



# 如何进行项目价值梳理？

不 忘 初 心 ， 砥 砺 前 行 ！

# 目录

- 一、项目价值定义
- 二、项目价值梳理准备
- 三、项目资源比较盘点
- 四、怎么梳理项目价值
- 五、项目价值梳理模板

# 一、项目价值定 文

项目价值就是一个项目能够带给消费者及城市、公众带来的积极影响。

- 项目价值包括有形的、无形的、经济的、文化的、生活的等多层面内容。
- 从地产营销角度考虑，房地产项目价值是项目内在与外在核心属性，对项目定位和营销策略有决定性影响。

# 项目价值分类

- 客户可感知价值
- 功能价值（安全居住价值、生态价值、开放性功能价值、投资价值、心理满足与文化延续价值）
- 经济价值
- 心理价值
- 情感价值

**四层模式：区域价值、产品价值、服务价值、社区价值**

# 项目价值分类

## 形象价值

- 形象定位
- 销售道具
- 项目形象展示（售楼处、样板房等、景观示范区）

## 服务价值

- “ 物业日常管理服务及其内容”
- “ 物业增值管理服务及其内容”
- “ 物业包租/代办租赁服务” 等

## 产品价值

- 项目精神堡垒（产品魅力核心）
- 社区规划特色
- 建筑（风格、外观、色彩）特色
- 户型设计特色
- 社区环境特色
- 配套特色
- 装修等级及特色
- 物业管理服务内容

## 人员价值

- “ 开发商” 品牌、 业绩及其有利资源条件；
- “ 设计与主要设计师” 品牌与业绩；
- “ 施工单位” 品牌与业绩；
- “ 装修设计师” 品牌与业绩；
- “ 景观设计师” 品牌与业绩；
- “ 物业管理单位” 品牌与业绩；等

## 二、项目价值梳理准备

# 梳理项目价值前的资料准备工作

## 1 向开发商索取资料清单：

开发商简介文本、最终确定的建筑设计方案文本、CAD电子版、合作单位简介（设计院、施工单位、监理单位、景观单位等相关单位）、景观方案、建筑外立面确定、最新工程进度表；

## 2 收集项目所在区域的城市发展规划相关文件；（通过网络、当地政府规划局等）

## 3 项目市场报告（项目专项市场调研报告、项目客群定位等）



# 项目资源体系梳理

## 1)、开发商品牌及其背景资源分析;

开发商品牌影响力

开发商资金实力

开发商项目开发能力及模式

案例：万达地产、中海地产、明阳地产等，不同开发商背景不同，所以拥有的资源不同；  
对项目开发预期和目标不同、开发商模式与有效特点均不相同

# 项目资源体系梳理

## 2)、项目及区域发展背景分析

明确项目所处城市、区域界定

城市的发展规划，以及在规划中的定位

区域在城市中的位置，特别是与城市中心区的距离

区域在城市规划中的定位和承载功能

区域自身的产业结构与人群特征，以及与城市其它区域的竞争关系

案例：新鸿基·悦城、保利·保利城、中铁建·北湖国际城等

# 项目资源体系梳理

## 3）、项目交通条件及周边配套分析

项目四至（周边四个方位的地形、资源及大致印象）

景观资源（山、海、湖、溪、河、公园、绿地）

交通条件分析（道路规划、公交配套等）

区域内的市政配套体系，如商业、 医疗、 文化娱乐、 教育配套等。



# 项目资源体系梳理

## 4) 项目规划指标分析

- 用地红线（红线内外不利因素分析）
- 建筑用地面积
- 建筑容积率
- 绿地率
- 用地功能配比
- 用地限高

一期主要经济技术指标

总用地面积	39551m <sup>2</sup>	
总建筑面积	191638.8m <sup>2</sup>	
其中	酒店及配套建筑面积	56298m <sup>2</sup>
	办公及商业配套建筑面积	50444.8m <sup>2</sup>
	住宅建筑面积	84896m <sup>2</sup>
总计容建筑面积	150290m <sup>2</sup>	
其中	酒店及商业配套地上面积	40000m <sup>2</sup>
	办公及商业配套建筑面积	40090m <sup>2</sup>
	住宅建筑面积	70200m <sup>2</sup>
容积率	3.8	
建筑占地面积	10283m <sup>2</sup>	
建筑密度	26%	
绿地面积	9888m <sup>2</sup>	
绿地率	25%	
户数	473户	
机动车停车	791辆	
非机动车停车	3310辆	

# 项目资源体系梳理

## 5) 项目产品规划分析

**Q:** 如何解读项目建筑设计规划风格, 特色 **Q**

**Q:** 如何解读项目规划总平图 围合, 楼栋, 建筑密度, 社区感 **Q**

**Q:** 如何解读景观设计风格, 绿化率

**Q:** 如何解读项目户型主力户型、优点 (赠送、挑高)、缺点



# 项目资源体系梳理

## 6) 合作单位资源梳

- 建筑设计单位资源梳理
- 景观设计单位资源梳理
- 建筑施工单位资源梳理
- 物业服务单位资源梳理
- 项目及物业所提供的服务内容梳理



卡罗·约翰逊



# 三、项目价值梳理方 法

# 地段·地块









# 配套



# 人员价值

## 人员价值

- **开发商、投资商**：利用开发商投资商的品牌、案例、实力等，对业主进行信心引导，也可通过公益活动、荣誉获取等形象提升，从而提升项目。
  - 例：中石化集团荣誉出品。中国地产开发100强。
- **建设商**：利用其知名度、荣誉、知名案例，延展项目的品质。
  - 例：世界百强中国建筑工程总公司。5次鲁班奖获得者。
- **景观规划**：利用景观公司及其规划师的知名度、荣誉、知名案例，延展项目的品质。也可通过其景观规划理念，进行阐述，从而到达园林产品力的落实、提升。
  - 例：泛亚易道。德国人与中国四合院的方正。
- **装修服务—策划、代理商等**：该点在推广上运用较少，主要为整个团队介绍的补充。
  - 例：沿海一级销售代理商。

# 服务价值

## 服务价值

- “物业日常管理服务及其内容” 进行延伸。  
例：安保服务——再也不用住鸟笼了。
- “物业增值管理服务及其内容”。  
例：贴心服务，回家就是度假等等。
- “物业包租/代办租赁服务” 等。  
例：省时，省心。

# 三、项目资源比较盘 点

# 项目资源比较盘点

## 方法1、 保留具有市场竞争力的差异化价值点

### 1 、 基于市场竞争的项目优势资源梳理

区位、开发商、建筑、园林、景观、户型、配套、智能化、物管.....

如中铁建·西派国际的户型价值

### 2 、 基于市场竞争的项目劣势资源梳理

区位、开发商、建筑、园林、景观、户型、配套、智能化、物管.....

如早期桐梓林·中华园项目的区域价值等

# 项目资源比较盘点

方法2： 保留目标客户最关注价值元素的价值点

1)、 客户关注核心要素



2 、 通过访谈寻找客户关注的核心要素, 如: 环境 (中粮·御岭湾)

3 、 基于客户价值项目重点诉求的价值元素



## 项目资源比较盘点

### 方法3、 保留能最大解决客户抱怨点的价值点

- 1 、 基于客户价值的项目应该回避的价值元素
- 2 、 减少客户价值的项目非重点价值元素
- 3 、 保留和放大能最大解决客户抱怨点的价值点；

# 项目资源比较盘点

## 价值梳理的工作逻辑：漏斗工作原理

### 方法1:

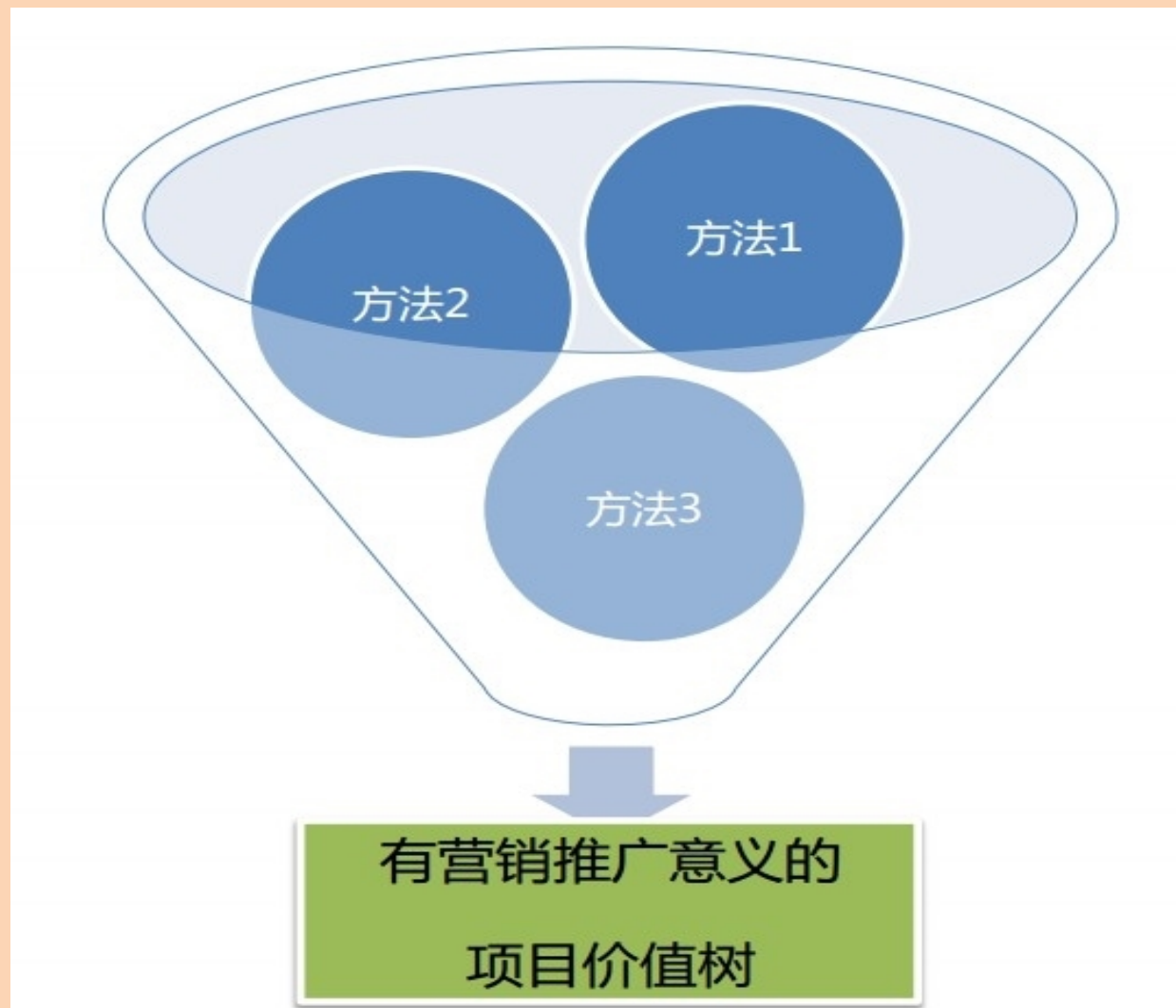
保留具有市场竞争力的差异化价值点

### 方法2:

保留目标客户最关注价值元素的价值点

### 方法3、

保留能最大解决客户抱怨点的价值点



# 三、怎样梳理项目价 值

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/488034045115007001>