



第一节 工程项目策划

(二) 前期策划的主要工作内容★★★★★

房地产开发项目前期策划的主要内容可概括为**环境分析、市场定位、运行建议和经济评价**四个部分。

环境分析	是房地产开发项目前期策划的 基石
市场定位	是房地产开发项目前期策划的 核心
运行建议	是指前期策划的 操作设计
经济评价	是项目前期策划中的 财务分析



第一节 工程项目策划

【单选题】对房地产开发项目的市场价值取向进行系统分析和设计，（ ）属于房地产开发项目前期策划的核心。

- A. 环境分析
- B. 市场定位
- C. 运行建议
- D. 经济评价



第一节 工程项目策划

答案：B

解析：房地产开发项目前期策划的主要内容可概括为环境分析、市场定位、运行建议和经济评价四部分。其中，市场定位是房地产开发项目前期策划的核心。房地产开发项目的市场定位是在分析和预测区域内房地产市场发展趋势和市场状况动态变化的基础上，对房地产开发项目的市场价值取向进行系统分析和设计的过程，包括客户定位、项目定位和产品定位。



第一节 工程项目策划

(三) 房地产开发项目环境分析与市场研判★★★

1	政策 分析	<p>①应分析相关政策对房地产项目开发的影响，如对别墅项目用地的限制政策、房地产金融政策、房地产税收政策等；</p> <p>②应分析项目所在地经济发展、城市规划、城市形象等相关政策或战略对不同区域和类型房地产项目的影响</p>
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



第一节 工程项目策划

3	用地分析	城市层面上的 宏观 用地分析	主要分析项目所在区域在整个城市结构中所承担的功能特征、区域认可度和区域发展趋势
		区域层面上的 中观 用地分析	主要分析区域交通条件、周边环境条件和配套条件
		地块层面上的 微观 用地分析	主要分析地块规划条件、地块现状条件、地块开发条件和地块交通等方面
4	市场分析	宏观 层次	首先是宏观经济指标分析，其次是房地产市场分析
		中观 层次	即区域市场分析。包括该区域房地产商品的供求分析、竞争分析和客户分析等
		微观 层次	是指本项目与竞争项目的对比分析
5	房地产开发企业分析	主观 条件	包括项目开发目标（利润额、利润率、投资回报期等）、公司运作目标（战略实现、业务平衡、市场开拓等）及企业领导人的意图
		客观 条件	包括企业筹资能力、开发能力、营销能力、专业程度等



第一节 工程项目策划

在全面分析房地产开发项目内外部环境的基础上，要对开发期内房地产市场发展进行研判，主要包括：

①房地产**市场走势研判**，即对建设经营期内区域房地产市场总体发展趋势、市场环境、市场特征等进行研判；

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**，即预测项目建设经营期内区域房地产市场所能提供的房地产商品最大量，同类竞争产品的数量、成本、竞争力等；

④房地产**市场价格研判**，重点在于对项目所在区域竞争产品租售价格的变动趋势进行分析和预测。



第一节 工程项目策划

（四）房地产开发项目市场定位★★★★★

1. 客户定位

房地产开发项目客户定位是指通过**市场细分**，对房地产商品各消费群体的阶层、环境、文化背景、喜好偏向和生活方式等进行比较分析，结合房地产开发项目的目标和特点，最终确定房地产开发项目**目标客户群体**的过程。





第一节 工程项目策划

(1) 市场细分

房地产市场细分就是以房地产需求者消费需求的某些特征或变量为依据，对具有不同需求的房地产消费群体进行区分的过程。

细分后所形成的具有相同需求特征的消费群体被称为细分市场。

住宅市场细分的依据主要有**地理因素、人口因素、心理因素和行为因素**等。

非住宅市场细分的依据：**地理、收入、购买动机、效用追求、最终消费者和消费者规模**等。



第一节 工程项目策划

(2) 目标市场选择

房地产开发项目的目标市场是指房地产开发项目所要服务的市场，即房地产开发项目的服务对象。

开发项目选定的目标市场必须满足以下条件。

- 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**。



第一节 工程项目策划

(3) 目标客户选定

通过对目标市场中不同消费群体对房地产效用取向的分析，选定目标市场中的某类或某几类消费者作为房地产开发项目的服务对象，这就是目标客户选定。



第一节 工程项目策划

(4) 目标客户特征分析

房地产开发项目目标客户特征要素包括区域特征、家庭结构、职业与社会阶层、年龄构成、收入构成、置业次数、置业需求等。