

金港湾花园二期—西延锦绣
项 目 计 划 书

2002 年 3 月

前言

四川聚仁房地产和成都航宇房地产均是从事房地产开发的专业公司，已经在本市成功开发金港湾花园一期、金港湾花园三期、锦江公寓、升和苑等工程，通过这些工程的开发，建立了符合市场规律具有实效和操作理念和完善的管理体系，为公司开展打下了坚实的根底。目前，我们两家公司合作开发的金港湾花园二期〔西延锦绣〕工程，前期工作已经完成，现将本工程详细情况及实施方案报以贵行，以作为贵行分析评估工程可行性的依据。我们真诚希望能以贵行携手合作，共创辉煌。

第一局部 工程概况

- 一 工程名称：金港湾花园二期商品房
- 二 建设地点：成都市金牛区营门口乡红色村一、三组
- 三 工程性质：商品房住宅开发
- 四 工程主要技术指标：
 - 1 占地面积：355401.37 平方米
 - 2 总建筑面积：67898 平方米
 - 其中：
 - 总用地面积：35541.37 平方米
 - 净用地面积：33530.99 平方米
 - 代征地面积：2010.38 平方米

总建筑面积：67898 平方米

地上总建筑面积：60323 平方米

建筑密度：28.55%

容积率：1.799

绿地率：46.3%

总户数：470

大门建筑面积：53 平方米

地下停车库建筑面积：3855 平方米

地下小汽车停车库车位数：99 个

地下自行车停车位：1050 个

室外小汽车停车位：176 个

商铺：709 平方米

物管：604 平方米

住宅：62677 平方米

五 开发建设条件

1 土地权属明晰

2 开发手续齐备

3 场地拆迁根本结束

外部条件根本具备

六 工程开发商简介

1 公司名称：

四川聚仁房地产

成都航宇房地产

2 法人代表：

聚仁房产：王松江

航宇房产：郭航

3 法定地址：

聚仁房产：成都市蜀汉中路 259 号宏亚大厦

航宇房产：成都市成华区万年场双桥三幢

4 注册资本：

聚仁房产 1000 万元人民币

航宇房产 1000 万人民币

5 经营范围：

聚仁：房地产开发、物业管理、装修等业务

航宇：房地产开发、物业管理等业务

6 公司简介：

四川聚仁房地产开发是由省建委批准，省工商局登记注册，具有房地产三级开发资质的房地产开发经营的专业公司。公司成立于 1999 年 2 月 4 日。经过不断开展，公司已经具备了科学的管理体系和现代化企业运行机制，汇纳了业界精英。公司股东及高层管理人员均具备本科以上学历，在北京、上海、成都等地从事多年经营，并创下骄人的经营业绩，已开发工程“金港湾花园”一期 32044 平方米，已实现销售 100%。现正在开发的有 22000 平方米。

成都航宇房地产开展是由成都市建委批准、成都市工商局批准注册的房地产经营企业。注册资金 1000 万元，实收资金 1600 万元。开发工程有：锦江公寓、千和苑、兴隆苑〔东、西〕。已开发完成 51000 平方米，现正在开发有 30000 平方米。

七 工程效益分析

金港湾花园二期工程是聚仁公司和航宇公司经过认真、全面地市场调查、分析国家政策和相关市场环境，认真总结金港湾花园一、三期工程和其他工程的成功经验的根底上顺应现代居家呼唤开发的精品住宅小区，因而准备工作充分，符合市场竞争规律和房地产开展形式，符合国家有关政策和法规。

1、该工程开发优势明显，地理位置优越，交通便捷。该工程位于成都市羊西线侧的红色村。羊西线乃是成都交通的一条黄金旅游主干道，也是目前成都市污染较小，最适宜居住的环境之一。在这一地区周围会聚了众多著名的小区名园，已经形成了浓厚的商业气氛和人文气氛。

2、该工程之前的西延锦绣花园一、三期销售良好，深受业主喜爱，获得了一致的好评，已经被金牛区政府纳入“锦西名宅”的标志性住宅。这为本工程创造了良好的舆论气氛和根底，有利于工程将来的宣传和营销。

3、该工程由成都市两大实力雄厚的房地产公司，四川聚仁房地产开发有限责任公司和成都航宇房地产携手合作完成，风险小，技术力量和资金力量更为雄厚。除了两个单位投资6000万元的工程资金外，还可以通过工程的分期开发，预售房屋收回资金再行投放，也可以通过寻求金融支持获得工程运作的贷款，确保资金的到位。

总之，金港湾花园二期地处成都市黄金的居住区域，周边环境及交通状况良好，市政配套设施相当完善。根据评估分析，该工程完全具备开发中高档住宅的客观条件，经济效益和社会效益显著。投资开发金港湾花园二期工程完全可行。

第二局部 金港湾花园二期工程可行性分析主要内容

秉承“踏实、负责、科学、客观”的工作作风，我们对金港湾花园二期工程进行了认真的市场调研和周密详尽的论证分析，认为该工程无论从外部环境或是内部条件都已经具备了开发的可能性和可行性。为了更好地论证该工程的情况优势，我们将从以下的几个方面来分析。

第一章 工程背景分析

一、从宏观经济背景及房地产开展形式分析，国家政策利好为房地产开展带来了新的开展契机。

1 中国参加 WTO 对房地产业的巨大冲击和挑战。

2001 年，我国成功参加了世界贸易组织。这一历史性的事件将从根本上改变我国现有的市场竞争方式和情况。随着外来资本进入中国市场，将导致市场竞争更加剧烈。一局部实力弱小的经济实体必定将在竞争中被对手淘汰或兼并。对于本来就风云突变的房地产行业来说，入世就意味着更大的挑战和机遇。而成都房地产处于西部大开发的中心地位。从近年党中央、国务院对西部大开发的政策和法规来看，十分有利于成都房地产的蓬勃开展。因为房地产早被纳入了国民经济的新的增长点的范畴。国家要以此刺激消费需求，推动西部大开发的进一步开展。可以知道，在入世之后，人们的消费观念和消费水平都将会和国际接轨。成都房地产竞争也将从以前的狭隘的区域性竞争上升到国际市场的竞争。成都房地产业处于西部大开发的洪流之中，又要迎接国际竞争的风暴，在国家宏观政策的调控与扶植下，必将迎来新的高潮。

2 国家新一轮的降税降息举措将带动消费的进一步开展，从而给房地产市场带来新的机遇

不久前，国家有关部门又一次调整了税收政策和银行存款利息，让税收和利息再次降低。这一方面显示了我国政府在为适应入世后情况而努力，另一方面也说明国家正通过这些措施，进一步刺激消费，拉动市场，以此带动国民经济的开展。房地产作为我国消费这一个主要的消费支撑点，也将因此而享受到各种政策的优惠待遇。国家的降税降息措施为房地产开发开辟了全新的，更加广阔的环境，有利于房地产市

场的开展，为房地产的开发竞争提供了更加活泼的大舞台。

二、中国的入世带给人们消费观念的根本变革，人们对城市住宅的认识有了新的变化，即规模化、生态化、智能化、专业化特征，这些将是房地产开展的内在需求和动力。

1、人们的消费观念向欧美流行风格靠拢

中国入世，不仅对国民经济带来重大影响，同样会影响着老百姓的生活观念和消费观念。随着国外流行和先进的生活观念的传入，中国的消费者将会对商品房住宅进行重新评估和审视。欧美风格的概念正在被各个开发商引用和热炒，也在逐渐被中国消费者接受。而所谓欧美流行风不过是一个概念的刻意拟造。简单而言，这种国际化趋势其实就是一种规模化、生态化、智能化和专业化的复合。这种复合的概念极为强烈的打动了购房者追求时尚，讲究品位的心理，满足了他们的崇洋欲望。未来的房地产因为这些消费者的情感变化而出现更加宽阔的发挥空间。

2、房地产建筑规模及标准正在和国际流行时尚接轨

前面一点说过，现在的房地产建筑正在朝着规模化、生态化、智能化、专业化的国际化标准靠拢。这一方面受消费者心理需求的影响，另一方面也是房地产开发商主动适应房产新变化的结果。规模化即是借鉴和参考国外的先进建筑理念以及规划操作方式，使小区建设突破了单纯的居家概念，而是朝着营建多功能、标准化的小区转化。通过导入整合资源的规划思路，按照人与自然生态和谐共存、物质需求与精神需求紧密结合的运行方式进行规模开发。突出以人为本、表现个性的设计理念，在规划居住区的范围内对住宅、市政和公建配套等设施进行总体优化的规划设计，一般会在理想的地块上进行深度开发，而必要条件就是交通便捷、配套齐全、功能优化。

生态化在于住宅关注生态环保，小区绿化性强，充分表达“人与自然和谐相处”的概念。要充分解决人们对空气、绿化阳光以及园林景观等功能需求，到达居住环境的功能优化，会聚更多的人气，推动住宅小区尽快成型

智能化是指住宅除了硬件设施的投入，增强功能的优化设计，更把导入优秀的物业管理作为小区开发的软件。

3、房地产开发必须要和人们消费需求保持一致

从浅显意义来说，商品房住宅是为了满足人们的住房消费需求而存在的。它当然应该和人们的消费观念保持一致。从更深层次的意义来说，房地产开发商要和人们消费需求保持一致，不仅要主动了解不同时期不同阶段人们的消费水平

和消费认识，还应主动积极地去引导消费者的消费潮流。要积极争取消费者和自己的品牌概念相照应。尤其是入世后的今天，各个房地产商对市场的争夺，其实可以看着是对消费者心理和感情的争夺。这种情况同样为入世后的房地产事业提供了更加灵活的开展空间。

三、房地产作为一种投资手段正在被越来越多的人接受

1、房地产作为一种投资手段被人接受的内在原因

随着社会经济的持续开展，房地产已经由原来的单纯的满足人们的居住需求向着其他需求演变。对一局部投资者而言，房地产是一个不错的投资领域。导致这一现象的原因在于，房地产行业在我国开展了这么多年，市场环境正在越来越成熟。住宅需求已由集团购置逐渐转向个人，购置由少数富裕阶层购置转向中产阶层购置，中产阶层的潜在消费需求旺盛，消费的品质和价位等呈现出多样化特征。消费者的观念日趋成熟，其住房消费以及投资趋向也开始向中、高档转移，特别是一些注入环境、生态概念的地产工程得到了越来越多的消费者。于是房地产作为一个投资工程，风险正在减弱，利润回收周期不长，利润也可观。

2、房地产作为一种投资手段的市场前景

房地产作为一种投资手段的前景一直被有识之士所看好。随着国家政策的进一步完善，房地产市场的进一步标准化，会有更多的资本投入这一工程之中。特别是现在已经入世，预计将有更多的国外资本投入房地产的开发之中。这一情况会让房地产开发的资金得到更好的保证。

综上所述，随着我国国民经济的进一步开展，随着世界贸易组织的大门徐徐翻开，以及西部大开发的进行，成都房地产已经成为开展潜力巨大的产业，它的需求量将随着中产阶层的增加而变大。同时，它的相关带动效应强，对国家经济增长具有直接的推动作用。而启动住宅市场，更是国家大力开拓国内消费需求的突破口。有关专家分析到，我国宏观经济形势的好转对我国的房地产行业产生深远的影响。随着住房制度的进一步改革，房地产市场正在酝酿着无穷无尽的生机活力。国家的新的降税降息，将是新一轮房地产高潮到来前的先兆。仍何一个有眼光和有抱负的房地产开发商都不会错过这个千载难逢的好机遇。

第二章 成都房地产市场形式分析

一、现阶段成都房地产的市场情况和特点

成都房地产市场有着独特的个性，通过对成都市中、高档住宅市场的根本状况的调查，可以对本市房地产市场特点做以下总结：

1、用于开发的地块面积普遍偏小，规模大的小区不多，容积率偏高，建筑密度大。由于大多数开发商利用所处区域位于市区，各种配套齐备的特点来减少小区公建设施，以降低本钱。

2、房地产已经进入了“概念地产”运作阶段，概念地产

最大特点就是引导消费、激活市场，开发商在开发过程中尽可能地释放各自楼盘的能量，展示与众不同的个性，以此赢得更多的消费者。

3、房地产开发商普遍对小区房屋外观比拟注重，大多项选择择利用瓷砖外墙、铝合金窗、防盗门、使小区规划建设得整洁、美观、明快，同时还普遍利用沿街商业铺面获得巨额利润。

4、随着西部大开发的进行和中国参加世界贸易组织，房地产竞争在成都日趋剧烈。外地开发商纷纷入主成都进行规模化开发，对本地开发商构成了巨大的压力。同时，可供开发的地块正在减少，特别是一环路以内的更是少之又少。

二、成都市房地产市场需求特点和状况调查结果还显示出如下成都市房地产市场需求状况特点

1、消费者对住宅需求的状况，对位置考虑的居多，占 27.7%，对价格考虑的占 23%，对交通考虑的占 22%，对小区环境优美的占 20%，对户型考虑的占 19.7%，房屋质量好坏考虑的占 18.3%。

通过数据分析可以发现，消费者对于价格的敏感度已经减弱，而更多追求的是对住宅地理环境和交通环境等综合因素的考虑。这一方面证明成都房地产市场已经成熟，消费者对商品房的经济承受力有所提高。另一方面也显示了现代住房条件正向国际化标准靠拢。

2、我市商品房的价格趋向成熟和稳定，而且中档价格的商品房正在占据主流。从数据显示结果来看，中档住宅每套价格在 30 万到 50 万，高档住宅价格在 50 万到 100 万。通过调查，34%的样本倾向于选择跃层式房屋，24%愿意选择庭院式别墅，23%愿意选择普通多层住宅，还有 12.3%的调查样本愿意选择高层电梯公寓，5.7%的愿意选择复式房屋。

这些数据说明，我市市民对不同户型住宅的爱好和接受比拟平均，这种情况对很多房地产开发商的开展带来了空间，可以延缓开发商在某一户型上的剧烈竞争，防止盲目投资。在整个中档价格户型中，跃层式是目前比拟受欢迎的一种样式。如表格所示：

不同收入阶层对房屋结构的期望选择偏好比拟

房屋结构	平均个人月收入〔元〕	平均家庭月收入〔元〕
普通多层单元房	1779	4000
复层	1829	4544
高层电梯公寓	1964	4682
庭院式别墅	2224	5050
跃层式	2094	4889
其他	1733	3750

3、调查显示的另外一个结果就是，38%的被访者希望选择三室二厅的户型，29.7%愿意选择四室二厅，三室一厅的选择率为14.7%，三种户型的期望选择绿总计达82%左右。这些结果说明，传统的二室一厅、二室二厅户型正在被抛弃，消费者更希望在更为广阔和相对独立的空间生活与学习。

不同收入阶层对房屋户型的期望选择偏好比拟

房屋结构	平均个人月收入	家权平均家庭月
------	---------	---------

	〔元〕	收入〔元〕
二室一厅	1733	4166
二室二厅	1902	3900
三室二厅	1786	4295

三室一厅	1739	4427
四室一厅	2241	5032
四室二厅	2310	5444

4、被访者对配套功能需求，65.7%的人希望有一个大的阳台，64.3%需要双卫生间，62.7%需要书房，对电脑网络布线提及率为54.7%，车库为41.7%，屋顶花园、电梯和工作提及率只占25%左右。这些数据说明，人们在住房要求中，对私人空间更加讲究。

不同收入阶层对住宅配套功能的期望选择偏好比拟

房屋结构	平均个人月收入 〔元〕	平均家庭月收入 〔元〕
双卫生间	2091	4884
书房	2026	4707
工作室	2161	5114
大阳台	1974	4469
电梯	2085	4918
屋顶花园	1978	4618
车库	2200	5118
电脑网络布线	2106	4972

5、在装修要求上，52.3%的人愿意清水房自己装修，有20%的愿意由房地产公司同一装修，有13.7%愿意由房地产公司局部装修，其余的自己装修，有9%愿意由房地产公司同一装修卫生间和厨房，只有4.5%的人愿意自己装修卫生间和厨房。这说明在装修问题上我市消费者的自主性较强。

不同收入阶层对住宅配套功能的期望选择偏好比拟

房屋结构	平均个人月收入〔元〕	平均家庭月收入〔元〕
清水房全部自己装修	2059	4638
全部有房地产公司统一装修	2025	44925
房地产公司对卫、厨统一装修	1940	4916
卫生间、厨房自己装修	1850	4446
房地产公司局部装修	1960	4985
其他形式	11850	3750

6、对于居住地的结构环境和周边环境，最重要的是绿化和草坪，对此提出要求的占77.7%，对周围医疗条件认同的占74%，对教育条件要求占71.3%，对超市要求的占64.3%，

对公交车站要求的占 47.3%。这些数据充分说明人们对生态环境和人文居住环境的重视程度。

不同收入阶层对住宅街区环境期望选择偏好比拟

房屋结构	平均个人月收入 (元)	平均家庭月收入 (元)
大型百货商场	2017	4811
超级市场	2053	4694
自由市场	1988	4478
好的医院	2012	4608
好的学校或幼儿园	2046	4617
一流的餐馆	2125	5090
公园	1935	4464
多功能娱乐场馆	1952	4508
运动场馆	1975	4634
丰富的街区小餐馆	2009	4841
电影院或书店	1940	4656
绿地或草坪	2034	4644
公共车站	1916	4341
其他	2104	5159

三、成都市房地产开展趋势分析

中国成功入世、西部大开发紧密锣鼓地进行、国家再次降税降息、中产阶级正在逐步增多，所有的这些情况都在说明，成都的房地产已经迎来了新的一个良好的机遇。可以预见，在未来几年里，成都的房地产开发市场将在更广领域，更多对手的竞争环境下进一步标准化、合理化。

过去成都房地产的开展经历了三个阶段：

第一个阶段从 1992 年到 1993 年。这一年是房地产在全国各地热炒的时候，当时位于龙泉驿的“西部阳光城”率先掀起了成都房地产的暴炒。它的经营理念同当时的南方的楼盘相似，长于炒作和赚钱，而缺乏实际意义的使用。目前已经成为问题楼盘的标本。

第二阶段从 1993 年到 1996 年，1993 年东洋集团在我市西郊推出了国际大都会，引出了大量规划、配套都不齐全，但价格极其低廉的五大花园为标志的问题楼盘。这一恶果直接拉低了成都的房产价格。

从 1996 年开始，盲从了 4 年之久的成都房地产市场终于慢慢地开始步入正规化。它的标志是该年银都房地产公司推出的银都花园。这时政府也加强了对房地产市场的规划、监督、管理，引导着房地产向健康的方向开展，各种配套齐全，定价相对合理，拥有各种概念的楼盘相继推出，并被市场所接受。成都房地产开展逐渐步入了概念地产的阶段。

进入正规化的成都房地产在随后得到了快速的开展，取得了辉煌的成就。在良好的政策环境和社会市场环境下，成都房地产将继续保持良好的开展态势。因此，只要选择到较为成片的土地，形成一个独立的小区，土地价格相对合理，针对适宜的消费群体，抓住目前市场上的空白，就能够给企业创造机遇，推出品牌，获取效益。

1 从开展区域来看，成都东门将成为房地产市场新的战略地带，这客观上缓解了西门房地产的竞争压力。

成都三环路的修建和竣工，将给成都城市开展带来更多的空间，也会留给房地产足够的开发土地。而二环路以类的可供开发的土地已经很少。而市区和二环路内的房地产市场已经到达相对饱和的状态。可以预见，成都房地产市场的争夺将逐步从原来的二环路之内转向二环路之外。政府向东开展的战略也将会给房地产开发提供更多的优惠政策。于是很清晰地判断出未来几年成都房地产竞争最为剧烈的地段和区域将在东门市郊。

西门作为传统的房地产黄金市场，同样会因为三环路的竣工而向二环路外更为广阔的区域延伸。由于西门历来是居家的理想之地，这里的房地产竞争还是会很剧烈。由于政府城市开展战略目标的转移，从客观上缓解了西门的竞争压力。这对继续在西门开展的开放商无疑是利好消息。因此，无论从地域环境看，还是从竞争环境看，西门二环路近郊的地块都是值得开发和利用的。

2 从消费者心理看，对居住环境的要求进一步提高，消费者在楼房的选择上，将继续远离闹市区。因此，市郊仍然是房地产竞争的主要战场。

随着人们的生活水平逐步提高，他们的消费观念也在发生着日新月异的变化。在选择住房的时候，周围的生态环境和人文气氛也越来越被重视。人们对生活的质量要求也随之提高。因此，对于生活在喧闹都市中的人来讲，那些离闹市区较远，空气质量较好，周边环境比拟理想，人文气氛浓厚，生态结构合理的商品房继续受到他们温暖的青睐。三环路的开通，城市规模的进一步扩大，将使原来的适宜居住的区域受到重新的评估。三环路的开通还会缓解城市的交通压力，成都交通条件将进一步得到改善。这更加增添了人们对远离市区寻找家园的信心和希望。就目前来看，靠近二环路附近的区域将炙手可热。

3 从房地产营销手段来看，概念模式将继续被使用，而且将集中在“欧美流行”和“生态”这两个点上。

制造概念一直是各个房地产开发商喜欢利用的手段。经过十多年的开展，由房地产开发商制造的概念已经不计其数，都曾经为房地产的销售起到过积极的作用。进入九十年代末期，随着地球生态环境被破坏，有关人类的生存环境问题越来越严重。针对这种状况，房地产商们不失时机地炮制出各种各样的生态论，向消费者大肆宣传生态家园，绿色家园等概念。而这些受人们普遍关心的环境问题确实能够牵动消费者的心，引起他们的共鸣。而生态论，环境论表达了房地产的人文关心情结，是房地产开展的一种健康潮流。因此将继续被人们接受。

和生态论的概念一样被炒作的还有所谓的欧美派风格。房地产商对欧美风格的炒作一方面表达了现代人对于流行时尚的兴趣，另一方面也说明了我国房地产风格正在逐步和国际接轨。这对刚刚参加世界贸易组织后的中国房地产业来说意义很大。随着对外开放程度的加深。我国消费者受国外消费潮流的影响也将继续加深。因此，欧美风格的概念将会被继续使用。

4 从人们的实际需求来看，中小户型、跃层式、中高档的电梯公寓将越来越受到青睐。

从前购房单纯是为了解决住房问题的情况已经一去不复返。现代人受到的教育越来越高，生活品位相比从前也大幅提高了。人们在解决住房的同时，更注重享受。因此从前设计简单样式呆办的商品放正在逐渐被淘汰。而新兴的各种样式的楼盘大受欢迎。

跃层市房屋就是目前最能迎合中产阶层口味的一种风格。跃层式的最大特点是将家庭的“公共场所〔会客、吃饭和娱乐〕”与休息学习区利用空间落差进行自然的隔离。这种样式符合目前家庭生活即里社交，又追求个人隐私或内外有别的要求。反映了现代人需要独立或者个人空间的愿望，因此是目前中小型面积住房中最受欢迎的房型。

通过以上对成都现阶段房地产市场特点和未来开展趋势的分析可以看出，成都房地产已经拥有了一个良好的政策环境，一个有序的竞争环境，一个有广阔空间的市场环境。不仅如此，在成都刚刚确立了新的开展战略目标时，成都房地产业还迎来了一个难得的缓冲期的时机。这个时机如果把握好，把握准，投资是很容易回收利润。对那些要打造品牌的开放商来说，应当不失时机地抓住现在的机遇。

而本工程恰恰处于这样的时机之中，聚仁公司和航宇公司在这个时期推出金港湾花园二期工程，证明公司的眼光是独到的。也说明本工程的前景十分地好。当然，在具体的操作过程中，还应该随时把握住政策的变化和市场环境的变化。要根据这些变化作出合理的战略性调整。

第三章 工程区域环境 and 市场定位

金港湾花园

二期处于成都市金牛区营门口乡红色村一、三组，靠近营门口立交桥和二环路，与羊西线相隔不远。占地 53.37 亩，属西门郊外的居家理想之地。是房地产开放商们投资的热点地域。

为了工程方案的更好实施，本章从红色村周边环境以及金港湾花园二期的实际情况对本工程的地域优势和工程优势以及目标作出定位、分析。

一、红色村一、三组所处区域环境

1 交通：

距青年大道 300 余米，四周有 54、48、82、83、4、98 路等多个公交车线路，可到达市区、火车站、机场等地方，交通十分方便。

2 购物：

与红旗商场、茶店子商业区紧邻，购物居家非常便利。

3 学校：

周围有 20 中、茶店子中学和茶店子小学、外国语学校，教育条件优越。

4 医院：

西区医院、脑外伤急救中心等多家医疗保健机构分布周围。

5 娱乐休闲：

周围有多处大型娱乐休闲区域，贝森运动休闲广场和羊西线餐饮娱乐一条街，全面满足不同的娱乐需求。

二、金港湾花园工程优势分析

1 地域优势

在成都流传着这样一句名谣：“有钱人住南门，有权人住西门，工人阶级住东门，不三不四住北门”。这句民谣虽然带有调侃和娱乐的成分，却从侧面透露了一个信息，即西门是有地位的人或者成功人士居家的首选之地。事实也是如此。综观成都市各个地域，无论从哪方面的条件看，西门都是目前成都最适宜居家的理想地域。这里由于远离了工业化区域，污染指数偏低。不仅如此，这里还是成都向都江堰、青城山，九寨沟这条黄金旅游线的必经区域，人气旺盛，土地价值高。

红色区靠近营门口立交桥，比邻羊西线，交通便利，空气新鲜。既和市区保持了一定的空间距离，又不至于相隔甚远，很好地保持了和市区的距离。经过政府重新打造后的羊西线已经被公认为成都的黄金干道，集休闲、娱乐一体。文化气氛浓厚。本工程所在区域占据了这些天时、地利、人和的优势。这为工程的开发带来了便利。

2 环境优势

由上面的地域优势可以总结出本工程环境上的优势。就政策环境看，一方面来说，金牛区政府为了改造城西形象，已经启动了“锦西名苑”的市政建设方案。本工程是在政府规划工程之中，可以享受到政府政策的支持。另一方面，随着三环路的开通，客观上会使红色区这块介于二环路和三环路之间的上水宝地更加增值。更为重要的是，成都向东开展的战略方向将很好缓解城西房地产竞争压力，给这里的开发商一丝喘息的时机。所以本工程的政策环境是好的。

特殊的地域优势让红色村拥有了一个良好的人文和生态居住环境。二环路、羊西线、营门口立交桥、成灌高速这些配备的交通条件是许多地方不曾拥有的。低指数的空气污染、浓郁的休闲娱乐气息、完善的购物条件和卫生保健条件共同形成了现代社会中难得的人文居住环境。金港湾花园二期处于这样良好的环境之中，开发前景理应被看好。

3 宏观经济优势

前面已经从国家新近的一次调整税率和银行利息率的政策方面分析过本工程拥有的宏观经济优势。根据国家统计局的数据，去年全年房地产开发保持了良好的势头。新开工的商品房住宅面积大幅度增长，“国房景气指数”创造新高。GDP 增幅稳定，客观经济形势的好转为房地产的加速开展提供了良好的背景和有利的支持。

作为客观经济“晴雨表”的房地产业在国家实施积极的金融和财政政策的影响下，会掀起又一个开发高潮。

4 价格优势

在本方案书的附件中，列举了羊西线楼盘的有关数据，从中不难看出，羊西线楼盘现主要以小高层电梯公寓为主，均价在 2600 元/平方米，竞争十分剧烈。

本工程是多层建筑，本钱较低，羊西线多层的销售一直十分看好，建议售价在 2200 元/平方米〔均价〕，起性价比将远远高于同区域的其他楼盘。因此，本工程在价格上具有相当优势。而且随着周边环境的改造，房地产市场的开展，本工程具有相当大的利润空间。

三、目标客层定位

1、根据调查，愿意选择该区域居住的大都为年纪较轻，收入较稳定的这类消费者，购置的目的主要为改善现有居住条件，为家人购房和结婚购房等。从他们的潜在购置能力来讲，目前可能限于购置的户型范围为 80 到 130 平方米。因此，本工程处于羊西线范围，目标客户确定在家庭月收入 2000 到 3000 元的消费群体，并考虑向下兼顾家庭月收入在 2000 元以内的消费群体。

2、本工程的市场定位，需从以下几种因素进行考虑：

- (1) 目标顾客
- (2) 市场能力接受的价格
- (3) 与竞争对手的工程产品差异化

根据调查数据，客户希望的户型中，“跃层式”为最大的比例，希望的价格为 2200 元/平方米，在本工程中的实际操作中十分可行。

3、客户对户型的偏好

- (1) 户型的选择三房二厅和两房二厅较受欢迎，分别在

32%和 21%。一房一厅占 17%，三房一厅一卫占 15%

〔2〕面积选择

60 平方米以下占 10%

90 平方米以下占 30%

90 到 130 平方米之间占 50%

130 平方米以上占 10%

〔3〕厅房面积分布

在面积一定的情况下

34%的客户认为，卫生间厨房够用就行。

27%的客户认为，主卧及睡房要宽敞明亮，客厅和餐厅够用。

20%的客户认为，客厅和餐厅越大越好，主人房和睡房够用。

19%的客户无所谓。

四、物业管理

住宅小区一般以物业管理形式提供附加效劳，考虑到本工程所处环境是在市郊，需要工程配套提供保安方面效劳，因此整个工程住房，宜提供全楼层一体化〔封闭性〕的保安效劳和设施，此效劳可以通过物业管理收费运作。但是在住房修建的最后初装中，需要预设保安预警和报警电子设备。其他的社区设施可以根据用户要求增设。在初期规划中，可不作为必需工程考虑，以便降低开发本钱，使得适中的价格策略能有本钱根底而得到实现。同时，给人以“都市中别有洞天”的环境印象，由此提高本工程的附加价值。

五、价格

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/198056033122007013>