

凡策顾问 项目服务建议书



一、服务类别及取费标准

二、分项工作服务范畴

一、服务类别及取费标准

服务类别及取费标准

编号	工作内容	取费标准	备注
1	投资战略	15元/m ²	按总建筑面积取费
2	概念设计	5元/m ²	按总地上建筑面积取费
3	方案设计	约25元/m ²	高层住宅： 20 元/平方米 多层住宅平： 25 元/平方米 别墅： 30 元/平方米 商业(地上、地下)： 30 元/平方米 地面配套公建： 20 元/平 地下车库： 20 元/平方米
4	产品管理	25元/m ²	按总建筑面积取费
5	运营管理	25元/m ²	按总建筑面积取费
6	成本管理	25元/m ²	成本管控15元/m ² ；施工过程造价服务10元/m ² ；按总建筑面积取费
7	投资管理	10元/m ²	按总建筑面积取费
8	营销管理	100万	营销前期管理服务费按100万固定收费
		1.5%	销售代理费，按项目总销售金额1.5%收取
9	体验区管理	200万起	当体验区总投资额≤5000万时，体验区顾问咨询费200万元； 当5000万元<体验区总投资额≤8000万时，体验区顾问咨询费300万元； 当体验区总投资额>8000万时，体验区顾问咨询费400万元；

二、分项工作服务范畴

2.1 投资与成本管理部

2.1.1 投资战略

2.1.2 投资管理

2.1.3 成本管理

2.2 规划设计部

2.2.1 概念设计

2.2.2 方案设计

2.2.3 产品管理

2.3 营销与客户体验部

2.3.1 项目营销管理

2.3.2 项目代理管理

2.3.3 体验区设计及管理

2.4 工程运营部

2.4.1 工程运营管理

2.1 投资与成本管理部

2.1.1 投资战略

2.1.2 投资管理

2.1.3 成本管理

2.1.1 投资战略

投资战略解决的问题是明确投资目的，为实现投资目的在项目运营层面做出关键决策。

2.1.1 投资战略的服务范畴

- 市场研判
 - 根据市调报告，对竞争环境时行解读；
- 项目定位
 - 通过对项目属性、未来规划、市场竞争等分析，提出主题定位、客户定位、产品定位、价格定位建议；
- 规划预案
 - 在项目定位的基础上，完成概念设计总图和三维立体模型
- 营运分期
 - 从市场销售、资金支付以及工程开发角度，提出项目分期建议和关键节点；
- 成本规划
 - 根据项目定位和总图，估算项目成本；
- 营销策略
 - 对项目和产品价值点时行梳理，项目整体推广策略和节奏；
- 投资分析
 - 整合项目关键运营指标，提升项目的盈利能力，管控风险，并规划资金的筹措与使用；

2.1.2 投资管理

在地产开发全过程运用投资分析模型和经济分析会的方式，提升整体管理精度，确保投资目的的达成。

2.1.2 投资管理的服务范畴

- 运营指标分析与采集
- 项目投资分析
 - 盈利能力分析
 - 清偿能力分析
 - 资金平衡能力分析
 - 运营风险评估
- 项目收益跟踪对比
 - 项目成本标尺
 - 项目关键指标
- 运用投资分析结论，辅助运营决策

2.1.3 成本管理

成本管理旨在以经济合理性最大的成本提升产品的竞争力，并形成企业和项目的成本优势。

2.1.3 成本管理的服务范畴-1：成本管控

- 目标成本规划
 - 目标成本测算
 - 限额设计和建造标准建议
 - 战略合约规划
- 成本优化
- 招标采购策略与计划
- 动态成本监控

2.1.3 成本管理的服务范畴-2：施工过程中造价服务

- 招标及合同作业
 - 甲方采购材料
 - 总承包、专业分包及甲方指定供货商
- 施工期间造价控制
 - 成本监控
 - 合约管理
 - 施工图预算
 - 变更签证预结算
 - 材料核价和现场收方
 - 审核工程进度款
- 结算审核

2.2 规划设计部

2.2.1 概念设计

2.2.2 方案设计

2.2.3 产品管理

2.2.1 概念设计

概念设计是把项目的投资诉求和定位，用建筑设计语言来表达，以确定项目开发产品的方向和操盘策略。

2.2.1 概念设计的服务范畴

- 投资维度——将数据化的财务目标快速翻译为可直观感受的设计，供投资者快速判断、决策；
- 运营及营销维度——结合市场信息，产品定位，成本等前置条件，提出与项目操盘策略匹配的总图和产品选型；
- 规划设计维度——在满足现行国家地区规范的前提下，优化、调配城市资源，为下阶段方案设计争取有利条件。

- 服务内容：

地形分析图

概念总图

系统分析图（交通、消防、景观、功能分区）

技术经济指标

外立面风格建议

2.2.2 方案设计

方案设计不仅是按照国家、地方标准完成方案阶段的设计工作，更重要的是在此过程中充分利用市场定位、投资分析、运营分期、成本规划、营销策略等专业支持，提升设计成果的附加值和技术含量。

2.2.2 方案设计的服务范畴

- 总图规划：构建项目的核心价值体系，形成政府、开发商、大众共赢的局面。
 - 总体规划
 - 道路及停车系统设计
 - 环境景观设计
 - 建筑单体设计
 - 经济技术指标
- 产品研发：关注产品质素，挖掘产品的竞争力；
- 立面专项：结合市场、成本、营销、设计、景观等多方面因素，为项目找准立面定位，通过各维度评判选择最佳设计方向，为项目成功提供支持。

2.2.3 产品管理

产品管理是基于投资目标、市场信息、客户、成本等条件作出的一系列产品策略与选择。产品管理的核心是总图及指标、建筑品质、成本前控、产品策略。贯穿整个项目的全生命周期。

2.2.3 产品管理的服务范畴-1：分供方管理

- 设计单位推荐与选择
 - 设计单位包括：初设、施工图设计单位，景观设计单位、室内装修设计单位、人防设计单位等；
 - 设计单位筛选
 - 设计招标、评标、定标
- 对设计分供方提出工作要求
 - 对设计分供方提出工作目标
 - 对设计分供方成果提出管控要求
 - 组织设计分供方与甲方一起召开设计汇报和讨论会

2.2.3 产品管理的服务范畴-2：设计成果管理

- 方案设计阶段
 - 总图及指标分析
 - 建筑单体与户型优化
 - 配套设施优化
 - 外立面风格建议
- 初步设计阶段
 - 设计优化建议
 - 指标优化建议
 - 完善产品建造标准
- 施工图设计阶段
 - 设计优化建议
 - 指标优化建议
 - 各专业协同设计优化
 - 产品建造标准
 - 主要设备选型建议
 - 外立面材料选择建议

2.3 营销与客户体验部

2.3.1 项目营销管理

2.3.2 项目代理管理

2.3.3 体验区设计及管理

2.3.1 项目营销管理

提供基于定位、推广和销售规划等方面的整体营销策略，旨在配合项目投资规划，达成项目营销任务及提升销售溢价及成交率。

2.3.1 项目营销管理的服务范畴

- 定位策略
 - 项目市场调查分析及产品建议
 - 项目营销启动会
- 推广策略
 - 项目推广定位
 - 项目推广全景计划
- 销售策略及开盘组织
 - 销售定价体系梳理
 - 销售推盘计划
 - 月度营销工作辅导及开盘组织建议
- 营销团队前期培训

2.3.2 销售代理管理

由凡策顾问派遣管理人员驻场管理代理公司，负责案场营销事务执行。

2.3.2 销售代理工作的服务范畴

- 组建营销团队并执行团队管理
- 销售案场执行管理
- 推广策略执行管理
- 客户资料管理
- 按揭及权证后台管理

2.3.3 体验区设计及管理

配合项目投资规划，打造定位准确、品质优秀的体验区。以强有力的视觉冲击力，实现“一眼就抓住客户的心”，加速客户购买的目的。

2.3.3 体验区管理的服務范畴

- 体验区选址规划及费用测算
 - 体验区选址建议
 - 体验区规划布局建议
 - 体验区动线规划
 - 景观、装修、软装成本费用测算
- 体验区设计及建设管理
 - 景观方案、施工图审核
 - 室内装修方案、施工图审核
 - 软装方案、定样审核
 - 停止检查点点评及优化建议
- 体验区运营费效比管理指导
 - 售场管理人员培训
 - 售场费效比管理优化

2.4 工程运营部

2.4.1 工程运营管理

2.4.1 工程运营管理

运营管理紧密围绕项目阶段性成果和开发计划，把相关要素和资源进行串联整合，实现项目高效的实施推进。

2.4.1 运营管理的服务范畴

- 运营管理
 - 项目全景工作计划的编制（开发商角度及施工角度）；
 - 项目运营分期及其合理性审查（施工角度）；
 - 项目运营阶段检查（6个分部检查）；
 - 阶段性成果审核；
- 工程管理
 - 项目进度风险评估；
 - 项目质量风险点及关键点管控；
 - 项目重大工程决策方案审核；
 - 项目竣工验收及交房评估；



2015.03