

2023年房地产项目商业计划书(优质5篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

房地产项目商业计划书篇一

编制单位：北京智博睿投资咨询有限公司

商业计划书，英文名称为business plan，是公司、企业或项目单位为了达到招商融资和其它发展目标之目的，在经过前期对项目科学地调研、分析、搜集与整理有关资料的基础上，根据一定的格式和内容的具体要求而编辑整理的一个向读者全面展示公司和项目目前状况、未来发展潜力的书面材料。商业计划书是一份全方位的项目计划，其主要意图是递交给投资商，以便于他们能对企业或项目做出评判，从而使企业获得融资。

关联报告：

房地产经营项目申请报告

房地产经营项目建议书

房地产项目商业计划书篇二

一、目标：

通过拟定促销活动计划达成以下目标：

XXX

二、10月活动主题：

“xxx我就便宜”

三、活动时间&地点

1. 时间□xxx□

2. 地点□xxx;

四、实体店宣传方式

1.tvc广告宣传：

30秒tvc□主要内容是10月实体店活动促销内容的宣传；

2. 跑马：通过跑马宣传实体店10月促销活动内容；

3. 家有官网：通过家有官网宣传实体店10月促销活动内容；

4.dm单：

a.闹市区及农贸市场；

b.各店周边的主要路段；

五、实体店活动时间进度表

详见附件：10月实体店活动时间进度表；

六、10月活动内容

(1) .活动主题□“xxx我就便宜 “

活动时间：10月1日-10月31日；

活动目的：以提高实体店整体的销售为目的，通过此次活动增加实体店与消费者之间的互动，同时刺激消费者的整体购买欲。

活动内容：（注：此活动享受其他优惠活动）

活动商品分类及分析：

XXX

活动工作流程：

2、商品到店后，由陈列师按照各个实体店的情况对商品进行商品陈列；

（2）.活动主题：买立省（限非特价商品）

活动时间：月1日-10月31日活动内容：

活动注意事项：

例如：顾客订购满300元的商品，获赠一张68元的礼金券，那么顾客即可使用68元礼金券所构成的金额（30元或者38元的券），如顾客使用30元的券后，30元券就作废，剩下的38元的金额，只有再下次订购商品的时候才能使用。

七、费用预算：

详见附件：实体店10月活动预算费用明细；

房地产项目商业计划书篇三

房地产行业一直是带动国家经济发展的重要行业之一，尤其是最近几年，我国房地产事业取得了巨大的发展。下面提供了房地产销售的商业计划书，一起来看看吧！

一、市场调研：

1， 前言-----本次市调的背景、动机、运用手段、目的等；

2， 市场分析-----

（1）当前市场分析（开发总量、竣工总量、积压总量）

（2）区域市场分析（销售价格、成交情况）

3， 近期房地产的有关政策、法规、金融形势

4， 竞争个案项目调查与分析

5， 消费者分析：

（1）购买者地域分布；

（2）购买者动机

（3）功能偏好（外观、面积、地点、格局、建材、公共设施、价格、付款方式）

（4）购买时机、季节性

（5）购买反应（价格、规划、地点等）

（6）购买频度

6， 结论

二、项目环境调研

1， 地块状况：

(1) 位置

(2) 面积

(3) 地形

(4) 地貌

(5) 性质

3， 地块周围景观（前后左右， 远近景， 人文景观， 综述）

4， 环境污染及社会治安状况（水、 空气、 噪音、 土地、 社会治安）

5， 地块周围的交通条件（环邻的公共交通条件、 地块的直入交通）

6， 公共配套设施（菜市场、 商店、 购物中心、 公共汽车站、 学校、 医院、 文体娱乐场所、 银行、 邮局、 酒店）

7， 地块地理条件的. 强弱势分析□swot坐标图、 综合分析）

三、项目投资分析

1， 投资环境分析

(1) 当前经济环境（银行利息、 金融政策）

(2) 房地产的政策法规

(3) 目标城市的房地产供求现状及走势（价格、成本、效益）
现实土地价值分析判断（以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照）

2, 土地建筑功能选择

3, 现实土地价值分析判断（以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照）

4, 土地延展价值分析判断（十种因素）

5, 成本敏感性分析

(1) 容积率

(2) 资金投入

(3) 边际成本利润

6, 投入产出分析

(1) 成本与售价模拟表

(2) 股东回报率

7, 同类项目成败的市场因素分析

四, 营销策划

(一) 市场调查

1项目特性分析（优劣势判断，在同类物业中的地位排序）

2建筑规模与风格

3建筑布局 and 结构（实用率、绿地面积、配套设施、厅房布局、层高、采光通风、管道布线等）

4装修和设备（是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯）

5功能配置（游泳池、网球场、俱乐部、健身房、学校、菜场、酒家、剧院等）

6物业管理（是自己管理还是委托他人管理、收费水平、管理内容等）

7发展商背景（实力、以往业绩、信誉、员工素质）

8结论和建议（哪些需突出、哪些需弥补、哪些需调整）

（二）、目标客户分析

1、经济背景

经济实力

行业特征……公司（实力、规模、经营管理、模式、承受租金、面积、行业）家庭（收入消费水平、付款方式、按揭方式）

2、文化背景：推广方式、媒体选择、创意、表达方式

（三）、价格定位

1理论价格（达到销售目标）

2成交价格

3租金价格

4价格策略

（四）、入市时机、入市姿态

（五）、广告策略

1广告的阶段划分

2阶段性的广告主题

3阶段性的广告创意表现

4广告效果监控

（六）、媒介策略

1媒介选择

2软性新闻主题

3媒介组合

4投放频率

5费用估算

（七）、推广费用

1现场包装（营销中心、示范单位、围板等）

2印刷品（销售文件、售楼书等）

3媒介投放

五、概念设计

- 1, 小区的规划布局 and 空间组织
- 2, 小区容积率的敏感性分析
- 3, 小区道路系统布局 (人流、车流)
- 4, 小区公共配套布局安排 (学校、会所、购物等)
- 5, 小区建筑风格的形式及运用示意
- 6, 小区建筑外立面色彩的确定及示意
- 7, 小区户型比例的搭配关系
- 8, 小区经典户型的功能判断及其面积划分
- 9, 小区环境绿化概念原则
- 10, 小区环艺小品主题风格确定及示意

六、识别系统

(一) 核心部分

- 1, 名称
- 2, 标志
- 3, 标准色
- 4, 标准字体

(二) 运用部分

- 1, 现场

工地围板

彩旗

挂幅

欢迎牌

2，营销中心

形象墙

门楣标牌

指示牌

展板规范

胸卡

工作牌

台面标牌

3，工地办公室

经理办公室

工程部

保安部

财务部

4，功能标牌

请勿吸烟

防火、防电危险

配电房

火警119

消防通道

监控室

1建筑规模与风格；

3装修和设备（是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯）；

4功能配置（游泳池、网球场、俱乐部、健身房、学校、菜场、酒家、剧院等）；

5物业管理（收费水平、管理内容等）；

6发展商背景（实力、以往业绩、信誉、员工素质）；

7结论和建议（哪些需突出、哪些需弥补、哪些需调整）。

二、主力客户群定位及其特征描述

三、价格定位

1. 理论价格（达到销售目标）

2. 实际价格（在预期内顺利达到销售目标的成交价格）

3. 租金价格（最能反映商品房实际售价的价格）

4. 价格策略

入市时机

房地产销售计划的入市时机并非指时间概念上的时机，而是指根据自身情况和市场状况来决定什么时候进入市场，是卖楼花还是卖现楼，是建到正负零还是等到封顶再卖，是抢在竞争对手前开卖还是等人家卖完了再说，所谓时机成不成熟即此之谓。

五、广告策略

1. 广告的阶段划分（准备期、导入期、推广期、成熟期、巩固期）
2. 阶段性的广告主题
3. 阶段性的广告创意表现
4. 广告效果监控

六、媒介策略

1. 媒介组合
2. 软性新闻主题
3. 投放频率
4. 费用估算

七、推广费用

1. 现场包装（vi设计、营销中心、示范单位、围板等）

2. 印刷品（销售文件、售楼书等）

3. 阶段性广告促销费用

八、营销管理

房地产销售计划的销售实务与人员

房地产项目商业计划书篇四

1, 地块状况:

(1) 位置

(2) 面积

(3) 地形

(4) 地貌

(5) 性质

3, 地块周围景观（前后左右，远近景，人文景观，综述）

4, 环境污染及社会治安状况（水、空气、噪音、土地、社会治安）

5, 地块周围的交通条件（环邻的公共交通条件、地块的直入交通）

6, 公共配套设施（菜市场、商店、购物中心、公共汽车站、学校、医院、文体娱乐场所、银行、邮局、酒店）

7, 地块地理条件的强弱势分析□swot坐标图、综合分析）

房地产项目商业计划书篇五

甲方：

乙方：

甲乙双方本着互惠互利, 共同受益的原则, 经过友好协商, 根据《中华人民共和国合同法》的有关规定, 就房地产中介加盟事宜, 在互惠互利的基础上达成以下合同, 并承诺共同遵守。

第一条合作方式

- 1、甲方是经国家工商及有关部门核准的独立企业法人总公司, 乙方加盟后依托甲方成立非企业法人的独立核算, 自负盈亏的分公司。
- 2、双方共同到工商部门办理分公司注册登记。乙方为分公司负责人, 营业执照由乙方保管使用, 印章由总公司保管, 乙方使用时需做登记备案甲方存查。
- 3、乙方自行选择经营场所, 承担一切经营费用支出, 并享有和支配分公司经营所得。为充分发挥集体的力量, 使每一条信息价值最大化, 在开展房地产业务中, 总公司在与加盟店协商同意后可对加盟店内人员进行暂时调动或者调整, 总公司有义务协助各加盟店在财力、人力、物力等方面进行优化组合, 并配合制定好分配方案, 做到公开、公平、公正。
- 4、甲方依据本协议为乙方加盟经营提供一定的保障和支持。乙方向甲方支付加盟费, 保证金和管理费等。

第二条加盟相关费用支付

(1) 加盟费

本协议签订同时，总公司对加盟店收取一次性加盟费元。

(2) 诚信履约保证金

本协议签订同时，总公司对加盟店收取履约保证金人民币元整。在合同期满时如无违规，违约和无有损公司品牌形象的，保证金无息返还。

(3) 经营管理费

经营管理费按乙方销售额的收取。

第三条 甲方的权利和义务

- 1、甲方有权监管和检查乙方的经营活动，是否符合国家有关法律、法规、政策规定和合法经营，如乙方违反上述之规定而引起法律，经济责任和损失，应由乙方自负承担，并有权劝阻和终止本协议。
- 2、甲方为了开创公司的品牌、经营活动中，即讲企业经济效益的同时也要注重社会效益，公司所制定的规章制度，经营规范程序，乙方必须无条件遵守。
- 3、甲方负责乙方办理工商、税务、房地等各项登记手续，包括(协助)办理每年的年检工作，所发生的费用均由乙方负责。
- 4、甲方负责统计乙方每月经营情况和财务报表，同时乙方每月缴纳实际的税费，超出部分另开发票按%交纳税费(附同等额度的发票)。乙方必须做好台帐，每月31日前如实汇总给甲方，甲方将统一负责向国家按时交纳乙方税费。
- 5、甲方向乙方提供银行帐号、支票、发票使用权。
- 6、甲方统一印制并向乙方免费提供看房单、委托登记协议、买卖协议书、租赁、买卖相关合同等法律文书范本以及有关

法规、政策资料文稿、各项法规、政策等展示牌由甲方统制作(费用由乙方负责)。

第四条乙方的权利和义务

1、乙方拥有甲方给予的合法经营权，可在当地办理工商执照登记，成立加盟店或分公司。甲方授权乙方特许加盟权，由总公司办理统一资质证书(乙方自行办理分公司的资质)，并负责乙方参加有关部门主办的业务培训班，使培训人员取得合格证书及上岗证。

2、乙方应在工商机关登记的经营范围内自主经营、独立核算，自负一切相关费用。乙方必须合法经营，诚信服务，依法纳税，服从总公司的统一管理。如出现违法行为，后果自负。

3、乙方设立分公司负责一切法定手续，从业人员资格证书、合法劳动用工及经营场所有关手续等。甲方给予尽可能的协助和配合，乙方有权对分公司进行人事调配(但必须到甲方备案)，安排分公司工资、奖金发放。

4、乙方负责承担自己的房屋租赁费、人员工资、办公设备、装修费等一切开办费。

5、乙方同意按照甲方要求统一招牌、胸卡、服装、铜牌等。并按照甲方规定统一设计，配备店面招牌、店内海报等。乙方必须在店面显眼位置设置甲方监督和投诉电话，接受甲方监督检查。

6、分公司原则上不得办理房地产代理业务，特殊情况下，乙方在受理代理业务签订相关协议前，必须事先报甲方审核批准并将相关文件交甲方备案。

7、乙方因故解除本协议，需提前三个月向甲方提出申请，甲方应及时协助乙方理注销手续。并交出营业执照，税务登记等

有关手续，在注销完毕后同时须递交债权债务承诺书。

8、乙方在开展业务中要积极维护好公司的形象，不得从事任何有损公司形象的活动。如发现乙方违规操作，甲方有权与乙方解除合同并追究乙方的相关责任，并不退回保证金。

第五条违约责任

1、本协议履行过程中，如无正当理由，任何一方不得恶意终止合作协议。对以上条款如有违约，任何一方可追究违约方的法律责任。

2、乙方逾期交纳任何费用，应按日万分之五向甲方交纳滞纳金；如无特殊原因而导致逾期超过30天的，则视为乙方严重违约，甲方有权解除本加盟协议，已交纳的保证金不予退还。

3、乙方超范围经营或违反本协议规定经营的，经确认后则甲方有权立即终止本加盟协议。乙方应无条件交回分公司执照等手续，注销分公司，甲方有权追究乙方造成的一切经济损失。

4、如乙方经营不善导致分公司无法再继续经营，需提前一个月书面通知甲方；并把未履行完的房屋代理业务无条件转移给甲方，不得从中扣取费用和索要利润；双方共同办理分公司注销或变更登记事宜。

5、如无乙方责任甲方单方解除合同需提前一个月通知乙方，并双倍赔偿乙方所已交纳的保证金，已经所造成的其他损失。

第六条本协议自双方签字或盖章后生效。

有效期限为自年月日至年月日。

第七条陈述和保证

甲方向乙方陈述和保证如下：

(1) 其是一家依法设立并有效存续的有限责任公司；

(3) 本合同自签定之日起对其构成有约束力的义务。

乙方向甲方陈述和保证如下：

(1) 其是一家依法设立并有效存续的有限责任公司；

(3) 本合同自签定之日起对其构成有约束力的义务；

第八条保密

一方对因房地产中介加盟而获知的另一方的商业机密负有保密义务，不得向有关其他第三方泄露，但中国现行法律、法规另有规定的或经另一方书面同意的除外。

第九条补充与变更

本合同可根据各方意见进行书面修改或补充，由此形成的补充合同，与合同具有相同法律效力。

第十条不可抗力

任何一方因有不可抗力致使全部或部分不能履行本合同或迟延履行本合同，应自不可抗力事件发生之日起三日内，将事件情况以书面形式通知另一方，并自事件发生之日起三十日内，向另一方提交导致其全部或部分不能履行或迟延履行的证明。

第十一条争议的解决

本合同书适用中华人民共和国有关法律，受中华人民共和国法律管辖。

本合同各方当事人对本合同有关条款的解释或履行发生争议时，应通过友好协商的方式予以解决。如果经协商未达成书面合同，则任何一方当事人均有权向有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十二条权利的保留

任何一方没有行使其权利或没有就对方的违约行为采取任何行动，不应被视为对权利的放弃或对追究违约责任的放弃。任何一方放弃针对对方的任何权利或放弃追究对方的任何责任，不应视为放弃对对方任何其他权利或任何其他责任的追究。所有放弃应书面做出。

第十三条后继立法

除法律本身有明确规定外，后继立法(本合同生效后的立法)或法律变更对本合同不应构成影响。各方应根据后继立法或法律变更，经协商一致对本合同进行修改或补充，但应采取书面形式。

第十四条合同的解释

本合同各条款的标题仅为方便而设，不影响标题所属条款的意思。

第十五条生效条件

本合同自双方的法定代表人或其授权代理人在本合同上签字并加盖公章之日起生效。各方应在合同正本上加盖骑缝章。

本合同一式二份，具有相同法律效力。各方当事人各执一份，其他用于履行相关法律手续。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)： _____ 法定代表人(签字)： _____

_____年____月____日 _____年____月____日

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)