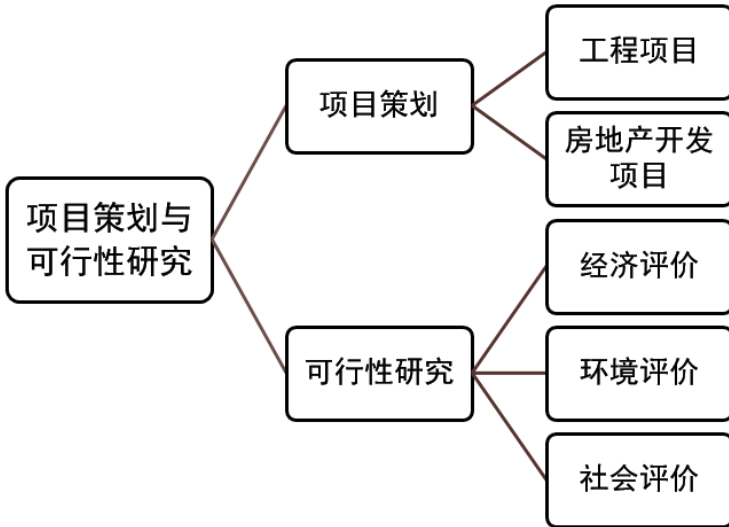


第三章 项目策划与可行性研究

思维导图



考情分析：

本章属于次重点章节，主要考察概念，2023 年预计考核 8 分

第一节 工程项目策划

知识点一、工程项目构思策划与实施策划

工程项目策划是指将投资建设意图转换为定义明确、系统清晰、目标具体且具有策略性运作思路的高智力系统活动。

工程项目策划主要包括**项目构思策划**和**实施策划**。

构思策划是指在工程项目投资决策阶段进行的**总体性策划活动**，通过确立项目目标、定义项目功能、估算项目投资和建设周期、开展技术经济论证，以确保整个项目建立在可靠、坚实、优化的基础之上。

实施策划是指将体现建设意图的工程项目构思，**变成有实现可能性和可操作性的行动方案**，提出带有谋略性和指导性设想的过程。

工程项目构思策划	工程项目定义和定位
	工程项目系统构成
	工程项目目标系统
	其他构思策划

工程项目实施策划	组织策划
	融资策划
	目标策划
	实施过程策划
	运营策划

(一) 工程项目构思策划

1、工程项目构思策划来源

经营性投资项目构思策划多起始于市场需求

非经营性投资项目构思策划多起始于社会需求

需求分类	明确需求	法律条文或者合同文件等明确表示
	隐含需求	约定俗成的惯例或者由交易习惯确定的，如建筑物安全可靠。
		研究分析得出

2.工程项目构思策划内容	工程项目定义和定位	首要任务。 明确界定工程项目的性质、用途和基本内容。
	工程项目系统构成	系统框架，单项工程、单位工程的构成。 使工程项目基本设想变为具体而明确的建设内容和要求
	工程项目目标系统	质量、投资和进度总目标。
	其他构思策划	与工程项目有关的重要环节策划，均可列入。

【单选题】工程项目构思策划的首要任务是（ ）。

- A.工程项目系统构成
- B.工程项目目标系统
- C.工程项目定义和定位
- D.其他构思策划

答案：C

解析：工程项目构思策划的首要任务是根据建设意图进行工程项目定义和定位。

工程项目实施策划	组织策划	组织架构、管理职能部门及其职责划分
	融资策划	资金是工程建设实施的物质基础
	目标策划	质量、投资和进度，兼顾安全和环保
	实施过程策划	①工程发承包模式； ②工程招标及合同管理策划； ③工程项目目标实现风险因素识别等； ④工程项目信息管理平台及协同工作。
	运营策划	项目建设完成后项目运营方式、运营管理组织和项目经营机制的策划。

【多选题】以下属于工程实施策划的有（ ）。

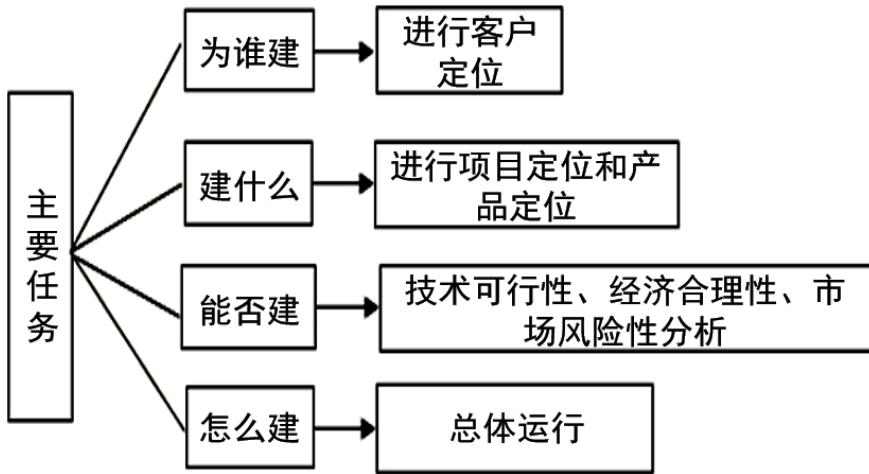
- A.工程组织策划
- B.工程构成策划
- C.工程融资策划
- D.工程目标策划
- E.工程定位策划

答案：ACD

解析：工程项目实施策划：1.工程项目组织策划，2.工程项目融资策划，3.工程项目目标策划，4.工程项目实施过程策划，5.工程项目运营策划。

知识点二、房地产开发项目前期策划

（一）前期策划的主要任务和原则



房地产开发项目前期策划应遵循的原则	约束性原则	房地产开发必须以项目建设用地规划指标和相关法律准则、社会道德规范及企业自身限制为约束条件,尤其是项目定位和产品定位应在规划指标允许范围内进行。(2023改)
	差异性原则	差异性项目市场竞争力的关键。体现在区位价值、项目组合、产品功能、经营方式及物业服务等方面。
	系统性原则	保持特定开发项目与房地产开发企业总体目标、发展阶段、产品线丰富度协调一致。特定项目与其他项目之间的关系。
	预测性原则	周期长,必须对经营期内房地产市场发展趋势进行预测。

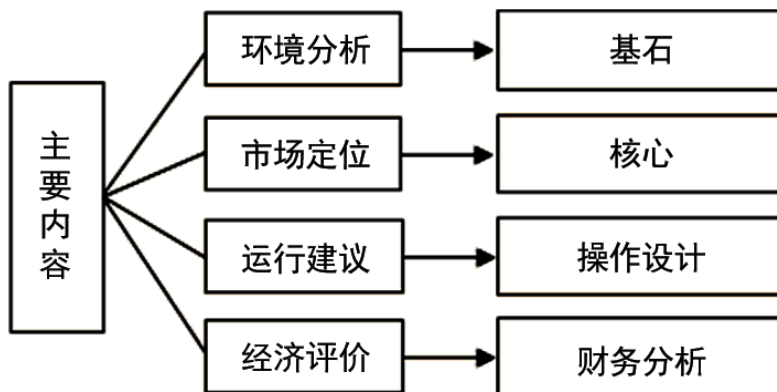
【单选题】对一个具体的房地产项目进行前期策划时,应把该项目置于企业的总体发展和区域市场体系中进行分析。这遵循的是前期策划的()原则。

- A.约束性 B.差异性
C.系统性 D.预测性

答案: C

解析: 系统性原则: 保持特定开发项目与房地产开发企业总体目标、发展阶段、产品线丰富度协调一致。特定项目与其他项目之间的关系。

(二) 前期策划的主要内容



【多选题】房地产开发项目前期策划的主要内容有()。

- A.环境分析

- B.营销策略
- C.市场定位
- D.运行建议
- E.经济评价

答案：ACDE

解析：房地产开发项目前期策划的主要内容有营销策略、市场定位、运行建议和经济评价。

（三）房地产开发项目环境分析与市场研判

房 地 产 开 发 项 目 环 境 分 析	1、政策分析	金融政策、房地产税收政策等		
	2、技术分析	主要分析建筑原材料、设施设备、施工技术等因素对房地产开发项目方案成本、实现程度等方面的影响。		
	3、用地分析	(1) 城市层面上的宏观用地分析	项目所在区域在整个城市结构中所承担的功能特征、认可度和发展趋势。	
		(2) 区域层面上的中观用地分析	区域交通条件、周边环境条件和配套条件	
		(3) 地块层面上的微观用地分析	地块规划条件、地块现状条件、地块开发条件和地块交通等。	
	4、市场分析	(1) 宏观层次的市场分析	宏观经济指标分析，包括 GDP、人均可支配收入等。	
		(2) 中观层次的市场分析	区域市场分析。 从消费角度认知的、与待策划地块处于同一市场范围的地理区域。	
		(3) 微观层次的市场分析	本项目与竞争项目的对比	
	5、开发企业分析	对房地产开发企业主客观条件进行分析		

（三）房地产开发项目环境分析与市场研判

市场研判：

- (1) 房地产市场走势研判；
- (2) 房地产市场需求研判，重点是对潜在的有效需求进行分析和预测；
- (3) 房地产市场供给研判；
- (4) 房地产市场价格研判，重点在于项目所在区域竞争产品租售价格的变动趋势。

【单选题】房地产市场需求预期研判的重点是对潜在需求中的（ ）进行分析和预测。

- A.有效需求
- B.投资需求
- C.投机需求
- D.改善需求

答案：A

解析：房地产市场需求研判，重点是对潜在的有效需求进行分析和预测。

（四）房地产开发项目市场定位

	(1) 市场细分	细分后所形成的具有相同需求特征的
--	----------	------------------

1、客户定位		消费者群体称为细分市场
	(2) 目标市场选择	1) 目标市场应有足够的需求量
		2) 目标市场必须是企业有能力进入的
	(3) 目标客户选定	确定具体开发项目的消费群体
(4) 目标客户特征分析	如家庭结构、职业与社会阶层、年龄构成、收入构成等。	

【单选题】房地产市场之所以能够进行细分，是因为消费者对房地产存在（ ）需求。

- A.投资性
- B.必要性
- C.追涨性
- D.差异性

答案：D

解析：细分后所形成的具有相同需求特征的消费者群体称为细分市场，房地产市场之所以能够进行细分，是因为消费者对房地产存在差异性需求。

2、项目定位

(1) 项目开发战略选择



项目外部机会与威胁	项目内部优势与劣势	
	优势 (S)	劣势 (W)
机会 (O)	SO 战略 (发展型) 依靠内部优势 利用外部机会	WO 战略 (扭转型) 利用外部机会 改进内部劣势
威胁 (T)	ST 战略 (多元化) 利用内部优势 规避外部威胁	WT 战略 (以退为进) 减少内部劣势 规避外部威胁

【单选题】当房地产开发企业受到外部市场环境的威胁而企业内部状况又不好时，应选择的发展战略是（ ）。

- A.发展型战略
- B.多元化战略

- C.扭转型战略
- D.以退为进战略

答案：D

解析：WT 战略（以退为进）减少内部劣势，规避外部威胁

2、项目定位

（2）项目主题创意

主题创意确定了开发项目最显著的特征，能够凸显项目个性，避免项目同质化。

- ①要易于展示和传播；
- ②要凸显开发项目的内在品质，否则会引发客户反感或者被认为是欺骗；
- ③要与目标客户的需求特征相吻合；
- ④要与开发项目所处地区的资源条件相协调，这是房地产开发项目主题创意的基础。

（3）项目总体规划布局

- 1) 物业类型构成及布局
- 2) 项目空间尺度安排
- 3) 项目用地规划布局
- 4) 项目道路交通规划
- 5) 项目绿地和景观规划
- 6) 项目公共配套建筑

【单选题】房地产开发项目的项目空间尺度是指外部空间中各建筑物、构筑物之间的（ ）。

- A.物业类型关系
- B.空间位置关系
- C.高度差关系
- D.基底占地关系

答案：B

解析：房地产开发项目的项目空间尺度是指外部空间中各建筑物、构筑物之间的空间位置关系。

3、产品定位

产品层次	内涵	具体内容
核心产品	满足消费者最基本的 生活和生产需要的功能和效用	功能组合策划 户型设计策划 配套设施策划
有形产品	是核心产品的基本载体，是房地产的外在表现形式，是房地产效用的重要基础，也是购买者选购房产时最直观的依据。	小区规划策划 环境设计策划 建筑设计策划
附加产品	购房者获得的 附加服务和附加利益总和	销售阶段： 信息咨询、信贷服务、价格优惠、装修服务等。 使用阶段： 房屋保修和物业服务

【单选题】（ ）满足消费者最基本的生活和生产需要的功能和效用。

- A.核心产品
- B.有形产品
- C.附加产品
- D.功能产品

答案：A

解析：核心产品满足消费者最基本的生活和生产需要的功能和效用。

本节总结

