

XX 名苑小区房地产项目 可行性研究报告 案例分析

编制单位：北京尚普信息咨询有限公司

联系电话：010-82885739 13671328314（陈经理）

传真：010-82885785 邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 1118 室

深圳分公司：深圳市南山大道天源大厦 A 座 1602 室/0755-26088013

上海分公司：上海市南京西路南证大厦 B 座 1102 室/021-51601826

公司网址：<http://www.shangpu-china.com/>



目录

第一章 总论	1
第一节 项目概况.....	1
第二节 建设单位基本情况.....	1
第三节 项目可行性研究报告研究范围.....	1
第二章 市场分析与定位.....	1
第一节 市场投资环境.....	1
第二节 市场供给分析.....	2
第三章 项目建设条件.....	3
第一节 项目区位置.....	3
第二节 项目建设条件.....	4
第三节 施工条件.....	4
第四章 项目实施方案.....	4
第一节 设计原则.....	4
第二节 建设项目的定位.....	4
第三节 市场推广、销售方案.....	5
第五章 节能专篇.....	6
第六章 环境保护.....	6
第七章 劳动、安全及消防.....	6
第八章 项目组织管理.....	6
第九章 招标方案.....	6
第十章 项目实施进度计划.....	6
第十一章 投资估算及资金筹措.....	6
第一节 投资估算.....	6
第十二章 财务评价.....	7
第一节 编制依据.....	7
第二节 成本分析.....	7
第三节 盈利能力分析.....	8
第十三章 社会评价.....	9
第一节 社会影响分析.....	9
第二节 社会评价结论.....	9
第十四章 风险分析.....	10
第一节 项目主要风险因素分析.....	10
第二节 保障措施.....	10
第十五章 研究结论及建议.....	11
第一节 结论.....	11

第二节 建议.....11

第一章 总论

第一节 项目概况

一、项目名称

XXX 小区建设项目

二、项目建设性质

旧城改造

三、项目建设单位

.....

第二节 建设单位基本情况

第三节 项目可行性研究报告研究范围

第二章 市场分析与定位

第一节 市场投资环境

一、国家政治形势及有关政策

国务院推出八条房地产市场调控措施(“新国八条”)要求强化差别化住房信贷政策,对贷款购买第二套住房的家庭,首付款比例不低于 60%,贷款利率不低于基准利率的 1.1 倍,省会居民暂停购买第三套房。

2011 年内连续三次上调存贷款基准利率,连续五次上调金融机构存款准备金率。

.....

二、全国房地产市场现状及发展趋势

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。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 年岁末，购买现住公房一次性付款享受 10% 优惠也全部结束。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。

.....

三、区域房地产市场分析

作为农业第一大县——XXX 县，随着阿克苏纺织工业城的定位，地位更加突现。伴随着新一轮援疆工作的开展，XXX 县工业园区良好的硬件设施和各项优惠政策，吸引了浙江雅戈尔股份有限公司、河南新野纺织股份有限公司等 22 家企业先后来 XXX 县投资建厂。

.....

四、项目建设符合国民经济发展

当前，我国国民经济运行正处于一个特殊发展时期，为了促进国民经济的稳步健康发展，必然要求扩大内需，优化消费结构，把住宅建设作为推动国民经济发展的支柱产业之一。根据国家统计局的分析和研究，房地产对国民经济的拉动作用约 1.5—2 个百分点。

.....

五、解决劳动就业的需要

由于我国目前正处于经济结构的调整时期，部分行业职工下岗再就业也就在所难免，广开就业渠道，解决人民的生活与就业问题已成为当前各级政府的头等大事。而投资、消费、出口是国民经济增长的原动力，因此国家固定资产总的政策仍然是继续保持投资总量的稳定增长，以创造更多的就业机会。

.....

第二节 市场供给分析

XXX 县房地产开发投资持续增长，但增速与市场需求的的增长呈良性发展关系。

一、小高层、高层的商品住宅供应体系逐步形成

目前，XXX 形成了以普通多层住宅为核心的商品房供应体系，以不满足不同收入阶层、不同消费层次的消费者对住房的需求。目前，公司开发的恒基名苑小区为中等收入群体的住宅项目，价位在 3000—3300 元/平方米左右的中档住宅，商铺定位在 10000—13000 元/平方米。主要满足并解决部分工薪阶层消费群体的住房需求，该消费群体已成为 XXX 房地产发展的主流消费群体。项目地理位置优越、居住环境好、房屋环境好、房屋质量高。

二、目前总体需求住房状况

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。且其中一部分人群购房为投资目的。

.....

第三章 项目建设条件

第一节 项目区位置

XXX 县位于新疆维吾尔自治区西南部，塔里木盆地北缘，天山南麓，阿克苏河、喀什噶尔河、叶尔羌河、和田河下游冲积平原上。地处北纬 39° 31' ~40° 50'，东经 79° 45' ~81° 05' 之间。东、北与阿克苏市相连，西与柯坪县为邻，西南与巴楚县交界，南部伸入塔克拉玛干沙漠腹地，与和田地区洛浦、墨玉两县接壤。东西宽 100 公里，南北长 150 公里，全县总面积 1.33 万平方公里。县城距自治区首府乌鲁木齐市公路里程 1064 公里，距行署所在地阿克苏市公路里程 67 公里。

第二节 项目建设条件

一、自然条件

1、地形地貌

XXX 县在阿克苏河、喀什噶尔河、叶尔羌河、和田河下游冲积平原上，海拔 1 020~1 064 米，地势平坦，由西北向东南倾斜。北部为绿洲平原，南部为沙漠（塔克拉玛干沙漠的一部分），南北两部交汇于叶尔羌河河床，是县境内最低地带。绿洲与沙漠之间是原始胡杨林、灌丛、野草荒地，其中绿洲面积 1 892 平方公里，占全县总面积的 14.26%；荒漠、半荒漠和森林、草原面积 2 780.27 平方公里，占 20.96%；沙漠面积 8 586.53 平方公里，占 64.75%。

2、气候条件

.....

二、社会经济条件

XXX 县辖 3 镇（1 个城关镇、2 个建制镇）、5 乡、3 个国营农场、1 个良种场、1 个林场、1 个牧场，共有 118 个村委，477 个村民小组。

.....

第三节 施工条件

第四章 项目实施方案

第一节 设计原则

第二节 建设项目的定位

在新的市场洗礼下，一个优胜劣汰的时代来临，其称为房地产行业的“品质时代”，品质决定价格，所以本项目的主题概念强调“精品之魅力”。

根据 XXX 县房地产现有的市场状况和项目区域的控规要求，结合本项目的实际用地特性

和状况：

一、项目总体定位

项目定位为小高层、高层，这是由于：

1、开发小高层、高层，土地利用率高

.....

二、项目的规划布局

项目的规划布局遵循传统居民街、巷、院的围合式格局

1、以“观念新颖、整体协调、定位恰当、切合市场”为指导思想，建筑融入环境中，提高居住质量。根据位置不同，采用不同的组合方式，丰富了小区的整体形态

.....

三、项目的建筑设计

1、建筑立面强调突出现代文义风格，能带来无限精彩，增添卖点

.....

第三节 市场推广、销售方案

一、推广策划

1、建立项目的知名度，营造项目整体品质形象，通过对此目标的诉求及达成，有效促进一期营销任务的顺利完成，同时拉动后续的开发与销售工作进程，最终达成良好的品牌市场认同

.....

二、销售配套方案

1、整体营销目标：在进行恒基名苑营销的同时，作恒基公司的企业形象宣传，在 XXX 县争取赢得口碑，树立形象、建立品牌，争取经济效益和社会效益双丰收

①预热期

本阶段以项目建设单位和项目的形象宣传和展示为主,同时展开全方位的市场调查和信息反馈工作,以了解居民对本项目的看法及评价,并以售楼接待中心为阵地,开始接受客户登记,累积客户资源,进行项目的认购活动

②开盘期

.....

第五章 节能专篇

第六章 环境保护

第七章 劳动、安全及消防

第八章 项目组织管理

第九章 招标方案

第十章 项目实施进度计划

第十一章 投资估算及资金筹措

第一节 投资估算

一、估算依据

1、建筑工程根据项目的建设内容和工程量,按照当地建筑工程单位估算指标、综合定额和参考 2008 年《建筑工程设计文件编制》的要求进行编制,同时和当地同类建筑单位造价对比测算;

.....

二、项目投资

经估算，项目一期建设投资为 5000 万元，其中工程费用 4406.06 万元，其他费用 373.64 万元，预备费用为 220.30 万元。

.....

图表 1：项目投资汇总表

序号	费用名称	金额	比例	备注
1	工程费用	4406.06	88	
2	其他费用	373.64	7	
3	预备费	220.30	4	
4	建设投资	5000		

.....

第十二章 财务评价

第一节 编制依据

1. 《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》（2006 年）；
2. 土地成本：土地购置费 3500 万元；

.....

第二节 成本分析

- 1、土地成本：4000 万元
- 2、建安工程费：4406.06 万元
- 3、前期工程费

前期需要办理各种许可证，进行招标投标，进行可行性研究，勘查等，前期费用约占建安费用的 2.1%

- 4、基础设施配套费

包括供电、供水、燃气、暖气、排污、电信、绿化、小区道路建设等，住宅约 150 元/

平方米，商业约 310 元/平方米

5、公建配套费

公共设施、室外景点绿化费、安防系统费、室外道路费等，约占建安费用的 5%

6、不可预见费

按以上工程（1—5 项）费用的 2%提取

7、开发费用

包括管理费用、销售费用、财务费用。其中管理费用按工程建设费用的 2%提取，销售费用按预估销售额的 2.8—3.8%提取（其中住宅最低为 2.8%，商业最高为 3.8%），财务费用主要为贷款利息，按预估发生额提取

8、总成本：利率 6%

本项目净利：2400 万元

营业收入：12600 万元

平均销售单价：4200 元/平方米

营业成本：10200 万元

第三节 盈利能力分析

一、静态分析：

投资利润率（税后）=项目净利润/项目投资总支出
=2400/10200=24%

二、动态分析

经计算，本项目的内部收益率为 13%，参考同行业基准投资内部收益率 10%，本项目的内部收益率大于基准投资收益率，项目可行

三、风险分析（项目盈亏平衡分析）

销售面积盈亏平衡点=成本费用合计/平均销售单价×（1-税费率）

$$=10200/0.42 \times (1-16.94\%)$$

$$=20171.7 \text{ 平方米}$$

占计划销售量的 67%

盈亏平衡分析表明，当项目一期销售面积达到 20171.7 平方米时，项目保本

第十三章 社会评价

第一节 社会影响分析

一、增加地方收入，促进地方公共事业的发展

“恒基名苑”开发项目为 XXX 县内规模较大，资金投入大的集商住一体的开发项目。开发总投资超过 3 亿元，将为当地政府直接增加税收。同时，本项目的实施可带动该区域的文教、卫生及体育设施的建设，促进区域社会公共事业的发展

二、改善城市居住环境条件

项目建设区域目前的人均居住面积较低，建筑结构不合理、户型单一、无完善的社区配套和土环境景观；建设地址目前主要为粮食仓库，随着该区域经济、基础设施的不断完善，这宗土地的价值急剧增高，所以迫切需要对该区域重新规划，改善城市面貌，有效提高了单位面积产出效益，提升了城市品位

第二节 社会评价结论

总的来说，该项目的建设对社会各个领域的发展都有拉动作用。对社会的发展是有积极的作用。“恒基名苑”开发项目的建设，为放大中、高收入家庭创造了最佳人居环境，并可带动其他产业的发展。

第十四章 风险分析

第一节 项目主要风险因素分析

根据本项目的特点，项目在建设和运行过程中可能存在的风险有施工风险、管理风险、资金风险等。

一、项目施工风险和危害

1、本项目施工风险主要来自建筑企业水平，其中包含承揽项目的建筑队伍人员素质、装备能力、施工期间的成本控制及质量管理等。

2、主要危害为工程质量不合格、工期拖延、工程造价突破预算、出现大的安全事故等，造成工程不能如期进入使用，导致项目不能正常运行，造成经济损失和负面影响。

二、项目管理风险和危害

.....

第二节 保障措施

一、建立强有力的组织保障

本工程的建设和管理是一项工作难度大、要求高的工程，项目的建设涉及质量技术监督局、发改、财政、城建、土地等多个部门。通过建立强有力的组织领导机构和统一、高效、科学、务实的管理机构和运行机制。负责全面协调项目实施过程中的各项工作，督促检查相关配套政策的执行情况，保证项目的顺利实施。

二、政策保障措施

.....

第十五章 研究结论及建议

第一节 结论

1、项目建成可提升企业产品的市场竞争力

现阶段，我国房地产市场依然火爆状态。城市化进程不断加快，房地产显现出调整成长的特征。房地产调整增长的原因主要是：居民消费结构升级，人口城市化快速发展，导致房地产需求迅速增长；房地产与相关产业的产业链长、关联度高，具有成为技术产业的能力，进而拉动区域经济增长。

2、项目拥有成熟的技术

.....

第二节 建议

项目开发商已合法取得本项目土地使用权，各项建设手续正在申办中。分析测算过程假定本项目取得、立项、开发建设、销售等方面遵照国家及 XXX 的房地产项目开发程序及规定。

XXX 房地产市场正处于开发迅猛时期，竞争将日趋激烈，因此需要切实考虑市场容量和市场销售节奏；土地和原材料价格上涨，造成房屋成本上升。土地是商品房建设的主要成本。加之水泥和钢材等主要原材料价格上涨，导致成本进一步上升。河沙、卵石和用人工资也在上涨。在建设过程中，需要严格控制工程成本和管理成本。

充分利用地块区域优势和景观资源；与专业设计公司合作，强强联合，打造小区品牌和企业品牌；制定合理的市场营销方案，扩大宣传，注重营销推广，保证销售资金回款。

.....