
- 5) 梅江生态小区~~宗地~~今年整个天津地产市场的开发热点，同时也促进了该区域市场整体价位提升。

2. 区域市场在市内各项指标成长状况

◆ 销售量：

该区域市场的销售量一直稳步增长，尤其是2000年的增长幅度最大，与99年同比增长了61%。

◆ 销售量与上市量的比较：

目前河西区区域市场基本处于供销平衡状态。

◆ 平均单价走势：

河西区的平均单价一直在3200元/平米到3300元/平米之间，平均价位仅次于和平区，是中高档物业的集中区域。

二.区域市场供应产品特征：

□ 区域市场各档次产品供应状况：

价格空间	主要产品类型	供应比例
2500 以下	多层	25%
2500—3500	多层、小高层	50%
3500—4000	多层、小高层	15%
4000 以上	多层、小高层、别墅	10%

◆ 各档次产品 2001 年上半年需求状况：

由上述可见，如忽略统计误差，河西市场基本呈现各档次产品供需的差量空间基本相近，即各档次产品皆未出现明显的供求悬殊、供应量远小于需求量的良好投资空间。

◆区域市场各档次产品的集合特征：

河西市场产品几乎汇集了整体市场内各档次的产品，产品类型丰富，各档次产品交叉分布，几乎无明显的档次分布区域。依据产品单价可将该市场产品分为以下几类：

(1) 低于 2500 元/平方米：

该档次产品多分布于远离城市中心的位置，地域分布较差，多为开发形式单一，配套、设计上仅顾及区内基本的环境、配套要求。借地理位置及产品投入等全方面的降低成本以迎合该区域拆迁户和实力较弱的外迁户的需求。建筑形式基本为多层。具有代表性的项目有：

项目名称	规模 (m ²)	建筑形 式	绿化率	均价 (元/m ²)	主力产品 (m ²)
瑞江花园 (一 期)	整体 40 万	多层	35%	2400	70-90 (两室)
金海湾	20 万	多层	30%	2480	90-100 (两室)
荣华园	3 万	多层	36%	2300	80-90 (两室)

(2) 2500—3500 元/平米：

该档次产品在该区域需求中处于绝对主力产品地位。此类产品也多数分布城市中心外

的位置，但此类物业对产品以外附加值的设计已较为注重，从景观设计、户型选型、高科技材料运用等方面做得较细，以此弥补地域优势不足。

且该类物业多为大、中型规模的开发，产品主要以多层开发为主，辅以部分小高层。

具有代表性的项目有：

项目名称	规模 (m ²)	发售资源	建筑形式	容积率	均价 (元/m ²)	主力产品 (m ²)	消化率
顺驰名都	15万	15万	多层 小高层	1.3	2800	100-120	基本售罄
名都新园	10万	10万	多层	1.2	2500	90-100 (两室) 120-125 (三室)	75%

(3) 3500—4000 元/平米

该档次产品的开发基本分为两大类，一类为：产品多为小高层，产品自身优势较少，依仗地理优势跻身于该空间市场；另一类为：跳出局部区域市场的产品，极其强调产品外的环境、文化、配套等优势，主动拉升区位，从而大幅度提高物业档次。

项目名称	规模 (m ²)	发售资源 (m ²)	建筑形式	容积率	均价 (元/m ²)	主力产品 (m ²)	消化率
世纪城	22万	20万	多层 小高层	1.29	3600	100 (两室) 140 (三室)	70%
芳水园	11.9万	约2万	多层 小高层	0.9	3800	120-150	15%
蓝水假期	12.8万	内认期 12.8万	多层 小高层	0.9	3900	140-160	20%

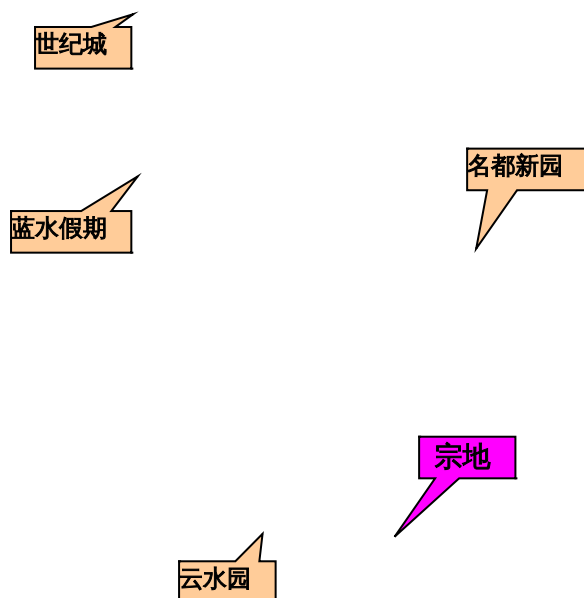
(4) 4000 元/平米

此类产品基本集中在市中心区域，地理位置优势是绝对的，同时，产品开发上追求深度比较注重对文化、环境、产品等方面雕琢。但该产品由于受地域限制，产品开发趋同，且多为小高层，小区环境条件多不如远离市中心区域的中高档项目。

项目名称	规模 (m ²)	发售资源 (m ²)	产品形式	均价 (元/m ²)	主力产品 (m ²)	消化率
泰达园	9万	9万	多层 高层	4200	110 120-130	75%
罗马花园	5万	2万多	小高层 高层	5300	150(两室)	70%

3.区域内个案状况：

个案分布与宗地位置关系图：



3.1 世纪城：

该项目由多层、小高层组成，产品形式单一，主力户型集中在 100 平方米（两室）以及 140（平米）三室。（详细技术指标请参看第四页对应表格内容）

该项目一直极其注重产品的宣传，在宣传力度、空间利用度以及持久性和高密度性方面，处处都要体现出实力公司的手笔。该项目一直以高科技的“H 概念社区”为宣传主题，目标客群直指“高学历、高智商、高层次、高收入、高需求的‘H’一族”。

总结：该项目产品单一，项目主要依靠科技运用后的“八大优势”为主要竞争点，同时，今年 6 月，美国易道打造的社区环境的落成，又新添了卖点，促进了销售。

3.2 梅江-蓝水假期：

蓝水假期以小高层(9-12层)、多层(4-5层)、别墅的建筑形式构成，小高层与多层栋数为1:1，各楼体呈曲线型、围合式分布，在保证采光、通风的舒适性同时，最大限度的利用了景观资源的观赏价值。该项目70%的住户可看到水景，且每户窗外都有绿色，景观均好性发挥到极至。

产品面积偏大，主力户型在140-160之间，户型并无创新，同市场有很大趋同性。

产品推广方面，以“亲水住宅”为主题，运用友谊商场门前的形象推广、发售享受特惠的认购卡、以及高密度的立体宣传，推出休闲生活概念，运用概念引领客户的消费趋向。

总结：该项目产品方面不具备竞争优势，主要依靠生态、科技的运用为主要竞争点，最市场炒做的很热，但项目开发、策划方面并无突破性的拓展。

3.3 云水园：

该项目由多层及少部分小高层、别墅构成，区内规划除建设了“国际老人村”外，环境建造上并不具备优势，尤其是别墅区的环境，更是与高档的建筑形式不相称。别墅分为240、280平方米两种，均价约在5300元/平米左右。（详细技术指标请参看第四页对应表格内容）

该项目于99年11月即开盘发售，宣传上一直不温不火，虽该项目不隶属于梅江小区，但广告中打出“梅江第一片风景”的广告语吸引客户，但其销售业绩不佳，经过1年多的推广周期，80套别墅刚售出过半，公寓的销售更是仅售出60%。

总结：该项目地理位置上紧邻梅江，故一直以购房升值为主导卖点，并期望借助梅江的建设来完善区域功能，运用了借大势推小势的做法。

3.4 明都新园：

该项目以多层为主构成，产品以90平米两室为主力。在同档次产品中，该项目区内环境规划及配套设计还是相当到位的，项目性能比达到了较佳的效果，重点吸引了本区安居以及部分改善型需求客户。（详细技术指标请参看第四页对应表格内容）

总结：该项目注重了附加值的提高，在同档次产品中拉升了住宅品质，助推了产品从同等竞争中脱颖而出。

三、整体市场对本案有重大影响的因素：

受政府启动“梅江”生态居住区的刺激，现黑牛城道以南的广大区域已经形成一个大的热点开发区域，包括：梅江南、凌庄子区域，其中尤以梅江及梅江南的规模、规划最具影响力和带动力，在该区域市场内将起到不可替代的主导作用，天玻紧临梅江及梅江南，属于该热点商圈的辐射范围内，故此，上述两个区域将成为天玻项目的主要竞争对手，梅江及梅江南的发展对天玻项目的影响将是至关重要和不容忽视的。

■ 梅江生态居住区

(一) 梅江总体状况分析：

1、总体规划：

该居住区整体规划占地 191.98 公顷，总建筑面积 178.24 万平方米，其中住宅建筑面积 15612 万平方米，公建 22.12 万平方米。整个居住区共划分为 15 个居住小区和 2 个公建区。总容积率为 0.928，绿化绿 35%，区内规划水面 23 公顷，占总用地的 11%，有水面的小区湖景绿化率达到 40%以上。

2、开发节奏及上市安排：

该生态居住区分两步建设，正在建设的为1# - 6#地，规划占地78.3公顷，总建筑面积71.1万平方米，其中住宅61.32万平方米，公建9.8万平方米，水面7.3公顷。

今年起步建设70.12万建筑平方米，年底竣工30万建筑平方米，预计明年下半年该区域将建成进住，到2005年，整个梅江生态区的起步区和二期工程将全部建成竣工。

3、配套：

➤ 智能化：

- 1) 专用10兆宽带网线入户。
- 2) 6表（电表、煤气表、热力表、纯净水表、中水表、自来水表）远传抄表，再通过梅江卡自动收缴费用。
- 3) 通过梅江局域网络平台提供全方面的信息服务。
- 4) 安防系统包括社区安防、家庭安防，其中家庭安防运用智能家庭终端控制器通过门磁、窗磁、红外、烟感、煤气探头与煤气锁闭连动和紧急按钮等与物业中心相连，实现安全报警。

➤ 高新建材：运用了环保型、节能型建筑材料

➤ 新技术：

中水、直饮水、自来水三水直接入户，垃圾无害化处理，远传技术换热。

(二) 重点项目对比分析：

1、梅江项目与天波项目优劣势对比：

优劣势对比项	蓝水假期	芳水园	天波
规划用地	13.6万 m ²	12.53万 m ²	35.02万 m ²
总建筑面积	12.9万 m ²	11.9万 m ²	25.01万 m ²
楼面地价	1248元/m ²	1248元/m ²	
地点	友谊路延长线	友谊路延长线	解放南路
开发商	顺驰投资	华夏经济房	万科计划投资
交通	路况好,出行便利	路况好,出行便利	
配套公建	小学、派出所	-	小学
配套设施	三水入户、远程抄表 安防系统、10兆宽带 梅江卡、梅江局域网	三水入户、远程抄表 安防系统、10兆宽带 梅江卡、梅江局域网	
容积率	0.9 (含水面)	0.95 (含水面)	0.96

水面	2.85 公顷	2.65 公顷	
绿化率	58.5 湖景绿化率	31.55% 53%湖景绿化率	
工程进度	2002 年 10 月底交工	2002 年 8 月底交工	
可售面积	79-205 m ²	70-240m ²	
主力面积	130-160 m ²	120-150 m ²	
主力总价	50-62 万元	45-57 万元	
热销面积	130 (小三室)	120	-

产品对比：

优劣势对比项	蓝水假期	芳水园	天玻
平均单价	3900 元/m ²	3800 元/m ²	元/m ²
户型配比	多层 (4 层半) : 65% 高层(9-12 层) : 30% 别墅 (未开发) : 5%	多层 ; 70% 高层 : 30%	多层 : 小高层 : 联排别墅 :
面积配比	多层 (4 层半) : 高层(9-12 层) : 别墅 (未开发) :	多层 小高层 高层	多层 : 小高层 : 联排别墅 :
价格	多层 : 起价 3400 小高层、高层 : 起价 3300 别墅 : 10000 元/平方米左右 连体别墅 : 5000 元/平方米左右	多层 小高层 高层	多层 : 小高层 : 联排别墅 :
主力户型	130-160	120-150	

2、梅江南：

梅江南规划可用地是 215.6 公顷，规划保留水面 60 公顷，居住区建筑密度不大于 22%，其中建筑面积约在 130 万平方米，4 层左右的多层住宅将占总住宅规划的 75%左右，每户平均面积约为 120 平方米。（以上数据摘自《天津日报》）

规划部门对梅江南小区的发展定位是面向中高收入家庭的中高档商品房开发的一个生态、超前型和智能化的 21 世纪康居社区。

现阶段梅江南地域内仅有一个开盘项目即云水园，国际老人村就坐落于该项目。

优劣势对比项	云水园	天玻
--------	-----	----

规划用地	8.1 万 m ²	35.02 万 m ²
总建筑面积	5.8 万 m ²	25.01 万 m ²
楼面地价		
地点	友谊南路与潭江道交口	解放南路
开发商	津兴地产	
交通	距离外环线不足 1 公里,有上外环的出入口	
配套公建	国际康体中心 (国际老人村)	小学
配套设施	地热温泉、三水入户、 安防系统	
容积率	1	
绿化率	38%	
工程进度	2001 年 12 月底交工	
可售面积	118-280 m ²	
主力面积	118 m ²	
主力总价	41 万元 (公寓) 110 万元 (别墅)	
热销面积	118 m ²	-

产品对比：

优劣势对比项	云水园	天玻
平均单价	2450 元/m ² 2950 元/m ²	元/m ²
户型配比	多层 (4 层半) : 70% 高层(9 层) : 20% 别墅 (2.5 层) : 10%	多层 : 小高层 : 联排别墅 : 20%
面积配比	多层 (4 层半) : 118 m ² 高层(9-12 层) : 160 m ² 别墅 (未开发) : 220 m ²	多层 : 小高层 : 联排别墅 :
价格	多层 : 起价 3120 小高层 : 起价 3400 别墅 : 起价 5000 元/平方米	多层 : 3800 起价 小高层 : 3300 起价 联排别墅 : 4800 起

		价
主力户型	118 m ²	

3、梅江、梅江南总体特点分析:

- (1) 上述居住区位于友谊路延长线上，临近市内繁华区，且该线路相对天玻项目所在的解放南路要热的多，更容易吸引有效客群。
- (2) 梅江小区整体规模大，政府极其重视和支持，在政府和商家的双向宣传导向下，该区域已经形成了消费者关注的热点和商家开发的热点，致使项目的价格已经跳出了区域市场的圈子，形成了自身的价格发展体系。
- (3) **生态住宅区概念的提出，引导市场消费。**梅江居住区作为第一个大型的生态居住区，倡导环保、节能，注重配套、高科技的运用，使得购房者的观念进一步更新，产品的更新换代又促使市场培养了一批追求高品质生活的实力客群，同时，大户型产品的集中开发，又形成了改善型消费较为集中的市场特征。
- (4) **加剧了该区域的市场竞争。**在没有强大外因刺激的情况下，市场各档次的需求量基本是相对恒定的，而占地 192 公顷的梅江居住区的陆续开发，将抢占大量中高档消费个体。

四.区域目标市场客层研究和市场定位

1.目标市场客层特征：

该区域客户基本分为三类：

- **追求高档物业的多次置业人士：**此类人群由于已具备改善型住房，故具备对住宅各项指标全方位挑剔的资本，尤其注重区域地点、环境景观、文化氛围、科技运用、物业品牌等方面。上述条件相对都不多的项目容易炒成热点盘，故该类人群一个明显特点就是容易追随热点、潮流楼盘，且其中一部分人群购房为投资目的。
- **追求高品质生活质量的改善型客户：**此类客户以购置第一居所为主，以全面改善现有住房条件为主要购房目的，追求面积指标增大、产品改进，同时又追求居住环境改善、居住品质提高，此类客户消费观念较为成熟、冷静，往往不为媒体宣传所左右。
- **留恋或向往河西区优越地理位置的安居型客户：**此类客户购买力较弱，同时又对河西区又较为眷恋，但河西区价格相对较高，由于受经济实力的限制，故此

类人群只能以牺牲面积、地点、产品附加值为代价，以获取在本区生活的条件。

此类人群购房首要条件是房型、面积，在经济条件允许的情况下在考虑地点、环境等其它因素。

2.本案目标人群特征

本案目标人群来源于全市各个区，基本以河西区、南开区客户为主。在职业特点上主要集中于经商人士、外企白领、政府官员等收入水平较高并且稳定的人群，他们追求高品质的生活质量，对小区的环境、配套设施等要求比区域内现有小区要提

高一个档次。

3.确定目标客户

客户主体：**追求高档物业的多次置业人士。**

客户辅助体：**追求高品质生活质量的改善型客户。**

4.产品及价格定位：

综合上述分析，建议本项目的建筑形式为多层，住宅容积率建议定在 1.0 左右。

第五章 规划设计要点

一.初步规划设计思路

1. 总体规划设计思路

拟借鉴万科新城欧美小镇的发展经验在天津市南部地区建设一个高档次的居住社区。并注意从以下几方面着手，以达到完善的规划设计效果。

- 主题鲜明、立意丰富的社区内涵

- 畅通有效的交通组织及交通工具停放设置
- 优秀的住宅户型配以风格独特的立面设计
- 经济、实用、富有创新的社区配套
- 充分利用现状植物保留，点、线、面的景观设计与周边环境、环保有机的相结合
- 合理的市政设施配套
- 规划设计中建筑空间与景观空间的有机结合

具体反映在规划上，意图实现“花园城市”构想，规划设计成为由不同的多层住宅类型、密度、空间、形体、平面居住社区，社区内具有完整的配套服务设施及管理系统，满足“以人为本”的居住理念。

2. 产品特征

以低层住宅产品为主，多层与小高层住宅为辅。推出低层联排别墅、独立、双拼别墅、四层花园洋房以及九至十二层小高层住宅等多种类型的住宅产品。并以小高层来提高项目容积率。

3. 充分考虑住宅建设中新技术、新材料的应用，并达到国家二级节能标准。
4. 本项目所在地梅江及梅江南区域作为天津市房地产开发热点，在政府市政规划与投入、住宅市场潜力、发展趋势、开发方向以及销售引导上都具有较强的优势。但在现阶段也存在着热点开发节奏较为缓慢、开发产品单一的弊端。基于梅江及梅江南区域的外部环境和市场情况，以及万科在社区发展、产品规划和品牌影响力、物业管理等方面的优势，考虑借鉴万科新城的成功经验，在该地区开发低层、低容积率的联排别墅为主的玻璃厂项目，具有良好的市场前景。
5. 玻璃厂项目位于梅江居住区东南、梅江南居住区以东，西临市政景观河——卫津河，北侧为城市规划道路，东临城市主干道——解放南路，交通十分便利。由于临近未来大型居住区，周边社区配套的规划配置较为完备，在本项目的社区配套规划中只需配置小学校、幼儿园。部分配套设施可考虑与梅江及梅江南居住区规划的配套资源共享，但周边地区当前可利用的配套资源较为缺乏。该项目的用地现状中，环境资源较为丰富；原厂区建设中，保留了大量的高大树木，本项目的开发建设对完善该区域的自然环境，提高并丰富该区域的居住层次，带动该区域的社区文化建设与居住新观念，并为万科占领天津市区重要的住宅市场——南部地区，有着深远的影响。

二. 规划设计的可行性分析

1. 项目用地内规划有一小学,该小学不单纯为该项目服务,而是为整个控规单元区域内居民

服务,由于项目用地南侧梅江二期用地内规划有一规模较大的国际学校距离本项目较近,本项目内小学就有可能不必须建设,我司希望规划调整掉该学校,但目前未确定,在规划时仍考虑建设,同时合作方表示他们出面来调规划或建设学校,我司按规定交纳有关教育建设费用。

2.该项目目前只有政府做的控制性规划,在做详细规划时,可进行适当调整,一般来说项目周边的市政道路是不能调整的,项目用地内规划支路及配套公建位置可进行调整,容积率也可进行调整,但不能超过政府规划的上限。

3.我司拟规划的经济技术指标:

① 总用地面积: 35.02 万平方米

其中:

市政待征地: 6.27 万平方米

居住用地: 28.75 万平方米

② 总建筑面积: 26.81 万平方米

居住用地容积率: 0.87

其中:

非营业性公建: 1.5 万平方米

营业性公建: 0.3 万平方米

住宅总建筑面积: 25.01 万平方米

住宅容积率: 0.96

③ 住宅建设用地: 26.05 万平方米。

产品: 四层---五层半花园洋房 50%

联排别墅 40%

小高层 10%

4.我司拟定住宅容积率为 1.0 左右,拟以多层为主导产品,突出环境设计,强调高尚社区文化氛围,实现我司规划设计思路。

5.项目宗地比较规整,朝向南偏东 15° 左右,属黄金朝向。东至市政干道——解放南路,需退绿化隔离带 50 米;北至市政规划路,需退绿化隔离带 10 米;西至市政景观河——卫津河,需退绿化隔离带 20 米;南至市政规划路。该地块原为玻璃厂区,地势平坦,地块内竖向标高与市政干道相符。总体来讲场地情况良好,适于完成我司规划设想。

6.居住区主要出入口沿规划路和红旗南路设置,方便交通及与现有居住区的沟通联系。

7.由于该项目周边的开发缓慢,当前基本生活配套设施不健全,需按规划配套建设公建,

规划配套公建面积约 1.5 万平米，并考虑部分与梅江及梅江南居住区生活配套设施的资源共享，周边地区可利用大的商业、医疗、教育、文化、体育以及娱乐设施完备，方便居民使用，规划中可考虑少建营业性公建。

8.通过对天津市房地产市场及梅江、顺弛名都、名都新园等周边居住区楼盘对照分析，表明我司拟在玻璃厂项目推出的多层住宅产品的规划设想，抓住了该地区缺乏标志性高品质住宅的市场迎合点，具有很强的可操作性。

第六章 项目开发计划

一.开发机遇：

- 1.根据天津公司 2001 年经营计划，需要有新的项目上马，提供利润支持，以保证完成集团下达的经营计划。
- 2.该项目主要竞争项目梅江生态居住区已经开始建设，但大气候还未形成，该项目如果今年开发将具有优势。
- 3.该项目地价支付压力较大，不适合做储备项目。

鉴于以上几点，计划 2002 年开发该项目，初步预计可在 2002 年初开工。

二.开发周期安排：

玻璃厂项目如果按我司的规划设想进行调整后，项目总建筑面积为 26.81 万平米,其中住宅面积约 25.01 万平米，配套非营业性公建面积 1.5 万平米，考虑配套的学校约 1 万平米由合作方建设,我司建设约 0.5 万平米的非营业性公建,可销售住宅面积约 25.01 万平米。营业性公建 0.3 万平米考虑招商或自收自支,不在开发计划中体现,该项目拟分四年开发：

- 1、2002 年开发 7 万平米。
- 2、2003 年开发 7 万平米。
- 3、2004 年开发 7 万平米。
- 4、2005 年开发 4.51 万平米。

三.销售周期安排：

- 2002 年销售 6 万平米，结算 6 万平米；
 2003 年销售 8 万平米，结算 8 万平米；
 2004 年销售 7 万平米，结算 7 万平米
 2005 年销售 4 万平米，结算 4 万平米。

第七章 投资收益分析

一. 成本预测

依据项目现状条件、各专业配套收费标准及其他政策性收费标准、新城东区实际成本水平，在不考虑可售商业配套的情况下，估算该项目总投资 8.68 亿元，单位可售面积完全成本 2892 元/平米，详细构成如下：

项 目	总成本(万元)	单位成本	说 明
一、土地成本	31,394	1,046	
土地方补偿费	22,470	749	总用地 525 亩，每亩 42.8 万元;地价中包含土地使用权转让及地上、地下建/构筑物、各种管线\设施拆迁
合作方补偿	1,000	33	与合作方初步确定。

费			
出让金	1,960	65	出让面积 525 亩(35 万平米), 评估价约 800 元/平米, 应按 17% 计算, 应为 136 元/平米, 污染企业外迁可优惠到 7%, 计 56 元/平米
大市政配套费	5,033	168	建筑面积 18 万平米*165 元/平米, 其中含污水 26、雨水 39、煤气 30、自来水 25、道路及其他 45 元/平米
交易费	47	2	评估值的 0.21%
契税	884	29	土地补偿费/出让金/大配套之和的 3%
二、开发前期费	5,205	173	
勘察设计费	1,190	40	
报批报建费	3,752	125	
三通一平费	122	4	场地具备道路\场地平整, 按新城标准考虑临水 31 万元\临电 92 万元.
临时设施费	142	5	临时围墙 31 万/临时办公室 50(装修)/临时围板 61 万
三、主体工程费	28,500	950	新城东区多层签约价 827 元/平米, 变更及签证 35 元/平米, 本项目按 860 元/平米考虑; 另考虑 20 套样板间 500 万、考虑提高建造档次 2200 万, 折 73 元/平米;
四、社区管网费	11,943	398	
给排水系统费	1,891	63	
供暖系统费	3,416	114	含换热站建设费、红线外管网费 25 元/平米、锅炉房建设费 40 元/平米、锅炉房征地费 17 元/平米; 区内工程费为 40 元/平米;
室外燃气系统	1,556	52	含气源发展基金 20 元/平米、区内工程费 28 元/平米、灶表费 3 元/平米;
室外高低压	3,353	112	
室外消防系统	92	3	
室外智能系统	671	22	
道路及广场	763	25	新城此项造价约为 45.27 元/平方米.
综合管网设计	203	7	工程费的 2%。
五、园林环境	1,770	59	依设计方案的不同而不同
环境设计	161	5	环境工程总造价*10%
绿化建设费	1,220	41	区内、区外绿化支出, 新城约为 65 元/平方米
建筑小品	92	3	新城此项造价约为 5.6 元/平方米
围墙建造费	115	4	包括永久性围墙、围栏及大门, 约为 500 元/延米, 本项目围墙约为 2300 米
室外照明	92	3	室外照明电气工程, 如路灯、草坪灯, 新城此项造价约为 6.54 元/平方米
室外零星设施	92	3	各种指示牌、标识牌、示意图等, 新城此项造价约为 3.15 元/平方米

六、公建配套费	1,495	50	
幼儿园	280	9	按 2000 平米考虑，每平米土建 1200 元，配置费 200 元/平米
游泳池	450	15	
网球场	75	3	建造成本及配套物品购置,一个标准尺寸的网球场为 40 万
儿童游乐设施	240	8	土建、设备、各项设施,
非营业性公建	450	15	会所、居委会等 3000 平米，土建 1200 元/平米，设备及装修 300 元/平米
七、直接费合计	80,306	2,677	
八、不可预见费	808	27	直接成本*1%
九、开发间接费	1,664	55	监理费 214 万(7 元/平)/行政管理费 960 万(20 万每月)/利息 730 万
十、开发成本	82,778	2,759	
十一、营销费用	3,990	133	销售收入*3.5%
十二、总投资	86,768	2,892	

二.税务分析

天津地区通过公司争取，一般可从政府取得灵活的优惠税收政策，目前兴业发展公司享受所得税 50%、营业税 20%(区外项目均为 50%)的优惠；住宅发展公司享受营业税及所得税 50%的优惠，目前初步计划以住宅发展公司名义开发该项目，但能否实现税收优惠尚有一定的不确定性，保守测算，按国家法定税率考虑：

- 1、 营业税及附加：销售收入的 5.05%；
- 2、 所得税：税前利润的 33%；
- 3、 土地转让契税：土地成本（拆迁补偿费、土地出让金、大市政配套费）的 3%；

即使按法定所得税率，因天津公司亏损项目（业务）及公司本部费用的存在，实际税付可能远低于 33%，但从项目评价角度，暂不考虑该因素。

三.经济效益分析

1.项目总体收益情况：

根据上述售价、成本及税务测算，该项目总体经营情况如下：

经济指标	单位数值 (元/m ²)	项目总金额 (万元)
销售收入	3800	114,000
直接成本	2649	80,306
总投资	2892	86,768

税前利润	716	21,475
税后利润	480	14,388
内部收益率	51.53%	
销售净利率	12.62%	
总投资回报率	16.58%	
销售毛利率	22.34%	
获利指数	1.12	
资金峰值比例	0.06	
地价支付贴现比	0.88	
启动资金获利倍数	1.68	

项目开发周期内各年的利润体现如下表:

经济指标	2002年	2003年	2004年	合计
结算面积 (m ²)	100,000	100,000	100,000	300,000
单位利润(元/m ²)	480	480	480	480
利润(万元)	4796	4796	4796	14,388

2. 敏感性分析, 参照以下内容及表格, 可根据实际情况增减变动比率。

1) 成本变动对各项经济指标的影响:

	估算成本 (×100%)	估算成本 (×95%)	估算成本 (×90%)	估算成本 (×105%)	估算成本 (×110%)
单位成本(元/m ²)	2,759.27	2,621.30	2,483.34	2,897.23	3,035.19
总投资	86,767.95	82,429.56	78,091.16	91,106.35	95,444.75
项目利润	25,465.05	29,803.44	34,141.84	21,126.65	16,788.25
税后利润	14,388.28	17,295.01	20,201.73	11,481.55	8,574.83
销售净利率%	12.62%	15.17%	17.72%	10.07%	7.52%
内部收益率%	51.53%	54.24%	57.26%	49.08%	46.85%

2) 售价变动对各项经济指标的影响:

一、售价的影响 敏感系数	预计售价 (×100%)	预计售价 (×95%)	预计售价 (×90%)	预计售价 (×105%)	预计售价 (×110%)
销售均价(元/m ²)	3,800	3,610	3,420	3,990	4,180
营业收入	114,000	108,300	102,600	119,700	125,400
项目利润	25,465	20,053	14,641	30,877	36,289
税后利润	14,388	10,762	7,136	18,014	21,641
销售净利率%	12.62%	9.94%	6.96%	15.05%	17.26%
内部收益率%	51.53%	48.95%	46.38%	48.70%	56.68%

3) 容积率变动各项指标的变化

主要指标	容积率 (1.2)	容积率 (1.0)	容积率 (1.1)	容积率 (1.3)	容积率 (1.4)
可售面积 (m ²)	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00
营业收入	114,000.00	97,500.00	105,875.00	117,000.00	122,500.00
总投资	86,767.95	78,412.00	82,436.00	93,641.00	100,316.00
项目利润	25,465.05	18,154.00	22,082.00	21,441.00	19,987.00
税后利润	14,388.28	9,490.00	12,122.00	11,692.00	10,718.00
销售净利率%	12.62%	9.73%	11.45%	9.99%	8.75%
内部收益率%	51.53%				

4. 盈亏平衡点分析

(1) 保本售价：3046 元/m²

(2) 保本销售率：85.78%

5. 项目收益水平综合分析：

就项目本身的收益水平而言，12.62%的销售净利率较高,但该项目尚存在以下操作层面上的因素对项目收益有较大影响：

1) 税务资源的充分运用：

若实现用万科住宅发展公司或兴业发展公司操作该项目，取得营业税及所得税 50% 的优惠，则可增加税后利润 5472 万元，使项目销售净利率达到 17.42%；

2) 成本中大、小市政配套费、人防等政策性收费均按政府规定标准估算，操作中尚存在一定减免可能；

3) 地块中有 27000 平米配套及商业用地地价已分摊进住宅成本，但仅考虑 5000 平米非营业性公建，操作中，存在调整规划、改建成住宅的可能；若学校改建住宅增加住宅净用地约 15000 平米，按 1.2 容积率计算，可增加住宅 1.8 万平米，增加净利润 2000 万元。

总体上来看该项目收益水平相当理想。

四. 项目资金预测

1、 资金流量及有关指标：

	01 年	02 年	03 年	04 年	05 年	合计
一、现金流入						
销售面积 (m ²)	-	100,000	100,000	100,000	-	300,000
平均售价(元/m ²)	-	15,200	15,200	15,200	-	45,600
销售额		38,000	38,000	38,000		114,000
回款额		35,150	38,570	38,000	2,280	114,000

小计		35,150	38,570	38,000	2,280	114,000
现金流入现值 NPV	-	-	-	-	-	89,784
二、现金流出	-	-	-	-	-	-
1、付地价款	8,091	11,320	11,983			31,394
2、付工程款	1,800	10,942	15,688	15,751	5,540	49,721
3、开发间接费	211	829	357	267	-	1,664
4、期间费用		1,330	1,330	1,330	-	3,990
5、税金		3,547	4,310	4,281	706	12,844
小计	10,102	27,968	33,668	21,629	6,246	99,613
现金流出现值 NPV			-			80,155
三、净现金流量	-10,102	7,182	4,902	16,371	-3,966	14,387
四、累计净流量	-10,102	-2,920	1,982	18,353	14,387	14,387
五、平均资金占用	3,804	5,053	1,232	-	-	
六、资金成本	245	325				570
七、内部收益率 IRR						52%
八、获利指数						1.12
九、资金峰值比例						0.06
十、地价支付贴现比						0.88
十一、启动资金获利倍数						1.68

2. 资金缺口及解决办法：

依据目前掌握情况及设想，预计该项目资金缺口为：2001年3季度缺口5000万元、4季度缺口5000万元、2002年1季度约500万元，天津公司现有项目不能提供资金支持，希望总部结算中心支持。

第八章 可行性结论

一. 项目优势：

- (1) 政府对梅江的宣传导向，以及梅江项目自身的炒做，提升了河西区黑牛城道外侧的地位，吸引了有效消费群体的关注。宗地临近梅江的区位，将有助于今后本案的营

销、推广。

- (2) 万科的品牌已经深得消费者认同，但由于万科在西南部市场一直未有开发项目，故造成了一定的追随万科品牌的潜在客群存在，宗地的开发，将极充分的调动这部分潜在人群。
- (3) 万科的品牌及开发手法在天津处于一流水平，在竞争中处于有利位置。
- (4) 本案所在区域的购买力较强，中高档市场发育较为成熟，据统计，今年上半年成交货值在 30 万元以上的产品占本区需求量的 52%，占全市该档次产品成交的 32%，占全市该档次产品成交之首。
- (5) 宗地内原厂区的植被极其丰富，且种植的相对规整，同时在项目周边有大量的绿地和水面，在项目规划中便于利用。

二.项目劣势：

- (1) 但就本项目目前主要出行方向解放南路两侧来看，仍有天津油毡厂、天津无缝钢管厂等工厂企业，同时道路两侧房屋、绿化均较破旧，同友谊路沿线比较，差别较大，地理位置不占据绝对优势。
- (2) 项目位于解放南路沿线的末端，距离外环线仅 1.25 公里，位置相对偏远，项目周边临近配套、交通都不很完善和便利。

三.结论及建议

该项目在城市西南部树立了一个具有知名品牌、高品质、高档的大型规模社区，为万科在天津又树立一个标志性产品，同时投资回报率较高，具有开发价值，该项目可行。

