

乌兰浩特欧亚购物中心

可行性研究报告

吉林省石油化工设计研究院

二〇一一年十一月

乌兰浩特欧亚购物中心

可行性研究报告

吉林省石油工业设计研究院

二〇一一年十一月





工程咨询单位资格证书

单位名称 吉林省石油化工业设计研究院 资格等级: 乙级

专 业

服务范围

建筑

编制项目建议书、编制项目可行性研究报告、项目申请报告、资金申请报告、工程设计

证书编号: 工咨乙 10820070011

证书有效期: 五年



2007年12月10日

中华人民共和国发展和改革委员会制

证书编号：工咨乙 10820070011

主管单位负责人：高云春 副院长 高级工程师

项目审核人： 张海云 高级工程师

国家注册咨询工程师

项目负责人： 李 丹 高级工程师

国家注册咨询工程师

经济负责人： 吴文臣 高级工程师

国家注册咨询工程师

参加编制人员： 张海云 高级工程师

国家注册咨询工程师

李 丹 高级工程师

国家注册咨询工程师

吴文臣 高级工程师

国家注册咨询工程师

韩俊松 高级工程师

目 录

第一章 项目基本情况	1
一、 项目名称	1
二、 项目位置	1
三、 项目占地面积	1
四、 项目现状	1
五、 项目周边环境	2
第二章 市场调研与环境分析	2
一、 乌兰浩特市城市概况	2
二、 乌兰浩特市市场分析与预测	3
三、 项目建设背景及必要性	8
四、 片区商业调查	10
第三章 项目生产规模及建设方案	12
一、 项目建设规模及期限	12
二、 项目建设标准	14
三、 配套设施建设	17
第四章 项目价值及SWOT分析	27
一、 项目价值	27
二、 SWOT分析	28
第五章 项目定位	29
一、 整体物业市场定位	30

二、 商业部分市场定位	30
第六章 项目整合推广策略	31
一、 战略方向	31
二、 战略总纲领	31
三、 开发战术应用	32
第七章 项目管理与服务	34
一、 项目管理及运作模式	34
二、 销售人员的组织与培训	35
第八章 项目投资分析与资金来源	36
一、 项目投资估算编制依据	36
二、 项目开发的基本数据	37
三、 项目投资估算	37
四、 开发建设成本估算	38
五、 资金来源	39
第九章 效益分析	40
一、 经济效益分析	40
二、 环境效益分析	40
三、 社会效益分析	40
第十章 研究结论与建议	41
一、可行性研究结论	41
二、建议	41

第一章 项目基本情况

一、项目名称

乌兰浩特欧亚购物中心

二、项目位置

本项目地属乌兰浩特市钢铁大街以南，滨河南路以西，爱国南路以东。

三、项目占地面积

项目总用地面积 35524.94 万平方米，总建筑面积 94955 平方米。

四、项目状况

（一）乌兰浩特欧亚购物中心项目：该工程占地 35524.94 平方米，建筑面积 94955 平方米，总投资 3.87 亿元。

经营范围：房地产开发及销售、大型超市、金银珠宝、日用百货、服装鞋帽、家用电器、三 d 影院、儿童乐园、电玩城、美食广场既休闲娱乐为一体的大型综合商场。

项目建设期限：2013 年至 2014 年。

（二）乌兰浩特市地处地理坐标是：东经 121°50'至 122°20'，北纬 45°55'至 46°18'。北部为山地，南部为冲积平原，东、西、南三面环水，平均海拔 263.6 米，属温带大陆性季风气候。年均气温 5.0℃，年均降水量 442.6 毫米，

年均日照 2875.8 小时，无霜期 134 天。

五、项目周边环境

乌兰浩特市位于大兴安岭南麓，内蒙古自治区东部，是兴安盟的首府，属科尔沁草原腹地。总面积 865.15 平方公里，建成区面积 23 平方公里。

该地块是西侧是城市的商业区，人口稠密，工业企业集中；地块隔河东侧是城市新区，新建居住小区连片，行政办公、重点教育、重点医疗机构众多，可以说，乌兰浩特市爱国南路地区是一种地理位置和景观环境绝佳的风水宝地，其开发前景十分看好。

乌兰浩特市爱国路地区以一个以旧居住区和农用地为主，随着乌兰浩特市改造和旧城拆迁力度进一步加大，城区不断的扩大，更给该地区的房地产发展提供新政策支持。

第二章 市场调研与环境分析

一、乌兰浩特市城市概况

乌兰浩特市原名王爷庙，因清朝第三代札萨克图郡王鄂齐尔在此建立家庙而得名。1947 年 5 月 1 日，全国第一个少数民族自治政府——内蒙古自治区人民政府在这里成立。同年 11 月，王爷庙改称为乌兰浩特市。1949 年 12 月，内蒙古自治区人民政府西迁。1964 年 7 月，取消市建制，隶属科右前旗。1980 年 7 月 26 日，经国务院批准，恢复了乌兰浩特市

建制。现为中共兴安盟委、盟行署所在地，是全盟政治、经济、文化和交通中心。

二、 乌兰浩特市市场分析与预测

（一）乌兰浩特市经济发展状况

2011 年全市地区生产总值为 696644 万元，按可比口径计算，比上年增长 15.6%。分产业看：第一产业增加值 50598 万元，比上年下降 11.7%；第二产业增加值 331080 万元，比上年增长 22.3%；第三产业增加值 314966 万元，比上年增长 14.5%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为 7.3%，比上年下降 2.6 个百分点；第二产业增加值占国内生产总值的比重为 47.5%，比上年上升 3.8 个百分点；第三产业增加值占国内生产总值的比重为 45.2%，比上年下降 1.2 个百分点。全年居民消费价格总水平低于上年 1.4%，其中：食品价格总水平低于上年 3.9%，医疗保健和个人用品价格上涨 0.4%，交通和通信价格总水平低于上年 0.3%，居住价格总水平低于上年 1.4%。商品零售价格总水平低于上年 0.6%。

（二）城市建设规划

乌兰浩特市基础设施完善，经济建设条件优越。

乌兰浩特机场可起降中型客机，已开通至北京、沈阳、呼和浩特的国内航线；白阿（白城至阿尔山）铁路纵贯市区南北，有乌兰浩特始发至北京，至长春，松原，至哈尔

滨，至大连，至天津，至呼和浩特等直达列车，有去往沈阳、阿尔山、伊尔施的过路列车；北京到呼伦贝尔市加格达奇的 111 全市 56 个嘎查村中 80%通油路。

（三）市场发展现状与前景分析

1. 社会消费品零售总额：2010 年乌兰浩特市社会消费品零售总额约为 341.63 亿元，按照近期年均增长 18，远期年均增长 15 的增速计算，近期和远期指标分别如下表 4-1 所示。

表 4-1 乌兰浩特市社会消费品零售总额测算表

预测期	2010 年	近期（至 2012 年）		远期（至 2020 年）	
		指标（亿元）	年均增长(%)	指标（亿元）	年均增长(%)
社会消费品零售总额（亿元）	341.63	513.90	18	1572.03	15

2. 第三产业增加值 2010 年乌兰浩特市 GDP 为 746.83 亿元，第三产业增加值约为 409.60 亿元，取近期年均增速 15，远期年均增速 13 计算，测算三产增加值的指标如下表 4-2 所示。

表 4-2 乌兰浩特市第三产业增加值测算表

预测期	2010 年	近期（至 2012 年）		远期（至 2020 年）	
		指标（亿元）	年均增长(%)	指标（亿元）	年均增长(%)
第三产业增加值（亿元）	409.60	541.70	15	1440.08	13

乌兰浩特市网点规划说明(2009-2020 年) 根据年均增速 10，到 2012 年 GDP 预测值为 1040 亿元，到 2020 年 GDP 预测

值为 2100 亿元，因此三产增加值对 GDP 的贡献率到 2012 年达到 74，到 2020 年达到 87。

3. 主要商业网点配套停车场控制指标 根据国内大城市的商业用地指南相关要求对乌兰浩特市商业网点配套停车场控制指标要求如下：(1)大型商业网点每 100 平方米建筑面积设置 1 个标准车位。(2)大型餐饮每 100 平方米建筑面积设置 1.5 个标准车位。(3)专业市场每 100 平方米建筑面积设置 1-1.2 个标准车位。(4)其他网点每 100 平方米建筑面积设置 0.3-0.5 个标准车位。

4. 商业中心是各类商业、金融、办公、娱乐、宾馆等设施高度聚集地，并具有一定规模的人流和商品流的区域，是城市商业体系构成的核心组成。

5. 商业中心的设置和规划主要遵循以下原则：(1) 以城市商业发展现状和城市空间结构为基础，合理设置；(2) 一般区域人口达 15 万人时，考虑设置区域商业中心；(3) 两个商业中心的距离宜在 3 公里以上；(4) 有山体、河流等自然条件及公路、铁路等基础设施阻隔时，商业中心的设置可根据具体消费需求设置。在上述商业中心设置原则的基础上，针对乌兰浩特城区商业街以其具备体现人文精神、以消费者为中心、文化氛围浓厚、旅游特色鲜明、配套设施齐全、购物与休闲有机融合等特点，成为现代流通业发展的关注热点。商业街是一个历史与现代有机融合的整体，是传统商业文化

和现代商业文明交相辉映的重要载体。商业街的发展大体可分为三种类型:一种是综合型商业街，主要表现为大型综合商业设施聚集发展，具有广域的综合服务功能，多为城市商业中心或区域商业中心，商业街为该区域发展的主要方向。另一种是功能型商业街，主要指同类商品和专门服务，高度聚集并能形成一定区域影响力的街市空间。其功能性主要表现在能够高度集聚同类商品或服务，满足消费者特定的购物需求。第三种是休闲型商业街，是指不以购物为主的餐饮、酒吧及其他文化娱乐服务高度聚集并形成区域影响力的街市空间。三种类型的商业街具有不同的特征:综合型商业街一般体量具有良好的基础设施，聚集商业设施档次较高，具有很强区域辐射力；功能型商业街则以同类商品和专门服务聚集为主，具有一定规模，在一定区域或更广地区具有一定影响力的街区；休闲型商业街发展建设相对容易，以休闲、娱乐、餐饮等服务为主，在统一规划建设、并结合文化特色与地方特点的基础上，已成为城市商业发展的亮点。

6. 根据市场发展趋势，结合专业市场相关理论研究，可以看出现代专业市场发展主要具有以下发展特征：首先，市场的发展要体现以下六个方面的功能特点:一是展示功能，即将商品的最新技术、产品款式展示给客商，成为永不落幕的展览会；二是信息功能，即市场要加强与全国性、区域性批发市场的信息联网，为市场经营者和客户提供网上发布商品

信息、电子结算等电子商务平台；三是采购功能，即海内外客商可在市场内直接进行商务洽谈、看样订货；四是配送功能，即在市场内或周围地区建设一定数量的仓储物流用房；五是完善的金融服务功能，即配置金融办公区，吸引银行入驻，为经营户及海内外客商提供安全便捷的金融服务；六是现代化的管理功能，即政府相关部门、市场管理服务中心与市场内部商铺全部实现联网，一些管理、服务项目均可在网上完成。其次，根据市场不同的组织形式，可分为如下六种特征比较鲜明的批发市场：一是以传统经商习惯和经商人才优势形成的批发市场，如义乌的中国小商品城；二是以旅游胜地为依托形成的批发市场，如上海的城隍庙；三是以产业为依托创办的批发市场，如浙江永嘉的钮扣市场、广东番禺的电器市场；四是以大中城市众多的消费对象为依托在城郊结合部创办的批发市场，如北京的金五星市场；五是以传统的商业街为依托发展起来的批发市场，如西安康复路；六是以临街旧厂房为依托形成的批发市场，如徐州宣武市场。另外，中国的绝大多数批发市场从发展历程来看，经历了从无市到有集市、集市到集贸市场、集贸市场到批发市场这三个阶段；部分市场正处于由批发市场向展贸市场发展的过渡阶段，如广州国际玩具礼品城、广州白马服装市场等。而所谓的展贸市场，是以商品展示为主，洽谈、接单和电子商务为一体的，集大商场、批发市场、展览厅等众多功能，实现以展带贸，

以贸促展的市场经营形式。目前在中国发展最为完善的展贸市场是浙江义乌的中国小商品城。而下一代市场发展模式将更强调市场的设计加工服务功能，市场将实现根据厂家特点和客户销售地的特点，打出样品，谈好价格后下订单，分期生产，完成后发送到客户指定的地点。

7. 社区商业发展现状：社区商业是为社区居民提供日常生活需要的商品和服务的属地型商业。它在城市商业网点体系中处于基础地位，是和谐社区建设的重要组成部分。本项目周围小区完善，为本项目提供良好的客源。

（四）市场需求分析

随着乌兰浩特市的建设速度加快，以及辖区人口数量迅速增加，客观上要求该地区有一个购物中心来引领该地区商业的发展，同时满足人民的日常生活需求，提高人们的生活质量。欧亚购物中心建设项目正是迎合这一需求趋势而建设的，项目以创新的“都市 MALL”为核心经营模式，以大型超市、餐饮、休闲、娱乐为经营主题，符合乌兰浩特市商贸业的发展方向。

三、项目建设背景及必要性

乌兰浩特，蒙古语，意为“红色的城市”。1947年5月1日，全国第一个少数民族自治政府—内蒙古自治区政府在这里成立，是兴安盟政治、经济和文化中心。全市现辖4个镇、12个办事处，总面积2353.5平方公里，有蒙、汉、满、朝鲜等17

个民族，总人口32万人。

随着乌兰浩特市国民经济的发展和人民生活水平的提高，城市建设步伐不断加快，乌兰浩特市按照营造和谐乌兰浩特的要求，实施城市发展战略，使该城区建设步伐加快。

随着21世纪国家西部大开发战略的实施和能源重化工基地的建设，全市经济始终保持强力的发展势头，综合实力显著提升，经济运行质量不断提高，人民生活明显改善。消费市场有效供给不断增加，商品货源充足，商品品种更加丰富多彩，质量档次明显提高，极大的满足的城乡居民的消费需求。同时新型业态蓬勃发展，全市贸易业经营形式发生巨大变革，超级市场、专卖店、购物中心、仓储式商场、无店铺销售等多种零售业态共同发展，市场繁荣活跃。

目前，乌兰浩特市城市建设发展迅速，商业住宅和大型商业建筑星罗棋布，使乌兰浩特市城市建设规模迅速扩大，在乌兰浩特市建设一座大型现代化购物中心势在必行。

1. 欧亚购物中心的规划建设是进一步推动对外开放，全面提升城市形象，加快城市化进程的需要。

2. 欧亚购物中心的规划建设是改善城市环境质量，提高人民生活质量的需要。随着经济的发展，城市人口的增加，乌兰浩特市目前的商业、休闲场所从数量、规模、档次来看已不能满足需要。欧亚购物中心的建成将会极大的改善该荡然无存的环境条件，给群众创造一个购物、娱乐、休闲的好

去处。

3. 欧亚购物中心的规划建设是优化土地资源配臵、带动项目周围沿线开发的需要。欧亚购物中心的实施，将有利于城市环境改善，必定会带动周围地价的升值，从而带动房地产等相关产业的发展，创造新的经济增长点。

四、片区商业调查

目前乌兰浩特的大型商铺还较少，但从各新开发楼盘的商铺销售可以看出，已呈不断上升趋势。

（一）按商铺形态分类，乌兰浩特的商铺主要包括两大类：

一类是市级商业中心，包括华堂购物广场、贵族商城。这些商业中心在乌兰浩特有极高的知名度，一般历史悠久。主要以高品位百货店、特色百货店、专业专卖店、文化娱乐设施、楼宇餐饮为主。

二类指社区（居住区商业），一般为沿街商铺，经营行业以生活便利为主，包括社区购物中心，超市、便利店、菜市场、大众化餐饮网点、生活服务网点、文化娱乐、沐浴、美容美发、快餐店等。

（二）商业网点布局的现状和存在的问题

1. 城市商业网点分布不平衡。总体来说，目前乌兰浩特市市区总体消费水平与商业规模基本相适应，但部分区域商业规模偏大，中心分区商业网点过于集中；而一些离中心分

区较远的地方商业网点分布就比较少，没有达到日常购物方便、快捷的要求。

2. 商场、专卖店没有实行错位经营，其结构类似，容易引发过度竞争，价格战时有发生，影响商业的正常运行。

3. 全市连锁程度仍然较低，导致重复建设现象较为严重，难以形成规模效应和集中效应。

4. 缺少停车场和公共休息空间，配套的餐饮服务设施不健全。随着近年来汽车持有量的迅速增长，各大商业区普遍存在车辆拥堵和停车难的问题；公共休息空间不足，购物环境没有达到清洁舒适的要求，直接影响消费者在商业区内停留时间，限制商业区整体功能的发挥。

5. 市外围的商品批发交易市场和物流园区缺乏有效的市场管理和约束机制，市场发展缓慢；无现代新希望楼设施，运行效率不高；普遍缺少物流支持，基础设施建设有待加强；经营和购物环境较差，应大力加强绿化带建设。

由于全市工业发展水平滞后，整体经济水平不高，从而导致目前商业整体不景气，随着乌兰浩特市经济的不断发展，尤其是服务水平不断提高，乌兰浩特市商业潜力巨大。

（三） 市场给本案发展的良机

城市发展规划的调整，商业流重新寻找新的经营地点，这给商业拓展带来了新的机遇；而更重要的是，更多的卖场及批发市场的出现使居民传统休闲消费和日常消费呈现出第

三极态势，即规模化降低成本效应使其成为传统商业区域的有力挑战者。我们认为，本案最大的优势在于其规模效应，不同商家聚集一起而产生的聚集效应一来可以互相影响，二来可以吸引八方客源。

第三章 项目生产规模及建设方案

一、项目建设规模和期限

（一）项目建设规模

本项目建成后将辐射整个乌兰浩特市。欧亚购物中心以“美化城市、提高城市服务功能”为目标，为辐射区内的消费者提供购物、餐饮、休闲、娱乐等服务。本项目将成为集品牌展示和销售为一体，市场、超市、专卖店等多种业态互动共生的大型城市购物中心。

（二）建设期限

本项目建设期限为2年。完成可行性研究报告的编制、项目论证、申请立项、项目审批、土建及安装工程。

（三）项目建设进度计划

按照国家基本建设程序，该项目按以下几个阶段进行实施：

项目准备阶段：项目建议书、可行性研究、批准立项、资金筹措；

项目实施阶段：勘察、设计、工程招投标、设备采购、道路施工；

项目完成阶段：试运营、竣工验收。

（四）项目管理

为保证工程质量，节约建设投资，缩短建设周期，尽快发挥投资效益，根据国家有关部门政策，本项目实行项目法人责任制、项目资本金制、工程招投标制、工程质量监督管理制、项目环境监督管理制、项目筹资渠道多元化等制度的建设和建设项目的前期工作。成立项目管理小组，负责欧亚购物中心内一切建设、运营和管理事务。内部实行严格的管理和明确的分工，其主要职责为：

行政管理部门负责日常行政工作及项目执行单位的接待与联络工作，组织项目的招投标工作；

计划财务部门主要负责项目的财务计划和实施计划安排，与项目执行单位办理合同协议等手续，以及资金的使用安排和收支手续；

施工管理部门主要负责项目土建与安装施工的协调与指挥，施工进度与计划安排，施工质量与施工安全的监督检查以及工程验收工作；

设备材料管理部门主要负责项目材料的订购、采购、保管及调拨等工作；技术管理部主要负责项目的技术文件、技术档案的管理工作，主持设计图纸的审核、处理有关技术问题及组织职工的专业技术培训、技术考核等工作。

二、项目建设标准

本项目将引用国内外先进设计理念，以高品位、时尚化、五星级环境及先进的管理模式，为乌兰浩特市的消费者提供全方位的服务。

项目建成后将针对不同消费者的需求，为广大消费者提供高、中、低档服务。

（一）购物中心环境

1. 欧亚购物中心位于乌兰浩特市爱国路，交通便利，易达性好。

2. 欧亚购物中心按绿化主管部门规定要求进行绿化，地面平整、硬化，没有裸露地面。

3. 设有专用机动车停车场，停车场面积满足购物中心经营需要。

4. 购物中心清洁卫生，未有影响环境卫生的污染源。

5. 欧亚购物中心的主体建筑为正式建筑，严格按照商店建筑设计规范的要求设计建设。

6. 购物中心建筑物内设有良好的采光、照明设施，空间宽敞、明亮、整洁，地面全部按照要求坚固、平整、清洁、防滑。

7. 建筑物设有通道，通道最小净宽度严格按照规范的规定设计。通道不得堆放任何物品，保证通行顺畅和疏散迅速。

8. 按照要求设有防汛排水、通风、防尘等设施。

9. 按照城市公共厕所卫生标准的要求。购物中心设有卫

生间，卫生间清洁、无异味。卫生间的数量、面积、条件与购物中心面积、条件相匹配。

10. 建筑物根据实际情况设有人行自动扶梯、垂直升降电梯、货用电梯。

11. 配备专人打扫卫生，保持地面清洁，并在场区设垃圾桶。

12. 按经营分类设路经营区域，配路适宜的基础设施。

13.购物中心内设公用电话、电子提款机等公用设施为消费者提供方便、快捷服务。

（二）消防安全管理

1. 建筑严格按照建筑设计防火规范的要求，报送公安消防机构审核和验收。

2. 严格按照消防安全标志设路要求。配备消防安全通道，配备各种明显规范的消防标志。

3. 根据国家有关规定要求，配备消防设施，包括消防栓、灭火器，报消防主管部门检验。

4. 对购物中心经营人员、管理人员、工作人员（包括营业员）定期进行消防知识和技能培训，并掌握灭火器材使用方法，做好培训记录。

5. 对消防设施进行定期检查记录。

6. 在消防通道、疏散通道以及消防隔断下，消防灭火器材周围不堆放物品，不影响消防设施和器材的使用。

7. 按照消防法规要求设立消防组织，责任落实到人头。
8. 设立火灾应急预案，并定期演练，保持随时启动和安全有效运转。
9. 施工使用明火履行相关手续和采取相应安全措施。
10. 易燃性、易爆性商品用空容器展示。
11. 电梯等大型电器设备申请检验，并取得验收合格证书。
12. 定期检查并维护电路、用电设施，做好检查记录。
13. 建立健全保安防范组织、制度。
14. 设立治安和消防值班室。
15. 设立对购物中心的电子监控设施。
16. 配备专职保安人员。
17. 对保安人员进行专业培训，持证上岗。
18. 配备标志明显的紧急疏散通道、安全出口。
19. 配备应急照明设施。
20. 配备应急突发事件预案，保证可以迅速启动。
21. 严格按照多层建筑承重及堆放高度要求，对物品进行堆放。
22. 配备烟感报警、自动喷淋灭火线路，并保证处于良好状态。
23. 配备专职消防队，并配备消防车等。

（三）服务管理

1. 服务性收费符合国家价格管理的有关规定。
2. 购物中心工作人员佩带胸卡，统一着装。
3. 设立服务台，为顾客提供咨询和导购服务。
4. 配备卖场区域分布导图。
5. 各功能区标识清晰醒目，使用汉字要用简体字，设计制作规范。
6. 设立信息台、信息展示板或广播，公示市场交易信息、商品信息、价格信息和市场各项承诺及服务措施。
7. 建立顾客投诉制度，并设立专门的投诉接待处理部门，处理消费者诉意见和交易纠纷，并记录备案。
8. 公示投诉处理结果。
9. 配备电子显示屏幕，随时发布有关信息。
10. 建立本购物中心网站，利用网页提供供求信息、价格信息服务。

三、配套设施建设

（一）给水网络工程

1. 给水管道设计原则

给水管道接近期规划服务面积布置，水量规模按远期规模设计，并充分考虑实际给水量的增加。

给水量按其服务面积及比流量确定，给水变化系数根据该管道的平均流量按规范选取。

尽量利用现有地形条件铺设管道，使其敷设在冰冻线以

下，并尽量避免穿越障碍物。

管网计算，根据设区规划供水情况，在各节点进行流量分配，根据管道流量选择管径，计算管道水头损失及摩阻。

管网规划和设计适当超前，并充分考虑远近期的结合。

2. 给水管道的的设计

给水量：本工程设计给水量为 14400m³/d，设计给水管道主干管近期水量设计，按远期水量校核，以保证近期水量的最小流速。

管道水力计算： $Q_{max}=Q_s \cdot k$

式中： Q_{max} ——给水管道设计流量（L/S）

Q_s ——给水管道平均流量（L/S）

K ——给水总变化系数，近期 $k=1.4$ 远期 $k=1.3$

给水管道设计流： $V \leq 1.2\text{m/s}$ ，根据各节点流量利用确定各管道管径 $D=$ ，查水量计算表计算各管道水头损失及摩阻，从而校核给水起点水压是否满足最不利点服务水头的供水要求。

给水管道流速：在 0.8—1.2m/s 之间，按照城市规划的总体要求及消防用水规范要求确定最小给水管道。管径不小于 DN150mm。

给水管线竖向高程设计：给水管线的竖向高程设计的原則是使本规划区域内的供水量的水量，水压要求最大限度的得到满足，且管道敷土厚度最小。根据实际情况，给水管道

沿设计道路坡度敷设，且敷设在最大冻土深度 1.8 米以下。

给水管道管材的选用：在给水中，管道投资占工程投资的比重很大，且因管材选择不当造成事故或增加不必要的投资的实例业较多，所以，在管材选择时，必须结合工程的实际情况，综合考虑管材的技术性能及主要特性，根据国内的生产、使用情况，供水安全性、经济合理性、维护管理方便等因素进行分析确定。目前，国内使用较多且可适用于本工程的几种管材为钢管、球形铸铁管、预应力钢筋砼管、PCCP 管、玻璃钢夹砂管和高密度塑料管（UPVC）。

根据供水工程的实际情况及本工程各管道压力计算结果，在保证供水安全的前提下，选用国家大力推广使用的新型、节能、综合造价低的管材即高密度的 UPVC 管，管材工作压力为 0.6MPa 级。UPVC 管具有较好的水流条件，粗糙度小，相同管径条件下，过水能力大，重量轻，施工维修方便，综合造价低，使用寿命长等优点。

给水管道附属构筑物设计：在主干道与次要支管交接时设置阀门，且阀门设路在支管上，并设阀门井。在输水管线的隆起处设置排气阀并设阀气阀井。在管线的最低点设置排水阀级阀井门。灭火栓设置的最大距离不超过 120 米，并设阀门井。

（二）排污、排水管网系统工程

本工程按乌兰浩特城市总体规划的污水管道总体布局确

定。依据给排水设计规范有关规定进行设计。

1. 污水管道设计原则：污水管道接近期规划服务面积布置，水量规模按远期规模设计，并充分考虑实际污水量的增长情况。污水量按其服务面积及比流量确定，污水变化系数根据该管道的平均流量按规范选取。尽量利用现有地形条件铺设管道，以减少埋深及泵的提升，并尽量避免穿越障碍物。按地势划分区域，并与规划协调衔接。污水管网的设置，尽量采用自流形式。管网计算，应考虑是否有转输流量，并统筹安排污水主管和污水提升泵站的位置，做到干管距离最短。管网规划和设计适当超前，并充分考虑远近期的结合。

2. 污水收集管道设计

污水量：据预测规划区域内污水量约为 10200m³/d，设计污水管道主干管按远期水量设计，接近期水量校核，以保证近期不淤流速的要求。

管道水力计算： $Q_{max} = Q_s \cdot k$

式中： Q_{max} ——排水管道设计流量（L/S）

Q_s ——排水管道平均流量（L/S）

K ——排水总变化系数，近期 $k=1.42$ ，远期 $k=1.31$ ，

$V=$

式中： V ——流速（m/s）

I ——水力坡降

R ——水力半径（m）；

$R=A/P$ P——湿周(m)N——粗糙系数,取 0.013 为了保证管道不淤,流速不小于 0.06m/s。

管道起点埋深:污水干道的敷设要考虑支管接入的可能性,另根据当地冻土深度,地下水位情况,本设计确定管道起点覆土 1.5m。

污水管线竖向高程设计:污水管线竖向标高的确定原则为能将本流域范围内最远点的污水接入本工程项目管线内,污水管道在满足最小坡度要求前提下尽量沿地形坡度敷设,不同管径管道连接处,一般采用管底平接。

污水管道管材的选用:排水管渠必须具有足够的强度,以承受外部的荷载和内部的水压,外部荷载包括土壤的重量—静荷载,以及由于车辆运行所造管材管道公称直径 $\geq 200\text{mm}$,采用螺旋缝焊接钢管,材质 P235A。管道公称直径 $\leq 200\text{mm}$,采用无缝钢管,材质为 20 号钢。

管道附件:热水管网上的关断阀门,均采用公称压力 1.6MPa,耐温 $\geq 150^\circ\text{C}$ 的金属硬密封三偏心蝶阀,阀门与管道采用焊连接,直埋热水管道上的补偿器均采用全埋防腐型直埋波纹补偿器,以减少补偿器检查井的设路,节省占地和投资,管道的弯头、三通、变径管采用等材、等径的标准热压弯头和标准三通,弯头弯曲半径 $R=2.5D$,三通为加强三通。

3. 管道的防腐及保温:热水直埋管道全部采用夹克式预制直埋保温管,保温材料采用聚氨酯,外护采用高密度聚乙

烯套管，并做到三位一体。直埋式预制保温管较之传统的各类保温管材具有十分突出的优点；

保温性能好，热损失仅传统管材的 25%，长期运行可节约大量能源。具有很强的防水和耐腐蚀能力，不需敷设管沟，可直接埋入地下或水中，施工便捷迅速，寿命期内综合造价低。在低温条件下也具有良好的耐腐蚀和耐冲击性，可直接掩埋如冻土层。正确的安装和使用可使管网的维修费用极低，使用寿命可达 30 年。

4. 通风：大楼内建有专用通风设备，按照环保要求一般采用自然通风设备。

（三）燃气工程

1. 设计依据

《城镇燃气设计规范》；

《道路规划图》

2. 设计概要

管网设计压力：0.4MPa

管网布路：采用支状管网供气，根据规划主干线 DN350，每路分支管有 DN350、DN150。

3. 管材及防腐

管材：目前，我国天然气输送管线经常使用的材质有以下几种：螺旋双面缝埋弧焊接钢管、热镀锌水煤气钢管、铸铁管、PE 管等，这几种管材在我国生产的历史比较长。使用范围广，

具有一定的生产能力，而且价格适中。本工程结合管道的输送压力，经过比较，在保证工程质量的前提下，确定本工程所采用的管道材质为 L360，中、低压燃气管道，管径 \geq DN200 的管道采用螺旋双面埋弧焊接钢管，材质为 Q235B，管径 $<$ DN200 管道采用水煤气输送管道。

管道防腐：目前作为埋地管道外防腐涂层主要有沥青，溶结环氧粉末，环氧煤沥青冷缠带，聚乙烯三层复全结构等几种形式。石油沥青玻璃布绝缘防腐机械物理性能比较差，使用寿命短，有毒作业，污染环境。溶结环氧粉末不耐运输中的磕碰，聚乙烯三层复合结构防腐涂层具有对钢管粘结力高、聚乙烯材料抗冲击性能良好，使用寿命长，即使聚乙烯外层损坏，里层的溶结无氧粉末也能起到一定的防腐作用，但综合造价较贵。环氧煤沥青冷缠带为高性能防腐涂料，涂层光滑、致密、坚硬、粘结力强，耐盐碱，耐海水、耐土壤微生物腐蚀，防腐层性能较稳定，使用寿命长，现场异地施工方便，可以半机械化或手工施工，无污染，价格低廉。本工程综合考虑当地环境和土壤性质、防腐材料性能、使用寿命及工程投资等方面因素，选择环氧煤沥青冷缠带加强级防腐。

（四）电力、照明、电信工程

1. 电力

设计原则：

依据《城市道路照明设计标准》，电缆敷设运行规程，设计采用新技术和新型电气材料使用电更安全可靠。

用电负荷及符合等级：照明电源电压等级为 380/220 伏三相四线制，用电总容量为 175KW，其中道路照明 100KW，居民用电照明 75KW。根据负荷性质分析，用电负荷为三类用电负荷。

电源：电源为双回路 10KW 或环网供电，由就近 10KW 开闭所引来，具体引入方式由当地供电部门负责。

变配电方案：在每条道路中段道路外侧设一体化组合户外箱式变电站，变压器外壳与箱变为同一箱体，变压器采用自然风冷，散热片在箱体外，箱体结构紧凑防腐防尘。高压侧采用转换式高压位置负荷开关，双熔断器保护，并设避雷器保护，变压器高低压侧端子直接进高低压室，外引电缆采用肘形电缆插头，变压器低压设 15 个出口回路，每个出口设自动空气开关保护，路灯通过交流接触器启动。计量采用高工低计，在箱变低压侧设电度表计量电能，并设电流和电压表，显示工作状态。

2. 购物中心外部照明：

大楼平均照度为 10LX 均匀变 0.5，照明电源为 380/220 伏，三相四线制，每一回路采用三相间隔配电。大楼路灯照明采用单杆双挑（灯杆高度为 9 米，灯具功为 250W+175W），道路两侧对应布路，照明线路中心距道牙石 0.8 米，灯杆采用

热镀锌钢灯杆，灯杆间距为 35 米左右。灯具控制采用单灯节能方式，每一灯具加装节能定时器（4 小时）和专用节能镇流器，每晚开灯后经延时全光照明 4 小时后自动转入减压（190 伏左右）减光照明阶段，路灯控制共设置 3 种方式供运行选择：手动主要用于调试和路灯检修时使用；智能钟控采用天文时钟根据所处地区经纬度和季节控存储的日出日落时间自动设定并控制路灯启停是主要控制方式，光电控制及接力远动以光电管检测天光的自然照度为依据控制路灯启闭，因易受干扰和产品调试的离散性控制精度较低可作为辅助控制方式，远动接点可用于接力控制或微机远传信号接入。全夜灯和半夜灯的控制由智能钟控器作用于主回路的变频调压装置进行全路的减光节能操作，避免间隔关灯造成的斑马效应。

3. 防雷与接地保护：

为保证变压器及高压设备免遭雷击，10KV 电源进线处装设避雷器一组，做过电压保护。变压器为中性点直接接地系统。

4. 道路电力外线工程

电力电缆线路设于道路东侧人行道下面，采用电缆沟敷设方式，电缆沟内孔尺寸为宽×深 1200×1000mm，电缆沟纵坡与道路纵坡一致，电缆沟敷土不小于 300mm。电力敷设过路管采用钢管，管缝用中砂填充，直线段每隔 100 米左右，转

弯，分支处设路入孔井。电缆沟中电缆支架为角钢支架，支架间距为 800mm，电缆支架双侧布置。路灯配线采用 VV22—1KV 5×25mm² 电力电缆。

5. 道路电信工程

本工程电信管线采用多孔水泥管，管道纵坡与道路纵坡一致，管道敷土不小于 600mm，电信过路管采用钢管，管缝用中砂填充。直线段每隔 100 米左右，转弯，分支处设入孔井，通信管道穿越进出口应加保护。

（五）人防工程

本工程人防等级为 6 级，设在大楼的最低层。人防负荷等级如下：一级负荷：应急照明灯等；二级负荷：正常照明、通风装路系统等；三级负荷：其余负荷；

（六）绿化工程

1. 设计原则

坚持“方便、安全、整洁、环保”，从改善城市小气候，能充分发挥购物中心功能出发，通过建设高品位、高质量的绿化空间环境，创造一个舒适、美观、休闲、有益于身心健康、充满活力的城市人居生态景观。本项目绿化设计对树种选择遵循“因地制宜、适地适树”的原则。

2. 购物中心绿化建设

绿化配置以植物群落为主，兼顾草坪。现代化的购物中

心，植物群落是绿色空间环境的基础，植物景观是绿色的主体，因此，应以乔木、灌木、草本花卉、藤本植物来有机结合，根据它们的种类和习性的相似性组成层次丰富而不芜杂，适合该地自然环境条件的人工园林植物群落，以发挥最佳生态效益。从园林植物的改善环境功能和叶面积指数关系入手，换算出城市最佳生态效益结构为乔木+灌木+草(含地被、绿篱)，种植结构其比例为乔木:灌木:草:绿地=1:6:20:29，含义是 29m² 的绿地中，应有乔木 1 株，灌木(不含绿篱)6 株，草(含地被植物、绿篱)20m²。这种种植结构可创造最佳生态效益，既节省土地，又在环境生态效益上产生最佳效果。

3. 绿化设计的实用性和艺术性

购物中心外部绿化不同于公园设计，在设计和建设中，要注重实用功效和美学艺术。本项目以自然为主轴，体现人的情感与文化品位取向的购物、休闲环境，因而在景观效果表达上结合人文内涵，创造出充满情趣的生活空间。

第四章 项目价值及 SWOT 分析

一、项目价值

本项目的出发点是希望通过本次商场建设，凭借本项目的地理位置上良好的条件结合景观设计，发展商以超前的眼光，引入高标准的设计公司，从而达到借景、造景，营造出一处宁静怡人的良好购物、休闲环境，提高人民整体生活质

量。并且在整个规划设计中始终以以人为本的设计理念，真正实现整个购物中心；同时通过引入自然，拥抱自然的手法，以山水为主题，让山水连贯整个商场的每一个建筑元素的超前设计，更是让未来的顾客无时无刻在享受做梦里水乡的超然闲适。

整个项目的建筑布局以多层为主，建筑形态上以板式多层围合外部空间，点式高层穿插点缀。在重要路口、转角处设计空降形态变化丰富的建筑单体，借以呼应外部空间环境，同时构成本项目的表示性。在总体布局上采用“点、线结合”、“曲直相间”的布局手法突出社区主入口、中心绿化空间，并着重美化每一个细节及建筑的空间形态。在规矩中示变化，而在变化中双提升了人文景观环境。

二、项目 SWOT 分析

（一）通过对项目地块及周边环境和商业业态的深入了解，并把项目纳入城市旧城改造项目亮点工程，呈现出未来城市改造和发展趋势。

（二）品牌度：新开发商业，品牌知名度未打开，相对当地一些商业项目来说，品牌度较弱。

（三）商业氛围：项目西面为滨河住宅区商业氛围没有形成。

（四）政策：根据乌兰浩特市人民政府关于要切实改善全省城市弱势群体的居住和生活条件，加快城市建设步伐，

乌兰浩特市政府承诺对本项目免收大、小配套费及土地契税和土地增值税。随着大型商业及小区的开发，也为乌兰浩特商业市场带来新的机遇。

（五） 周边道路扩建改造，商业街铺面临新的发展空间。

（六） 未来片区市政景观规划已成定局。

（七） 超前的规划设计项目的超前设计理念都会在未来的市场推广中寻找到机会。

（八） 随着乌兰浩特市的不断发展，商品需求量也在增大，对商业的投资走向理性。

本项目作为最大的商业卖场，发展商业比较超前的开发理念，在项目规划和设计上都在该片区具有领导作用。

第五章 项目定位

一、 整体物业市场定位

形象定位

欧亚购物中心——乌兰浩特综合休闲娱乐购物商场

二、 商业部分市场定位

（一） 项目商铺物业情况分析

1. 项目商业部分约 94955 平方米，其中购物中心为 86681.55 平方米，主要为大卖场，地下室 8273.45 平方米。

2. 商业经营定位方面考虑中大型百货、超市、饮食、餐饮、休闲、娱乐等满足项目和周边居民生活配套的商业业态。

（二）商业定位

满足片区休闲生活配套和最大辐射区域功能的新兴的大型消费购物长廊，大型卖场与休闲娱乐场所并重。

（三）商业价格定位

商业投资考虑首先会综合考虑多方面的因素，比如人口数量、人口密度、交通方式等，像高档生活区的房价很贵，购买力很强，商品水涨船高，这种门槛也不是一般消费者能够承受的；而有的地方人口多且密度高，商品作为必要生活用品需求量会较大；根据人口数量、人口密度、交通方式等因素可将乌兰浩特市商业划分为三个等级。

城市中心的商铺交易最为活跃，其档次和商品价格也居全市之首，属乌兰浩特市一级商圈。二级商圈主要是高级商服中心以外主要干道临街商铺，这一商圈内的商铺分布在城市主城区范围，经营范围较大，如火车站商业街。

三级商圈主要是二级商圈以外至城郊结合部，这一商圈范围较广，档次和商品价格差异也较大，处在这一商圈中的商业主要包括几个新建小区和城市次干道的临街商铺以及中、小型商场，无大型卖场，这一商圈的商铺主要为个人购买自营，且商品品种不够齐全。

根据对乌兰浩特市消费者的深层次需求了解，目前他们对购物环境、购物氛围、购物功能的要求越来越高，且普遍期望“大型”和“规模化”的商业场所出现。本项目“旗舰

级”的商业规模正好可以填补这方面的空白，为繁荣与振兴乌兰浩特商业、形成新商圈将有较大作用。

本商业项目将是乌兰浩特市新的中心坐标，是规划中新崛起的板块中心，是乌兰浩特市最具规模的大型商业中心，其中有大卖场业态的引入，这对周边社区型商业而言相对超前的商业形态进驻，对本项目的成功尤为重要。此外，由于目前乌兰浩特市新区缺乏综合型大型购物场所，因此本项目定位必然在一定高度以上，它将成为“旗舰级的商业中心”，并以此为核心形成商圈。

第六章 项目整合推广策略

一、 战略方向

以经营城市的长远战略眼光，洞悉城市化的趋势，造就一个“满足有效需求，实现理想生活，生机蓬勃，繁荣发展”的乌兰浩特第一城，成为行业中的翘楚与领导品牌，以掌握更多的资源和市场占有率，从而获取更多的利润。

二、 战略总纲领

（一） 差异化战略

以差异化战略在市场中创造机会，在竞争中脱颖而出，抢占先机，赢得市场，树立品牌。

（二） 品牌经营战略

以品牌经营战略，不断巩固市场地位，从“知名度”到

“指名度”。以创造高占有率及保持领先差距来维持竞争优势，累积未来更大的竞争能量，做到“强者恒强，大者恒大”。本案超大规模，国际化、生态化的理念，成为乌兰浩特市的地标性建筑与城市名片，提升企业品牌。

三、 开发战术应用

（一） 资源动作策略

资源动作策略不仅在于创造，更在于借，巧借于势，合理调动。房地产开发体现的实际上是一种社会资源的应用，大盘实际上就是社会资源动作的最大化。这其中包括政治、社会、文化、自然生态资源、商业资源、土地资源、企业品牌资源等等。

乌兰浩特被国务院确定为全国资源型城市经济转型的试点城市，将获得国家开发补偿、衰退产业援助、税收增量返还以及可持续发展专项贷款等政策性扶持，这些政策都有较高的含金量，是乌兰浩特独有的发展机遇。

本案要想获得成功，必须充分利用政策与政府资源。要政府认识到本案不仅仅是一个开发项目，更是一个政府招商引资的成果，是一个为城市发展作贡献，为乌兰浩特市居民带来消费新理念的项目。

（二） 自我配套策略

本案可依赖的市政交通、生活、医疗、教育配套设施比较完善，但特色不够鲜明。周边各类生活配套的实际可利用

度与使得度较弱，生活半径过大，心理认同度低；因此必须通过采用自我配套策略来进行开发，通过提供完备的街区生活机能为整个项目的价值提升和后期可持续发展奠定基础。通过良好配套设施规划，本案将成为一个集购物、休闲、餐饮、娱乐于一体的综合购物中心。有别于多年来一直为之奋斗的营造封闭式小区思路，是一种全新的现代生活理念。它是一种可持续发展的自我生长的社区，具备自身造血功能，能够为全市居民和家庭在不同的成长阶段提供居住产品和社区两方面的多元化需求，因而具备自我生长能力和社区形态。它代表着一种时尚、合理、舒适的城市居住和生活模式。它是现代住宅发展的高级阶段，它的出现无疑会在商业领域掀起一种新的消费革命。

（三） 品牌形象策略

以诚信、服务和好产品来积累美誉度和满意度，培养购房及消费者对项目和开发企业的感觉与感情。形成本案就是城市精英生活自豪感的品牌策略，以品牌形成竞争优势制胜于未来。

（四） 创新策略

单一优势已不再成为制胜市场的关键、创新成为我们的最大挑战。本案作为乌兰浩特县第一大商场，将通过产品创新、概念创新、生活方式创新，形成巨大的包容性、延展性与可持续性，为项目的后期可持续发展与创新提供了支撑条

件。

（五） 性价比策略

在不降低商品品质的前提下，合理控制采购成本，用“高贵不贵”的高性价比打造名牌品质，性价比高是热销的动力源泉。在项目启动的初期，客观的市场要求我们需要采取阶段性的总成本低价策略来与对手竞争，先拔头筹。

（六） 服务策略

楼市正在步入“服务竞争”时代。是否能建立和提供具有差异化的服务体系和服务内容，本案将在乌兰浩特市全方位引入客户服务体系，将是赢得消费者的关键。

第七章 项目管理与服务

一、 项目管理及运作模式

（一） 项目组成员主要工作

由长春欧亚集团股份有限公司组织成立“欧亚购物中心”项目开发指挥部，决定项目开发建设事宜。指挥部设总指挥一名，副总指挥若干名。开发指挥部下设经营管理机构，包括工程部、财务部、行政部等机构，负责指挥部的日常经营管理工作。整个项目组的各部分人员在项目操作过程中，各负其责，相互支持。既强调个人的专业技能和操盘经验的施展运用，同时注重整个项目组各环节间的衔接与协作，最大

可能地发挥团队的作战力。

（二）项目组自身监督机制

本项目由领导小组总体监督调控，向下处“项目经理层”层层监督管理，采取下述监督办法：定期组织项目工作例会，对前期工作计划执行情况 and 效果进行评估与检讨，修订营销推广方案，制定下一步营销工作计划，经发展商确认后实施。各级人员每周、每月进行书面工作述职，根据工作计划执行情况 and 效果进行自评；公司依据考评制度进行考核，根据考评结果进行奖惩。

二、销售人员的组织与培训

（一）销售人员的选拔与确认

针对本项目，未来的销售工作人员应该真正具备“专家式”的销售咨询服务水平和能力。基于此点，我公司对于本项目销售人员的选拔将采用公司一贯执行的“竞争上岗、两度淘汰”制度。在接到代理项目后，将在公司的销售精英和销售管理精英中实行公开招标。

1. 销售人员

形象突出，具有青春朝气和吸引力的英才形象，在经过系统的跑盘调研、销售技巧和专业知识等内容的考试后初步确定，实现第一次淘汰；在进行系统、全面、详尽、有序的项目上岗前的培训后，通过笔试、口试进行二次淘汰，确定最终的销售人员名单。

2. 销售管理人员

应标的销售管理人员在经过项目领导小组的审核下方可获得参评资格。经过专业知识、业务能力、业绩评定等方面的考试和上岗答辩，由项目领导小组予以评定。销售组的全体成员在销售工作的执行过程中，仍将严格依据公司的“销售工作管理大纲”中的各项规章制度进行定期的考评和淘汰，以确保销售工作的顺利执行和销售目标的圆满完成。

（二）销售组的培训

在销售人员到位后，对整个销售组成员进行系统、全面、详尽、有序的上岗前培训。

第八章 项目投资分析与资金来源

一、项目投资估算编制依据

（一）吉林省建设厅颁发的《吉林省建筑工程投资指标的方法》

（二）乌兰浩特市房地产开发收费的标准

（三）设计方案、设计说明

（四）依据资金使用计划、贷款利息列入投资计划，在基准利率基础上上浮 20%，执行 8.64%

（五）乌兰浩特市目前建筑材料市场价格

（六）《建设经济评价方法与参数》

二、项目开发的基本数据

项目工程规划总用地 35524.94 万平方米，容积率 2.44，地上总建筑面积 86681.55 平方米，地下建筑面积 8273.45 平方米。

项目	单位	数值
规划总用地	平方米	35524.94
地上总建筑面积	平方米	86681.55
地下总建筑面积	平方米	8273.45
总建筑面积	平方米	94955
容积率		2.44
绿地率	%	35.2
建筑密度	%	48.40
道路广场面积	平方米	18188.63

三、项目投资估算

开发建设成本费用 38709.63 万元

土地费用 2000 万元

前期工程费用 272.12 万元

基础设施建设费 608.39 万元

建筑安装工程费用 29151.19 万元

其他收费 2103.78 万元

管理费用 1706.77 万元

不可预见费 2867.38 万元

四、 开发建设成本估算

购物中心部分

序号	项目（费用）名称	单价或费率	造价或费用（万元）	备注
1	土地费用		2000	
1-1	地价款		2000	
2	前期工程费用		272.12	
2-1	土地平整费	10.00	35.53	按面积
2-2	水文、地质勘测费	1.60	5.68	按面积
2-3	规划、勘察设计费	65.00	230.91	按面积
3	基础设施建设费		608.39	
3-1	供电工程	20.00	189.91	按面积
3-2	供水工程	10.00	94.96	按面积
3-3	供气工程	12.00	113.95	按面积
3-4	排污工程	1.00	9.5	按面积
3-5	小区道路及绿化	110.00	200.07	按面积
4	建筑安装工程费		29151.19	
4-1	商城建安费	2800	26587.4	按面积
4-2	机电设备	200.00	1899.1	按面积
4-3	施工监理费	30.00	284.87	按面积
4-4	零星工程	40.00	379.82	按面积
5	其他收费		2103.78	

5-1	人防费	35.00	332.34	按面积
5-2	散装水泥专项资金	1.20	11.39	按面积
5-3	新型墙体专项基金	5.00	47.48	按面积
5-4	基础设施配套费	100.00	949.55	按面积
5-5	勘察设计费	55.00	522.25	按面积
5-6	施工图预算	3.00	28.49	按面积
5-7	招标费	3.21‰	93.59	
5-8	工程质量监督费	2.00	18.99	按面积
5-9	工程保险费	5.00	47.48	按面积
5-10	规划放线费	1.50	14.24	按面积
5-11	消防审查费	2.00	18.99	按面积
5-12	施工图审查费	2.00	18.99	按面积
6	管理费		1706.77	
7	不可预见费		2867.38	
	开发建设成本		38709.63	

五、资金来源

本项目建设投资全部自筹。

第九章 效益分析

一、经济效益分析

销售收入估算

购物中心销售入 48000 万元/年

整个项目用于自营。

二、 环境效益分析

本项目规划设计以人为核心，注重人与环境的相互协调，建筑设计理念超前、建筑形态行云如水、曲线流畅、造型优美、新颖时尚、线条处理简约明快、独具一格，符合当前建筑设计总体潮流。

中心内集购物、餐饮、休闲、娱乐为一体，安排合理巧妙，错落有致，为消费者营造出一个良好的购物氛围。

三、 社会效益分析

乌兰浩特欧亚购物中心建成后，周围生活设施齐全，交通方便，市场颇佳。该项目建成后，可满足市场需求，提高人民居住生活购物质量，为入住居民提供一个安静、高雅、舒适、方便的生活环境，通过项目开发可以提高该地区居住档次，提升地价，带动周边地区房地产、餐饮、休闲、城市交通等产业的全面发展。

项目的建设有利于改善乌兰浩特的城市形象和投资环境，为城市建设拓宽融资渠道促进城市总体规划早日实现，社会效益巨大。

第十章 研究结论与建议

一、 可行性研究结论

(一) 项目采用的建设方案、实施方案合理、可行。

(二) 项目的社会效益、环境效益显著。

二、 建议

通过可研分析，本项目建设规模合理，建设方案可行，具有巨大的社会效益和间接的经济效益，项目建设是可行的。针对项目建设特点，提出建议如下：

(一) 抓紧办理自筹资金、贷款有关手续。

(二) 应尽快完成规划。

(三) 项目实施阶段，要加强工程的监督管理工作，确保项目质量和工程进度，使工程如期完工投入使用，及早发挥效益。