项目经营策划书

篇一:xx工程项目经营策划书

xx工程项目经营策划书(大纲)

一、经营策划书模板 第一部分工程概况

(一)工程的基本情况(包括但不限于):

1、工程名称、建筑面积、结构形式、包含的单体工程等。

2、中标时间、中标金额、合同签订时间、合同金额，其中:安全文明施工费、农民工工伤保险费、甲指分包、专业工程整项暂估价等。

3、建设单位、总包单位、设计单位、监理单位名称等。

(二)合同内主要经济技术约定(包括但不限于):

1、工期要求:总工期天数、计划开工、计划竣工，延误工期罚则等。

2、质量目标:长城杯、鲁班奖、优良、合格等。

3、付款方式:有无预付款、按工程进度付款、按形象部位付款等。

4、合同形式:固定单价合同、固定总价合同、合同调整范围及方法。

5、经济洽商经过计量和计价的单次变更项下的单项单子目的变化及超过人民币 XXXX
元(不含)的“单个工作子目”进行合同价格的相应变更。

(三)项目承包指标(包括但不限于):

按责任状约定上缴公司考核利润按自行完成产值XX%。
(四)工程的特点、难点: 第二部分组织机构

精简项目机构，试行项目固定管理费用包干，降低间接成本。项目机构的设置严格依据工程规模大小和工程难易程度等因素，并结合

住总集团《工程项目管理手册》中工程项目构成人数标准及住六公司《工程项目管理实施细则》，本着“因事设岗，因岗定责，因责授权，高效能干”的原则，通过竞聘述职，选配一专多能的复合型人才，降低管理人员的费用。

在机构设置上，项目部在开工前建立经营(成本)策划管理组织机构，树立全员责任成本意识，组织机构建立能够保证项目经营策划管理活动的正常开展。明确项目部领导班子、各职能组室成本管理责任人，下达成本控制责任指标。以项目经理为第一责任人，经营经理为具体负责人，实施人员为项目部各职能组室人员，并结合PMS信息化相关要求，明确工程项目综合管理信息系统PMS合同模块、统计报量模块、劳务模块、物资模块、机械模块、专业分包模块、经营模块相关负责人员。把成本指标分解到项目部所有部门和个人，实行全员责任成本控制，做到“千斤重担大家挑，人人肩上有指标”。

结合PMS形成各自的成本控制中心。项目经理对各部门在成本控制中的业绩要进行定期检查和考评，发现问题，及时采取纠正措施，要与绩效考核、效益工资发放挂钩，做到奖罚分明。

综上，拟确定
人组成XX工程项目经理部。项目部领导班子由项目经理XX、项目书记XX、主任工程师XX、经营副经理XX、财务副经理XX、生产副经理XX、安全副经理XX组成。下设“五组一室”，即:技术质量组、安全生产管理组、经营预算组、材料组、财务组、综合管理办公室。以项目经理责任制为前提，以“优质、低耗、高效”履行工程

承包合同为目标，从接受施工任务到工程竣工交用，在安全、

质量、成本、工期、功能、廉政、工程款回收、农民工工资支付、自有职工工资支付等方面实现“九统一”的全方位管理。

附:项目部组织机构图暨项目部经营策划成本管控机构图

?第三部分计划成本编制及收支对比分析(核心)

(一)结合技术方案、施组及预控指标，编制计划成本:

建议分三部分:零米以下结构、结构封顶、装修阶段(含二次结构、屋面)，项目可依据实际情况调整。

初步测算:针对零米以下结构、结构封顶、装修阶段的人工费、材料费、机械费、专业分包工程、措施费、工程水电费、间接费、企业管理费、利润、税金等项进行大项的收支对比分析。

详细测算:

?人工费细分结构(0米以下、地上部分)用工、装饰用工，测算工日总数、单方平米用工。

?材料费主材中钢筋细分规格型号(Φ10以内、Φ10以外)，测算单方平米含量;混凝土细分等级(C15、C20、C25、C30、C35、抗

渗混凝土„)，测算单方平米用量。

?钢筋加工、运输费用。结合现场实际情况，详细测算钢筋现场加工和钢筋委托加工两种方案的优势与不足。

?机械租赁费(塔吊、汽车吊)中计划进场、计划停租、计划退场，结合生产进度测算月度支出费用。

?专业分包细化(土方护坡降水、地下防水、屋面防水、外墙保温、屋面保温、室内卫生间防水、人防门、铁艺栏杆、阳光棚„)，测算每一项计划实现利润额。

?措施费用:外脚手架租费;顶板支撑体系租费、木方(5*10、10*10)、多层板、竹胶板等周转料具的备料量;其他措施费用。

?安全文明施工:专项收支对比、建立台账;包含现场与安全文明施工有关的一切费用，包含临边防护、安全、安全帽、消防栓、灭火器等，住总VI识别系统投入。

?临设费用:人工费用(建议临设单找一支劳务队伍签劳务合同)、板房租费或采购费用、库房、临水临电布置„

?现场经费、企业管理费:上缴公司管理费、项目部固定管理费用(工资、奖金)、外协费用、报销费用„

?税金

以上各项逐项详细对比分析、结合PMS做月度收支对比分析。 ?(二)XX工程收入与计划成本对比表(核心内容)

篇二:项目经营策划书

南浦花园开书店项目经营策划书

一(前言

该项目编制的依据，

1进行市场调研获得的第一手资料

2上搜索的资料

二(项目概况

1项目名称:图书零售

2项目选址:南浦花园

3项目规模及投资:按照一般情况，书店每平方米每月月租最高不宜超过100元，超过这个标准经营的风险就非常大。如果开店人租下店面期满或者中途退租，仍然可以收取转让费，那么这样就比较合适。如果不能，就相当于增加了房租。

4项目经营者:物业管理公司 5项目经营方式，

在开店人确定自己经营的品种后，要依照卖场面积来划分各品种所占的面积，并思考各图书类别比重;在完成这些动作后，开店人就要将各品种及品种中特殊类别的位置作合理安排，并做成书面资料。具体规划时需要注意几点:顾客通道一般两个人对面经过不拥挤即可，一般不小于0(8米

即可;一般100平方米以下的店，收银台占地面积不超过1(5平方米为宜，过多浪费。高度为0(75米左右为宜，过高给顾客感觉没有亲近感;卖场看管方面最好一人能够全部看到整个卖场情况。因此，除了收银台的位置安排尽可能的考虑这点外，高的书架不要放置在阻挡视线的地方;书架跨度为0(75米左右为宜，太宽了隔板容易被书压弯。中间书架的摆放，按照越往里走书架可逐渐增高的趋势安排，这样给顾客一种开阔的感觉，视觉效果好而且能多存放书籍。

新书与畅销书，是一个书店吸引顾客的关注点，其位置一般都在图书区最前端或最接近门口处，而新书柜和畅销书柜本身的设计款式和高度，又有各家书店的各自功能需求。

三(项目经营环境分析

1项目所在城市:扬州

2扬州市第三产业

3行政部分的内容可上搜索

经济发展和运行势态良好，第三产业持续增长，项目经营方针与各级政府对于发展大市场的
思路相符，该项目将是得到政府的肯定和大力支持，这些因素为项目的运行提供了可靠的经济及社会政策保证

四(时常及竞争对手分析

1市场分析

(1) 社会购买力分析

(2) 消费倾向分析

(3) 市场容量分析

2竞争对手分析

(1)国有书店仍然占主导地位(黄金书屋)优势:1)声誉与品牌优势几十年来对广大读者根深蒂固的影响;2)总体实力强大资金、人员、系统不是小型书店能够比拟的;3)政策优势对教材教辅的垄断经营。

劣势:

1)运行成本高，不具备价格优势;

2)管理环节较多，对市场需求反应速度慢;

3)服务意识缺乏，特色化个性化服务没有，欠缺文化氛围;

4)国家对教材教辅市场的逐步开放。

对策:没有总体抗衡的实力，采取市场补缺者战略

1)细分目标市场，避开主导者的优势商品;

2)着力降低经营成本，让利于读者;

3)狠抓服务质量，提供多样化的服务形式，提高读者的认可度和忠诚度。

五(项目立地条件分析

1地理位置:扬子豪泽苑由于扬子江置业有限责任公司开发，地处邗江区润扬南路广陵学院对面，项目规划为别墅小区。物业类型联排别墅、独栋别墅、双拼别墅等类型.扬

子?豪泽苑，位于润扬南路广陵学院对面，润扬路与银河大道交会处。东接西南大学城人文脉搏，南取滚滚长江浩然之气，北衔扬州新区蓬勃气象，西临润扬大桥连接线。在扬子?豪泽苑生活进则挥斥方遒、指点财富人生，享受城市成熟的配套，退则浸入大学城的人文洗礼，陶醉于恬静的自然养生生活。导入5S国际别墅规划理念以世界公认衡量别墅的5S国际标准为核心:景观(Scenery)、阳光(Sun)、逸事(Story)、运动(Sport)、溪流(Stream)进行规划设计。同时把“健康”与“养生”概念体现在产品功能上，在建筑设计、建筑材质、景观设计、户型设计和配套设施等方面都充分考虑了健康养生的功能，为居住者提供便捷、舒适、健康的养生居所。
北美风格建筑，中式建筑内涵

扬子?豪泽苑二期规划包括东南面11套单体别墅，西面64套联排别墅和中部18套等式别墅。具有低层、低密度、低容积率、高绿化率的“三低一高”特征。在别墅设计上走出了中国别墅设计抄袭和模仿的时代，在更高层次上体现了中国的精神，并与北美建筑文化跨界交融。同时按照人的起居习惯进行工程化设计，从而使建筑富有更多艺术色彩和良好的通风、采光，打造出真正的生态型、健康养生型建筑。亲水名墅，养生家园扬子?豪泽苑项目三面环水，并引入人工水系，形成水路与陆路的独特景观设计，使旱龙与水龙在此交汇，是难得的龙脉，创造出“人在水中走，路在水中浮”的曼妙意境，

加之30亩的超大生态花园，给别墅生活孕育了一份世外桃源般的生活情趣，强烈表达出融于自然的城市养生别墅这一主题。 完善配套特色商业
扬子?豪泽苑时尚商业位于大学城广陵学院西侧。以一幢四层6000平米的中心会所为龙头，一条200米长的休闲商业街为龙尾。商业配套注重“生活型、享受型、养生型”的定位，弥补了小区周边的配套缺憾，
真正贴近人的精神文化和生活需求，足不出户即可休憩身心，尽享惬意的生活，真正体现出健康养生生活就在家门口。位于扬州西站以南，润扬路与银河大道交汇处。西临润扬大桥连接线，至宁通高速公里，距扬州客运

总站公里。南浦花园是以别墅为主，辅以少量多层、小高层建筑的高档住宅小区。由扬州市万杨物业管理服务有限公司管理，,公交路线29路 37路
16路等距西站5分钟公交

2合配置设施

幼儿园:双语幼儿园、汊河镇中心幼儿园

综合商场:东方超市

邮局:汉河邮政支局

银行:招商银行

其他:玉盛公园

3客流量分析

六(项目经营管理

1规划设计:

在开店人确定自己经营的品种后，依照卖场面积来划分各品种所占的面积，并思考图书各图书类别比重;在完成这些动作后，开店人就要将各品种及品种中特殊类别的位置作合理安排，并做成书面资料。具体规划时需要注意几点:顾客通道一般两个人对面经过不拥挤即可，一般不小于0(8米即可;一般100平方米以下的店，收银台占地面积不超过1(5平方米为宜，过多浪费。高度为0(75米左右为宜，过高给顾客感觉没有亲近感;卖场看管方面最好一人能够全部看到整个卖场情况。因此，除了收银台的位置安排尽可能的考虑这点外，高的书架不要放置在阻挡视线的地方;书架跨度为0(75米左右为宜，太宽了隔板容易被书压弯。中间书架的摆放，按照越往里走书架可逐渐增高的趋势安排，这样给顾客一种开阔的感觉，视觉效果好而且能多存放书籍。

新书与畅销书，是一个书店吸引顾客的关注点，其位置一般都在图书区最前端或最接近门口处，而新书柜和畅销书柜本身的设计款式和高度，又有各家书店的各自功能需求。 2项目硬环境：

地点的好坏影响到未来经营上的难易度，所以选择好的营业地点至关重要。在店面的内在条件上开店人必须做下列重点作了解;

面积大小:希望营业的面积与实际面积之间的差距是否可以接受，太小会限制所要经营书店的特色;太大会造成浪

费，虚付租金，日后也会使消费者感觉商品空洞，不够充实的感觉。同时还要注意租用面积和实际使用面积的差距越小越好，有许多高层建筑因公共空间占据太大比例，使得实际使用的每平米租金上涨许多，很不符合经济效益的。

所在楼层:如果开店人选择的地点不是位于一层，那楼层的高度是否会限制消费者的来店意愿，例如要开的是主题书店，这种的限制影响是很小的，若想开的是一般书店，那影响程度就很大了。另外，也要考虑楼下的营业业种和经营形态对书店的影响是非常关键的。

楼层分割:以书店而言，如果使用面积在1000平米以下时，尽量为同一楼层，如果分层也不要超过三层，若楼层可以选择，其先后次序为一层，二层，地下一层，三层。因为书店面积不算太大时，楼层区分太多，会使卖场的感觉零散不完整，也会使人有空间狭小的压迫感，而在经营管理成本上，也会有所增加。

建筑结构:建筑物本身的状态往往会影响装潢成本，及日后的维护修缮费用。如果地点的建筑物属老旧建筑，首先要了解建筑物本身的安全性，装潢设计是否会让建筑物不堪负荷;还有它的配套设施有哪些，是否需要维修或更换，上下水、排污管线、电路管线、及电容量的情形都要深入了解。

地点形状:在内部使用面积的形状要尽量方正完整，因为过于不规则的形状，在设计上可能会造成闲置面积较多，

无法充分运用在营业面积上;其次，容易产生卖场死角，使动线不够流畅，增加巡场的频率，加大人员负荷，商品流失率也会增加。这些都将反映在经营成本上，需要开店人三思。

邻居状况:邻居是否容易相处，也会关系到非经营成本的多寡;另外，如果邻近的商业形态与书店格格不入，或多

属于夜间娱乐的商业，往往会使书店经营上造成许多困扰，就是花费许多宣传费用也可能是徒劳无功的。

七(项目市场策略

1进货渠道

图书进货渠道基本有三:一是从出版社直接进货，二是从书商手里进货，三是批发市场直接进货。作为初始经营的小本书店而言，从批发市场进货是最广泛的做法，批发市场的现金交易可以使拿货的折扣降低。此外，许多新书首轮发售的时候出版社会将其先发包给一些书商并给予较大的折扣额度，如与有实力的固定书商保持良好的合作关系，则可占此市场先机。

需要特别注意的是，无论是出版社、书商还是批发市场，基本上采取的都是可调不退的供书模式。

2资讯的来源

和各出版社的发行员建立紧秘的联系，他们对本社的品种更为清楚，能够帮助采购在广泛的种类中进行选择。当然在品种选择上媒体具有不可忽略的参考作用，专业媒体更是

不能忽略，比如说《中国图书商报》及其《导购周刊》、《图书营销手册》，而大众媒体的书评版、以及新浪、搜狐的读书频道和各出版社的站等媒体都必需时时关注，更有效直接的是参加书展和行、业订货会也是你获得新书信息最佳渠道之一。 3招收员工

对于准备招募的职务和人数要先确定，一家书店的从业人员通常是以营业面积除以约40平米，所得到的数字为书店人员的总数，再明确各级人员的任用条件和人数。

比如:100平米的店面一个班2到3人，领班可以上正常班，比如从10点到晚上8点，如果收银台书架之间没什么障碍，整个店内的视线没有档住营业员可少一些。

首先是员工的管理，开始就要聘用素质较高的人员，通过员工的优质服务赢得顾客;其次是制度要健全，做好月(季)盘点及各种情况记录及宣传广告，特别是门前的宣传广告，因为门前广告能直接吸引更多的顾客;再次，还町通过电话、书信等形式加强与客户和推销员的联系，特别是交易量较大的客户和推销员要保持经常的联系，做好特别的登记，如若新购回的书应以第一时间通知他们，并在价格上给予更多的优惠。

八(项目经营效益分析

1项目的盈亏平衡分析

九(结论

篇三:项目运营策划书(模板)

有限公司 XXX 项目

项目运营策划书

二??九年三月

编号发文日期Date XX-03-05

目 录

1. 项目经营决策指导意

见

……

…… 2 2. 项目经营目

标……

…… 4 3. 项目

开发进度目

标

……

……. 6 4. 项目开发成

本管理目

标……

…. 8 5. 质量管理目

标……

……10 6. 项目风

险提

示.....

.....11

1. 项目经营决策指导意见

项目战略目标:(项目管理部)

此部分包含但不限于:区域发展意义、公司品牌价值意义、项目投资收益贡献、公司产品线延伸或产品标准化提升意义等。

项目开发策略:(项目管理部、财务管理部)

项目整体开发策略:此部分描述开发策略，如:进度优先、品质优先、利润优先等等。
战略控制性指标:为达成上述目标，经公司项目管理部审议、公司总经理审批，以下指标为刚性指标，各级项目开发计划须保证以下指标的实现，公司总经理审批的变更情况除外:

产品线方案:(设计管理部)

所属产品系列: 如孔雀城、奥韵、第九园等

项目成熟度:

其他管理目标:如某新技术应用、某新业务模式尝试、物业管理标杆等

2. 项目经营目标:(项目发展部、设计部门、销售部门)
主要经济技术指标:

说明性文字:

项目收益估算(在可研成果基础上，成本合约部、财务管理部)

篇四:《项目经营策划书》编制模版

实施日期:XX/0X/XX

《项目经营策划书编制指引》

? 前言

项目经济指标一览表(注:将总结性成果清晰地展示在篇首)

包括(但不限于):规划设计技术指标、销售收入、经营性物业租金收益、总投资(土地成本、建造成本、管理费用、财务费用、营销费用、营业税金及附加)、利润总额、所得税、净利润、毛利润率、成本净利润率、投资净利润率等。

背景资料清单一览表

> 可行性研究报告及初期决策资料 >
土地出让合同、规划条件

> 与政府签订的其它一切协议和相关文件 >
与项目有关的一切相关会议纪要、合作协议 >
项目各项经济技术边界条件、技术资料 >
项目土地实测报告 > „„

影响经营的核心事项摘要:

> 土地权属是否清晰、是否存在经营风险的隐患

>
红线外市政配套设施能否及时到位、是否需承担相关费用 > 拆迁是否能按计划推进并按期交地

> 规划方案及指标是否满足政府规划设计条件、是否存

在经营风险的隐患> 税收优惠政策能否落实 > „„

? 正文

1 土地和项目解读

土地和项目环境调查

地块基本情况(现状、环境、交通、配套等，附照片进行说明，不超过1000字)。项目前期开发政策环境调查、项目工程配套技术情况调查、房地产(包括

实施日期:XX/0X/XX

各功能业态)政策环境调查、报建程序调查。
土地和项目解读

从项目土地的属性、未来发展趋势进行深度分析土地的附加值，深度解读土地。结合土地获取条件、土地技术条件、市场条件，按“项目效益最大化”、“现金投资最小化”的原则，提出项目定位、规划设计应重点考虑的因素和项目总体开发经营思路。

本节内容可参考项目前期可研部分内容。

2 市场研究、产品策划及定位、营销策划 市场研究

包括各有关物业类型的市场调查和分析，分析推导销售类物业目标消费群定位、市场定位、销售价格及市场动态分析等。也包括分析大小主力店等业态的需求和期望，业态组合、租金价格等 产品定位

对包括住宅、写字楼、商业、酒店等各有关物业提出规划和建筑的设计设想、针对市场需求的产品技术要素，对总体布局、面积分配、物业类型、场地规划等规划内容提出定位分析，对户型面积、层高、配套设施(如会所)、建筑细节(如入户花园、带风雨廊的商铺)等进行分析策划，提出建造标准(含装修标准)建议。

营销策划

主要包括项目概念策划、营销体系建立、销售价格策略、推广促销策略、营销费用估算、以及整体销售计划方案，并列出销售收入计划及方案。特别提示:对综合体项目而言，尤其需要提出城市综合体独有特征优势的营销策划，营销推广须结合商务商业的配合工作。 卖场策划

主要包括销售展示区范围选择，售楼处、样板房、示范区的规划和建设计划，项目包装方案和及早建立项目视觉识别系统和主推语。特别提示:对综合体项目而言，尤其需要在总规时结合商业、广场等设施进行城市综合体独有特征优势的卖场策划。

实施日期:XX/0X/XX

3 成本控制与规划设计策划 成本控制策划

建筑市场调查和成本测算

调查办理建设手续的有关职能部门、单位清单，建设程序中的收费、办理时限等有关文件，形成各种前后期行政、

配套事业收费一览表。

调查当地主要材料价格信息，类似工程的造价信息(含实例);对材料设备价格及当地供应商进行考察。

根据拟定的项目设计经济技术指标和建造标准，测算项目的目标控制成本。
提出实施过程中成本控制的主要节点、方法或原则

如控制行政事业收费为代表的前期成本、控制税务成本、控制影响成本的业态商务条件和技术要求、控制各业态功能面积、控制影响成本的营销要求、控制建筑标准、优化规划建筑方案层面的内容;实行限额招商、限额设计;在施工图设计中提出含钢量、混凝土含量等指标;招投标阶段合理低价选择施工单位;施工阶段材料限价，控制现场签证和变更;强化竣工结算阶段审查措施等。
规划设计优化 规划设计指引

主要包括规划概述、总体规划原则、交通布局、停车设施、配套设施等，对不销售的资产(如管理用房、设备用房、拟租赁车库、会所、餐厅等)进行合理的限制性配置，对强制性要求建设的不销售配套设施(如物业经营和社区用房、人防、幼儿园、中小学等)需提供政府的相关依据文件，并尽量核减。形成阶段性项目规划经济技术指标表。 景观环境设计指引

主要包括绿地景观设计、硬质景观设计、水体等小品景

观设计指引。 建筑设计(住宅及商业)

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/345021134102011133