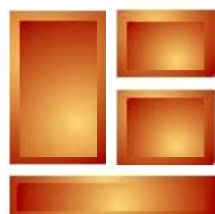


蟠龙新区 189 亩项目

可行性研究报告

(住宅)



SUNTOWN | TOPIDEAS
上城地产顾问 | 上智广告

摘 要

蟠龙新区，属于南宁市“十一五”计划确定启动建设的两大新区之一。本文通过对蟠龙新区 189 亩的一地块的开发经营环境的市场调查分析，以及周边主要同类竞争物业的比较后，依据蟠龙新区当地的目前市场状况和对未来的预测，对项目的可行性与开发经营策划提出初步意见，并结合项目的特点优势，对项目进行了投资分析、财务评价和风险分析，以期探讨该地块进行住宅开发经营的可能性。依据本文的方案，项目总建筑面积 212000 平方米，项目总投资 38042 万元。经测算项目经营利润为 7578 万元，因此项目在经济上具有较强的可行性。

[关键字] 蟠龙新区 项目投资 开发经营

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、2005 年国内经济及房地产市场回眸
- 二、南宁市房地产市场分析
- 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、蟠龙新区区域分析
- 三、项目周边主要物业分析
- 四、蟠龙新区消费者调查分析

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、项目开发经营主要风险及对策分析

第十章 结论与建议

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、南宁市规划局规划方案；
- 2、国家建设部及南宁市颁布的与房地产相关法律与政策；
- 3、南宁市房产局提供资料；
- 5、现场勘察和实地调研所得资料。

三、项目概况

项目地块位于蟠龙新区南宁大桥西面，总面积约 189 亩，其中有 30 亩为预留的办公用地，实际开发面积为 159 亩，该地块基本较为平整，经 文件批准通过，该地块主要用途为商住用地，类别代号 ，容积率不大于 2.0，建筑密度不大于 ，绿化率不小于。建筑限高多层不超过 （约 米左右，不含底层层高 2.2 米以下的自行车库），允许建高层，高层住宅层数不超过层（约 米左右）；

本项目由电力局与富凯房地产开发有限责任公司合作共同开发，除 30 亩作为预留的办公建设用地外，剩余用地面积 159 亩将用于开发建设中高档次的住宅小区，并分为两部分建设：其中的 99 亩用于开发建设区电力局定向开发住宅小区，余下 60 亩用于开发商品房小区；建筑形式采用组合式：多层，小高层，并初步确定项目主要技术指标如下：

①总用地面积：106000 平方米，约合 159 亩。

②容积率：2.0

③总建筑面积：212000M² 公建面积：5000M²

④建筑密度：（暂无设计方案无法计算出，建筑密度=建筑基底总面积÷建筑用地总面积）。

⑤绿化率：35 %

（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）

本项目遵循社区完整功能的要求，做出融住宅、教育、综合社区服务为一体的规划设想，区内生活设施齐全，配套有幼儿园、便利店、商业网点、社区医疗保健中心、邮局、银行等设施，将是蟠龙半岛新区新崛起的一个中等规模小区。项目建设内容：

1、多层公寓及连排别墅

多层公寓的总建筑面积约 72000 平方米，建筑样式为框架结构，采用点式、条形排布，以六层为主，顶层坡形带阁楼屋面，部分设计成复式、跃层和错层，户型新颖、实用，大量采用外飘窗、凸窗、大阳台，部分做成景观阳台。宅前绿化结合组团绿化、中心绿化，合围庭院绿化景观，力求达到

户户见绿，推窗见景的景观效果。

2、小高层公寓

小高层公寓的总建筑面积约 120000 平方米。

3、配套商业面积（包括车库）

建筑面积约 15000 平方米

4、公共生活设施

总建筑面积约 5000 平方米，包括车库、景观绿化、社区医疗等。

5、物业管理

实行封闭式现代化物业管理。

- **供电系统：**采用双路供电，每户独立磁卡电表，高级安全插座；
- **通讯系统：**每户客厅及主卧室分别设置电话插口及 INTERNET 插口、宽带网络；
- **电视系统：**每户客厅及主卧室分别设置公用闭路电视及卫星电视；
- **邮政系统：**每户设有信、报箱并实行专递服务；
- **周界防护系统：**周边采用围墙和景观绿化将小区与外界隔开，同时小区保安负责对小区周边进行巡逻；

第二章 项目开发经营环境分析

一、2005 前三季度南宁市经济状况简析

经济运行情况

[GDP]2005 年 1-3 季度，南宁市经济发展继续保持稳健的增长态势，全市 GDP 达 477.02 亿元，同比增长 13.2%，增速比去年同期加快 0.38 个百分点。其中，第一产业增加值 65.38 亿元，同比增长 7.7%，第二产业增加值 149.55 亿元，同比增长 17.4%，第三产业增加值 262.08 亿元，同比增长 12.6%。

[财政金融]财政收入增加，金融机构存贷款平稳增长。1-9 月，全市组织的财政收入 71 亿元，同比增长 16.57%，其中一般预算收入 31.43 亿元，同比增长 20.30%。一般预算支出 47.77 亿元，同比增长 18.16%。其中基本建设支出 4.82 亿元，同比增长 36.48%；企业挖潜改造资金支出 1.90 亿元，同比增长 29.49%；科技三项费用支出 0.47 亿元，同比增长 31.63%。

[投资]全社会固定资产投资增幅有所回落，但仍保持较快增长。今年以来，全市投资虽有所回落，但在“百项工业项目大会战”、“136”城建工程等大项目推动下，增幅一直保持在 28%以上，九月份达到了今年以来的最高速度。1-9 月，全市完成全社会固定资产 229.51 亿元，增长 38.10%。其中，城镇固定资产投资 218.48 亿元，增长 39.81%；基本建设投资 102.49 亿元，增长 26.61%；更新改造投资 37.09 亿元，增长 60.71%；房地产业投资 68.97 亿元，增长 61.17%。

[国内贸易]社会消费品零售额稳步增长。1-9 月，社会消费品零售总额 241.99 亿元，同比增长 13.63%。其中，批发零售贸易业零售额 213.11 亿元，

同比增长 13.41%，餐饮业零售额 28.27 亿元，同比增长 15.25%。

小结：持续升温的固定资产投资，强劲的消费能力，良好的经济运行环境为房地产开发投资奠定了坚实的经济基础。

二、南宁市房地产市场分析

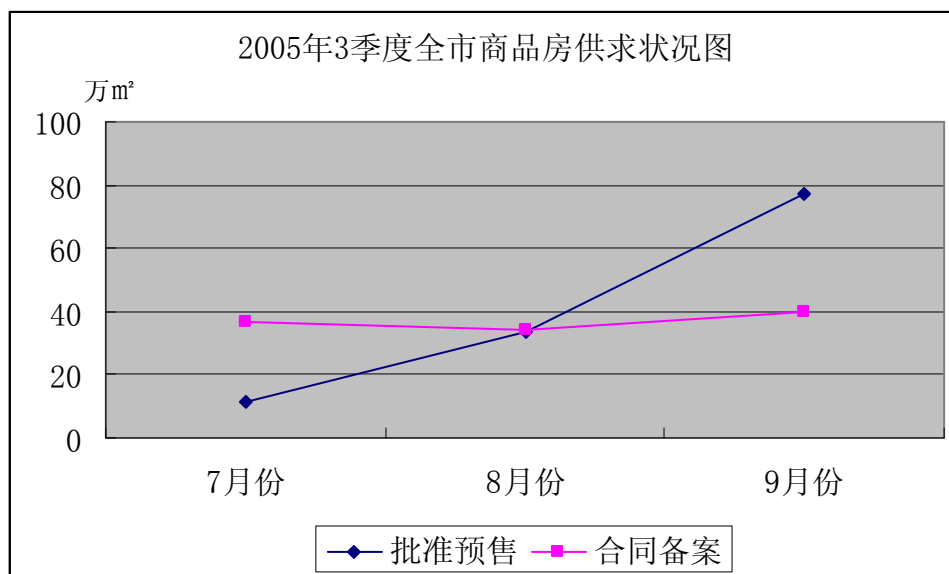
1、南宁市成交情况分析

1-1、整体市场供求情况

d) 季度供应情况

2005 年 3 季度商品房类别供求状况表

时间	单位:万 m ²	住宅	商业	办公	合计
2005 年 7 月份	批准预售面积	9.6	1.5	0	11.1
	合同备案面积	34.6	1.8	0.5	36.8
	供求比	1:3.6	1:1.2	/	1:3.3
2005 年 8 月份	批准预售面积	28.4	3	2.1	33.5
	合同备案面积	32.5	1.7	0.1	34
	供求比	1:1.1	1:0.6	/	1:1.0
2005 年 9 月份	批准预售面积	62.3	15	0.2	77.5
	合同备案面积	37.8	1.2	0.9	39.8
	供求比	1:0.6	1:0.1	1: 4.5	1:0.5
合计	批准预售面积	100.3	19.5	2.3	122.1
	合同备案面积	104.9	4.7	1.5	110.6
	供求比	1: 1.0	1: 0.2	1: 0.7	1: 0.9



◎ 2005年3季度商品房供应量为122.1万m²，去化量为110.6万m²，整体呈现供大于求的态势，供求相比上个季度有大幅度提升。

◎ 商业用房供应量增长较多，空置量较大，商业用房的严峻形式进一步加深。办公房的供求形势依然没有得到改变。

b) 同期比较情况

2005年3季度供求关系环比、同比对比表

时间	批准预售面积 (万m ²)	合同登记备案 面积(万m ²)	供求比
2005年3季度	122.1	110.6	1: 0.9
2005年2季度	56.1	62.3	1: 1.1
2004年3季度	72.95	73.4	1: 1.1

◎ 2005年3季度供应量122.1万m²。环比上季度增长117.6%，比去年同期增长67.4%，本季销售备案登记110.6万m²，环比上季度增长78.3%，比去年同期增长51.4%。本季度的供求量对比上季度及往年都有较大幅度提高，但供求状况却是供大于求，主要是受商业类产品影响。

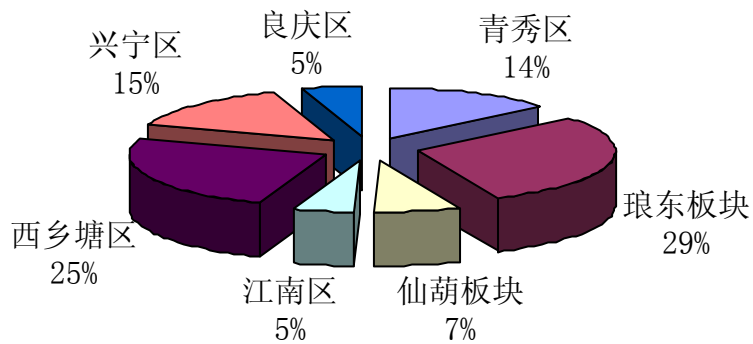
1-2、各区域市场供求情况

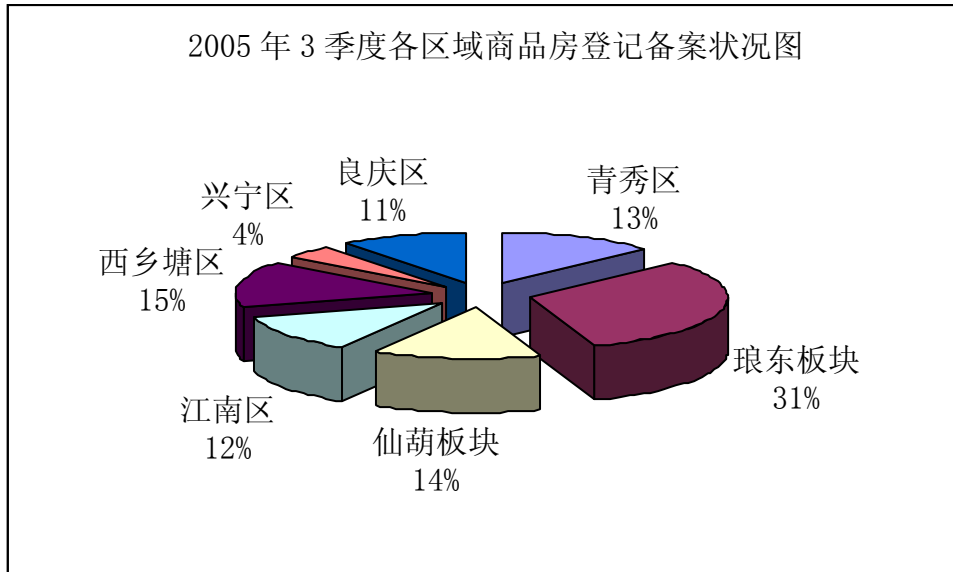
a) 各区域商品房供求状况分析

2005年3季度各区域商品房供求关系状况表

各板块	批准预售面积	比重	登记备案面积	比重	供求比
青秀区	16.6	13.60%	14.1	12.75%	1:0.8
琅东板块	36.4	29.81%	35.3	31.92%	1:1.0
仙葫板块	8.6	7.04%	15.3	13.83%	1:1.8
江南区	6.2	5.08%	13.4	12.11%	1:2.2
西乡塘区	30.1	24.65%	16.5	14.92%	1:0.5
兴宁区	18.2	14.91%	4.3	3.89%	1:0.2
良庆区	6	4.91%	11.7	10.58%	1:2.0
南宁市	122.1	100.00%	110.6	100.00%	1:0.9

2005年3季度各区域商品房批准预售状况图





- ◎ 2005年3季度南宁市商品房供求比为1:0.9，青秀区、西乡塘区和兴宁区呈现供大于求的状况。琅东板块供求基本持平，其他城区供小于求。整体来讲，供求关系仍处于良好状况。
- ◎ 琅东板块供应量达到全市29.81%，去化量达到全市31.92%，虽然供求仍是全市的首位，但比重已经有所降低；西乡塘区的供应量占全市24.65%，去化量占全市14.92%，位列全市第二。

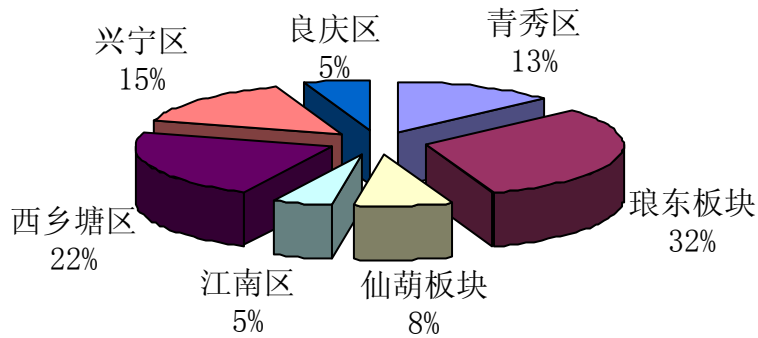
b) 各区域住宅供求状况分析

2005年3季度各区域住宅批准预售及合同登记备案情况一览

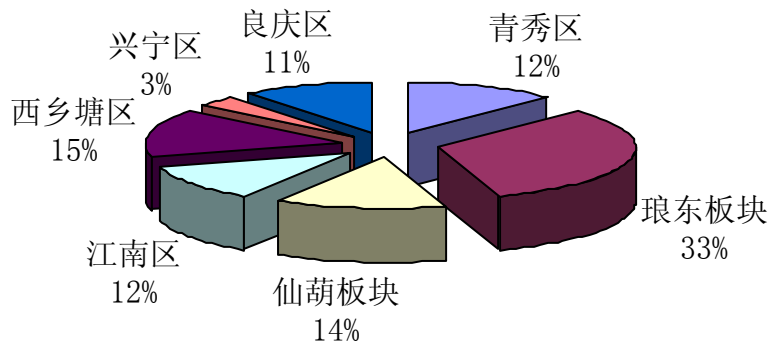
各板块	批准预售面积 (万㎡)	比重	合同登记备案 面积 (万㎡)	比重	供求比
青秀区	13.3	13.26%	13	12.44%	1:1.0
琅东板块	31.4	31.31%	34.1	32.63%	1:1.1
仙葫板块	7.9	7.88%	14.8	14.16%	1:1.9
江南区	5.1	5.08%	12.2	11.68%	1:2.4
西乡塘区	22.4	22.33%	15.7	15.02%	1:0.7

兴宁区	14.7	14.66%	3.5	3.35%	1:0.2
良庆区	5.5	5.48%	11.2	10.72%	1:2.0
南宁市	100.3	100.00%	104.5	100.00%	1:1.0

2005年3季度各区域住宅物业批准预售状况图



2005年3季度各区域住宅物业登记备案状况图



- ◎ 2005年3季度，南宁市商品房住宅的供求比是1:1.0，供求基本持平。西乡塘区和兴宁区呈现供大于求情况；青秀区和琅东板块供求基本平衡；其他城区呈现供小于求。
- ◎ 琅东板块依旧占据着供应量和去化量第一的位置，供应量占全市31.31%，

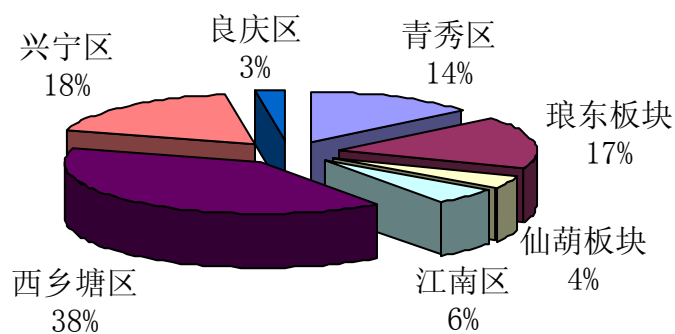
去化量占全市 32.63%。西乡塘区供应量占全市 22.33%，去化量占全市 15.02%，位列第二。江南区和良庆区供应量较少，而兴宁区去化量最低。

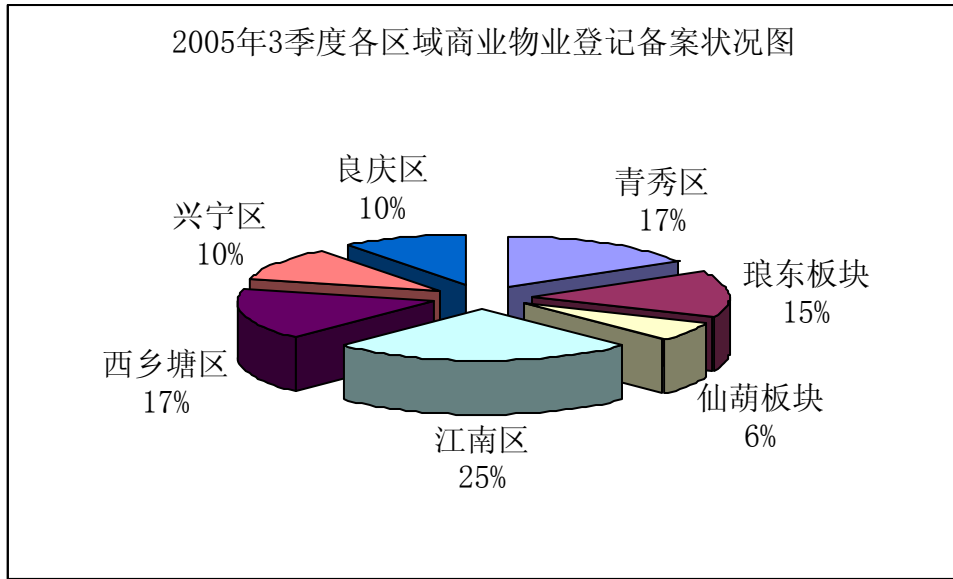
c) 各区域商业供求状况分析

2005年3季度各区域商业批准预售及合同登记备案情况一览

各板块	批准预售面积 (万㎡)	比重	合同登记备案 面积 (万㎡)	比重	供求比
青秀区	2.7	13.85%	0.8	16.67%	1:0.3
琅东板块	3.3	16.92%	0.7	14.57%	1:0.2
仙葫板块	0.7	3.59%	0.3	6.25%	1:0.4
江南区	1.1	5.64%	1.2	25.00%	1:1.1
西乡塘区	7.7	39.49%	0.8	16.67%	1:0.1
兴宁区	3.5	17.95%	0.5	10.42%	1:0.1
良庆区	0.5	2.56%	0.5	10.42%	1:1
南宁市	19.5	100.00%	4.8	100.00%	1:0.2

2005年3季度各区域商业物业批准预售状况图





- ◎ 2005年3季度，南宁市商品房商业供应量为19.5万㎡，去化量为4.8万㎡，供求比为1:0.2。
- ◎ 各区均有供应量和去化量，西乡塘区的供应量最高，达到39.49%。去化量方面，江南区占据着第一的位置。
- ◎ 全市商业的供应量较上季度增长较多，去化量变化较小，商业供过于求的情况进一步加深。

d) 各区域办公供求状况分析

2005年3季度各区域办公批准预售及合同登记备案情况一览

各板块	批准预售面积 (万㎡)	比重	合同登记备案 面积 (万㎡)	比重	供求比
青秀区	0.6	26.09%	0.3	23.08%	1:0.5
琅东板块	1.7	73.91%	0.5	38.46%	1:0.3
仙葫板块	0	0.00%	0.2	15.38%	/
江南区	0	0.00%	0	0.00%	/
西乡塘区	0	0.00%	0	0.00%	/

兴宁区	0	0.00%	0.3	23.08%	/
良庆区	0	0.00%	0	0.00%	/
南宁市	2.3	100.00%	1.3	100.00%	1:0.6

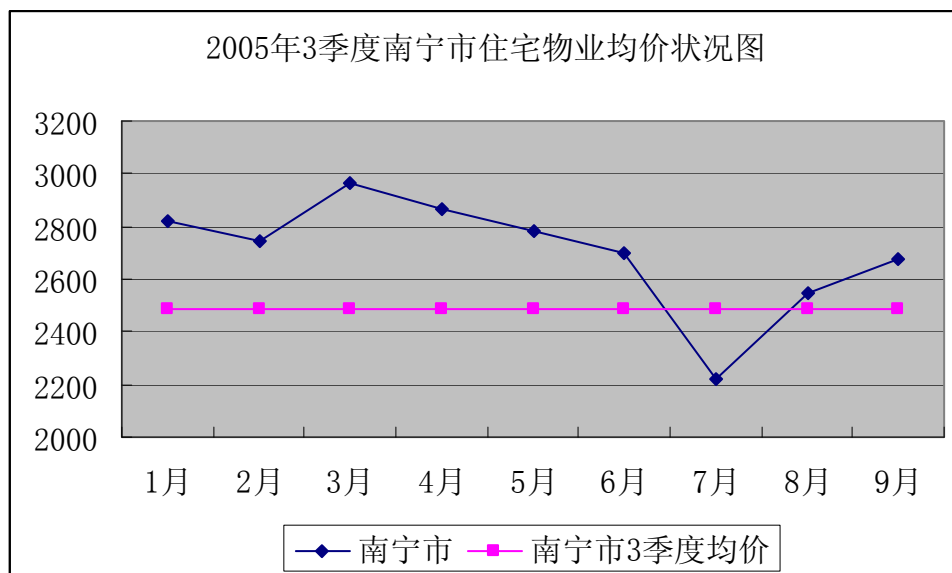
◎ 2005年3季度南宁市办公只有青秀区和琅东板块有供应量，去化量为1.3万㎡。

◎ 全市办公成交情况不够理想，每个区域成交量都较少，可比较性不大。

1-3、价格分析

a) 成交价格分析

2005年3季度南宁市住宅均价状况表								
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2821	2742	2964	2863	2781	2700	2223	2548	2674



◎ 2005年3季度，南宁市商品房住宅均价2486元/㎡，较05年2季度均价2780元/㎡相比，下降10.6%。3季度价格走势呈上升趋势，8月较7月上

升 14.6%，9 月较 8 月上升 4.9%，7 月时均价低于 3 季度均价，同时，7 月份均价也是 1-9 月份价格最低的月份。

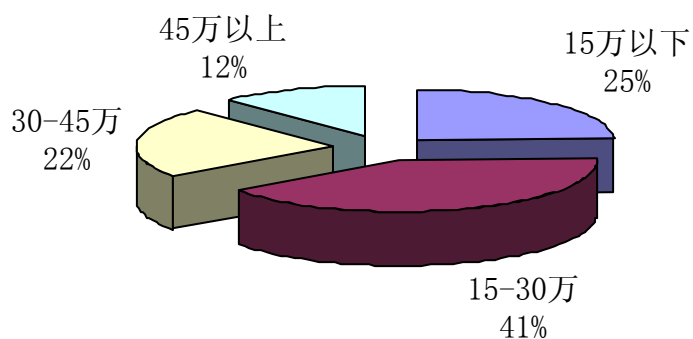
b) 成交总价分析

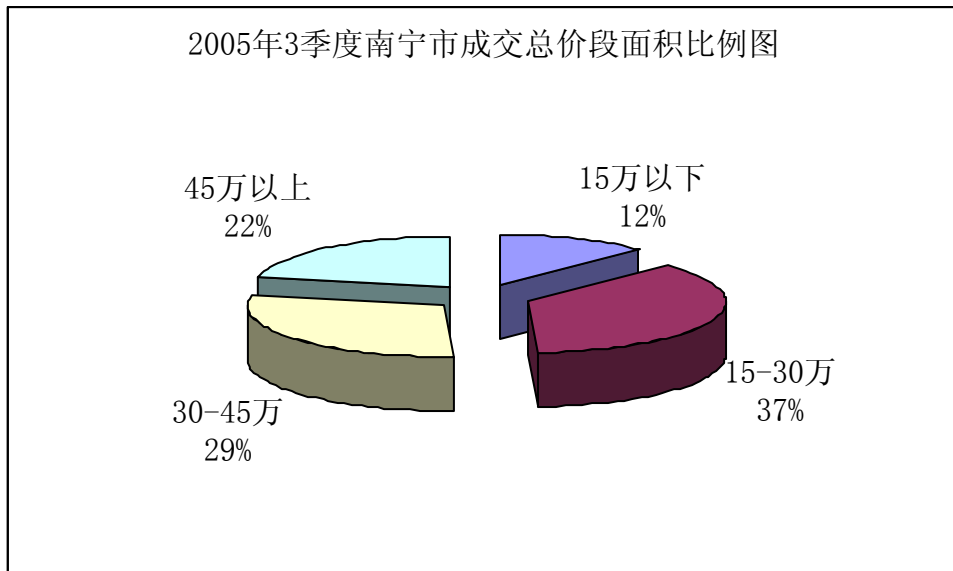
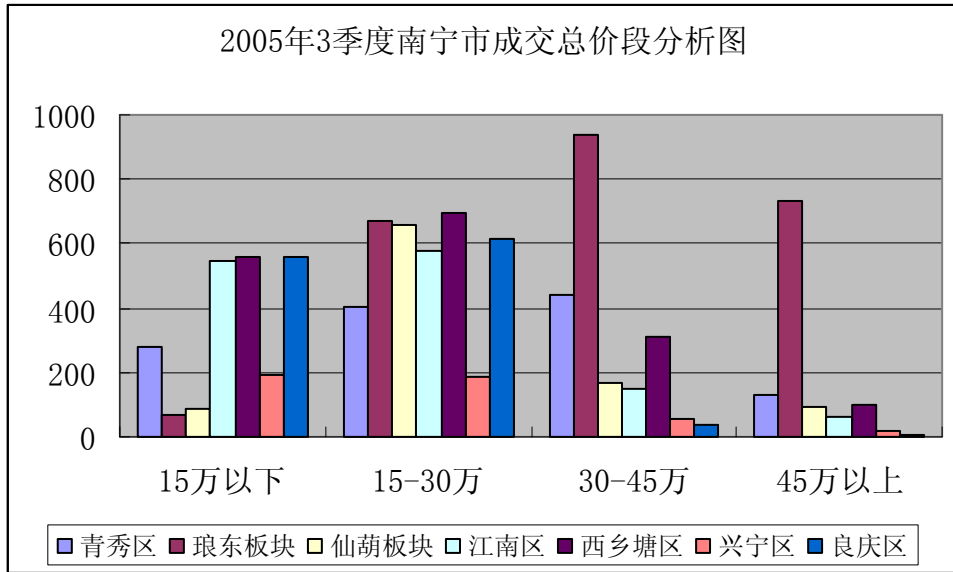
(根据南宁市房产产品形态与总价的区分,我们将总价划分四个档:15 万以下为低端产品、15-30 万为中低端产品、30-45 万为中高端产品、45 万以上为高端产品。)

2005 年 3 季度南宁市成交总价分析表

	15 万以下	15-30 万	30-45 万	45 万以上	合计
青秀区	280	405	439	130	1254
琅东板块	70	672	940	730	2412
仙葫板块	85	656	166	91	998
江南区	549	578	150	61	1338
西乡塘区	562	694	311	102	1669
兴宁区	191	185	55	20	451
良庆区	556	613	37	5	1211
南宁市	2293	3803	2098	1139	9333
总面积 (㎡)	129718.99	385171.31	303253.85	229888.41	1048032.56

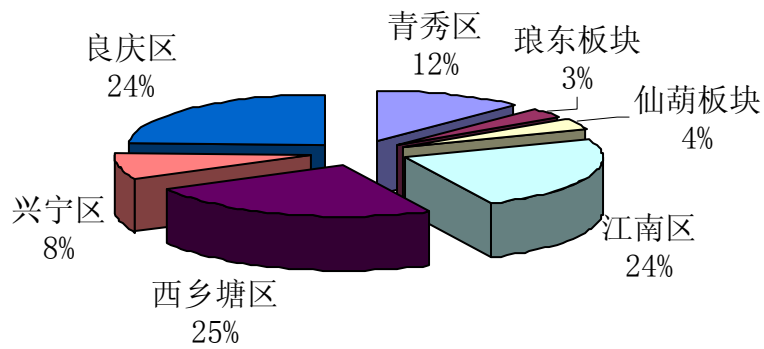
2005年3季度南宁市成交总价段套数比例图





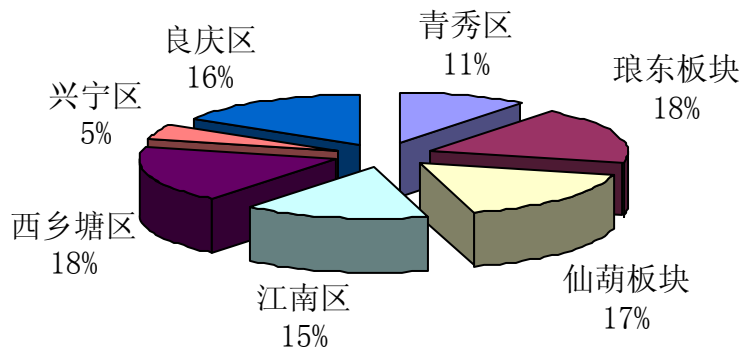
- ◎ 从成交量上看，15-30 万价格段为成交峰值，占全南宁市总成交量的 41%，15 万以下产品成交量位居第二，占全南宁市总成交量的 25%。
- ◎ 从成交面积上来看，15-30 万所占份额最大，占 37%，其次是 30-45 万，占 29%。
- ◎ 无论是从成交量上来看，还是从成交面积上来看，与二季度相比，各总价段的序位没有发生变化，供求维持着一个相对稳定的状态。

2005年3季度南宁市各区域总价15万以下成交套数图



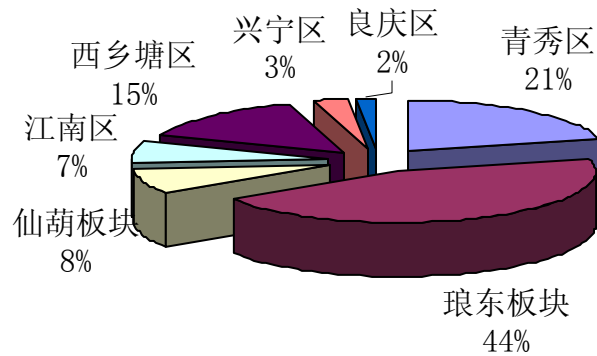
- ◎ 3 季度南宁市 15 万以下的产品成交主要集中在西乡塘区，成交量最大的项目是迷你新景小区，其次是良庆区和江南区。

2005年3季度南宁市各区域总价15万-30万成交套数图



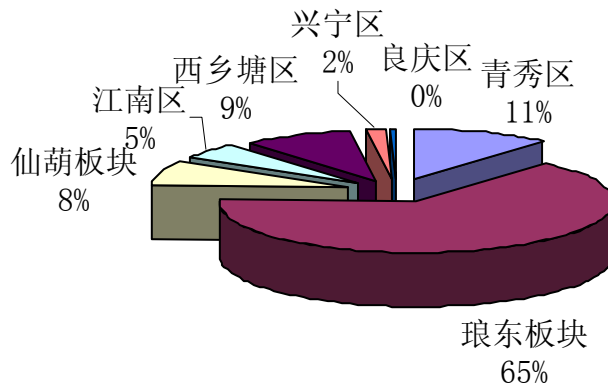
- ◎ 3 季度 15-30 万的产品成交较为分散，除青秀区和兴宁区外，其他各区域所占比重相差无几。

2005年3季度南宁市各区域总价30万-45万成交套数图



- ◎ 30-45 万的产品成交主要集中在琅东板块，占全市 44%，成交量最大的项目是城市花园和建兴苑。其次是青秀区，占全市 21%。西乡塘区排在第三位。

2005年3季度南宁市各区域总价45万以上成交套数图



- ◎ 45 万以上的产品成交主要集中在琅东板块，占全市的 65%，成交主要集中在城市花园和万昌·南湖景园，其他城区此档产品销售仍较少。

小结:

- ◎ 2005 年前 3 季度,除 2 季度受国八条影响,供应及去化量收缩比较严重外,1、3 季度供求关系正常,总量增加趋势明显。
- ◎ 住宅物业在市场上受到追捧,商业、办公物业现状堪忧。
- ◎ 琅东板块称雄楼市,价格、开发规模、项目品质等成为南宁楼市的风向标。

三、有利投资经济形势成因分析

1、中国东盟自由贸易区的形成

南宁以其得天独厚的地缘优势,既区别于云南省所具有的同类概念,又作为中国西部经济区、华南经济区与现东盟北部经济区的中心地位,建立起面向东南亚的全面发展战略,其发展潜力是惊人的。南宁—凭祥的高速公路已基本建成。对房地产发展的重大意义在于其未来所面对的将是一个区域性的国际市场。

2、西南大通道的形成

从成都到北海的高等级公路已全线贯通,往广东的两条高速公路的全通也将为时不远,大流通、枢纽城市的格局正成雏形。南宁对中国西部和南部地区的集聚和辐射能力将会倍增,区域性的资源、资金等将会在更深层次、更大范围以南宁为中心的重组与分配.自然,市场对房地产的需求将会增加。

3、国内会展中心城市的定位成功

随着南宁国际会展中心的落成以及“两节一会”的举措,定位于国内会展中心城市的南宁,会展业的发展对其总体经济的发展将起到极大的推动作用.南宁对全国市场的辐射能力也将得到提高。

4、城市化进程的顺利

作为省会城市，作为城市化程度较低的广西的首府，随着城市化进程的逐步加快，南宁的人口数将从目前的 150 万人，2020 年增加到 300 万人的中期规划要求。广西的城市化程度将从目前的 20%提高到 20 年后的 50%。显然，人口增加对房地产业则是重大利好，因为消费者对住房和商业物业的需求必将随之增加。国内其他一些城市有着同样的历程，如成都、重庆、厦门。对比国内其他一些城市高达 50%的外地居民购房的现象，南宁目前约 40%的比率正反映出城市化进程对房地产发展的巨大潜力。

5、南宁“中国绿城”计划的实施成功

将推动南宁城市各个方面的综合发展与进步，使城市在区域经济中心的地位得到强化，使这座城市以其特有的居住环境吸引大量的居住消费者。

小结：

南宁市作为中国大西南的出海大通道枢纽城市及中国—东盟自由贸易区桥头堡的地位，在国内、国际上的政治经济地位日益凸显，因此城市建设也相应需要提升到一个国际化城市建设的新的 高度，在全国房地产业进入调整期的情况下，南宁市的房地产行业连续数年保持高速健康的发展，吸引了国内外大资本的入驻，如马来西亚东方资本集团与广西航洋投资集团联合投资达 28 亿元的香榭里花园、大连万达集团投资达 11 亿元的万达商业广场，以及新加坡财团投资开发的 180 亩荣宝华商城等。加剧了房地产激烈的竞争，使南宁市房地产业加速了与国际市场接轨的进程。

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，蟠龙半岛区域房地产市场，地区既有的生活消费条件，蟠龙半岛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。

该项目位于南宁市蟠龙半岛，现在先对蟠龙半岛房地产市场作简要的概述。

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价值，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 106000 平方米，近似不规则的三角形，较平整。

该地块位于蟠龙新区，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

2.地块自然景观及环境质量

2.1 自然环境

以下为地块四个方向的环境情况：

1.南向：规划水系，多宗尚未开发的住宅用地。

2.北向：邕江水系，柳沙半岛。

3.东向：南宁大桥及规划道路。

4.西向：规划中的市政公园。

地块周边地势平坦，自然环境优美，邕江蜿蜒而过，无工业污染。尚未进行大规模地产开发，堤园路南岸绿化美化工程及市政规划的绿地、休闲广场、公园等，整个片区的景观环境将得到进一步提升。

二、蟠龙区域分析

1.基础设施状况分析

1.1 交通状况

目前蟠龙新区道路建设中，南宁大桥也尚未通车，从市中心过蟠龙新区必须绕行江南区才能到达，路程较远。正在根据目前规划路网图显示，蟠龙新区主路网由环半岛堤园路及三横三纵组成，预计在南宁大桥通车后，主要道路建设将同期全部竣工，这将大大缩短蟠龙新区与市中心的距离，车程约在 20 分钟左右，距离城市副中心金湖广场的距离也将缩短到车程 10 分钟左右。但由于新区建设过程将有 3 年左右时间才能达到基本居住需求，预计公交配套至少在 2008 年前后才能基本完善。

1.2 人文环境及生活配套设施

目前蟠龙新区的人文环境及生活配套设施尚属空白。

三、项目周边主要物业分析

1. 项目地区总体规划及土地出让情况

(附图)

2. 项目地区开发现状及态势

蟠龙新区目前尚无开发项目，根据自然条件及区域环境，柳沙半岛是目前南宁市市场上具有一定可比性的区域。柳沙半岛与蟠龙新区一桥之隔，由于历史原因多年来未进行房地产开发。去年以来开始进行开发，柳沙半岛首个项目半岛香隔里拉以全高层建筑中大户型入市，销售情况良好，每平米销售均价2800元左右，实现了柳沙半岛房地产开发的开门红，在此区域的后续项目也加快进度，整个柳沙半岛成为南宁又一方高档居住区的开发热点。蟠龙新区与柳沙半岛自然条件相似，规划条件更佳，估计在2、3年之内道路交通，配套逐渐完善之后，新区房地产项目将以较高的姿态进入南宁楼市，但以目前条件来支撑房地产开发，实际价值难以体现，初期价格将比较低。

四、蟠龙区域消费者调查分析

在后期市场推广中，将对目标消费群体作具体的分析了解。目前只能依据从事房产多年经验加以粗浅的判断。

项目依托于地理位置优势及周边优异的景观条件，结合整个项目的时尚、高档定位，我们主要对住宅部分的目标客户进行分类分析，营造出清晰的市场形象。

自用型客户

由使用用途可分为纯居住型和自住投资结合型。

纯居住型：

可分为原住型（南宁市的客户）、外来型客户（区内外欲移居南宁的客户）。

A、原住型

1) 客户特征

- 年龄在 30—45 岁之间的事业成功人士，是同龄人中的佼佼者；
- 个性独立、思想前卫、乐于接受新事物；
- 社会地位与文化层面较高，闲暇时间多；
- 追求高品质的居住环境与生活环境；
- 目前居住区域以新城居多。

B、外来客户

1) 客户特征

- 区内各地成功人士，消费层次较高，有一定经济实力,认可本项目的生活理念；
- 家庭居住人口多且居住人数经常变动的外地人；
- 意欲移居南宁，向往城市繁华；

2) 影响客户购买的因素

- 对居住环境及户型要求较高；
- 楼盘的社会影响力，是否代表时尚、现代，能否体现其社会地位；
- 对南宁市房地产市场有一定了解，主要通过电视、报纸广告及亲戚朋友处了解。

自用投资结合型客户

本项目因户型面积较大，总价相对较高，且属于新区域住宅项目，预计长期投资型客户较少，短期投资客户（又称炒作型客户）相对多。

1) 客户特征

- 以南宁市的客户为主，身份复杂，多为专业炒家；
- 资金较为雄厚，投资慎重理性，等候机会出手投资，属例行性购买客户；
- 爱读书看报，密切关注南宁市的城市发展热点，熟悉南宁市的房地产发展状况；
- 对南宁市的房地产市场认知程度深刻，有一定的专业知识，善于发现有潜质的物业，由于近期推出的新概念住宅成交及升值较为明显，看好本项目的升值空间；
- 以短线投资为主，力求快进快出，转手即赚钱，具有一定的冒险性；

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、突出于项目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国家宏观经济逐步稳定，近年内我国房地产业还将进入一个上升繁荣期，本项目的开发经营期将正处于此阶段。
- ②房地产市场日趋规范，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项目的自然环境，在南宁市得天独厚：面朝邕江，后有规划的一条水系，项目西面有一规划的小公园，是较难得的居住用地。可作为企事业单位人

员，私营、民营企业理想的生活基地；

②本项目离市中心繁华区距离适中，2007年南宁大桥建成通车后，项目进出交通将更为便捷；

③项目占地规模适中，可开发建设高档次的住宅小区，是置业的理想地方。

3. 项目所需投资规模中等，风险低，利润合理

本项目占地189亩，其中有30亩为电力局预留办公用地，实际住宅开发面积为159亩；电力局定向开发的职工住宅约占地99亩。本项目土地购置费用约为8505万元（45万/亩），其中电力局拟出资7500万，剩余1005万由开发商承担；开发商另需承担项目的立项、报建、建设等费用。本项目定向开发的部分约占总开发量的63%，有效地降低了项目的风险。由于土地费用基本由电力局承担，项目的建设也可分批分期开发，降低了开发商所需项目启动资金投入，更降低了项目的风险。同时，更可以以较低的资金投入获得较丰厚的回报。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、整个南宁经济快速增长，居民纯收入不断增加，近年来房地产市场一直十分火爆，有利于新项目的上马；

2、南宁大桥的建成，将使项目距离市中心的路程缩短一半，进出交通更为便捷，物业的增值可能性是显而易见的。未来几年里，周边配套设施将逐步完成，那么后项目销售将适逢其时。

3、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，而且未来几年，如一些党政机关将搬至潘龙区，项目区域内将又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，这就更有利于项目未来的前景，而且整个项目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。

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

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，将项目定位为中高等档次，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. 项目自然环境得天独厚；
3. 从项目区内同类物业分析得出结论。
4. 随着南宁大桥的建成和市政府的搬迁，各项基础设施和市政设施都会很快跟上。

(产品定位的具体建议见第七章项目规划、建筑设计建议。)

第六章 项目规划、建筑设计建议

一、项目总体规划建议

①由于项目开发周期不是很长，但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，因此在规划设计中一定要充分根据开发时的市场情况进行设计。

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”（政府部门规定的绿化广场部分）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，此项目的规划方案中建筑单体设计应采用灵活的户型和变化的立体效果。

④小区的目标顾客属中高收入的阶层，在规划上，停车泊位，按文件规定住宅不少于 0.5 车位/户，商业办公按 0.6 车位/户，业主中因为项目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”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至少 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

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、）等。

三、小区配套设施建议

1、会所是未来社区档次的标志之一，建议建设一个中型豪华会所，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。

2、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、卫星电视等多方位的网络服务。

3、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。

4、小区内应设有小型超市、商场、幼儿园等公共建设配套设施，为用户的日常生活提供方便，充分体现社区生活的现代化。

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

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

1、合作开发

本项目由富凯房地产开发有限公司与电力局（以下属三产单位名义）合作开发，双方的合作一方面可使项目拥有较高自有资金，利于项目的实施；另一方面，可利用电力局的客户资源（定向开发职工住房），降低了项目的开发风险。

2、整体规划

这是大面积、大规模房地产开发的一个显著特点，本地块占地面积虽不大，为 159 亩，但因为采用了多种建筑形式，因此必须对地块进行整体规划，分期实施。

3、分期实施

该项目开发总建筑面积达 212000M²，预计总投资约 3.66 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地块南面环境、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，北向风景较好，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。

4、力创精品

项目所在地块的素质较好，具有很强的可塑性，通过项目的品牌地塑造，可有效地带动项目销售。同时借助于该项目的品牌，可迅速提升开发公司在南宁市房地产业界的知名度。

5、先环境、后房屋，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 38042 万元人民币，其中建设投资为 28992 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。

表一、

项目总投资估算表

序号	费用名称	费用明细/标准	收费金额	备注
—	土地成本			
1	土地成本	45 万元/亩	71550000 元	159 亩（扣除 30 亩办公预留地）

二	前期工程费用			
1	总体规划费	建面×2元/㎡	424000元	按建筑面积 212000M ²
2	土地平整	用地面积×12元/ ㎡	2544000元	
3	设计费	建面×8元/㎡	1696000元	
4	勘察费	用地面积×1.5元/ ㎡	318000元	
5	临时水电费	建面×4元/㎡	848000元	
6	合计	27.5元/M ²	5830000元	
三	报建费用			
1	城建配套费	建安费×3%	5985000元	
2	教育附加费	建安费×1%	1995000元	
3	质量监督费	建安费×2.5%	4987500元	
4	招标管理费	建安费×1%	1995000元	
5	防洪费	建面×2元/㎡	424000元	
6	人防费	建面×10元/㎡	2120000元	
7	测量费	200元/栋	6400元	按32栋计算
8	白蚁防治费	建面×2元/㎡	424000元	
9	墙改押金	建面×4.6元/㎡	975200元	
10	规划服务费	建面×2元/㎡	424000元	
11	垃圾处置费	建面×1.5元/㎡	318000元	
12	散装水泥保证金	6000元—10,000. 元	10000	
13	合计	92.76元/㎡	19664100元	
四	建安工程费			
1	土建 多层及连排别墅	700元/㎡	50400000元	
2	土建 小高层	1000元/㎡	120000000元	
3	土建 配套商业	1000元/㎡	15000000元	
4	土建 公共生活设施	700元/㎡	3500000元	
5	水电工程	建面×50元/㎡	10600000元	
6	合计	941.04元/㎡	199500000元	
五	基础设施			
1	供水	建面×10元/㎡	2120000元	
2	供电	建面×15元/㎡	3180000元	
3	道路	建面×30%×60元 /㎡	3816000元	
4	污、雨水工程	建面×10元/㎡	2120000元	
5	电视	建面×5元/㎡	1060000元	
6	电话	建面×4元/㎡	848000元	
7	消防	建面×1.5元/㎡	318000元	
8	合计	63.5元/㎡	13462000元	

六	配套设施			
1	绿化	建面×12元/㎡	2544000元	
2	景观小品	建面×5元/㎡	1060000元	
3	庭园灯	建面×3.5元/㎡	742000元	
4	大门及入口广场		200000元	
5	围墙	120元/㎡	360000元	按3000米计算
6	红外线保安系统		700000元	
7	门铃对讲	400/户	640000元	按1600户
8	合计	29.5元/㎡	6246000	
七	管理费用			
1	管理费	一至六×5%	15812605元	
2	监理费	建安费×1.2%	2394000元	
3	销售费用	总销金额×3.5%	17514000元	
八	财务费用			
1	财务费用		约18960000元	
九	不可预见费用			
1		一至六×3%	9487563元	
十	总成本			
1		一+...+九	380420268元	
十一	销售收入			
1	定向开发部分商品房	均价2200元/㎡	290400000元	132000㎡
2	外销商品房部分	均价2500元/㎡	150000000元	60000㎡
3	商业配套	均价4000元/㎡	60000000元	15000㎡
4	车位	约个	元	
5			500400000元	2360.38元/㎡
十二	税费			
1	营业税及附加费	总销售额×5.725%	28647900元	
2	房产登记费	总销售额×1.5%	750600元	
3	产权监证费	公寓销售额×1.5%	6606000元	
4	印花税	公寓销售额×5%	2202000元	
5	合计		38206500元	
十三	房屋维修基金			
1		建安费×3%	5985000元	
十四	项目利润			
<p>项目利润= 销售收入 - 总成本 - 税费 - 房屋维修基金 =500400000-380420268-38206500-5985000 =75788232元</p>				

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 2006 年 1 月开始，2009 年 12 月底全面完成。
- 各种税费按南宁市目前的取费标准计取。
- 整个项目按中、高水平计算。

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（配套及公建中心放在第三期），先开发建设定向开发部分的住宅小区，后开发建设外销商品房住宅小区，整个项目从 2006 年 1 月开始，至 2008 年 12 月结束，历时 34 年。项目定向开发部分安排在一、二期工程完成，外销部分安排在三期工程完成，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	2006				2007				2008			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
工程前期	■	■	■									
首期工程		■	■	■	■							
二期工程				■	■	■	■	■				
三期工程							■	■	■	■	■	■

四、项目投资与筹资计划

1、项目投资估算

项目总投资约为 38042 万元。其中：

- (1) 土地费用 7155 万（扣除 30 亩办公预留地）。
- (2) 前期工程费：583 万元
- (4) 建安工程费用：19950 万元

2、项目投资估算依据及说明

- (1) 设备费用按询价或类似工程设备投资估算。
- (2) 建筑工程费参照《广西省建筑工程单位估价表》及当地类似工程概算指标估算。
- (3) 安装工程费依据《全国统一安装工程概算定额广西省单位估价表》及类似工程造价调整。
- (4) 其他费用及建筑安装费用定额按照《广西省建筑安装费用定额》及建设部有关规定执行。
- (5) 不同年份的价格资料均调整至 2005 年价格水平。
- (6) 项目建设单位提供的相关数据。

(7) 行业类似工程经验数据。

3、项目资金筹措

项目计划总投资：约 38042 万元

前期由富凯房地产开发有限公司出资 2000 万，电力局出资 2200 万启动项目，电力局占股 55%，富凯占股 45%。项目资金不足部分由银行融资贷款解决。

项目土地购置款约 8505 万元（含 30 亩办公用地款），30 亩办公预留地的土地购置款约 1350 万由电力局承担，不计入项目成本。项目实际土地款为 7155 万元。

扣除项目实际土地款 7155 万元及项目规划设计等前期费用 583 万，项目建设投资约 28408 万元，其中：项目一期工程约 52000 平方米，投资约 6968 万元，二期约 80000 平方米，投资约 10720 万元，三期约 80000 平方米，投资约 10720 万元。

项目建设期历时 3 年，从 2006 年 1 月至 2008 年 12 月底全面完成，项目建设期较长，由于本项目一、二期均为定向开发，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。在实际运作时，可根据本项目实际情况作如下安排：

- 1、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。
- 2、工程发包前，事先约定由施工单位垫付部分工程款。
- 3、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。

具体见表—3:

《项目投资计划表》

表 -3 项目投资计划和资金筹措表（单位：万元）

序号	项目名称	建设期				合计
		项目前期	一期工程	二期工程	三期工程	
1	投资总额					
1.1	建设投资	7738	6968	10702	10702	36110
1.2	建设期利息		678	678	540	1896
	小计					
2	资金筹措					
2.1	自有资金	2500	2000			4500
2.2	贷款	6000	5300			11300
2.3	销售收入		11440	17600	21000	50040
	小计					

第八章 项目开发经营状况分析

本章对本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。

本项目中包括公寓式住宅、小高层住宅以及幼儿园、配套商业、车库等公建项目。其中，前者采用销售形式，商业配套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，所有商业配套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，如幼儿园等。故公建项目的经营收入仅考虑商业配套的销售收入目，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：

定向开发部分	2200 元/ m ²
外销商品房部分	2500 元/ m ²
商业配套	4000 元/ m ²

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，确定本项目销售计划。本项目一、二期住宅部分为定向

开发部分，不对外发售。三期为对社会销售部分，小区的商业配套等集中在第三期建设。

项目销售计划			
销售时间	比例	销售计划	
		公寓	商业配套
2006		0	0
2007		52000	0
2008		80000	0
2009		60000	15000

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

项目销售收入估算表(单位: 万元)					
物业类别	销售指标	物业销售分期			合计
		2006	2007	2008	
定向开发部分住宅	销售面积(平方米)	52000	80000	0	132000
	销售价格(元/平方米)	2200	2200	0	
	销售收入(元)	114400000	176000000	0	290400000
外销部分住宅	销售面积(平方米)	0	0	60000	60000
	销售价格(元/平方米)	0	0	2500	
	销售收入(元)	0	0	150000000	150000000
商业配套	销售面积(平方米)	0	0	15000	15000
	销售价格(万元/个)	0	0	4000	4000
	销售收入(元)	0	0	60000000	60000000
合计	销售收入(元)	114400000	176000000	210000000	500400000

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：

$$\text{① 建造成本} = (\text{当年销售收入} / \text{项目经营总收入}) \times \text{总建筑投资}$$

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 3.5%计取。

③销售税金包括营业税、城乡建设维护税、教育费附加。三者合计为销售收入的 5.725%。

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

根据本项目投资安排、筹资方式、建设进度、销售情况，项目利润计算如表

表 -6 项目利润估算表

项目 \ 年份	2006 (万元)	2007 (万元)	2008 (万元)	合计 (万元)
销售收入	11440.00	17600.00	21000.00	50040.00
建造成本	14706.00	10720.00	10720.00	36146.00
销售成本	400.40	616.00	735.00	1751.40
销售税金	623.48	1007.60	1202.25	2864.79
财务费用	678	678	540	1896
营业利润	-4967.88	4578.40	7802.75	7381.81
所得税	0.00	1510.87	1138.04	2436.00
税后利润	-4967.88	3067.53	6664.71	4945.81

第九章 项目开发经营风险分析

本章拟对本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 = $380420268 / (1 - 5.725\%) = 403521897$ 元，保本点 = $403521897 / 500400000 = 80.64\%$

即销售收入达预测收入的 80.64% 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 = 50640 万元，保本点 = $50040 / 38042 = 131.54\%$

即项目开发经营成本达到预测成本的 131.54%，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 5%，如果的投资额增加 5%，项目的估算利润下降 1833 万元，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 5%，项目的销售收入下降 2502 万元，项目仍然可行。

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，从南宁市居民的住房消费意向看，蟠龙新区有相当大的潜在居民，即与本项目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。并随着蟠龙新区发展、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，南宁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：212000 万平方米

项目总投资：38042 万元

项目经营利润：7578 万元

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

- ▶ 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。
- ▶ 项目有定向开发支持，开发风险小，投资收益有保障。
- ▶ 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，在开发运作过程中可享受政府提供的诸多优惠政策，且项目定向开发部分站项目开发总量达 63%左右，通过一二期的开发的收益，开发商无需贷款就可自主开发第三期，有效降低了项目开发的风险，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。