**附件1**

**厦门工学院**



**第一届房地产策划大赛**

**任务书**

建筑与土木工程学院

2021年3月

**赛题·地块信息**

|  |  |
| --- | --- |
| 编号 | J2020P03 |
| 地址 | 集美区11-07集美新城片区集美大道与集美北大道交叉口西侧 |
| 土地面积 | 19978.339㎡ |
| 计价建筑面积 | 59740㎡ |
| 建筑密度 | ≤28% |
| 绿地率 | ≥38% |
| 建筑限高 | 居住建筑高度30米以上，建筑高度80米以下 |
| 开发限制性条件 | 允许竞得人分两期建设，分两期申请宗地商品房预售许可证，并分两期对外公开销售，首期应于项目开工之日起12个月内申请并对外公开销售，销售的建筑面积应不少于总建筑面积的50%；剩余建筑面积作为第二期，应在第一期开工之日起12个月内开工建设，并于第一期开工之日起18个月内申请并对外公开销售。申请预售商品房项目工程形象进度的标准按《厦门市商品房预售管理规定》执行。 |

**赛题·报告主旨**

**01开发目标**

需要根据定位，充分考量项目的盈利指标，做到盈利和市场口碑的双丰收。

**02价值站位**

1．项目现阶段还未正式对外发声，需进一步剖析市场占位，寻找提升项目价值的突破口，树立品牌形象。

2．考量开发商品牌的前期借力与输出，形成品牌口碑的共赢。

3．考量商业能级不断提升后给区域带来的升值空间，找出项目的价值亮点。

**03项目定位**

1．客户定位：城区品质土地属性，以首置、改善客户为主，辅以部分本地改善客户。

2．产品定位：需考虑城市及区域的发展，后期的综合体能级升级，进行产品的综合考虑，切勿陷入传统的地缘竞争的环境中。可根据未来发展适当拔高产品等级。

**赛题·任务要求**

**01项目价值站位分析**

基于实地踏勘调研，结合相关资料数据查阅，完成但不限于以下内容：

1.宏观经济分析（区域规划与发展/经济环境/产业发展/人口基数/板块分析等）

2.项目地块分析

3.市场宏观分析（近几年全市、区域、板块商品住宅市场分析/二手房区域市场分析/成交结构分析）

4.竞争格局分析（竞品地图/各板块面积段、总价段、单价结构分析）

5.未来竞争格局（未上市项目体量预测/待出让土地/潜在供应）

**02项目定位**

基于科学合理的方法论，完成但不限于以下内容：

1.项目客户群定位（生活方式/置业需求/客户来源）

2.客户定位 & 开发策略（通过有效的对标客户、定位产品为后续开发提供资金保障，确保项目的有序推进，实现整盘资金回笼及溢价）

3.项目产品策略（分地块产品进行落位）

4.项目产品定位

5.项目商业定位

6.配套及物业服务定位

**03产品设计**

产品设计需考虑区域整体发展及周边房地产市场情况，既满足合理的项目定位，又能区别于周边主要的竞品。产品设计中需要按照地块指标及宁波政府的建筑规划相关规定，设计出合理的产品。具体内容包括但不限于以下内容：分地块的产品落位，多元化产品组合，契合目标客群，产品类型逐级提升，创造溢价。

1.产品设计（规划、物业类型、户型分布、景观、物业等）

2.商业设置建议（位置、形态、业态等）

**04营销策划**

根据项目定位、产品设计和市场政策分析，对目标客群进行深入研究，梳理和营造出项目的核心价值和卖点，从销售周期、推货计划、价格策略、推广策略(包括但不限项目卖点设计、案名设计、宣传彩页设计等价值体系梳理等内容)、渠道组合等方面制定整体营销方案。目标是实现项目的经营指标，同时在市场树立良好的项目形象，利于公司品牌影响力持续提升。

**05项目实施计划**

包括项目整体实施计划、项目前期工作计划、项目工程建设计划、项目资金计划等。应详细列明项目的实施计划和实施进度。

**06项目收益测算**

项目整体收益需整体考量政府限价因素，以测算住宅、商业底商、地下停车车库整体的收益。具体内容包括但不限于以下内容：

1.成本分析

2.财务指标分析

3.现金流分析

4.风险分析

**赛题·文档要求**

**01作品格式**

每个参赛队伍提交一个策划报告，并配套一个展示用的PPT。提交时文件名为：专业班级-参赛队伍名称。同时，可根据赛题要求设计海报以及楼书，制作楼盘漫游视频、H5小程序和室内VR漫游等，以多种多样的形式展现作品。

**02策划报告格式要求**

1. 封面内容：

题目（居中，二号黑体）

LOGO（每个项目自主策划的LOGO，居中）

组名：XXX（左端对齐，五号宋体，1.0倍行距）

组长：XXX、XXX（左端对齐，五号宋体，1.0倍行距）

组员：XXX、XXX（左端对齐，五号宋体，1.0倍行距）

1. 正文采用以下层次格式：

第1章  XXXX    （标题居中，三号黑体，段前段后0.5行）

1.1  XXXX （标题顶格，标题后不接排，四号楷体，段后0.5行）

1.1.1  XXXX （标题顶格，标题后不接排，小四号黑体）

1.1.1.1  XXXX（同上，除大型图书外，一般不采用该层次，五号宋体）

1. XXXX  （标题前空两格，能不接排尽量不接排，五号楷体）

（1）XXXXXXXXX  （前空两格，无标题，接排，五号宋体）

     1）XXXXXXXXX  （前空两格，无标题，接排，五号宋体）

正文部分用五号宋体，单倍行距。

1. 图表名称的位置：表号在右上角，表名在正上方。图号、图名在正下方。图表号标注方式按章来标注，如第1章第一个图表示为“图1-1”，以此顺排。文中与表图相呼应，如“见图1-1”。
2. 文中并列内容可用项目符号列出，如“●”“◆”“■”等，要做到全文统一。推荐用“●”，但尽量不用。
3. 专业术语统一。在建设与房地产领域形成(或统一规定)了一批术语(或常用语)，使用术语(或常用语)应严格做到标准化及全文一致、图文一致。
4. 做好校对工作，表中图中字不全的、文章中句子不通顺的、标点符号有问题的请注意修改好。

**赛题·评分标准**

