



湖南工程职业技术学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF ENGINEERING

房地产经营与管理专业技能考核题库

专业代码： 540701

所属学院： 工程管理学院

适用年级： 2020级

专业主任： 李晓艳

学院审核人： 刘剑勇

制（修）订时间： 2020年8月

目 录

一、模块一 专业基本技能	1
项目一 房地产市场调研方案设计	1
1.试题编号：1-1 设计商品房需求调研方案	1
2.试题编号：1-2 设计房地产中介服务市场竞争情况调研方案	3
3.试题编号：1-3 设计房地产市场环境状况调研方案	5
4.试题编号：1-4 设计物业管理服务满意度调研方案	7
5.试题编号：1-5 设计万科品牌忠诚度调研方案	9
6.试题编号：1-6 新环境公司二手房市场需求调研方案设计	11
7.试题编号：1-7 房地产项目前期定位的客户调研方案	13
8.试题编号：1-8 房地产项目前期定位的竞品调研方案	16
9.试题编号：1-9 农村轻型钢别墅市场需求调研问卷设计	18
项目二 房地产市场调研问卷设计	20
10.试题编号：1-10 万科品牌忠诚度调研问卷设计	20
11.试题编号：1-11 新环境公司二手房市场需求调研问卷设计	22
12.试题编号：1-12 房地产项目前期定位的客户调研问卷设计	25
13.试题编号：1-13 物业管理服务满意度调研问卷设计	28
14.试题编号：1-14 前期市场消费者购买决策调查问卷设计	30
15.试题编号：1-15 老年公寓市场需求调研问卷设计	32
16.试题编号：1-16 商品住房消费者满意度调研问卷设计	33
17.试题编号：1-17 农村轻型钢别墅市场需求调研问卷设计	35

18.试题编号：1-18 修改房地产市场调研问卷	37
项目三 楼盘市场调查表编制	38
19.试题编号：1-19 上网收集商品房销售资料并分析	38
20.试题编号：1-20 上网收集楼盘信息并绘出规划草图	40
21.试题编号：1-21 明发国际项目竞争楼盘市场调查	42
二、模块二 岗位核心技能	44
项目一 房地产经营管理	44
1.试题编号：2-1 接听售楼热线	44
2.试题编号：2-2 客户寒暄及接待	46
3.试题编号：2-3 沙盘介绍	48
4.试题编号：2-4 带看样板房及工地	52
5.试题编号：2-5 133.03m ² 经典三房户型介绍	54
6.试题编号：2-6 139.54m ² 舒适三房户型介绍	56
7.题编号：2-7 171m ² 尊贵四房户型介绍	58
8.试题编号：2-8 258m ² 豪华五房户型介绍	60
9.试题编号：2-9 258 m ² 房价及银行贷款其它费用的计算	62
10.试题编号：2-10 171 m ² 房价及银行贷款其它费用的计算	64
11.试题编号：2-11 139.54 m ² 房价及银行贷款其它费用的计算	65
12.试题编号：2-12 133.03 m ² 房价及银行贷款其它费用的计算	66
13.试题编号：2-13 87 m ² 房价及银行贷款其它费用的计算	68
14.试题编号：2-14 第一套精装 41 平组合贷款的计算	70

15.试题编号：2-15 面积 89 平米组合贷款的计算方法	74
16.试题编号：2-16 客户电话追踪	77
17.试题编号：2-17 客户项目异议的处理	79
18.试题编号：2-18 客户建筑文方面异议的处理	87
19.试题编号：2-19 购房异议的处理	90
20.试题编号：2-20 定金收讫的操作	96
21.试题编号：2-21 售楼合同的签订	98
22.试题编号：2-22 房地产退房换房的手续	99
项目二 物业管理	101
23.试题编号：2-23 编制注册新物业公司所需的资料清单	101
24.试题编号：2-24 编制业主档案内容清单	102
25.试题编号：2-25 编制新房装修管理须知	102
26.试题编号：2-26 编制住户手册	103
27.试题编号：2-27 编制突发事件应急预案	104
28.试题编号：2-28 编制小区人员管理出入管理办法	105
29.试题编号：2-29 编制物业服务费催缴通知单	106
30.试题编号：2-30 编制入住通知书	106
31.试题编号：2-31 编制物业服务企业有偿特约服务内容清单 ..	107
32.试题编号：2-32 编制小区车辆管理办法	108
33.试题编号：2-33 编制住宅小区电梯使用须知	109
34.试题编号：2-34 编制小区消防管理办法	109

35.试题编号：2-35 编制住宅小区游乐设备设施使用管理须知...	110
36.试题编号：2-36 编制物业管理方案大纲	111
37.试题编号：2-37 编制业主大会议事规则的主要事项	112
38.试题编号：2-38 编制暂停公共服务通知书-停电通知书	112
39.试题编号：2-39 编制部门季度工作计划(公共秩序维护部) .	113
40.试题编号：2-40 编制业委会章程（大纲）	114
41.试题编号：2-41 编制小区精神文明创建方案	114
42.试题编号：2-42（情景模拟）业主投诉处理	115
项目三 房地产估价	117
1.试题编号：3-1 撰写房地产估价报告：长沙县湖湘奥林匹克花园 B 栋 401 号房地产估价	117
2.试题编号：3-2 撰写房地产估价报告：芙蓉万国城 MOMA 6 栋 503 号房地产估价	119
3.试题编号：3-3 撰写房地产估价报告：长沙市万家丽北路 68 号山 水湾 G11 栋 301 号房地产估价	123
4.试题编号：3-4 撰写房地产估价报告：长沙市万家丽路与湘龙路 交汇处 69 号红树湾 4-202 号房地产估价	126
5.试题编号：3-5 撰写房地产估价报告：长沙市远大一路 1398 号东 岸城邦时代中心北栋 2709 号房地产估价	129
6.试题编号：3-6 撰写房地产估价报告：长沙市开福区山月路 299 号学府华庭 22 栋 105 号房地产估价	132

7.试题编号：3-7 撰写房地产估价报告：长沙市天心区湘府九号 3 栋 1502 号房地产估价	135
8.试题编号：3-8 撰写房地产估价报告：长沙市雨花区香樟兰亭 2 栋 1702 号房地产估价	137
9.试题编号：3-9 撰写房地产估价报告：长沙县灰埠路 127 号爱琴海岸花苑 4 栋 1503 号房地产估价	140
10.试题编号：3-10 撰写房地产估价报告：长沙市岳麓区环湖路 919 号中建梅溪湖中心 21 栋 902 号房地产估价	143
11.试题编号：3-11 撰写房地产估价报告：长沙市开福区雄新·水印廊桥 3 栋 1502 号房地产估价	146
12.试题编号：3-12 撰写房地产估价报告：长沙市开福区金泰路 199 号湘江世纪城咏江苑 2 栋 1703 号房地产估价	149
13.试题编号：3-13 撰写房地产估价报告：长沙市雨花区万家丽中路二段 271 号城市山水豪园 11 栋 1503 号房地产估价	151
14.试题编号：3-14 撰写房地产估价报告：长沙市芙蓉区人民东路 299 号世嘉国际华城二期 3 栋 1801 号房地产估价	154
15.试题编号：3-15 撰写房地产估价报告：长沙县开元路星沙大道 188 号华润凤凰城一期 1101 号房地产估价	157
16.试题编号：3-16 撰写房地产估价报告：长沙市望城区中粮自然天城 H2 栋 304 号房地产估价	160
17.试题编号：3-17 撰写房地产估价报告：长沙市雨花区体育新城	

古曲南路 188 号中隆国际御玺 1 栋 1802 号房地产估价	162
18.试题编号：3-18 撰写房地产估价报告：长沙县星沙街道开元东 路 87 号方略城市广场一期 1 栋 2604 室房地产估价	165
19.试题编号：3-19 撰写房地产估价报告：长沙县松雅湖星沙大道 99 号松雅湖畔 1 栋 1502 号房地产估价	168
20.试题编号：3-20 撰写房地产估价报告：长沙市开福区万家丽路 北路一段 699 号恒大雅苑 9 栋 1501 号房地产估价	171
21.试题编号：3-21 撰写房地产估价报告：长沙市开福区福元西路 158 号万科城二期 B 区 19 栋 806 号房地产估价	174
 三、模块三 跨岗位综合技能	177
项目一 房地产策划	177
1.试题编号：4A-1 万科松湖天地项目定位策划	177
2.试题编号：4A-2 万科松湖天地项目市场推广策划文案	179
3.试题编号：4A-3 万科松湖天地项目媒体策划文案	181
4.试题编号：4B-1 万科森林公园项目定位策划	183
5.试题编号：4B-2 万科森林公园项目市场推广策划文案	185
6.试题编号：4B-3 万科森林公园项目媒体策划文案	187
7.试题编号：4C-1 旭辉雨花郡项目定位策划	188
8.试题编号：4C-2 旭辉雨花郡项目市场推广策划文案	191
9.试题编号：4C-3 旭辉雨花郡项目媒体策划文案	192
10.试题编号：4D-1 环球融创会展上东区项目定位策划	194

11.试题编号：4D-2 环球融创会展上东区项目市场推广策划文案	197
12.试题编号：4D-3 环球融创会展上东区项目媒体策划文案	199
13.试题编号：4E-1 保利中环广场项目定位策划	200
14.试题编号：4E-2 保利中环广场项目市场推广策划文案	202
15.试题编号：4E-3 保利中环广场项目媒体策划文案	205
16.试题编号：4F-1 滨江项目定位策划	206
17.试题编号：4F-2 滨江项目市场推广策划文案	208
18.试题编号：4F-3 滨江项目媒体策划文案	209
19.试题编号：4G-1 开福区金霞项目定位策划	211
20.试题编号：4G-2 开福区金霞项目市场推广策划文案	213
21.试题编号：4G-3 开福区金霞项目媒体策划文案	215
22.试题编号：4H-1 书院路项目定位策划	216
23.试题编号：4H-2 书院路项目市场推广策划文案	218
24.试题编号：4H-3 书院路项目媒体策划文案	220
25.试题编号：4I-1 长沙绿地 V 岛项目定位策划	221
26.试题编号：4I-2 长沙绿地 V 岛项目市场推广策划文案	224
27.试题编号：4I-3 长沙绿地 V 岛项目媒体策划文案	226
28.试题编号：4J-1 长沙中交凤鸣九章项目定位策划	227
29.试题编号：4J-2 长沙中交凤鸣九章项目市场推广策划文案 ...	229
30.试题编号：4J-3 长沙中交凤鸣九章媒体策划文案	232
31.试题编号：4K-1 长沙金富湘江悦城项目定位策划	233

33.试题编号：4K-2 长沙金富湘江悦城项目市场推广策划文案 .	236
33.试题编号：4K-3 长沙金富湘江悦城项目媒体策划文案	238
34.试题编号：4L-1 长沙金地三千府项目定位策划	240
35.试题编号：4L-2 长沙金地三千府项目市场推广策划文案	242
36.试题编号：4L-3 长沙金地三千府项目媒体策划文案	244
37.试题编号：4M-1 长沙保利天汇二期项目定位策划	245
38.试题编号：4M-2 长沙保利天汇二期项目市场推广策划文案 .	248
39 试题编号：4M-3 长沙保利天汇二期项目媒体策划文案	252
40.试题编号：4N-1 长沙福天藏郡院子三期项目定位策划	253
41.试题编号：4N-2 长沙福天藏郡院子三期项目市场推广策划文案	256
42.试题编号：4N-3 长沙福天藏郡院子三期项目媒体策划文案 .	259
43.试题编号：4O-1 长沙佳兆业城市广场项目定位策划	260
44.试题编号：4O-2 长沙佳兆业城市广场项目市场推广策划文案	263
45.试题编号：4O-3 长沙佳兆业城市广场项目媒体策划文案	265

一、模块一 专业基本技能

项目一 房地产市场调研方案设计

试题编号：1-1 设计商品房需求调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

碧桂园集团，是一家以房地产为主营业务，涵盖建筑、装修、物业管理、酒店开发及管理、教育等行业的国内著名综合性企业集团，中国房地产十强企业。

1994 年 9 月 4 日，成碧桂园功引进北京景山学校，开创了“名盘+名校”的全新发展模式，成为中国“教育地产”的缔造者。1994 年，第一个将“五星级的酒店式服务”引进楼盘小区管理中。

1999 年，广州碧桂园在春节期间开盘，打破了“春节不开盘”的先例，也掀开了中国“假日地产营销”序幕；并在国内首创全装修卖房、看楼巴士、摇珠拿筹等形式。2000 年，华南碧桂园开盘，奠定华南板块“中国楼市看广东，广东楼市看华南”这一业界地位。2002 年，碧桂园凤凰城（广州）开盘，凭借“白领也可以住别墅”这一营销理念，掀起了别墅抢购的风潮，当天热销 7.5 亿元，创造当时中国房地产界销售神话。2005 年，碧桂园史上又一超级巨作碧桂园假日半岛开盘，首次提出“4+3”度假生活模式，集休闲、旅游、度假、居住多种功能于一体。

2006 年，碧桂园获中国工商管理总局授予“中国驰名商标”称号，成为当时国内房地产业仅有的两家中国驰名商标之一。

2007 年 4 月 20 日，碧桂园成功赴港上市，成功铸造了一个国际性地产品牌。

2012 年 6 月 23 日端午节，碧桂园十里银滩二期盛大开盘，当日热销超 3300 套，再度创下 2012 年地产行业的奇迹！碧桂园连续多次创下中国地产业的奇观。

2018 年 4 月 12 日，与苏宁达成协议，在全国范围内开展商业地产的合作，2018 年内约有 600 家苏宁小店、苏宁直营店等智慧零售业态店入驻碧桂园物业。此外，投资、金融、电商采购等也将顺势全面推进。

目前房地产市场竞争日趋激烈，一二线城市房地产市场日趋饱和，很多城市

都推出限购政策。

【测试任务】

碧桂园集团计划在长沙市开发一个住宅项目,为了能够满足消费者对商品房不断变化的需求,决定开展一次市场调研。现请你为碧桂园公司以长沙为目标市场,设计一份以商品房需求为调研项目的调研方案。调研方案要求包括调研目的,调研对象,调研内容,调研项目,调研方法,调研经费,调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米, 配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑, 一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德, 设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理, 遵守房地产法律法规, 认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析商品房特点, 分析房地产市场状况的能力, 具有一定的调研方案写作能力, 具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1200 字, 每少 40 字扣 1 分
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分), 标题简洁、明了, 能说明主题(4 分)	
	调研目的	6	目的明确, 表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性, 确定合理, 描述基本准确。	
	调研项目与内容	12	要求符合调研目的(4 分), 内容正确且完整, 切实可行, 能获得客观资料(6 分)	

	调 研 方 式 与 方 法	15	调查对象选定的方式（5分）和调查资料收集的方法选择合理（5分），表述具体（5分）。	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	10	调研组织设计科学（4分），人员配备合理（4分）	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	6	经费预算科学（3分）与详尽（3分）	
小计		100		

试题编号：1-2 设计房地产中介服务市场竞争情况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

北京链家房地产经纪有限公司（以下简称“链家”）成立于2001年，是一家集房产交易服务、资产管理服务为一体以数据驱动的价值链房产服务平台，业务覆盖二手房交易、新房交易、租赁、装修服务等。链家目前已覆盖北京、上海、广州、深圳、天津、武汉、成都、青岛、重庆、大连、合肥等28个地区，全国门店数量约8000家，旗下经纪人超过13万名。为不断提高购房服务体验，链家积极布局线上平台。线上已覆盖PC端、链家APP、链家网手机版等终端，是具备集房源信息搜索、产品研发、大数据处理、服务标准建立为一体的综合型房产服务平台。

2015年10月链家正式进驻长沙，其门店主要覆盖长沙市区繁华地段，核心业务包括二手房经纪、新房销售代理、营销策划、按揭服务等。开启了互助金、链家加油站、精英社、新绩效等福利模块，践行真房源、真服务、真拼搏、真团结、真专业的链家标准。

【测试任务】

在互联网+时代下，链家为了在线上与线下做得更好，并能在长沙市场上具有更明显的竞争优势，现计划开展一次针对竞争对手的市场调查。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理，遵守房地产法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有分析房地产经纪服务特点，分析房地产市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式		6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1200 字，每少40字扣1分
	文字表达		6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3分），标题简洁、明了，能说明主题（4分）	
		调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
		调研对象	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		调研项目与内容	12	要求符合调研目的（4分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6分）	
		调研方式与方法	15	调查对象选定的方式（5分）和调查资料收集的方法选择合理（5分），表述具体（5分）。	
		调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学（4分），人员配备合理（4分）	
		时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经费预算	6	经费预算科学（3分）与详尽（3分）	
		小计		100	

试题编号：1-3 设计房地产市场环境状况调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

荣盛房地产发展股份有限公司(简称荣盛发展)成立于 1996 年 12 月，注册资金 18.6368 亿元。总部位于素有"京津走廊上璀璨明珠"之称的河北省廊坊市，是一家致力于中等城市商品住宅的规模开发、专业化经营、快速成长的国家一级房地产开发企业。

2007 年 8 月 8 日，荣盛发展成功登陆深圳证券交易所，成为河北省首家通过 IPO 上市的房地产企业，公司在地产、金融、酒店、设计等方面进行全面发展，并取得了骄人战绩。

一直以来，荣盛发展以"创造财富、培育人才、服务社会、报效国家"为宗旨，以"追求卓越"为核心价值观，秉持"诚信、谦和、认真、苦干、拼搏、创新"的企业精神，立足中等城市，稳步涉足风险较小的大城市，努力为崇尚新生活和需要改善居住环境与条件、提高生活品质的消费者打造"自然的园、健康的家"。

荣盛发展经营业绩持续、快速增长，企业规模不断扩大。公司项目遍及沈阳、廊坊、沧州、邯郸、唐山、石家庄、聊城、徐州、南京、蚌埠、长沙、湛江、本溪、常州、呼和浩特、秦皇岛、成都、黄山等近 20 个城市，业务延伸至辽宁、河北、山东、江苏、安徽、湖南、四川、广东等省，除西北外，基本实现全国布局，年开发能力达 600 余万平方米。截至 2012 年底，荣盛发展总资产 404 亿元，净资产 100 亿元，拥有土地储备可开发面积超过 2000 万平方米。

2015 年 8 月，荣盛地产荣登《中国房地产业联合会》主办的"2015 年中国房地产业综合实力 100 强"榜单，排名第 19 位。

2017 年长沙市商品住房限购，荣盛集团计划在长沙开发公寓（商业性）项目，因企业缺乏开发这一新项目的资料，对该项目的市场环境缺乏深刻的认识，希望通过市场调查来解决这一问题。

【测试任务】

荣盛房地产发展股份有限公司为进一步了解公寓(商业性)项目的市场环境，将开展一次对公寓市场需求，市场竞争，市场价格等环境情况的调研活动。现请你以长沙为目标市场，为公司设计一份以商业性公寓市场环境状况为调研项目的

调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研内容，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理，遵守房地产法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产商品特点，分析房地产市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1200 字，每少 40 字扣 1 分
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了，能说明主题（4 分）	
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
	调研项目与内容	12	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
	调研方式与方法	15	调查对象选定的方式（5 分）和调查资料收集的方法选择合理（5 分），表述具体（5 分）。	
	调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学（4 分），人员配备合理（4 分）	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	

	经 费 预 算	6	经费预算合理（3 分）与详尽（3 分）	
小计		100		

试题编号：1-4 设计物业管理服务满意度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

中航物业管理有限公司是深圳知名品牌，总部位于深圳，作为国企是中航国际成员企业，中航地产的全资子公司，中国物业管理行业首批国家一级资质企业，中国物业管理协会副会长单位，深圳市物业管理协会副会长单位。

中航物业坚持“我们多努力，让您更满意”的服务理念，为客户提供安全、文明、整洁、满足客户需求并且持续改进的高品质物业管理服务。擅长管理服务于综合型的高档物业项目，通过物业经营与物业管理充分融合，以提升物业价值为目标，承揽政府物业、企业总部物业、高校物业、金融物业、商业物业、住宅物业、酒店物业等高档物业，业务范围遍及深圳、北京、上海、天津、广州、厦门、济南、武汉、长沙、南昌、成都、南京、昆明、重庆、贵阳、大连、郑州、东莞等全国二十几个大中城市，管理的项目大多荣获国家、省、市、区优秀示范大厦（小区）称号。20 余年来，中航物业依托强大的航空工业背景和技术支持，逐步发展成为中国物业管理行业的专业力量，公司拥有一支成熟的、经验丰富的员工队伍和精英管理团队，员工总数超过 14000 人。

中航物业管理有限公司是深圳知名品牌，2007 年荣膺深圳市福田区第一届区长质量奖，2013 年荣获深圳市市长质量奖鼓励奖。中航物业以全力打造中国最值得信赖和最值得尊重的物业管理服务集成商为愿景，连续多年在全国物业管理行业名列前茅，公司品牌价值超五亿。

【测试任务】

中航物业管理有限公司为开拓市场，现想对湖南市场进行一次物业管理服务满意度的调研。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理，遵守房地产法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析物业管理服务特点，分析房地产市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1200 字，每少 40 字扣 1 分
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了，能说明主题（4 分）	
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
	调研项目与内容	12	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
	调研方式与方法	15	调查对象选定的方式（5 分）和调查资料收集的方法选择合理（5 分），表述具体（5 分）。	
	调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学（4 分），人员配备合理（4 分）	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	6	经费预算科学（3 分）与详尽（3 分）	
小计		100		

试题编号：1-5 设计万科品牌忠诚度调研方案

（1）任务描述

【背景资料】

万科企业股份有限公司成立于 1984 年，1988 年进入房地产行业，1991 年成为证券交易所第二家上市公司。经过二十多年的发展，成为国内最大的住宅开发企业，业务覆盖珠三角、长三角、环渤海三大城市经济圈以及中西部地区，共计 53 个大中城市。年均住宅销售规模在 6 万套以上，2011 年公司实现销售面积 1075 万平方米，销售金额 1215 亿元，2012 年销售额超过 1400 亿。销售规模持续居全球同行业首位。

在多年的经营中，万科坚持“不囤地，不捂盘，不拿地王”的经营原则；实行快速周转、快速开发，依靠专业能力获取公平回报的经营策略。产品始终定位于城市主流住宅市场，主要为城市普通家庭供应住房，2011 年所销售的 144 平方米以下户型占比 89%。

坚持快速销售、合理定价，要求各地下属公司楼盘推出后当月销售率达到 60% 以上。同时，公司坚持规范经营，不追求高利润率，过去 2005 年以来公司累计纳税额超过 500 亿元，且每年的纳税额均高于净利润。

万科认为，坚守价值底线、拒绝利益诱惑，坚持以专业能力从市场获取公平回报，是万科获得成功的基石。公司致力于通过规范、透明的企业文化和稳健、专注的发展模式，成为最受客户、最受投资者、最受员工、最受合作伙伴欢迎，最受社会尊重的企业。凭借公司治理和道德准则上的表现，公司连续八次获得“中国最受尊敬企业”称号。

经过多年努力，万科逐渐确立了在住宅行业的竞争优势：“万科”成为行业第一个中国驰名商标；公司研发的“情景花园洋房”是中国住宅行业第一个专利产品和第一项发明专利；公司物业服务通过全国首批 ISO9002 质量体系认证；公司创立的万客会是住宅行业的第一个客户关系组织。同时也是国内第一家聘请第三方机构，每年进行全方位客户满意度调查的房地产企业。

万科致力于引领行业节能减排，持续推进绿色建筑及住宅产业化。2011 年，公司共成功申报绿色三星项目 273.7 万平方米，占全国总量的 50.7%。

公司致力于不断提升产品品质。至 2011 年，万科共有 26 个项目获得“詹天

佑大奖优秀住宅小区金奖”，其中天津公司水晶城、广州公司四季花城、中山公司城市风景项目先后获得“中国土木工程詹天佑大奖”。

万科在发展过程中积极实践自身的社会责任，一直致力于慈善事业。万科始终关注在自身专业领域发挥优势、实践社会责任。万科响应政府号召，积极参与各地保障房、廉租房建设。万科已竣工和在建的保障房共 367 万平方米。

万科集团在地产中国网举办的红榜评选活动中，连续三次上榜。万科企业股份有限公司在“2016 中国企业 500 强”中排名第 86 位；“2018 中国品牌价值百强榜”发布，万科位列第 40；2018 年《财富》世界 500 强排行榜发布，万科企业股份有限公司位列 332 位；2018 年 12 月 5 日，荣获第八届香港国际金融论坛暨中国证券金紫荆奖最具投资价值上市公司；世界品牌实验室发布《2018 世界品牌 500 强》榜单，万科排名第 447。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，为万科集团进行品牌忠诚度调研，目的是了解消费者对万科的品牌认知和品牌忠诚度，为万科未来制定品牌推广策略提供参考。请根据背景资料设计一份调研方案，调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理，遵守房地产法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的
	职业能力	10	具有分析房地产商品和企业特点，分析房地产市场状况的能力，具有一定的调研方案写	

			作能力，具有查阅文献资料的能力	本项目 记 0 分	
作品 (80 分)	卷容格式		6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1200 字， 每 少 40 字扣 1 分
	文字表达		6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	封 面 完 整	7	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分）， 标题简洁、明了，能说明主题（4 分）	
		调 研 目 的	6	目的明确,表述较为准确	
		调 研 对 象	6	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		调 研 项 目 与 内 容	12	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完 整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
		调 研 方 式 与 方 法	15	调查对象选定的方式（5 分）和调查资料收 集的方法选择合理（5 分），表述具体（5 分）。	
		调 研 组 织 及 人 员安排	10	调研组织设计科学（4 分），人员配备合理 （4 分）	
		时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
		经 费 预 算	6	经费预算科学（3 分）与详尽（3 分）	
小计		100			

试题编号：1-6 新环境公司二手房市场需求调研方案设计

（1）任务描述

【背景资料】

湖南新环境房地产经纪有限公司（简称“新环境公司”）成立于 2001 年 6 月。主要从事二手房买卖、租赁、销售代理、银行按揭等经纪业务，是一家专业提供房地产经纪服务的综合机构，具备房地产经纪机构三级资质。

业务范围包括：新环境地产的业务范围涉及房屋全程代理、房屋租赁、房屋买卖上市交易、权证办理、按揭贷款、房地产投资咨询、商铺租售、写字楼租售及商品房、空置房、企业债权房销售代理等多个方面。

二手房市场已经成为一个不可忽视的存在。从价格的节节攀升，到交易量的持续增长;从大中介公司的“跑马圈地”，到小中介公司林立，二手房市场已经开

始“奔跑着歌唱”，更重要的是，二手房已经纳入了越来越多老百姓置业的考虑范围。

对商家而言，百姓的需求就是市场，对媒体而言，百姓的需求就是责任。作为厦门的一张市民报，导报始终和百姓生活密切联系。导报零售量居全市之首，拥有最广泛的读者群，他们是二手房消费市场的重要力量，因此我们特别策划了“二手房”专版系列，努力做到真实、及时、全面地反映二手房市场信息，为百姓提供最有效的参考。

二手房市场是离普通百姓最近的住房市场，二手房市场的健康发展，对于整个房地产市场的全面启动有着巨大的拉动作用。

是什么原因促使二手房如此受人关注？二手房相对一手房而言，到底具备了哪些优势？人们选择二手房的原因大致有：价格便宜、小孩上学、有投资价值、以小换大、就业方便、适合养老等等。但是，这些原因人们考虑的顺序又是怎样的呢？

【测试任务】

请以市场调研员的身份，为新环境公司设计二手房市场需求调研方案，目的是了解消费者对二手房的具体需求，包括面积、价位、地理位置等，以便制定公司的二手房销售推广策略。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理,遵守房地产法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有分析房地产商品特点,分析二手房市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1200字,每少40字扣1分
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了,能说明主题(4分)	
	调研目的	6	目的明确,表述较为准确	
	调研对象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
	调研项目与内容	12	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
	调研方式与方法	15	调查对象选定的方式(5分)和调查资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。	
	调研组织及人员安排	10	调研组织设计科学(4分),人员配备合理(4分)	
	时间安排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经费预算	6	经费预算科学(3分)与详尽(3分)	
小计		100		

试题编号：1-7 房地产项目前期定位的客户调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

荣盛房地产发展股份有限公司(简称荣盛发展)成立于1996年12月,注册资金43.48亿元。总部位于素有“京津走廊上璀璨明珠”之称的河北省廊坊市。经过20余年发展,荣盛发展在经营规模、业务领域取得发展,已从开始的普通住宅开发成长为集地产开发、康旅投资、金融投资、互联网创新等业务于一体的全国性大型多产业综合集团公司。

荣盛房地产发展股份有限公司成立于 1996 年，注册资金 43.48 亿元，致力于中等规模城市地产开发，通过专业经营与高档产品品质诠释现代人居理念。经过 20 余年的发展，荣盛发展在经营规模、业务领域取得发展，已从开始的普通住宅开发成长为集地产开发、康旅投资、金融投资、互联网创新等业务于一体的全国性大型多产业综合集团公司。2007 年 8 月 8 日，荣盛发展成功登陆深圳证券交易所，成为河北省首家通过 IPO 上市的房地产企业，公司在地产、金融、酒店、设计等方面进行全面发展，并取得了骄人战绩。

一直以来，荣盛发展以“创造财富、服务社会、培育人才、报效国家”为宗旨，以“追求卓越”为核心价值观，秉持“诚信、谦和、认真、苦干、拼搏、创新”的企业精神，立足中等城市，稳步涉足风险较小的大城市，努力为崇尚新生活和需要改善居住环境与条件、提高生活品质的消费者打造“自然的园、健康的家”。

荣盛发展经营业绩持续、快速增长，企业规模不断扩大。公司项目遍及沈阳、廊坊、沧州、邯郸、唐山、石家庄、聊城、徐州、南京、蚌埠、长沙、湛江、本溪、常州、呼和浩特、秦皇岛、成都、黄山等近 20 个城市，业务延伸至辽宁、河北、山东、江苏、安徽、湖南、四川、广东等省，除西北外，基本实现全国布局，年开发能力达 600 余万平方米。截至 2012 年底，荣盛发展总资产 404 亿元，净资产 100 亿元，拥有土地储备可开发面积超过 2000 万平方米。

先后多次被评为中国房地产企业信誉 AAA 级单位、AAA 级信用企业等，并荣膺 2007 年度特级明星企业、河北省房地产开发综合实力企业突出贡献奖、中国房地产百强企业等诸多奖项，公司旗下品牌“阿尔卡迪亚”被评为中国房地产“十大连锁品牌”。公司连续多年在廊坊市纳税超亿元，先后为 1998 年抗洪抢险、2003 年抗击“非典”、2008 年汶川地震等捐款逾两千万元。

2018 年稳居中国房地产百强企业第 16 位及中国房地产年度社会责任感企业。

2016 至 2020 年，是荣盛发展的“五五”规划期。公司将转型升级为“以大地产为主干，以大健康、大金融为两翼，以互联网等新兴产业为辅助”的多产业综合集团。

【测试任务】

荣盛发展计划在长沙市获取一宗土地（土地代号 007），该土地位于长沙市芙蓉区滨河路，占地 39722.31 m²（59.583 亩），土地性质为住宅用地，容积率限制在 2.2-2.8。为在符合市场、客户、公司发展的前提下，完成整体项目前期策划，需要进行前期定位调研。现请你以 007 号地为目标为荣盛发展进行房地产项目前期定位的客户调研设计市场调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理，遵守房地产法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产商品和企业特点，分析房地产市场状况的能力，具有一定的调研方案写作能力，具有查阅文献资料的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备（标题、编写者、时间等）（3 分），标题简洁、明了，能说明主题（4 分）	
		调研目的	目的明确，表述较为准确	
		调研对象	具有针对性，确定合理，描述基本准确。	
		调研项目与内容	要求符合调研目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得客观资料（6 分）	
		调研方式与方	调查对象选定的方式（5 分）和调查资料收集的方法选择合理（5 分），表述具体（5	

	法		分)。	
	调 研 组 织 及 人 员 安 排	10	调研组织设计科学 (4 分), 人员配备合理 (4 分)	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	6	经费预算科学 (3 分) 与详尽 (3 分)	
小计		100		

试题编号：1-8 房地产项目前期定位的竞品调研方案

(1) 任务描述

【背景资料】

荣盛房地产发展股份有限公司（简称荣盛发展）成立于 1996 年 12 月，注册资金 43.48 亿元。总部位于素有“京津走廊上璀璨明珠”之称的河北省廊坊市。经过 20 余年发展，荣盛发展在经营规模、业务领域取得发展，已从开始的普通住宅开发成长为集地产开发、康旅投资、金融投资、互联网创新等业务于一体的全国性大型多产业综合集团公司。

荣盛房地产发展股份有限公司成立于 1996 年，注册资金 43.48 亿元，致力于中等规模城市地产开发，通过专业经营与高档产品品质诠释现代人居理念。经过 20 余年的发展，荣盛发展在经营规模、业务领域取得发展，已从开始的普通住宅开发成长为集地产开发、康旅投资、金融投资、互联网创新等业务于一体的全国性大型多产业综合集团公司。2007 年 8 月 8 日，荣盛发展成功登陆深圳证券交易所，成为河北省首家通过 IPO 上市的房地产企业，公司在地产、金融、酒店、设计等方面进行全面发展，并取得了骄人战绩。

一直以来，荣盛发展以“创造财富、服务社会、培育人才、报效国家”为宗旨，以“追求卓越”为核心价值观，秉持“诚信、谦和、认真、苦干、拼搏、创新”的企业精神，立足中等城市，稳步涉足风险较小的大城市，努力为崇尚新生活和需要改善居住环境与条件、提高生活品质的消费者打造“自然的园、健康的家”。

荣盛发展经营业绩持续、快速增长，企业规模不断扩大。公司项目遍及沈阳、廊坊、沧州、邯郸、唐山、石家庄、聊城、徐州、南京、蚌埠、长沙、湛江、本

溪、常州、呼和浩特、秦皇岛、成都、黄山等近 20 个城市，业务延伸至辽宁、河北、山东、江苏、安徽、湖南、四川、广东等省，除西北外，基本实现全国布局，年开发能力达 600 余万平方米。截至 2012 年底，荣盛发展总资产 404 亿元，净资产 100 亿元，拥有土地储备可开发面积超过 2000 万平方米。

先后多次被评为中国房地产企业信誉 AAA 级单位、AAA 级信用企业等，并荣膺 2007 年度特级明星企业、河北省房地产开发综合实力企业突出贡献奖、中国房地产百强企业等诸多奖项，公司旗下品牌“阿尔卡迪亚”被评为中国房地产“十大连锁品牌”。公司连续多年在廊坊市纳税超亿元，先后为 1998 年抗洪抢险、2003 年抗击“非典”、2008 年汶川地震等捐款逾两千万元。

2018 年稳居中国房地产百强企业第 16 位及中国房地产年度社会责任感企业。

2016 至 2020 年，是荣盛发展的“五五”规划期。公司将转型升级为“以大地产为主干，以大健康、大金融为两翼，以互联网等新兴产业为辅助”的多产业综合集团。

【测试任务】

荣盛发展计划在长沙市获取一宗土地（土地代号 007），该土地位于长沙市芙蓉区滨河路，占地 39722.31 m²（59.583 亩），土地性质为住宅用地，容积率限制在 2.2-2.8。为在符合市场、客户、公司发展的前提下，完成整体项目前期策划，需要进行前期定位调研。现请你以 007 号地为目标为荣盛发展进行房地产项目前期定位的竞品调研设计市场调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德,设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理,遵守房地产法律法规,认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有分析房地产商品和企业特点,分析房地产市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	
作品 (80分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调研方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
		6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3分),标题简洁、明了,能说明主题(4分)	
		6	目的明确,表述较为准确	
		6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
		12	要求符合调研目的(4分),内容正确且完整,切实可行,能获得客观资料(6分)	
		15	调查对象选定的方式(5分)和调查资料收集的方法选择合理(5分),表述具体(5分)。	
		10	调研组织设计科学(4分),人员配备合理(4分)	
		6	各阶段时间安排设计合理	
		6	经费预算科学(3分)与详尽(3分)	
	小计		100	

试题编号: 1-9 农村轻型钢别墅市场需求调研方案设计

(1) 任务描述

【背景资料】

乐家源集团国际总部设立在新西兰,中国华中行政中心设立在湖南省长沙市,是一家集国际房产开发、国际进出口实体贸易、国际轻钢房屋建设、国际金融、运营为一体的大型跨国企业。本集团在过往领域业绩基础上,在中国重点开拓以湖南省乐家源智造科技有限公司装配式建筑产业链相关市场。并承载着两大企业

角色。

①是通过给业主提供项目策划、总体规划设计、轻钢建筑甚至联合开发为一体的特色城镇、美丽乡村开发商；

②是专门从事新型装配式抗震节能房屋、可移动智能房屋建筑的规划、设计、生产、建设、营销、装修、金融、售后一条龙服务的运营商；

乐家源将国外成熟技术引入国内，将华中接待中心、华中生产工厂均设于湖南省会长沙，在湖南拥有自己的生产工厂、行政中心以及展示园区，四川、广东及海南行政中心及生产工厂正在有条不紊的筹备中。乐家源全国各省办事处如雨后天春笋般成立。公司现与湖南建工集团、湖南省视点建筑工程设计有限公司、湖南宇泰建筑工程有限公司、同济大学、土流网、机械网、湘商歌王、华商如歌、星光大道等强强联手并达成长期合作关系。

【测试任务】

乐家源集团计划进驻某地区开展业务，需要对该地区农村轻型钢别墅的认知度和需求情况进行调查。请以市场调研员的身份，为乐家源集团设计轻型钢别墅市场需求调研方案。调研方案要求包括调研目的，调研对象，调研项目，调研方法，调研经费，调研组织与人员、调研时间安排等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计方案不违背职业道德与房地产营销伦理，遵守房地产法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造

分)	职业能力	10	具有分析房地产商品和企业特点,分析房地产市场状况的能力,具有一定的调研方案写作能力,具有查阅文献资料的能力	成恶劣影响的 本项目 记 0 分
作品 (80 分)	卷容格式	6	文字编排工整清楚、格式符合要求	调 研 方 案 字 数 不 少 于 1500 字, 每 少 50 字扣 1 分
	文字表达	6	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封 面 完 整	7	要素具备(标题、编写者、时间等)(3 分), 标题简洁、明了,能说明主题(4 分)	
	调 研 目 的	6	目的明确,表述较为准确	
	调 研 对 象	6	具有针对性,确定合理,描述基本准确。	
	调 研 项 目 与 内 容	12	要求符合调研目的(4 分),内容正确且完整, 切实可行,能获得客观资料(6 分)	
	调 研 方 式 与 方 法	15	调查对象选定的方式(5 分)和调查资料收 集的方法选择合理(5 分),表述具体(5 分)。	
	调 研 组 织 及 人 员安排	10	调研组织设计科学(4 分),人员配备合理 (4 分)	
	时 间 安 排	6	各阶段时间安排设计合理	
	经 费 预 算	6	经费预算科学(3 分)与详尽(3 分)	
小计		100		

项目二 房地产市场调研问卷设计

试题编号: 1-10 万科品牌忠诚度调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

万科企业股份有限公司成立于 1984 年,1988 年进入房地产行业,1991 年成为证券交易所第二家上市公司。经过二十多年的发展,成为国内最大的住宅开发企业,业务覆盖珠三角、长三角、环渤海三大城市经济圈以及中西部地区,共计 53 个大中城市。年均住宅销售规模在 6 万套以上,2011 年公司实现销售面积 1075 万平米,销售金额 1215 亿元,2012 年销售额超过 1400 亿。销售规模持续居全球同行业首位。

在多年的经营中，万科坚持“不囤地，不捂盘，不拿地王”的经营原则；实行快速周转、快速开发，依靠专业能力获取公平回报的经营策略。产品始终定位于城市主流住宅市场，主要为城市普通家庭供应住房，2011 年所销售的 144 平方米以下户型占比 89%。

坚持快速销售、合理定价，要求各地下属公司楼盘推出后当月销售率达到 60%以上。同时，公司坚持规范经营，不追求高利润率，过去 2005 年以来公司累计纳税额超过 500 亿元，且每年的纳税额均高于净利润。

万科认为，坚守价值底线、拒绝利益诱惑，坚持以专业能力从市场获取公平回报，是万科获得成功的基石。公司致力于通过规范、透明的企业文化和稳健、专注的发展模式，成为最受客户、最受投资者、最受员工、最受合作伙伴欢迎，最受社会尊重的企业。凭借公司治理和道德准则上的表现，公司连续八次获得“中国最受尊敬企业”称号。

经过多年努力，万科逐渐确立了在住宅行业的竞争优势：“万科”成为行业第一个中国驰名商标；公司研发的“情景花园洋房”是中国住宅行业第一个专利产品和第一项发明专利；公司物业服务通过全国首批 ISO9002 质量体系认证；公司创立的万客会是住宅行业的第一个客户关系组织。同时也是国内第一家聘请第三方机构，每年进行全方位客户满意度调查的房地产企业。

万科致力于引领行业节能减排，持续推进绿色建筑及住宅产业化。2011 年，公司共成功申报绿色三星项目 273.7 万平方米，占全国总量的 50.7%。

公司致力于不断提升产品品质。至 2011 年，万科共有 26 个项目获得“詹天佑大奖优秀住宅小区金奖”，其中天津公司水晶城、广州公司四季花城、中山公司城市风景项目先后获得“中国土木工程詹天佑大奖”。

万科在发展过程中积极实践自身的社会责任，一直致力于慈善事业。万科始终关注在自身专业领域发挥优势、实践社会责任。万科响应政府号召，积极参与各地保障房、廉租房建设。万科已竣工和在建的保障性生活住房共 367 万平方米。

万科集团在地产中国网举办的红榜评选活动中，连续三次上榜。万科企业股份有限公司在“2016 中国企业 500 强”中排名第 86 位；“2018 中国品牌价值百强

榜”发布，万科位列第 40；2018 年《财富》世界 500 强排行榜发布，万科企业股份有限公司位列 332 位；2018 年 12 月 5 日，荣获第八届香港国际金融论坛暨中国证券金紫荆奖最具投资价值上市公司；世界品牌实验室发布《2018 世界品牌 500 强》榜单，万科排名第 447。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计万科品牌忠诚度调研问卷，目的是了解消费者对万科的品牌认知和品牌忠诚度，为万科未来制定品牌推广策略提供参考。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4 分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4 分）	
	具体内容	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		10	根据问题内容选择合适的问题类型（8 分），	

	型		要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
	问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计		100		

试题编号：1-11 新环境公司二手房市场需求调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

湖南新环境房地产经纪有限公司（简称“新环境公司”）成立于2001年6月。主要从事二手房买卖、租赁、销售代理、银行按揭等经纪业务，是一家专业提供房地产经纪服务的综合机构，具备房地产经纪机构三级资质。

业务范围包括：新环境地产的业务范围涉及房屋全程代理、房屋租赁、房屋买卖上市交易、权证办理、按揭贷款、房地产投资咨询、商铺租售、写字楼租售及商品房、空置房、企业债权房销售代理等多个方面。

二手房市场已经成为一个不可忽视的存在。从价格的节节攀升，到交易量的持续增长；从大中介公司的“跑马圈地”，到小中介公司林立，二手房市场已经开始“奔跑着歌唱”，更重要的是，二手房已经纳入了越来越多老百姓置业的考虑范围。

对商家而言，百姓的需求就是市场，对媒体而言，百姓的需求就是责任。作为厦门的一张市民报，导报始终和百姓生活密切联系。导报零售量居全市之首，

拥有最广泛的读者群，他们是二手房消费市场的重要力量，因此我们特别策划了“二手房”专版系列，努力做到真实、及时、全面地反映二手房市场信息，为百姓提供最有效的参考。

二手房市场是离普通百姓最近的住房市场，二手房市场的健康发展，对于整个房地产市场的全面启动有着巨大的拉动作用。

是什么原因促使二手房如此受人关注？二手房相对一手房而言，到底具备了哪些优势？人们选择二手房的原因大致有：价格便宜、小孩上学、有投资价值、以小换大、就业方便、适合养老等等。但是，这些原因人们考虑的顺序又是怎样的呢？

【测试任务】

请以市场调研员的身份，设计新环境公司二手房市场需求调研问卷，目的是了解消费者对二手房的具体需求，包括面积、价位、地理位置等，以便制定公司的二手房销售推广策略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	

作品 (80分)	卷容格式		5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷 字数不限
	文字表达		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4分),避免诱导、暗示以及敏感性文字(4分)	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题,问卷开头,正文,结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了,富有吸引力,能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型(8分),要有封闭式和开放式两个类型的问题(2分)	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题(4分),先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3分),开放式问题放在后面(1分)	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容(2分),避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问(出现一项错误扣1分,扣10分封顶)	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案,封闭式问题答案要穷尽、互斥,界限明确,排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题(3分),其中开放式问题不超过总问题数量的20%(2分)	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合(5分),选取充分性和必要性的问题(2分),内容翔实完整、条理清晰(2分),并具有可行性(4分),通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息(2分)	
	小计		100		

试题编号：1-12 房地产项目前期定位的客户调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

荣盛房地产发展股份有限公司(简称荣盛发展)成立于1996年12月,注册资金43.48亿元。总部位于素有“京津走廊上璀璨明珠”之称的河北省廊坊市。经过20余年发展,荣盛发展在经营规模、业务领域取得发展,已从开始的普通住宅开发成长为集地产开发、康旅投资、金融投资、互联网创新等业务于一体的全国性大型多产业综合集团公司。

荣盛房地产发展股份有限公司成立于1996年,注册资金43.48亿元,致力于中等规模城市地产开发,通过专业经营与高档产品品质诠释现代人居理念。经

过 20 余年的发展，荣盛发展在经营规模、业务领域取得发展，已从开始的普通住宅开发成长为集地产开发、康旅投资、金融投资、互联网创新等业务于一体的全国性大型多产业综合集团公司。2007 年 8 月 8 日，荣盛发展成功登陆深圳证券交易所，成为河北省首家通过 IPO 上市的房地产企业，公司在地产、金融、酒店、设计等方面进行全面发展，并取得了骄人战绩。

一直以来，荣盛发展以“创造财富、服务社会、培育人才、报效国家”为宗旨，以“追求卓越”为核心价值观，秉持“诚信、谦和、认真、苦干、拼搏、创新”的企业精神，立足中等城市，稳步涉足风险较小的大城市，努力为崇尚新生活和需要改善居住环境与条件、提高生活品质的消费者打造“自然的园、健康的家”。

荣盛发展经营业绩持续、快速增长，企业规模不断扩大。公司项目遍及沈阳、廊坊、沧州、邯郸、唐山、石家庄、聊城、徐州、南京、蚌埠、长沙、湛江、本溪、常州、呼和浩特、秦皇岛、成都、黄山等近 20 个城市，业务延伸至辽宁、河北、山东、江苏、安徽、湖南、四川、广东等省，除西北外，基本实现全国布局，年开发能力达 600 余万平方米。截至 2012 年底，荣盛发展总资产 404 亿元，净资产 100 亿元，拥有土地储备可开发面积超过 2000 万平方米。

先后多次被评为中国房地产企业信誉 AAA 级单位、AAA 级信用企业等，并荣膺 2007 年度特级明星企业、河北省房地产开发综合实力企业突出贡献奖、中国房地产百强企业等诸多奖项，公司旗下品牌“阿尔卡迪亚”被评为中国房地产“十大连锁品牌”。公司连续多年在廊坊市纳税超亿元，先后为 1998 年抗洪抢险、2003 年抗击“非典”、2008 年汶川地震等捐款逾两千万元。

2018 年稳居中国房地产百强企业第 16 位及中国房地产年度社会责任感企业。

2016 至 2020 年，是荣盛发展的“五五”规划期。公司将转型升级为“以大地产为主干，以大健康、大金融为两翼，以互联网等新兴产业为辅助”的多产业综合集团。

【测试任务】

荣盛发展计划在长沙市获取一宗土地（土地代号 007），该土地位于长沙市芙蓉区滨河路，占地 39722.31 m²（59.583 亩），土地性质为住宅用地，容积率限

制在 2.2-2.8。为在符合市场、客户、公司发展的前提下，完成整体项目前期策划，需要进行前期定位调研。现请你以 007 号地为目标为荣盛发展进行房地产项目前期定位的客户调研设计调研问卷。目的是通过了解客户需求，包括客户特征(住房现状、经济状况、年龄、职业、性格)、购房动机、消费行为等，以便为本项目正确定位提供依据。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4 分)	
	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
	问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
	问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型(8 分)，要有封闭式和开放式两个类型的问题(2 分)	
	问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题(4 分)，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体(3 分)，开放	

				式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息（2分）	
		小计	100		

试题编号：1-13 物业管理满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

中航物业管理有限公司是深圳知名品牌，总部位于深圳，作为国企是中航国际成员企业，中航地产的全资子公司，中国物业管理行业首批国家一级资质企业，中国物业管理协会副会长单位，深圳市物业管理协会副会长单位。

中航物业坚持“我们多努力，让您更满意”的服务理念，为客户提供安全、文明、整洁、满足客户需求并且持续改进的高品质物业管理服务。擅长管理服务于综合型的高档物业项目，通过物业经营与物业管理充分融合，以提升物业价值为目标，承揽政府物业、企业总部物业、高校物业、金融物业、商业物业、住宅物业、酒店物业等高档物业，业务范围遍及深圳、北京、上海、天津、广州、厦门、济南、武汉、长沙、南昌、成都、南京、昆明、重庆、贵阳、大连、郑州、东莞等全国二十几个大中城市，管理的项目大多荣获国家、省、市、区优秀示范大厦（小区）称号。20余年来，中航物业依托强大的航空工业背景和技术支持，逐步发展成为中国物业管理行业的专业力量，公司拥有一支成熟的、经验丰富的员工队伍和精英管理团队，员工总数超过14000人。

中航物业管理有限公司是深圳知名品牌，2007年荣膺深圳市福田区第一届

区长质量奖，2013 年荣获深圳市市长质量奖鼓励奖。中航物业以全力打造中国最值得信赖和最值得尊重的物业管理服务集成商为愿景，连续多年在全国物业管理行业名列前茅，公司品牌价值超五亿。

【测试任务】

中航物业管理有限公司为开拓市场，现想对湖南市场进行一次物业管理服务满意度的调研。请以市场调研员的身份，为中航物业管理有限公司设计住户满意度调研问卷，目的是了解消费者对目前物业管理的满意程度以及改进建议等，以便改善公司的物业管理服务。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80 分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义(4 分)，避免诱导、暗示以及敏感性文字(4 分)	
	具体	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
	问卷标	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	

	容	题			
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计			100		

试题编号：1-14 某住宅项目前期市场调研的消费者购买决策调查问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

某开发商在长沙市购买一块地开发住宅项目，为了制定营销策略，需要对该项目进行前期市场调查，其中包括对消费者购买决策进行调查。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，为开发商设计一份消费者购买住房的购买决策调研问卷，目的是了解消费者在购买住房时如何决策，以便开发商制定营销策略。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式		5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息（2分）	
小计		100			

试题编号：1-15 老年公寓市场需求调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

目前老龄化趋势越来越明显，某开发商意欲在长沙市投资一个老年公寓项目项目，为了制定投资决策，需要先对老年公寓的市场需求情况进行调查。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，为开发商设计一份老年公寓市场需求调研问卷，目的是了解老年公寓的需求量和需求情况，以便于制定正确的投资决策。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达	8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、

	序		先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
	提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
	答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
	问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
	整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息（2分）	
小计		100		

试题编号：1-16 商品住房消费者满意度调研问卷设计

（1）任务描述

【背景资料】

为了加强对商品房市场的社会监督，配合政府有关部门搞好商品房市场的监督管理，反映广大消费者的呼声，中国消费者协会计划联合北京、天津、上海、重庆、大连、青岛、厦门、深圳、杭州、武汉、长沙、成都、西安等城市的消协组织对普通住宅小区、楼盘开展“商品住房消费者满意度调查”活动。

【测试任务】

请以市场调研员的身份，为中国消费者协会设计商品住房满意度调研问卷，目的是了解消费者对目前商品住房的满意程度以及改进建议等。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式		5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息（2分）	
小计		100			

试题编号：1-17 农村轻型钢别墅市场需求调研问卷设计

(1) 任务描述

【背景资料】

乐家源集团国际总部设立在新西兰，中国华中行政中心设立在湖南省长沙市，是一家集国际房产开发、国际进出口实体贸易、国际轻钢房屋建设、国际金融、运营为一体的大型跨国企业。本集团在过往领域业绩基础上，在中国重点开拓以湖南省乐家源智造科技有限公司装配式建筑产业链相关市场。并承载着两大企业角色。

①是通过给业主提供项目策划、总体规划设计、轻钢建筑甚至联合开发为一体的特色城镇、美丽乡村开发商；

②是专门从事新型装配式抗震节能房屋、可移动智能房屋建筑的规划、设计、生产、建设、营销、装修、金融、售后一条龙服务的运营商；

乐家源将国外成熟技术引入国内，将华中接待中心、华中生产工厂均设于湖南省会长沙，在湖南拥有自己的生产工厂、行政中心以及展示园区，四川、广东及海南行政中心及生产工厂正在有条不紊的筹备中。乐家源全国各省办事处如雨后春笋般成立。公司现与湖南建工集团、湖南省视点建筑工程设计有限公司、湖南宇泰建筑工程有限公司、同济大学、土流网、机械网、湘商歌王、华商如歌、星光大道等强强联手并达成长期合作关系。

【测试任务】

乐家源集团计划进驻某地区开展业务，需要对该地区农村轻型钢别墅的认知度和需求情况进行调查。请以市场调研员的身份，为乐家源集团设计轻型钢别墅市场需求调研问卷，目的是了解农村消费者对轻型钢别墅的了解和接受程度、需求情况等。请运用询问技巧在规定的时间内将该问卷设计完成并具有可行性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力		
作品 (80分)	卷容格式		5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	文字表达		8	问卷语言表达要清晰、准确、通俗易懂、无歧义（4分），避免诱导、暗示以及敏感性文字（4分）	
	具体内容	问卷构成	4	具有问卷标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容	
		问卷标题	3	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
		问题类型	10	根据问题内容选择合适的问题类型（8分），要有封闭式和开放式两个类型的问题（2分）	
		问题顺序	8	依照逻辑顺序排列问题（4分），先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
		提问设计	12	每个问题只包含一项内容（2分），避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问（出现一项错误扣1分，扣10分封顶）	
		答案设计	10	切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性	
		问题内容	5	问卷总共不少于15个问题（3分），其中开放式问题不超过总问题数量的20%（2分）	
		整体把握	15	整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市場信息（2分）	
小计		100			

试题编号：1-18 修改房地产市场调研问卷

(1) 任务描述

【背景资料】

有的调研人员在设计的调研问卷结构不完整，提问方式或者问题和答案的

设计不大合理，尤其是发布在网络上的一些问卷。

【测试任务】

请上网搜索一份存在问题的房地产市场调研问卷，分析该问卷的结构是否完整，问题的排序是否合适，问题和答案的设计是否合理，对你认为不合理的地方进行修改。

要求：

1. 列出正确的问卷结构，并分析所搜索的问卷结构的完整性；
2. 说明问卷设计的基本原则和要求，分析该问卷不符合要求的地方，并修改；
3. 说明问卷中问题设计的一般排序，分析该问卷问题和答案设计的合理性，并修改补充完善。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台可以上网的电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，设计问卷不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有分析房地产企业或商品特点，分析企业或商品市场状况的能力，具有获取有益的信息、创新以及围绕调研目的整体把握问卷设计的能力	
作品 (80分)	卷容格式	5	版面编排工整清楚、格式规范	调研问卷字数不限
	搜索问卷	5	上网搜索一份存在问题的问卷（8分）	
	具体分析问卷结构	10	分析问卷的标题，问卷开头，正文，结尾四个基本内容的合理性	
	问卷标题分析	5	标题简洁明了，富有吸引力，能说明主题	
	问题类	10	分析问题的类型（8分），是否有封闭式和开	

	型分析		放式两个类型的问题（2分）	
	问题顺序分析	10	分析问题的逻辑顺序排列的合理性（4分），是否先易后难、先简单后复杂、先一般后具体（3分），开放式问题放在后面（1分）	
	提问设计分析	10	分析是否每个问题只包含一项内容，有没有否定形式提问、断定性提问以及导向性提问	
	答案设计分析	5	分析答案设计的合理性，封闭式问题答案是否穷尽、互斥，界限明确，排列是否有倾向性	
	问题内容分析	5	分析问题的数量是否合适，其中开放式问题占比是否合理	
	整体修改问卷	15	通过分析，修改后的整个问卷要与调研任务相符合（5分），选取充分性和必要性的问题（2分），内容翔实完整、条理清晰（2分），并具有可行性（4分），通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息（2分）	
小计		100		

项目三 楼盘市场调查表编制

试题编号：1-19 上网收集商品房销售资料并分析

（1）任务描述

【背景资料】

一些房地产信息网站会定期发布房地产市场资料信息，供广大受众查阅，以便了解房地产市场行情。

【测试任务】

请上网收集长沙市当年的商品房销售情况资料，并对所收集的资料进行分析，结合长沙市房地产市场调控政策，预测下一年长沙市房地产市场发展趋势。

要求：

1. 通过正确的途径收集长沙市商品房销售资料；
2. 对所收集的资料进行分析，结合长沙市房地产市场调控政策，预测下一年长沙市房地产市场发展趋势；
3. 字数在 1000 字以上。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	格式规范，合理，思路清晰，具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	10	文字编排工整清楚、格式规范。	格式要素中的附件部分可根据需要进行取舍，但需列明；调研报告字数要求 1000 字以上，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	10	语言简洁、用词恰当、条理清楚、逻辑性强	
	收集商品房销售资料	15	从合适的渠道收集到所需要的资料信息	
	收集调控政策	15	收集最新的房地产调控政策	
	数据资料分析	15	对所收集的数据资料逐项进行分析，从摆数据（4 分），分析现状（5 分），得出小结论，以形成符合事物发展变化规律的结论性意见；或发现问题并进一步探寻原因、提出对策等（5 分）。分析必须依据所收集的资料客观、合理，条理清楚，有逻辑性（5 分）。	
	市场发展趋势	15	用简洁而明晰的语言，在以上数据资料分析的基础上，进行综合归纳，得出报告的结论	
合计		100		

试题编号：1-20 上网收集楼盘信息并绘出规划草图

(1) 任务描述

【背景资料】

房地产专业的毕业生就业岗位中，无论是从事房地产销售，还是策划或者估价，都要具备基本的踩盘收集楼盘信息的技能。下面是通常采用的楼盘市场调查表。

楼盘市场调查表

楼盘名称：

调查时间：

调查人员：

序号	调查项目	调 查 结 果		
1	开 发 商			
2	地 址		电 话	
3	总 占 地		建筑总面积	
4	容 积 率		绿 化 率	
6	代理销售商			
7	楼盘广告词			
8	楼高及每层户数			
9	装 修 标 准			
10	价格	商品房均价： 元/m ² ，最高价： 元/m ² ，最低价：元/m ²		
		商铺均价： 元/m ² ，最高价： 元/m ² ，最低价：元/m ²		
		车库均价： 元/m ² ，最高价： 元/m ² ，最低价：元/m ²		
11	销售情况	总体销售：推 套， 售 套， 销售率： %，余货： 套		
		本次销售：推 套， 售 套， 销售率： %，余货： 套		
		热销户型：		
		滞销户型：		
12	户 型 分 布			
13	主力户型点评			
14	广告推介户型			
15	付 款 方 式			
16	优 惠 措 施			
17	项目周边情			

	况	
18	物 业 管 理	物业管理费
19	配套设施	□公园 □篮球场 □羽毛球馆 □网球馆 □乒乓球馆 □足球场 □桌球馆
		□保龄球馆 □高尔夫球场 □溜冰场 □游泳池 □健身房 □棋 牌室 □餐馆
		□儿童游乐场 □银行 □诊所 □邮局 □幼儿园 □学校 □超市 □菜市场
		公共汽车
20	配套分析	

【测试任务】

上网收集一个长沙市正在销售的楼盘，尽可能的完成该楼盘的市场调查表，并绘出该项目的规划草图。

要求：

1. 上网收集一个正在销售的楼盘，填写楼盘市场调查表；
2. 根据楼盘的相关资料照片，绘出该项目的规划草图。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台可以上网的电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	具备信息整理、分析及处理能力（4 分）；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致（4 分）；能在规定时间内完成任务（2 分）。	
作品 (80分)	调查表	50	完成调查表的 80%调查项目。	调查表完成 80%项目，每少 10%扣 10 分。
	规划图	30	小区边界清楚(5 分)，道路网清晰(10 分)，房屋建筑标示（8 分），配套设施标示（7	

			分)。	
合计		100		

试题编号：1-21 明发国际项目竞争楼盘市场调查

(1) 任务描述

【背景资料】

明发国际城项目由长沙明发城市建设开发有限公司投资开发，位于长沙市望城区金星北路与月亮岛路交汇处，占地面积 285,594 平方米，建筑面积 1,308,640 平方米，容积率为 3.41，绿化率 33%，规划 26 栋住宅，约 6436 户，建筑结构为塔板结合。

【测试任务】

请结合相关专业知识，通过互联网等完成：

- 1) 项目竞争楼盘调查表设计；
- 2) 竞争楼盘的筛选；
- 3) 竞争楼盘调查与相关信息汇总；
- 4) 与相关竞争楼盘进行对比分析，简单列出项目的价格、入市时机等策略。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台可以上网的电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	具备信息整理、分析及处理能力 (4 分)；方法得当，逻辑思维和分析能力强，对背景资料分析透彻、细致 (4 分)；能在规定时间内完成任务 (2 分)。	
作品 (80	调查表设计	20	根据开发项目的特点，有针对性地设计开发项目竞争楼盘调查表。	

分)	竞争楼盘筛选	20	根据任务中的开发项目特点，通过网络筛选出 3-5 个竞争楼盘。	
	信息汇总	20	通过互联网，完成竞争楼盘相关信息的调查	
	创新能力	20	通过相关竞争楼盘的对比分析，对项目的价格、入市时机等提出初步策略或建议。	
合计		100		

二、模块二 专业核心技能

项目一 房地产经营管理

试题编号：2-1 接听售楼热线

(1) 任务描述

【背景资料】

紫华郡二期

紫华郡位于长沙市经济开发区漓湘路与远大路的交汇处,由湖南建良置业有限公司开发。后期预推建筑面积 80-258 平房源。

本着以客户为中心,以市场为导向的,以质量为生命的原则。在以前成功开发紫华郡一期项目的基础上,全力推出紫华郡二期。

紫华郡位于长沙市经济开发区漓湘路与远大路的交汇处,建筑面积的 30 万平米,总户 987 户,114.城多 4 号线可到项目地。坐落于商业,金融,文化,娱乐,居住集一体的空港城板块中心,以政府宏观规划为依托,世界 500 强产业基地为保障,未来的空港核心,必将成为炙手可热的买家必争之地,升值潮力无跟,该户型自理的空间利用让房间变得更为灵动可观,在空间上本户型布局紧凑有序,同时此类户型总体感受周正实用,无浪费面积,同时本户型在空间格局上尽量做到南北通透,干湿分区,房间采光效果好,是投资,出租、居家多项选择的实用性户型。紫华郡毗邻高速,高铁,机场形成立体达的交通体系,形成无与伦比的项目交通优势,随着漓湘路全面拉通,紫华郡将 5 分钟连接星沙,10 分钟直达黄花机场;更有长沙最长东西向的交通动脉,人民路全线贯通并延伸至紫华郡所在地,聚合形成紫华郡与长沙中心 15 分钟黄金交通圈,先率先掌控铂金区域,未来升值料力不可限量,紫华郡不仅自己配备了近 50000 平米的风尚商业街,4 星级国际大酒店。未来空港核心的完美配套将直逼星沙城心,政务,商务,医疗,金融生活配套面面俱到。大型超市步步高,新一佳长沙市第八医院,星沙医院,各银行布点,比比皆是,完美生活一步到位,更有 1 站式教育,让你全方位把握孩子的来来,黄龙小学,长沙县一中、长郡未来中学,湖南农大等名校近咫尺,社区自带品牌幼儿园,优越人文环境,浓厚教育底蕴,为孩子铺就成功之路。题着黄兴大退向北扩延。人民东 2012 年拉动使用,未来区

域更加繁华,目前周边企业遍布,衣食住行全面满足(马王堆市场即将迁到项目周边,湘雅医院也将搬迁至此,周边大量企业诸如三一, 远大, 彼隆, 广汽菲亚特, 蓝色科技已经投产开工,大量人流物流已经向于此形成规模。

“紫华郡”二期项目在一期的基础上,一期项目中,由4栋高层高档住宅组合而成的综合楼,力求打造成星沙的标志性建筑,为您创建多规格:50 m²、80 m²、90 m²、100 m²、110 m²、140 m²—265 m²等26种规格;二期项目主要为楚天阁的商住两用,户型主要有:三室二厅、四室三厅、五室三厅;楼型多样化:平层、错层、复式。1—3层有将近二万平米的大型商场整体招商出售,可做餐饮、休闲、娱乐,4—32层为商住两用住宅。

项目简介:本项目为建良置业有限公司“紫华郡”二期商住楼,长沙市经济开发区漓湘路与大路的交处东南角。本项目占地6万平方米,总建筑面积三十万平方米,其中:住宅建筑面积205985平方米,商场建筑面积80310平方米,地下室面积16130平方米,。该工程地下室二层,地下负2层设人防工程,建筑面积5998平方米,抗力等级为六级,防空地下室战时用途为人员掩蔽部、物资储备库。正负零以上裙楼三层,裙楼上面为全框剪结构。本工程为一类高层建筑,耐火等级为一级,使用年限为70年,抗震设防烈度为六度。

开发商是建良置业有限公司,在星沙共有两家具备一级资质的开发公司,我们就是其中的一家。我们公司是1996年成立的,具有将近16年的发展历程,具备雄厚的开发实力及经验。累计开发面积已达100多万m²。紫华郡还将开发出第三期第四期项目。公司在2008年、2009年连续两年获得长沙城市住宅建设贡献奖。多次被州建设局评为房地产开发先进单位。并获“优秀私营企业”荣誉称号。紫华郡还获得了“中国人居环境范例奖”的示例。

【测试任务】

为了能够满足售楼部工作需要,客户信息收集能满足开盘客户需求的预测,遵守接听电话流程及要点有标准的接听语,电话中巧妙询问客户的有关情况,适时介绍楼盘的卖点,最后一定要约客户来现场看房,接听时要记录好客户的联系方式;要抓住客户感兴趣的地方来介绍;应配合当天报纸广告的主卖点来讲等基本要素。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台电话机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 5 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，电话交流不违背职业道德与营销伦理，遵守营销法律法规，认真负责	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有有礼有节特点，有表述房地产产品特点的能力，具有一定的语言表达能力，具有随机应变的能力	
阐述内容 (80 分)	开头语使用	5	电话不可以有“喂”	接听电话不超过 3 分钟，每超过 1 分钟字扣 2 分
		5	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	7	您好，紫华郡（问好，及单位或者部门）（3 分），表达简洁、明了（4 分）	
		6	提问明确，表述较为准确	
		6	了解客户知晓渠道。	
		10	要求符合收集目的（4 分），内容正确且完整，切实可行，能获得直接资料（6 分）	
		26	确定日期选定的方式（4 分）收集的方法选择合理（4 分），表述具体（4 分）。（14 分）	
		6	时间安排设计合理，能确定具体的时间点	
		3	表示感谢（1 分）礼貌结束谈话（2 分）	
		6	客户信息及需求记录（2）客户预约时间记录（2）准备应对的问题（2）	
	小计		100	

试题编号：2-2 客户寒暄及接待

(1) 任务描述

接待客户技巧基本考核

1. 对于不同类型的客户，如何有效地从不同角度进行赞美。

2. 迎接客户技巧的考核

微笑考核

微笑的基本作法是不发声，不露齿，肌肉放松，嘴角两端向上略微提起。微笑一定要发自内心，并由眼神、眉毛、嘴巴等来配合完成的。

打招呼考核

扮演客户打招呼，正确使用前面所讲的打招呼要点，基本使客户满意。

递送与接收名片考核

考官扮演客户递送和接收名片。与客户初次见面时，作简单的自我介绍后应奉上自己的名片。遵守交换名片的顺序，

【测试任务】

客户来到售楼部时，销售人员是否给予客户热情的接待。接待的基本动作包括：主动微笑打招呼递送与接收名片，区别客户真伪。心理准备，调整心态，控制情绪，以良好的精神面貌进入状态。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台电话机，纸笔	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 5 分钟。

（4）评分标准

	评价内容	配分	考核点	备注
职业素养 (40分)	1. 赞美辞	10	遵守赞美客户应遵循五项原则	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	2. 赞美客户的神态	10	不故作姿态，不做作、虚伪。	
	3. 微笑表情	10	不发声，不露齿，肌肉放松，嘴角两端向上略微提起。发自内心，发自肺腑。由眼神、眉毛、嘴巴等来配合完成的。	
	4. 打招呼表情	10	笑得自然大方，亲切。讲话时始终保持微笑。	

职业能力 60分	5. 打招呼语言措辞	15	第一句应亲切地说：“您好！欢迎光临某某楼盘”。再跟客户说：“您好”时，应同时微笑和点头。不必要过于死板，“早上好”、“下午好”或“晚上好”等同样可以表达“您好”之意，还可避免单调和重复。边说边动边操作。	流程清楚，操作熟练自然，根据表现情况扣分。
	6. 递送名片时机	10	名片准备充分。讲究名片递送的时间，初次与客户接触第一时间递名片。	
	7. 递送名片动作	10	交换名片顺序是“先客后主，先低后高”。眼睛应注视对方，面带微笑。	
	8. 递送名片语言	15	配合动作并大方地说：这是我的名片，请多多关照。	
	9. 接受名片	10	接过对方名片，致谢并认读和妥善收藏。	
	10. 客户空间管理	10	合理的站在客户左边，以右为尊。避免站在客户身后。	
	总分	100		

试题编号：2-3 沙盘介绍

（1）任务描述

一个项目最初亮相就是沙盘对外公开的那一刻，对于房地产销售代表，应掌握以下基本信息，以供介绍楼盘信息。

在房产销售过程中，每一个置业顾问都会经历沙盘讲解，然而大多数置业顾问对于沙盘讲解都是按部就班，这自然就会缺乏讲解的灵气；很多销售员认为讲解沙盘就是把项目的产品、卖点、区位价值、企业形象、交通配套等讲完即可，而很少考虑客户爱听什么？想听什么？同样的产品怎么讲才更具打动性和影响力？正是由于这种心态让客户在倾听沙盘讲解时比较反感，销售人员没有突出重点，听完之后一片茫然，而不厌其烦的讲解也得不到客户认同。

紫华郡二期基本概况

开发公司：湖南建良置业有限公司开发

设计单位：湘潭市建筑设计院设计

建筑单位：湖南久盛建筑有限公司施工

楼盘地址：长沙市经济开发区漓湘路与远大路的交汇处东南角

楼盘价格：住宅均价：5980 元/平方米

售楼电话：0731-84067777, 84067778

售楼地址：漓湘路与远大路的交汇处东南角

总 栋 数：12 栋，7.8.9.10 栋为一期已销售完。

房地产状态：期房

物业类型： 商住两用 ， 湖南尚邦物业管理有限公司

建筑形式：板塔结合 超高层

装修状况： 毛坯

物 业 费：1.5 元/m²

开盘日期： 2019-3-31

交房时间： 2019-12-31

起价： 5580.00 元/m²

均 价： 5980.00 /m²

加 价：每上一层加 20 元，32 楼减 20

付款方式： 工行七成二十年按揭

占地面积： 66617.50 m²

建筑面积： 300146.00 m²

交 通： 114 路：地税三分局,星通 22 路：地税三分局

经开巴士 B 线：华湘公交基地 ； 星沙 115 路：华湘公交基地 ； 星通 14 路：
凉塘路口

210 路：黄花新村 ； 城铁 4 号线可到项目地。

商 业： 步步高、 通城商业广场、通程电器、 新一佳、卜蜂莲花、 聚
鑫农贸中心大市场、肯德基、新华书店、开源大剧场等

教 育：天马幼儿园、启明星幼儿园、星沙小学、盼盼中心小学、维汉中学、县一中、星沙中学、松雅湖中学、大众传媒学院 工程学院 师范学院、冠亚实验学校、等

医 疗：长沙市中医院 二医院

银 行：中国银行 农行 工行 建行信用社 、光大、浦发、交通、兴业、
建设

公 园：世界之窗、海底世界

酒 店：开源酒店、佳利酒店、明城国际、天成酒店

建筑配套

结 构： 框剪结构、层高平层 3 米；错层 4.8 米；18 层复式楼层高 6 米

供 电： 双电源

外 墙： 高级外墙砖 供 水 管线明装、二次供水

内 墙： 普通抹灰 采 暖

门 窗： 高级防盗防火门；其余预留门洞 供 气 管道液化气入户

卫 生 间： 消 防

大 厅： 保 安

电 梯： 中外合资名牌电梯；电梯前室为高级地面砖

通 讯： 主卧、客厅均设置电视、电话点一个，宽带网室内预埋数据点一个；

复式房每户增设一个电话点、一个数据点

紫华郡楼盘解说词

您这边请，我来先帮您讲解一下沙盘，紫华郡位于星沙经济开发区，漓湘路与远大路交汇处东南角，这条路就是漓湘路，也就是我们前面这条路。我们的售楼处就在这儿，也就是我们现在所处的位置。紫华郡旁边是市政府赐资一个亿打造的长沙县一中重点中学后面的山体公园。紫华郡是集教育，健身、娱乐为一体的多功能高档住宅小区。居住环境非常好。我们的项目与新一佳、卜蜂莲花超市，聚鑫农贸市场、通程电器、肯德基也仅一路之隔，周边有大型幼儿园、中小学校、医院、邮电、银行等居家生活配套设施，生活非常便利。长沙地铁三号线的漓湘路口站在附近，我们项目地处长沙第六个区，发展前景可观，升值潜力非常大。

紫华郡就是售楼处后边这块空地，整个项目占地面积 6 万平方米，建筑规划面积 30 万平方米，将来能形成规模很大的生活社区。一期规划 4 栋楼，7 至 10 栋已经售完，其中有 9 栋是纯居住，前面四栋为商住两用。面积从 50 的户型到 258m² 的复式楼都有。小区的绿化率高达 37.5%，具有 26 米以上的超大的楼间距。

我们小区坚持“以人为本，以环境为中心”依据这个理念，紫华郡不仅自身配备了近 50000 平米的风尚商业街,4 星级国际大酒店，还建有网球场、篮球场、羽毛球场、乒乓球场、门球场、儿童娱乐中心、老年活动中心等活动场地。给业

主提供了一个健康、和谐的居住空间。小区设有两个出入口，有地下停车场和地上停车位，同时也有独立的车库。整个小区配套齐全、设施完备，小区设有红外监控防爬系统，楼宇间可视对讲门铃，地下停车场 IC 卡管理系统，人车分流，保安措施完善，物业服务上乘。

【测试任务】

1. 介绍沙盘时间控制在五分钟内。
2. 具体的讲解程序要根据客户的需求来设计，每个客户都不一样的，不能千篇一律的对每个客户说出同一版本的说辞。
3. 讲解的语气要有激情和感染力。
4. 不要背书式介绍，多交流，多问客户。
5. 沙盘介绍的重点：扬长避短。
6. 有意识收集客户相关资料
7. 巧妙试探、准确判断客户需求

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 300 平米，配置模拟样板间	必备
设备	紫华郡项目沙盘一个，指示笔，文件夹	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 5 分钟。

1. 考核形式为实际操作，每题满分 100 分；
2. 该实训考核按规定在 5 分钟内完成，超过时间应酌情扣分；
3. 考核过程中考生独立完成，任何人不得提示、相互之间不得提醒、讨论；
4. 考核前考生应准备好笔、纸、文件夹、计算器等必要文具。

(4) 评分标准

评价内容	配分	评分标准	备注
------	----	------	----

楼 盘 介 绍	了解客户 看房目的	10	询问客户了解项目的来源（2分） 并彬彬有理地说“这边请”（2分） 指示带领到沙盘前面（6分）	
	项目沙盘 介绍	50	讲解项目区位大环境等（10分） 讲解项目中环境（10分） 介绍周边环境及生活配套（10分） 介绍小区配套及物业（10分） 介绍项目的升值潜力（10分）	流程表述错 误扣分
	把客户从 现场拉回 至售楼部	15	巧妙地将客户重新请回到售楼部（5分） 开始实质性的谈判（5分） 对有意的客户再次约定签约时间（5分）	
	送客户出 门	10	将销售资料和海报备齐一份给客户（2分） 亲切表示标准告别语（4分） 打开大门目送客户远离售楼部（4分）	
	填写客户 资料表	15	无论成交与否填写客户资料表（5分） 填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对 产品的要求条件和成交或未成交的真正原因（5 分） 根据成交的可能性，将其分很有希望、有希望、 一般、希望小四个等级认真填写，以便以后跟踪 客户（5分）	未准备笔 和纸不得 分。
	总分	100		

试题编号：2-4 带看样板房及工地

（1）任务描述

在客户看过户型后，置业顾问应熟悉看房接待程序、语言规范及动作基本要求并能合理准备现场售楼工具。

在技能测试中能正确掌握现场看房的程序、带看样板房及工地的要点及注意事项等。

【测试任务】

1. 运用营销技巧性对意向单元进行讲解；
2. 严格遵守看房路线设定的原则；
3. 熟练掌握带看样板房的基本程序；
4. 售楼接待的行为举止要符合规范；

5. 掌握回答客户疑虑的技巧。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 300 平米，配置模拟样板间	必备
设备	四个户型样板间	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 60 分钟。

1. 考核形式为实际操作，每题满分 100 分；
2. 该实训考核按规定在 60 分钟内完成，超过时间应酌情扣分；
3. 考核过程中考生独立完成，任何人不得提示、相互之间不得提醒、讨论；
4. 考核前考生应准备好笔、纸、文件夹、计算器等必要文具。

(4) 评分标准

评价内容	配分	评分标准	备注
带 看 样 板 房 及 工 地	10	询问客户看房的重点问题（2 分） 并彬彬有理地说“这边请”（2 分） 看房路线的设计（6 分）	
	25	讲解工地管理规范，建筑及监理单位等（5 分） 为客户指出他将来的房子所在（3 分） 介绍周边环境（7 分） 介绍小区配套所在地（5 分） 随时注意客户的安全，揣摩客户心理（3 分）	
	25	朝向清楚，路名熟悉（2 分） 客户未主动表示时，能立刻主动地选择一户做试探性介绍（2 分） 引导客户注意优点（3 分） 站在客户立场做讲解（4 分） 提问题以澄清客户疑虑（7 分）。 技巧回答客户疑虑（7 分）	

	把客户从现场拉回至售楼部	15	巧妙地将客户重新请回到售楼部（5分） 开始实质性的谈判（5分） 对有意愿的客户再次约定签约时间（5分）	
	送客户出门	10	将销售资料和海报备齐一份给客户（2分） 亲切表示标准告别语（4分） 打开大门目送客户远离售楼部（4分）	
	填写客户资料表	15	无论成交与否填写客户资料表（5分） 填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对产品的要求条件和成交或未成交的真正原因（5分） 根据成交的可能性，将其分很有希望、有希望、一般、希望小四个等级认真填写，以便以后跟踪客户（5分）	未准备笔和纸不得分
	总分	100		

试题编号：2-5 133. 03m²经典三房户型介绍

（1）任务描述

【背景资料】

在了解客户的购买需求后，可以根据楼盘的自身情况向客户进行单元推荐。在推荐中，大致可以分为四个步骤，即收集信息、推荐合适单元，接受单元咨询，确认推荐。在推荐户型时，应先探清客户购买意向，如户型，面积，楼层，朝向，总价款等。

实际工作中，对于一位客户的单元推荐往往会重复多次。因为你的第一次或前几次单元推荐很有可能不会令客户满意。

1. 既做销售也做置业顾问
2. 把握推荐原则
3. 具体描述该户型的特点
4. 做一回室内设计师
5. 试探成交

客户对你推荐的单元表示满意时，试探成交，并为客户算出总价，首付款，月供款以及办理各种手续费用。

【测试任务】

133. 03m²经典三房:

户型方正，动静分离；功能区集中，休息区静谧；客厅景观大阳台，超大4.8米开间，尽享窗外醇美风景，城市灵感点缀优越生活。以最小总价获取最大利用空间。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，各类户型模型及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为5分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	评分标准	备注
带 看 户 型 模 型	10	询问客户看房的重点问题（2分） 并彬彬有理地说“这边请”（2分） 看房路线的设计（6分）	
	25	本户型的特性（5分） 为客户指出他将来的房子所在（3分） 本户型可给客户带来的利润（7分） 本户型的优点（5分） 介绍这套户型窗外景观（3分）	
	25	朝向清楚，路名熟悉（2分） 客户未主动表示时，能立刻主动地选择一户做试探性介绍（2分） 引导客户注意优点（3分） 站在客户立场做讲解（4分） 提问题以澄清客户疑虑（7分）。 技巧回答客户疑虑（7分）	
	15	巧妙地将客户重新请回到售楼部（5分） 开始实质性的谈判（5分） 对有意的客户再次约定签约时间（5分）	

给客户计算这套价格	10	确认户型及楼层（2分） 计算单价及总价（4分） 观察客户需求程度（4分）	
填写客户资料表	15	无论成交与否填写客户资料表（5分） 填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对产品的要求条件和成交或未成交的真正原因（5分） 根据成交的可能性，将其分很有希望、有希望、一般、希望小四个等级认真填写，以便以后跟踪客户（5分）	未准备笔和纸不得分。
总分	100		

试题编号：2-6 139.54m²舒适三房户型介绍

（1）任务描述

【背景资料】

在了解客户的购买需求后，可以根据楼盘的自身情况向客户进行单元推荐。在推荐中，大致可以分为四个步骤，即收集信息、推荐合适单元，接受单元咨询，确认推荐。在推荐户型时，应先探清客户购买意向，如户型，面积，楼层，朝向，总价款等。

实际工作中，对于一位客户的单元推荐往往会重复多次。因为你的第一次或前几次单元推荐很有可能不会令客户满意。

1. 既做销售也做置业顾问
2. 把握推荐原则
3. 具体描述该户型的特点
4. 做一回室内设计师
5. 试探成交

客户对你推荐的单元表示满意时，试探成交，并为客户算出总价，首付款，月供款以及办理各种手续费用。

【测试任务】

139. 54m²舒适三房：

明厨明卫明卧，南北通透采光，户型方正，动静分区，干湿分区做得最完善的一套，卧室双阳台设计，生活情趣与窗外美景相得益彰，客厅赠送时尚飘窗，

舒适享受无限延伸。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，各类户型模型及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 5 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	评分标准	备注
带看户型模型	10	询问客户看房的重点问题（2 分） 并彬彬有理地说“这边请”（2 分） 看房路线的设计（6 分）	
	25	本户型的特性（5 分） 为客户指出他将来的房子所在（3 分） 本户型可给客户带来的利润（7 分） 本户型的优点（5 分） 介绍这套户型窗外景观（3 分）	
	25	朝向清楚，路名熟悉（2 分） 客户未主动表示时，能立刻主动地选择一户做试探性介绍（2 分） 引导客户注意优点（3 分） 站在客户立场做讲解（4 分） 提问题以澄清客户疑虑（7 分）。 技巧回答客户疑虑（7 分）	
	15	巧妙地将客户重新请回到售楼部（5 分） 开始实质性的谈判（5 分） 对有意的客户再次约定签约时间（5 分）	
	10	确认户型及楼层（2 分） 计算单价及总价（4 分） 观察客户需求程度（4 分）	

	填写客户资料表	15	无论成交与否填写客户资料表（5分） 填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对产品的要求条件和成交或未成交的真正原因（5分） 根据成交的可能性，将其分很有希望、有希望、一般、希望小四个等级认真填写，以便以后跟踪客户（5分）	未准备笔和纸不得分。
	总分	100		

试题编号：2-7 171m²尊贵四房户型介绍

（1）任务描述

【背景资料】

在了解客户的购买需求后，可以根据楼盘的自身情况向客户进行单元推荐。在推荐中，大致可以分为四个步骤，即收集信息、推荐合适单元，接受单元咨询，确认推荐。在推荐户型时，应先探清客户购买意向，如户型，面积，楼层，朝向，总价款等。

实际工作中，对于一位客户的单元推荐往往会重复多次。因为你的第一次或前几次单元推荐很有可能不会令客户满意。

1. 既做销售也做置业顾问
2. 把握推荐原则
3. 具体描述该户型的特点
4. 做一回室内设计师
5. 试探成交

客户对你推荐的单元表示满意时，试探成交，并为客户算出总价，首付款，月供款以及办理各种手续费用。

【测试任务】

171m²尊贵四房：

错层即多层面梯级跃升式住宅，是一套住宅有两个以上的层面，但它们又不同于一般划一的简单的上下两层跃层式住宅房型。进门的第一层面为公共区域，南面是4.8米开间的大客厅，北面是餐厅、厨房和公共卫生间；往里上3级楼梯形成第二区域，即主人活动区域，由两间中、小面积房间组成老人房间、儿童

房间或客房，不同的错层形成了不同的功能区。

错层房不同于现在流行的复式或跃层式住宅。虽然错开了住宅的层次，但可以合理有效地控制单套住宅的面积让普通市民有能力买到层面丰富、面积、总价合理控制的新型住宅。

大面宽，短进深，全明房设计；户型方正，功能分区完美；客厅宽景大飘窗，尽享窗外醇美风景；私享空间外尽显主人尊贵气质。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，各类户型模型及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 5 分钟。

（4）评分标准

评价内容	配分	评分标准	备注
带看户型模型	10	询问客户看房的重点问题（2 分） 并彬彬有理地说“这边请”（2 分） 看房路线的设计（6 分）	
	25	本户型的特性（5 分） 为客户指出他将来的房子所在（3 分） 本户型可给客户带来的利润（7 分） 本户型的优点（5 分） 介绍这套户型窗外景观（3 分）	
	25	朝向清楚，路名熟悉（2 分） 客户未主动表示时，能立刻主动地选择一户做试探性介绍（2 分） 引导客户注意优点（3 分） 站在客户立场做讲解（4 分） 提问题以澄清客户疑虑（7 分）。 技巧回答客户疑虑（7 分）	

	把客户从现场拉回至售楼部	15	巧妙地将客户重新请回到售楼部（5分） 开始实质性的谈判（5分） 对有意的客户再次约定签约时间（5分）	
	给客户计算这套价格	10	确认户型及楼层（2分） 计算单价及总价（4分） 观察客户需求程度（4分）	
	填写客户资料表	15	无论成交与否填写客户资料表（5分） 填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对产品的要求条件和成交或未成交的真正原因（5分） 根据成交的可能性，将其分很有希望、有希望、一般、希望小四个等级认真填写，以便以后跟踪客户（5分）	未准备笔和纸不得分。
	总分	100		

试题编号：2-8 258m² 豪华五房户型介绍

（1）任务描述

【背景资料】

在了解客户的购买需求后，可以根据楼盘的自身情况向客户进行单元推荐。在推荐中，大致可以分为四个步骤，即收集信息、推荐合适单元，接受单元咨询，确认推荐。在推荐户型时，应先探清客户购买意向，如户型，面积，楼层，朝向，总价款等。

实际工作中，对于一位客户的单元推荐往往会重复多次。因为你的第一次或前几次单元推荐很有可能不会令客户满意。

1. 既做销售也做置业顾问
2. 把握推荐原则
3. 具体描述该户型的特点
4. 做一回室内设计师
5. 试探成交

客户对你推荐的单元表示满意时，试探成交，并为客户算出总价，首付款，月供款以及办理各种手续费用。

【测试任务】

258m² 豪华五房：

两层格局特点是，内部空间借鉴了欧美小二楼独院住宅的设计手法，住宅占有上下两层楼面，卧室、起居室、客厅、卫生间、厨房及其它辅助用房可以分层布置，上下层之间的交通不通过公共楼梯而采用户内独用小楼梯联接。

跃层住宅的优点是每户都有二层或二层合一的采光面，即使朝向不好，也可通过增大采光面积弥补，通风较好，户内居住面积较大，布局紧凑，功能明确，相互干扰较小。

卧室时尚观景大阳台，二楼赠送屋顶花园，延伸风景，沐浴阳光。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，各类户型模型及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 5 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	评分标准	备注
带看户型模型	了解客户看房目的	10	询问客户看房的重点问题（2 分） 并彬彬有理地说“这边请”（2 分） 看房路线的设计（6 分）	
	户型特点介绍	25	本户型的特性（5 分） 为客户指出他将来的房子所在（3 分） 本户型可给客户带来的利润（7 分） 本户型的优点（5 分） 介绍这套户型窗外景观（3 分）	

带去样板房介绍	25	朝向清楚，路名熟悉（2分） 客户未主动表示时，能立刻主动地选择一户做试探性介绍（2分） 引导客户注意优点（3分） 站在客户立场做讲解（4分） 提问题以澄清客户疑虑（7分）。 技巧回答客户疑虑（7分）	
把客户从现场拉回至售楼部	15	巧妙地将客户重新请回到售楼部（5分） 开始实质性的谈判（5分） 对有意的客户再次约定签约时间（5分）	
给客户计算这套价格	10	确认户型及楼层（2分） 计算单价及总价（4分） 观察客户需求程度（4分）	
填写客户资料表	15	无论成交与否填写客户资料表（5分） 填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对产品的要求条件和成交或未成交的真正原因（5分） 根据成交的可能性，将其分很有希望、有希望、一般、希望小四个等级认真填写，以便以后跟踪客户（5分）	未准备笔和纸不得分。
总分	100		

9. 试题编号：2-9，258m²房价及银行贷款其它费用的计算

（1）任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地从事售楼工作，在接待客户过程中根据也是必须掌握的一门技能，目前市场有三种付款方式，一次性付款

、组合付款和按揭付款，其中银行按揭付款也是最普遍使用的一种方式。紫华郡 258 平米复式楼，客户属于第一套房，超过 120 平，首付 50%，契税 4%。

【测试任务】

测试中每位学生按照给 32 层 258 平米房屋进行价格的准确计算。结合本地政策，时间必须控制在三分钟以内来提高学生操作的熟练性和专业性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，银行贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15 分)	工具准备	10	职业意识，笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	微笑表情	5	在整个测试计算过程中，表情自然不生硬不死板有亲和力。	
房价计算准确 (55 分)	单价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加 20 元；	房价计算一定要准确，有错误按标准扣分。
	房屋总价计算	10	房屋总价=房屋单价×房屋面积；	
	折后价格计算	5	测试过程中银行按揭采取 96 折计算；	
	按揭首付的计算方法	10	1) 首付不低于 30%；(5 分) 2) 按揭贷款数取万元整数：(5 分)	
	月供的计算	10	1) 查找房地产按揭利息表数据 (5 分) 2) 月供=贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位) (5 分)	
	计算其它税费	10	将所有费用按相应比率进行计算，再计算合计。	
职业技能和素质 (30 分)	与客户交流语言措辞	10	在整个测试计算过程中，能灵活回复客户提出的问题，表达清楚正确。	
	房价置业表填写	10	置业表内容填写完整，清楚	
	要求办理手续	5	是否能大胆提出成交	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内	
小计		100		

试题编号：2-10 171m²房价及银行贷款其它费用的计算

（1）任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地从事售楼工作，在接待客户过程中根据也是必须掌握的一门技能，目前市场有三种付款方式，一次性付款、组合付款和按揭付款，其中银行按揭付款也是最普遍使用的一种方式。紫华郡 171 四房，客户属于第二套房，首付 50%，契税 4%。

【测试任务】

测试中每位学生按照给 8 层 171 平米房屋进行价格的准确计算。结合本地政策，时间必须控制在三分钟以内来提高学生操作的熟练性和专业性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，银行贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15分)	工具准备	10	职业意识，笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	微笑表情	5	在整个测试计算过程中，表情自然不生硬不死板有亲和力。	
房价计算准确 (55分)	单价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加 20 元；	房价计算一定要准确，有错误按标准扣分。
	房屋总价计算	10	房屋总价=房屋单价×房屋面积；	
	折后价格计算	5	测试过程中银行按揭采取 96 折计算；	

	按揭首付的计算方法	10	1) 首付不低于 30%; (5 分) 2) 按揭贷款数取万元整数: (5 分)	
	月供的计算	10	1) 查找房地产按揭利息表数据 (5 分) 2) 月供=贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位) (5 分)	
	计算其它税费	10	将所有费用按相应比率进行计算,再计算合计。	
职业技能和素质 (30 分)	与客户交流语言措辞	10	在整个测试计算过程中,能灵活回复客户提出的问题,表达清楚正确。	
	房价置业表填写	10	置业表内容填写完整,清楚	
	要求办理手续	5	是否能大胆提出成交	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内	
小计		100		

试题编号: 2-11 139.54m² 房价及银行贷款其它费用的计算

(1) 任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地从事售楼工作,在接待客户过程中根据也是必须掌握的一门技能,目前市场有三种付款方式,一次性付款、组合付款和按揭付款,其中银行按揭付款也是最普遍使用的一种方式。紫华郡 139.54 三房,客户属于第一套房,首付 30%,契税 2%。

【测试任务】

测试中每位学生按照给 19 层 139.54 平米房屋进行价格的准确计算。结合本地政策,时间必须控制在三分钟以内来提高学生操作的熟练性和专业性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室,配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑,配备两台计算器,纸笔,银行贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15分)	工具准备	10	职业意识, 笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	微笑表情	5	在整个测试计算过程中, 表情自然不生硬不死板有亲和力。	
房价计算准确 (55分)	单价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加 20 元;	房价计算一定要准确, 有错误按标准扣分。
	房屋总价计算	10	房屋总价=房屋单价×房屋面积;	
	折后价格计算	5	测试过程中银行按揭采取 96 折计算;	
	按揭首付的计算方法	10	1) 首付不低于 30%; (5 分) 2) 按揭贷款数取万元整数: (5 分)	
	月供的计算	10	1) 查找房地产按揭利息表数据 (5 分) 2) 月供=贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位) (5 分)	
	计算其它税费	10	将所有费用按相应比率进行计算, 再计算合计。	
职业技能和素质 (30分)	与客户交流语言措辞	10	在整个测试计算过程中, 能灵活回复客户提出的问题, 表达清楚正确。	
	房价置业表填写	10	置业表内容填写完整, 清楚	
	要求办理手续	5	是否能大胆提出成交	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内	
小计		100		

试题编号: 2-12 133.03m² 房价及银行贷款其它费用的计算

(1) 任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地从事售楼工作, 在接待客户过程中根据也是必须掌握的一门技能, 目前市场有三种付款方式, 一次性付款、组合付款和按揭付款,

其中银行按揭付款也是最普遍使用的一种方式。紫华郡 133.03 平米小公寓，客户属于第一套房，首付 30%，契税 2%。

【测试任务】

测试中每位学生按照给出楼层和面积的房屋进行价格的准确计算。结合本地政策，时间必须控制在三分钟以内来提高学生操作的熟练性和专业性。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，银行贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15 分)	工具准备	10	职业意识，笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	微笑表情	5	在整个测试计算过程中，表情自然不生硬不死板有亲和力。	
房价计算准确 (55 分)	单价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加 20 元；	房价计算一定要准确，有错误按标准扣分。
	房屋总价计算	10	房屋总价=房屋单价×房屋面积；	
	折后价格计算	5	测试过程中银行按揭采取 96 折计算；	
	按揭首付的计算方法	10	1) 首付 20%；(5 分) 2) 按揭贷款数取万元整数：(5 分)	
	月供的计算	10	1) 查找房地产按揭利息表数据 (5 分) 2) 月供=贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位) (5 分)	

	计算其它税费	10	将所有费用按相应比率进行计算，再计算合计。	
职业技能和素质 (30分)	与客户交流语言措辞	10	在整个测试计算过程中，能灵活回复客户提出的问题，表达清楚正确。	
	房价置业表填写	10	置业表内容填写完整，清楚	
	要求办理手续	5	是否能大胆提出成交	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内	
	小计	100		

试题编号：2-13 87m² 房价及银行贷款其它费用的计算

(1) 任务描述

【背景资料】

为了在毕业后能够更好地从事售楼工作，在接待客户过程中根据也是必须掌握的一门技能，目前市场有三种付款方式，一次性付款、组合付款和按揭付款，其中银行按揭付款也是最普遍使用的一种方式。紫华郡 87 平米小公寓，客户属于第一套房，低于 90 平米，首付 20%，契税 1%。

【测试任务】

测试中每位学生按照给出楼层和面积的房屋进行价格的准确计算。结合本地政策，时间必须控制在三分钟以内来提高学生操作的熟练性和专业性。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，银行贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (15分)	工具准备	10	职业意识, 笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反 考场纪 律、造成 恶劣影响 的本项目 记 0 分
	微笑表情	5	在整个测试计算过程中, 表情自然不生硬 不死板有亲和力。	
房价 计算 准确 (55 分)	单价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加 20 元;	房价计算 一定要准 确, 有错 误按标准 扣分。
	房屋总价计 算	10	房屋总价=房屋单价×房屋面积;	
	折后价格计 算	5	测试过程中银行按揭采取 96 折计算;	
	按揭首付的 计算方法	10	1) 首付 20%; (5 分) 2) 按揭贷款数取万元整数: (5 分)	
	月供的计算	10	1) 查找房地产按揭利息表数据 (5 分) 2) 月供=贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位) (5 分)	
	计算其它税 费	10	将所有费用按相应比率进行计算, 再计算 合计。	
职业 技能 和素 质 (30 分)	与客户交流 语言措辞	10	在整个测试计算过程中, 能灵活回复客户 提出的问题, 表达清楚正确。	
	房价置业表 填写	10	置业表内容填写完整, 清楚	
	要求办理手 续	5	是否能大胆提出成交	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内	
小计		100		

附件：客户置业预算表

置业顾问：

联系电话：

客户姓名		联系方式		
置业意向	意向一		意向二	
	栋	单元	房	栋 单元 房
面积				
户型				
单价				

总价				
付款方式	一次性付款		一次性付款	
	银行按揭		银行按揭	
	分期付款		分期付款	
首付				
月供	5 年		5 年	
	10 年		10 年	
	15 年		15 年	
	20 年		20 年	
其他 应付 费用	契税（总房价×2%）			
	保险费(贷款额×贷款年限×0.45‰)			
	抵押登记费(贷款额× 2‰)			
	房屋维修基金：总房款×3%			
	物业管理费：1.2 元×面积×3 个月			
	印花税（总房价×0.5‰）			
	煤气开户费 2100 元/户			
	电视网络费 920/户			
	土地使用证：100 元/户			
	产权登记费：80 元/户			
合 计				

试题编号：2-14 第一套精装 41 平组合贷款的计算

（1）任务描述

【背景资料】

2019 年长沙住房公积金贷款政策

严格实施“保一限二禁三”的差别化贷款政策，确保住房公积金个人住房贷款应贷尽贷，

1. 是职工申请使用住房公积金贷款需正常缴存住房公积金的 12 个月。
2. 是提高购买二套房申请住房公积金贷款的门槛，由此前不限首套房面积，变更为只有当首套房面积在 120 平米以下时才能申请住房公积金贷款，同时首付

比例不低于 50%，住房公积金贷款利率按同期首套住房个人贷款利率 1.1 倍执行。

3. 是停止向购买第三套及以上住房的缴存职工发放住房公积金贷款。

一、职工家庭的可贷额度：

在最高贷款额度内按照其住房公积金缴存年限、缴存额、购建房、家庭收入、征信等方面情况进行测算后，取最低值。

1. 个人基本公积金首次贷款，额度 30 万，若有补充公积金（补充住房公积金制度是住房公积金制度的一种补充，基本特征与公积金相同，是一种长期的住房储金，用于职工的住房消费，属于职工个人所有。不强求缴纳，个人不超过 7%，单位不小于 1%），额度 10 万，个人公积金贷款最高 40 万。夫妻二人以家庭为单位最高 60 万，都有补充公积金，最高 80 万。

2. 签好合同并支付首付款后，如果是纯公积金贷款，到各区县受理网点办理。如果是组合贷款(有商业有公积金)，直接在商业银行一并办理。

3. 公积金还不能申请大装修贷款。

根据日前住建部等四部委联合下发通知，规定住房公积金贷款不得用于投机性购房，保一限二禁三政策，三套房全面叫停，二套房首付不低于 50%，贷款利率不得低于同期首套住房公积金个人住房贷款利率的 1.1 倍。

根据新政策，公积金贷款政策是:对于购买首套自住房且套型建筑面积在 90 平方米以下，其住房公积金贷款首付款比例不低于 20%;对购买建筑面积在 90 平方米以上的家庭，住房公积金贷款首付款不低于 30%。

二、贷款额度及年限确定原则:

职工申请使用住房公积金贷款，其贷款额度按照职工住房公积金缴存年限和缴存额情况测算，但不得超过最高贷款额度 50 万元。其计算公式为:可贷额度=(住房公积金月缴存额*12*未来可缴存年限+住房公积金个人账号余额)*2。可贷额度按“可贷额度公式”测算低于 20 万元的，其住房公积金最高贷款额度按 20 万元核定。

1. 借款申请人及配偶都在管理中心缴存住房公积金的，按双方可贷款额度之和测算；

2. 可贷额度按“可贷额度公式”测算低于 20 万元的，其住房公积金最高贷款额度按 20 万元核定；

3. 可贷额度即为最高贷款额度但不超过 60 万元。

三、按购建房情况测算可贷额度。

(一)购买住房贷款额度原则上不高于总房款的 70%，但首次购买 90 平方米(含)以下普通自住房的，可以为 80%;

(二)已有首套普通自住房且建筑面积未超过 120 平方米、又申请购买第二套(含)普通自住房的家庭，贷款首付款比例不得低于 50%，即贷款额度不得高于总房款的 50%，且利率提高 1.1 倍;

(三)职工家庭未曾利用贷款购买首套普通住房，转让注销房产 1 次、且注销面积在 90 平方米(含)以下，其家庭再无其他房产的，住房公积金贷款按首套房政策执行;

(四)职工家庭曾利用贷款购买首套普通住房，已还贷结清、转让注销本套房产且注销面积在 90 平方米(含)以下，其家庭再无其他房产，现又申请住房公积金贷款购买普通自住房的，首付款比例不得低于 40%，即贷款额度不得高于总房款的 60%;

(五)职工家庭原转让注销房产在两次(含)以下、且注销面积在 90 平方米以上，120 平方米(含)以下，其家庭再无其他房产的，住房公积金贷款首付比例不得低于 50%，即贷款额度不得高于总房款的 50%，贷款利率按同期首套住房个人住房公积金贷款利率的 1.1 倍执行;

(六)建造、翻建、大修住房不高于评估价的 70%，且不超过工程实际造价;

(七)贷款额度不得超过抵押房产价值的 70%(首次购买普通自住房且面积在 90 平方米(含)以下的所购房产抵押的，可以为 80%);

(八)购买精装修住房的，不得超过购房总价的 50%;

(九)商业住房贷款转住房公积金贷款,贷款额度不超过原商业住房贷款所剩本金余额。

【测试任务】

测试中每位学生按照给出楼层和面积的房屋进行价格的准确计算单价和总价。结合本地房屋公积金政策，计算商业贷款和公积金贷款数额及相关费用，时间必须控制在五分钟以内，来提高学生操作的熟练性和专业性。

刘小姐，25 岁，第一套，精装，41 平，单价：12000 元每平;

贷款 50%，月公积金 460 元；并按公积金贷款条件计算贷款及相关费用。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，银行贷款利率表，公积金贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15 分)	工具准备	10	职业意识，笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	微笑表情	5	在整个测试计算过程中，表情自然不生硬不死板有亲和力。	
房价计算准确 (55 分)	单价及总价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加 20 元； 房屋总价=房屋单价×房屋面积； 测试过程中银行按揭采取 96 折计算；	房价计算一定要准确，有错误按标准扣分。
	按揭首付的计算方法	5	1) 首付 50%；(5 分) 2) 按揭贷款数取万元整数：(5 分)	
	公积金可贷款数额计算	10	根据客户每月上缴公积金额度和实际年龄计算	
	公积金和商业贷款的分配	10	先用公积金贷款，不足部分商业银行贷款补充	
	月供的计算	10	1) 查找房地产商业及公积金按揭利息表数据 (5 分) 2) 月供=公积金贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位)+商业贷款年限每月应支付款×贷款数 (注意贷款额以万元为单位) (5 分)	
	计算其它税费	10	将所有费用按相应比率进行计算，再计算合计。	

职业技能和素质 (30分)	与客户交流语言措辞	10	在整个测试计算过程中,能灵活回复客户提出的问题,表达清楚正确。
	房价置业表填写	10	置业表内容填写完整,清楚
	要求办理手续	5	是否能大胆提出成交
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内
小计		100	

试题编号：2-15 面积 89 平米组合贷款的计算方法

(1) 任务描述

【背景资料】

2019 年长沙住房公积金贷款政策

严格实施“保一限二禁三”的差别化贷款政策,确保住房公积金个人住房贷款应贷尽贷,

1. 是职工申请使用住房公积金贷款需正常缴存住房公积金的 12 个月。
2. 是提高购买二套房申请住房公积金贷款的门槛,由此前不限首套房面积,变更为只有当首套房面积在 120 平米以下时才能申请住房公积金贷款,同时首付比例不低于 50%,住房公积金贷款利率按同期首套住房个人贷款利率 1.1 倍执行。
3. 是停止向购买第三套及以上住房的缴存职工发放住房公积金贷款。

一、职工家庭的可贷额度:

在最高贷款额度内按照其住房公积金缴存年限、缴存额、购建房、家庭收入、征信等方面情况进行测算后,取最低值。

1. 个人基本公积金首次贷款,额度 30 万,若有补充公积金(补充住房公积金制度是住房公积金制度的一种补充,基本特征与公积金相同,是一种长期的住房储金,用于职工的住房消费,属于职工个人所有。不强求缴纳,个人不超过 7%,单位不小于 1%),额度 10 万,个人公积金贷款最高 40 万。夫妻二人以家庭为单位最高 60 万,都有补充公积金,最高 80 万。

2. 签好合同并支付首付款后,如果是纯公积金贷款,到各区县受理网点办理。如果是组合贷款(有商业有公积金),直接在商业银行一并办理。

3. 公积金还不能申请大装修贷款。

根据日前住建部等四部委联合下发通知,规定住房公积金贷款不得用于投机

性购房，保一限二禁三政策，三套房全面叫停，二套房首付不低于 50%，贷款利率不得低于同期首套住房公积金个人住房贷款利率的 1.1 倍。

根据新政策，公积金贷款政策是:对于购买首套自住房且套型建筑面积在 90 平方米以下，其住房公积金贷款首付款比例不低于 20%;对购买建筑面积在 90 平方米以上的家庭，住房公积金贷款首付款不低于 30%。

二、贷款额度及年限确定原则:

职工申请使用住房公积金贷款，其贷款额度按照职工住房公积金缴存额情况测算，但不得超过最高贷款额度 50 万元。其计算公式为:可贷额度=住房公积金账户余额*1 个月，可贷额度按“可贷额度公式”测算低于 20 万元的，其住房公积金最高贷款额度按 20 万元核定。

1. 借款申请人及配偶都在管理中心缴存住房公积金的，按双方可贷款额度之和测算;

2. 可贷额度按“可贷额度公式”测算低于 20 万元的，其住房公积金最高贷款额度按 20 万元核定;

3. 可贷额度即为最高贷款额度但不超过 60 万元。

三、按购建房情况测算可贷额度。

(一)购买住房贷款额度原则上不高于总房款的 70%，但首次购买 90 平方米(含)以下普通自住房的，可以为 80%;

(二)已有首套普通自住房且建筑面积未超过 120 平方米、又申请购买第二套(含)普通自住房的家庭，贷款首付款比例不得低于 50%，即贷款额度不得高于总房款的 50%，且利率提高 1.1 倍;

(三)职工家庭未曾利用贷款购买首套普通住房，转让注销房产 1 次、且注销面积在 90 平方米(含)以下，其家庭再无其他房产的，住房公积金贷款按首套房政策执行;

(四)职工家庭曾利用贷款购买首套普通住房，已还贷结清、转让注销本套房产且注销面积在 90 平方米(含)以下，其家庭再无其他房产，现又申请住房公积金贷款购买普通自住房的，首付款比例不得低于 40%，即贷款额度不得高于总房款的 60%;

(五)职工家庭原转让注销房产在两次(含)以下、且注销面积在 90 平方米以上，

120 平方米(含)以下, 其家庭再无其他房产的, 住房公积金贷款首付比例不得低于 50%, 即贷款额度不得高于总房款的 50%, 贷款利率按同期首套住房个人住房公积金贷款利率的 1.1 倍执行;

(六)建造、翻建、大修住房不高于评估价的 70%, 且不超过工程实际造价;

(七)贷款额度不得超过抵押房产价值的 70%(首次购买普通自住房且面积在 90 平方米(含)以下的所购房产抵押的, 可以为 80%);

(八)购买精装修住房的, 不得超过购房总价的 50%;

(九)商业住房贷款转住房公积金贷款, 贷款额度不超过原商业住房贷款所剩本金余额。

【测试任务】

测试中每位学生按照给出楼层和面积的房屋进行价格的准确计算单价和总价。结合本地房屋公积金政策, 计算商业贷款和公积金贷款数额及相关费用, 时间必须控制在五分钟以内, 来提高学生操作的熟练性和专业性。

题目: 某房面积 89 平米, 15 层, 起价 10800 元每平, 按每上升一层加 10 元计算, 按公积金贷款条件计算: 该客户女, 今年 36 岁, 月缴 1200 元, 第一套购买。并按公积金贷款条件计算贷款及相关费用。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室, 配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑, 配备两台计算器, 纸笔, 银行贷款利率表, 公积金贷款利率表及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 3 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15)	工具准备	10	职业意识, 笔和纸及贷款利率表的准备	严重违反考场纪律、造成恶劣影响

分)	微笑表情	5	在整个测试计算过程中，表情自然不生硬不死板有亲和力。	的本项目记0分
房价计算准确(55分)	单价及总价计算	10	房屋单价=房屋起价+每上升一层楼增加20元； 房屋总价=房屋单价×房屋面积； 测试过程中银行按揭采取96折计算；	房价计算一定要准确，有错误按标准扣分。
	按揭首付的计算方法	5	1) 首付50%；(5分) 2) 按揭贷款数取万元整数：(5分)	
	公积金可贷款数额计算	10	根据客户每月上缴公积金额度和实际年龄计算	
	公积金和商业贷款的分配	10	先用公积金贷款，不足部分商业银行贷款补充	
	月供的计算	10	1) 查找房地产商业及公积金按揭利息表数据(5分) 2) 月供=公积金贷款年限每月应支付款×贷款数(注意贷款额以万元为单位)+商业贷款年限每月应支付款×贷款数(注意贷款额以万元为单位)(5分)	
	计算其它税费	10	将所有费用按相应比率进行计算，再计算合计。	
职业技能和素质(30分)	与客户交流语言措辞	10	在整个测试计算过程中，能灵活回复客户提出的问题，表达清楚正确。	
	房价置业表填写	10	置业表内容填写完整，清楚	
	要求办理手续	5	是否能大胆提出成交	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在三分钟以内	
小计		100		

试题编号：2-16 客户电话追踪

(1) 任务描述

在新楼盘销售实际工作中，一位客户从初始接触到最后成交，平均要历时一至二个月，而客户的成交比率只有不到10%，90%客户流失都是在这一个多月的时间时发生的。当然，一些客户流失的原因是由于楼盘本身无法满足客户的要求而最终放弃，但还有相当数量的客户流失是同于营销人员后期的客户跟踪中没有充分展示楼盘特色，及时引导客户心理动向造成的。因此，客户看房结束，消费

的冲动消失后,及时跟进,再次适时地向客户能报楼盘的利好消息是至关重要的。

【测试任务】

客户经过参观户型及样板间算房价后的流程后,会有一个时间段跟家人商量和筹资的情况,考察电话追踪客户的能力

1.邀请客户参加公司举办的各种促销活动;

2.提供与房地产买卖有关资料,有时候公司也存在宣传不到位的情况,例如,客户上次由于某个地方有异议时因为房地产销售代表疏忽而介绍不全面,通过电话访问可以进行及时的补充,或者抓住机会约定面谈时间,这样又给自己创造了接近客户的机会。

3.提供对你的销售有利的楼盘附近项目情况以供客户参考

4.关心客户近况及最新购买需求

5.通报本楼盘及周边楼盘价格变动

6.通报楼盘建筑或销售进度

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室,配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台电话机,纸笔	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为5分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点
职业素养 (15分)	自我介绍	10	电话中自我介绍流利,简洁,明了。
	拨打电话礼仪	10	号码正确,开头语正确
电话回访 内容及操作	拨打电话表情	10	笑容自然大方,亲切。
	回访语言内容组织	30	开门见山,简洁(10) 含暄内容与对客户的关心发自内心,发自肺腑(10) 不拖拉,不含糊(10)

	回访理由措辞	20	理由充分新颖有吸引力，逻辑正常。
职业技能和素质 (30分)	电话回访邀约	10	一定要邀请客户再次来到现场。
	回访资料记录	10	电话记录时间，沟通时间和内容及处理方案记录清楚
小计		100	

试题编号：2-17 客户项目异议的处理

(1) 任务描述

【背景资料】

销售有句行话：异议处理是销售的鬼门关，闯得过去就海阔天空，闯不过去就前功尽弃。这样的描述虽有夸大的感觉，但敢不是没有道理的。我们看到过众多的楼盘，与许许多多的售楼代表真刀真枪地较量过，大多数的售楼代表给我们的印象是不堪一击，几个问题就可以让他们不知所措，只好缴械投降。

客户流失往往产生在异议这道难关上，试想，如果作为一名客户要投资几百几十万，但面对的售楼代表却是一问三不知，还会有信心吗？要使客户对自己建立信心，我们就必须为客户解答难题，解决问题。

【测试任务】

1. 客户：你们的公摊太大了

答：（直接反驳法）王先生，我想您可能误解了，我们是高层，一般高层住宅的公摊率都达到了 80%，而我们只有 18.5%，当然，如果是小高层或多层，那他们的公摊率会相应低一点。

2. 客户：你们的按揭年限太短了，月供大了点

答：（间接否定法）是的，我们的按揭年限短了点，如果按揭年限太长，您就要付出更多利息，比如这套房子，您按揭 30 万元的话，以 15 年按揭计算，您所需要支付利息只有 10 万元，以 20 年计，您需要支付 15 万元利息。

3. 客户：你们的按揭年限太短了，如果 20 年就好了

答：是的，按揭时间越长，月供就越少，便是由于你在按揭购房时，产权证要抵押给银行，直到你还清贷款，也就是说，按揭时间越短，你拿到产权证时

间也就越早，可以方便你处置你的房子，另外，早日还清贷款，你就可以早日卸掉债务包袱，况且，20 年与此同时 15 年按揭月供款只相差几百元，以您这样的收入，根本不存在什么问题。

4. 客户：一梯三户，那不好，人太多了，有时等电梯都要等好久

答：是的，一梯三户肯定没有一梯两户好，但是如果是一梯两户的房子，那价格绝对要高好多，因为一梯两户不但增加了实际成本，而且您的公摊面积也会加大，其实我们这里都是两房的户型，人口不会很多的

5. 客户：每平方米 5000 元，太贵了，上个月你们还只卖 4500 元，怎么涨得这么快？

答：（太极法）正因为涨得快，您才要赶快买啊，越往后价格就越高了

6. 客户：这里的商业气氛还不够，哪来的投资价值啊

答：（太极法）正因为现在商业气氛不够，您才要赶快买啊，否则等到边上几个项目也竣工了，那这个价格就买不到了，要知道，投资就是为了买升值潜力

7. 客户：你们的户型结构好像并不怎么样

答：（询问法）那您觉得我们户型结构在哪方法不好呢？

客户：你们的客厅太大了

答：除了这个，还有别的吗？

客户：别的还好吧

答：客厅是一个家庭公共活动区域，还是您会客的场所，难道您愿意在一个狭小的客厅里接待客人，或者一家人挤在一起看电视吗？

8. 客户：我的朋友也是开发商或我有个朋友也是做售楼的

答：是吗，能够向自己朋友买再好不过了，或者“没有关系，您可以拿我们的做做参考，购房总是要多看看几个楼盘才以心中有数。当然，如果我们认定了客户确实有朋友在从事相关工作，您也不要灰心，不妨说“这样子啊，您跟某某项目的张小姐是朋友啊，某某项目也是一个很成功的项目，我们这两个项目都各有优势，你不妨多多比较，看看哪个更适合您？”

9. 客户：老实说你们的价格太高了，如果价格低一点或许我会考虑

①答：先生说得不错，目前这里是稍偏远一点，但是不出两年，这里的一切都会改观，因为。。。

②答：先生认为价格高了点，的确不错，价格是稍高了点，但是请看我们的建材、区位、环境。。。你仔细分析，就会了解这个价格其实并不算高了

③答（迂回法）：先生始终认为价格高了一点，其实这已经相当实在了，对了，先生您请看对面那个楼盘，三年前价格就是。。。

10. 客户：我想要的是底层，顶楼不太好

答：底楼的确是方便，但是顶楼视野开阔，通风采光也很好，相对价位也低，还赠送平台，随着城市房子越盖越高，通天房子越来越受欢迎，升值潜力大

11. 客户：你们只有底层，我不喜欢

答：其实底层也是它的好处，生活方便，如果有孩子，则利于孩子成长，有老人利于老人活动。底层有自带院子，对停放的自己的交通工具增加安全保障系数，还可以免费尽情享受绿色，相对价位低，通常还方便出租作为办事处，租金高，升值潜力大。

12. 客户：你们的户型都是双卫，我认为没有必要

答：双卫的确增加了建筑面积，也使房屋总价抬高，但是双卫现在都代表着一种生活趋势，毕竟双卫的户型在档次上都有所提高，最重要的是让你的家人感觉方便卫生。

13. 客户：我需要有双卫的房子

答：其实单卫也有它的好处，你看，现在一般都是三口之家，不会有什么不卫生的，通常情况不会经常有客人串门，再说一个卫生间至少 4.5 个平方米，就算 3000 元每平方米，也要一万多，还不如把这部分用在装修上，最重要的多个卫生间要装修，打扫卫生也麻烦，还浪费水、电，增加支出。

14. 客户：其实我喜欢精装修的房子

答：购买毛坯房有什么不好，成本低，房价也会低很多，而且还可以根据自己的喜好进行装修，避免二次装修带来的不必要的浪费，是购房的最佳选择。

15. 客户：我喜欢毛坯房，可以按自己的喜好装修

答：你的说法的确是对的，便精装修的房子多方便，省事，带上铺盖就可以入住，正适合您这种工作比较忙的事业者，再说这样您也可以避免自家装修和别入家装修带来的困扰。

16. 客户：这房间朝西我不喜欢

答：大多数人都比较喜欢朝东的房子，但是朝西房子价格通常朝东的低，而且可选择范围大，特别适合您有夜生活习惯的人

17. 客户：这些都是朝东的房子，我不喜欢

答：在风水上东边是最好的，阳光光照时间早，新空气易流通，不西晒，夏天凉爽非常适合早起早睡的人。

18. 客户：朝南的房子是不是最好的

答：您真是聪明之人，朝南的房子好处有很多，采光好，日照时间长，可以节约资源，房间湿度适宜，冬暖夏凉，阳气重容易产生自豪感，现在市场最具有保值升值潜力，也容易出手，也最适合老年人住。

19. 客户：我不喜欢期房，为什么不等建好了再卖？

答：其实购买期房有四大优势：第一价格优势，第二户型设计上的优势，第三可以抢占购房先机，优先选择好房子。第四具有较大的升值潜力。

20. 购买现房有什么好处？

答：第一即买即住，第二品质有保证，第三避免纠纷

21. 客户：靠近小区深处的房子我不喜欢？

答：其实靠近小区中心的房子也有它的好处：

第一：越靠近小区中心环境越安静，人气也足，也更加安全

第二：小区中心多业主生活活动中心，配套设施齐全，环境优美。

22. 客户：靠近主干道的房子又好大哪里？

答：

第一：交通便捷，出门更方便

第二：周边生活设施齐全，医院、学校、商场、交通等配套安全

第三：地价升值快，房屋升值速度快。

23. 买高层有什么好处？

答：

第一：高层视野景观好；

第二：高层气派，档次高；

第三：高层通风好；

第四：高层易于物业管理，可以享受优质的生活服务；

第五：高层可以坐电梯；

第六：高层适合商住两用，出租回报率高。

24. 为什么说买多层好？

答：

第一：出房率高，房价低，升值潜力大；

第二：物业管理费低；

第三：符合中国人群住的生活习惯，无使用电梯的风险。

25. 一次性付款划算在哪里？

答：

第一：按揭贷款需要办理复杂的手续，而一次性付款则可省心；

第二：现在银行利率低，把钱存入银行赚不到多少利息，而按揭贷款利息等费用支出大，如果没有很好的投资机会，还不如选择一次性付款，至少不会让您的资产贬值，甚至能够让你得升值的好处。

26. 按揭有什么好处？

答：

第一：可以让你早日圆上住房梦；

第二：时间就是金钱，银行给你钱，你要付利息，当然这个钱不是白白给的，它换来的是时间，宝贵的时间，而对于我们按揭买房，换来的除了时间还有空间。

第三：帮助你买到真正合适的房子。

第四：在合适的时机买到房子，再等几年也许你的支付能力会增加，但同样房价也可能会上扬，好房子每年都会有，但是符合你的要求的，适合你支付能力的，在你工作区周边的好房子却可能几年才有一个楼盘。买房子，要会等待，也要敢下手；

第五：利用银行的钱作投资。

27. 市中心房好在哪里？

答：

第一：市中心地皮资源有限，升值潜力巨大；

第二：城市基础设施、生活配套都较好，居家生活更加安全便利；

第三：租金高，回报率高，从目前发展的角度而言投资风险最小。

28. 副中心房好在哪里？

答：

第一：价格比市中心低得多，但生活配套，基础设施等条件差别不大；

第二：相比市中心而言，副中心较为安静，绿化率高；

第三：相比市中心而言，副中心的老房子较少，可以减少日后拆迁困扰。

29. 城郊结合部好在哪里？

答：

第一：有着良好的发展空间，物业升值潜力巨大；

第二：配套设施新、全、齐，发展速度快；

第三：亲近自然，又可享受市中心繁华。

30. 为什么说郊区好？

答：

第一：亲近自然，享受生活

第二：价格实惠，用一套市区的房子可以买一套郊区的房子再配一辆小车，让你提早过上有车有房的小康生活

第三：市区郊区化是城市的发展趋势，随着交通的改善，生活会越来越便捷。

31. 一进门是厅的房子好在哪里？

答：

第一：视野开阔，大气，敞亮，符合北方人性格

第二：有效减少过道，增加使用面积

第三：一进门就能看到装修漂亮的客厅，是有品味，有实力的表现

32. 有玄关的房子好在哪里？

答：

第一：生活私密性强，沿海发达城市比较流行；

第二：设置玄关并不会浪费空间，它是牺牲一块小面积换回一块大的空间，它起到一个贯穿作用，形成一条自然的走道，其实一进门直接是厅的房子，门只能开在厅里，同样要占空间；

33. 没有拆迁户的房子好在哪里？

答：

第一：拆迁户多属于老居民，素质较低

第二：安置房的建筑质量、生活配套，楼盘素质一般较差

第三：没有拆迁户，开发商就不必为安置拆迁户花费费用，节约的这部分钱可以用来提高施工质量，加强配套，户型设计多样化，楼盘也会上一个档次。

34. 有拆迁户的房子好在哪里？

答：有拆迁户的项目，一般取得土地的费用会相对较低，价钱也会比较实惠，再说，现在国家对拆迁户房子标准有硬性规定，质量有保证，并且，现在开发商开发的房子，安置房与对外出售的商品房通常有明显区别。

35. 剪力墙结构的房子哪些好处？

答：

第一：抗震性好，不用担心地震之类的威胁

第二：墙体薄，出房率高，可使用年限长；

第三、空间整体性好，房间内不外露梁、柱楞角，便于装修和室内布置。

36. 框架结构的房子有哪些好处？

答：

第一：造价低，成本也就低，房价自然也低

第二：保温性、隔音性好，出房率高

37. 得房率高的房子好处是什么？

答：省钱，花同样的钱可以买到更大的使用面积，比较划算，因为买房是以建筑面积计算的，而真正居住的则是使用面积。

38. 得房率低的房子好处是什么？

答：房子越高级，出房率越低。这是因为，高档房屋通常是设计合理，配套设施全的，这就意味着配套面积大，出房率肯定就会相对降低了，也就是说，出房率低通常代表着配套齐全。随着生活质量的提高，我们对房子的配套要求也会越来越高的。

39. 带商业网点与不带商业网点住房各有什么好处？

答：带商业网点的生活方便，可就近购物，增值潜力大，交通发达；不带商业网点的干净、整洁、有利于物业管理，免去下属商场所带来的嘈杂生活环境。

40. 为什么购房比租房划算？

答：第一：房子是一个人身份地位的象征，没有房子就像居无定所，有生活漂泊之感。

第二：有了房子就有了家，没有房子总感觉不够温馨

第三：现在国家把房地产和为新的经济增长点，鼓励按揭购房，按揭与租房最大区别在于期满后租房仍没有房屋居住，而购房者得到了一套全产权房子。

第四：购房还可能性作为投资理财的工具，确保你的资产保值增值。

第五：租房一般只能是短期的，不能让自己随心所欲装修，生活品质大大降低。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，户型图及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15分)	接受客户异议的态度	5	职业意识，及应对时效	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	面对异议的心理准备和勇气	5	在整个处理异议过程中，态度缓和，沉稳。	
客户异议类型分析及应对 (55分)	异议类型的分析	10	能区分异议客户异议是“实际的”还是“心理的”	异议类型分析一定要准确，有错误按标准扣分。
	异议应对方法	10	1) 客户异议的灵活处理 (5 分) 2) 方法运用的程度 (5 分)	

	异议处理内容的组织	45	能从形势政策及项目本身的优势出发解决客户疑问，或者反对的意见，表达中不出现“但是”这样的语句，用如果，可能代替。	
职业技能和素质 (30分)	与客户交流语言措辞	10	在整个异议处理过程中，能灵活回复客户提出的问题，表达清楚正确。	
	意见表填写	5	意见表内容填写及时完整，清楚	
	请求客户理解	5	是否能坦然接受客户的不认同	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在 120 分钟以内	
	小计	100		

试题编号：2-18 客户建筑文方面异议的处理

(1) 任务描述

【背景资料】

销售有句行话：异议处理是销售的鬼门关，闯得过去就海阔天空，闯不过去就前功尽弃。这样的描述虽有夸大的感觉，但敢不是没有道理的。我们看到过众多的楼盘，与许许多多的售楼代表真刀真枪地较量过，大多数的售楼代表给我们的印象是不堪一击，几个问题就可以让他们不知所措，只好缴械投降。

客户流失往往产生在异议这道难关上，试想，如果作为一名客户要投资几百几十万，但面对的售楼代表却是一问三不知，还会有信心吗？要使客户对自己建立信心，我们就必须为客户解答难题，解决问题。

【测试任务】

楼盘建筑方面的异议

1. 楼体为何结构？基础为何种基础？

主体为框架结构，基础为深基础----振动沉管灌注桩。

2. 楼板的厚度？

100 米~120 米。

3. 楼体高度？层高与净高分别为多少？

多层楼高：21.00

4. 是否隐梁、隐柱设计？房间内梁高度？

异形柱框架、隐梁、隐柱、房间内无梁；净高 2.88m； 3.68m

5. 山墙（承重墙）厚度？

240mm

6. 给排水管线的上水管和下水管分别为何种材料？

给水为 PPR 管，排水为 UPVC 管。

7. 实用率？

8. 有否天然气管道？

管道煤气进户

9. 楼宇的外墙为何材料？什么颜色？

外墙涂料，棕色

10. 如何处理防水层（屋顶、多水房间）？

屋面 SBS 柔性防水，卫生间聚胺脂防水

11. 楼宇抗震等级？

6 级抗震设防。

12. 室内多水房间的标高较其它房间的标高低是如何实现的（是否为降板）？

降了

13. 空调水的排放是做如何处理的？

PVC 管收集冷凝水，集中排放至小区两面水系统。

14. 楼梯间装修标准？

跳步水泥砂浆、收光（是否贴地砖待定），墙高、顶棚乳胶漆饰面

15. 入户门与房间门的尺寸？

入户门 1000mm×2100mm 卧室门 900mm×2100mm 厨卫门 800mm×2100mm

16. 每户供电最大负荷为多少？

复式住宅 12KW，其它 8KW

17. 楼梯间照明系统？

楼梯间设有公共照明系统

18. 每户可带装修？装修标准？

毛坯

19. 业主可否更改隔墙？

可以合理更改

20. 窗可为凸窗？凸窗宽度？距地面多高？玻璃厚度？

凸窗窗台高 450MM。出挑 600MM.玻璃厚度 5MM

21. 房内各种接口布置（有线电视、电话）？

无.房内有弱电分配箱,客户可以根据实际需要,从箱内引入有线电视,宽带通信.

22. 房间内各种电器开关为何种品牌？

TCL 普通型

23. 可否安装防盗网？

不可,楼体外观属于发展商.

24. 是否预留空调机位？

是

25. 房内插座分布情况？（指数量、位置、品牌）

插座分布齐全,每间房间包括阳台都有,至少 28 个,品牌 TCL 普通型.

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，户型图及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 60 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15分)	接受客户异议的态度	5	职业意识，及应对时效	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	面对异议的心理准备和勇气	5	在整个处理异议过程中，态度缓和，沉稳。	

客户异议类型分析及应对（55分）	建筑方面知识的掌握	10	能熟练掌握建筑方面的专业知识，用专业答案回复客户异议	异议类型分析一定要准确，有错误按标准扣分。
	异议应对方法	10	1) 客户异议的灵活处理；（5分） 2) 方法运用的程度（5分）	
	异议处理内容的组织	45	能从形势政策及项目本身的优势出发解决客户疑问，或者反对的意见，表达中不出现“但是”这样的语句，用如果，可能代替。	
职业技能和素质（30分）	与客户交流语言措辞	10	在整个异议处理过程中，能灵活回复客户提出的问题，表达清楚正确。	
	意见表填写	5	意见表内容填写完整，清楚	
	请求客户理解	5	是否能坦然接受客户的不认同	
	时间控制	5	整个计算过程时间控制在 60 分钟以内	
小计		100		

试题编号：2-19 购房异议的处理

（1）任务描述

【背景资料】

在购买过程中，客户为了达到自身目的，也会施展自己的策略，用假异议来争取自己的有利形式。所谓假异议，就是指客户所陈述的意见

同内心的动机不一致。他并不是把真正的异议提出来，而是提出各种真实或虚假的异议，目的要借此假像达厉解决隐藏异议的有利环境，例如，当客户希望得到更多折扣时，他会找其他借口作掩护。如，这个房子的使用率太低了，配套的设备又很一般，景观又差，噪音很大……（内心的想法是：除非你能理便宜一点）虽然听起来是一项异议，但不是客户真正的异议，因为这些异议并不是他们真正在意的地方。

真正的异议是客户希望价格有所优惠，应正确守价合理让价。

【测试任务】

1. 太大了，我不喜欢。

答：大房子住着才舒服，买房子不光为改善住房条件，也要符合您的身份才

行。

2. 我不喜欢，我确实不想买。

答：你可以不买，但是错过之么一套好房子实在太可惜了。

3. 我希望能有折扣——异议。

答：可以给您像征性打点儿折，但不会太多，也就是几十元钱而已。

4. 我今天不买。（不愿冒险。）

答：我们的房子卖得很好，恐怕您今天不定明就没了。

5. 我们没有这么大预算——借口。

答：买房子是置业，无论到什么时候都是一种资产，您要是觉得一次性购买钱太多，可以做按揭。

6. 我拿点资料，回去看看，到时候再说。

答：没问题，不过；这我可以先给您做一个简单的介绍，你先请坐。

47. 我有一个朋友，也是干这行的，我想咨询一下。

答：是吗？那太好了，我们的项目在同行中也是反映最好的。

8. 我一点也不着急。（释义：不要给我打电话，我打给你吧。）

答：好！我不会经常给您打电话，只是工程或有事时再随时通知您。

9. 我身上没带定金，回头再说。

答：没关系，你可以先留点钱，把房号定了，否则房子就被别人挑走。

10. 我的一个朋友买了你的房子，要退。

答：是吗？什么原因要退？

11. 我什么也不想买。（释义：我不想买，但如果客户在推销时就说这句话，他就是在迷惑你，他想在交易中占上风，他不愿被你说服。）

答：不买没关系，既然来了，听听我们项目的情况，也好给您的朋友推荐一下，让他们买套房子。

12. 我回头再来，先给我留着。

答：对不起，我们有规定，如果你没有交定金的话，房子是不能留的。

13. 我们单位要确权，你的工期不行，我想要的你没有。

答：所有的文件加上合同，不是空口无凭的，有法律，有公证，再说请你考虑我们发展商的实力。

14. 我关心的是.....我怎能知道你说的是不是真的？（释义：这是很大的一个台阶，我怎么信任你呢？）

答：（通过聊天让客户相信我）我们大部分客户都。。。。。

15. 我不喜欢它。（释义：顽固、下次再碰运气。）

答：您对它哪里不满意能说说吗？以便我们进一步改进完善。

16. 我今天是不会签字的。（释义：我害怕花钱。）

答：您要是今天不定只怕会失去机会，不过您很有眼光，能买到这么值的房子。

17. 我不愿做按揭，但钱又不够。

答：你可以先从朋友那里借点儿，如果不多的话，您做按揭只需要先付总款的20%，先住房子再慢慢还钱，没有压力，而且还可以把余出的钱做其它投资。

18. 太贵了。（释义：不知是否能把价格压下来，或其它项目能买到便宜的。）

答：我公司做过周边的楼盘的市场调查，在同等物业中，我们楼盘的价格相对较低，但规模与小区周边配套设施是最完善的。

19. 我想考虑一下——借口。（释义：我如何脱身？我想刹车，我没想到会陷得这么深。）

答：可以你考虑一下，但我们的项目售卖情况很好，你看的这种户型是我们销售最好的，如您考虑成熟，请您尽快定，因为本期推广的户型下一期就没有了。

20. 我想比较一下——异议。（释义：我动心了，我想买，但我想先看看市场情况。）

答：你不会接受某某位置的项目吧？您不会接受外墙涂料的项目吧？你不会接受没有园林、水景的项目吧？（先抓住客户的东西一定是你最显眼、表像的东西：位置、规模、外观、外墙、大厅等要素。）

21. 我想先同我的律师商量一下——异议。（释义：我动心了，但要看看合同。）

答：你有他的传真号吗？我们可以传真给他。

22. 我买不起——异议、借口或条件。（释义：我喜欢它，我想买，但钱不够。）

答，在做八成二十年按揭的情况下，你也买不起？（或回敬法：你买不起？）

23. 你在给我施加压力——借口。（释义：帮帮我，我有点控制不住了，我确实认为这件产品很好。）

答：很抱歉，我没有表达清楚，因为我认为这个户型很适合你，（松压力成交法）

24. 我需要好好想想——借口。（释义：在买之前，先让我离开这里。我需要认真想一想，看是否发现一些问题。）

答：可以，户型图你拿回去好好考虑一下，但您看中的户型 是销售情况最好的，请你手抓住这次机会，考虑好后尽快下决心。

25. 我回头再来——借口。（释义：我很喜欢这个推销员，我不想伤害他的感情，但我对这个产品还缺乏信心。）

答：可以，你也回去好好考虑一下，本楼盘现在热卖中，考虑好后，请尽早下决心，请你不要错过这个机会。

26. 我不善于当场决策——借口。（释义：我不想凭一时冲动作决策，以防出错。）

答：你现在再犹豫，恐怕房子就没了。（给其施加压力，帮他下决心。）

27. 我心里没底——异议。（释义：我就要作出决策了，不过我还需要一些鼓励。）

答：你真有眼光，一看就很专业，你是做地产的吗？（夸奖对方以鼓励。）

28. 我年纪大了，我要是再年轻十岁……借口。（释义：你是个好孩子，干得不错，不过我还是有点不放心。）

答：人匀这里有很多像您这年纪的人买房，房子最适合您的身份。（或加一句在，你的成熟，身份、地位正与房子相配。）

29. 我想同我的律师或财务商量一下——异议或借口。（释义：我想确认一下它在财务上是否合算，或者谢谢你……我要离开这里。）

答：可以，你是应该与财务商量一下，算一算怎样付款更合算，不过，如果您想按揭，我可以先帮你算一下。

30、我只是想随便看看——借口。（释义：不要管我，我害怕买东西。）

答：那您先看看，我可以简单的给您介绍一下我们的项目。（边介绍边有意无意地询问客户的买意向。）

41. 我要买的东西太多了——我正想买一辆新车等等，或几乎是一件衣服。

（释义：我不愿用辛辛苦苦挣来的钱买房子。）

答：房子是固定资产，是可以升值的，买房子是人生的第一件大事。

42. 我能买到比这更便宜的——异议。（释义：我动心了，但能不能再便宜一点。）

答：我们的房子已经是秀优惠的了，所以原则上是不允许再便宜了。再说么好的房子，就是原价买也值呀！。。。。。。我看你是真心想买，我会尽我全力和公司协调，看看是否能再给您一点儿折扣，担就算可以，这个折扣也不会太大，我只能尽量去替您申请。（在买得多的情况下）那您看是否能马上签约呢？

43. 我们刚结婚，我们太年轻——借口。（释义：我不想买了。）

答：你们可以按揭付款呀！只需首付 20%，以后慢慢还贷款，既有新房住，又不会占用大量的资金。

44. 我刚买了一套房子，经济上有困难。

答：那您看要是按揭付款呢？现在贷款买房很划算，而且房子是固定资产，今后一定会升值，而且你要是现在做按揭，我们可以给您一个 98 折的优惠。

45. 我想同我的父母或家人商量一下——异议或借口。

答：你不想给他们一个惊喜吗？

46. 我是在替别人看房——借口。（释义：我必须让他摸不着头脑。）

答：你已看了我们的楼盘，你喜欢它吗？

47. 开发商与代理商的区别是什么？

答：开发商是项目开发者，代理商是专业为开发商销售房地产产品的机构。

48. 你们做售楼的工资一定很高吧？

答：有付出总有一点回报吧，如果您能关照我，我的收入会稍微高一点！

49. 你们的房子真卖得那么火爆吗？

合：房了好，肯定就卖得好一点。这个很正常的。先生，请你相信您自己的眼睛，也相信自己的直觉，其实场面火爆不是最关键的，关键的还在于您找到了适合自己的房子对吗，我相信您也是不是跟风的人。

50、某某是你的同事吗，我想在她手上买！

答：某某跟您以前打过交道？

买房在谁的手上都一样的，您是对我的工作有不满意的地方吗？

我要如何才能得到您的关照？

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，户型图及置业计划表若干份。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (15分)	接受客户还价的态度	5	职业意识，及应对时效	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	面对还价的心理准备和勇气	5	在整个处理异议过程中，态度缓和，沉稳。	
客户异议类型分析及应对 (55分)	价格异议处理的原则	10	任何价格异议处理不能低于最低优惠价	异议类型分析一定要准确，有错误按标准扣分。
	价格异议应对方法	10	1) 合理让步给出成交条件；(5 分) 2) 让步时折扣带小数来谈价 (5 分)	
	异议处理内容的组织	45	能从形势政策及项目本身的优势出发解决客户价格疑问，或者反对的意见，表达中不出现“但是”这样的语句，用如果，可能代替。	
职业技能和素质 (30分)	与客户交流语言措辞	10	在整个异议处理过程中，能灵活回复客户提出的问题，表达清楚正确。	
	意见表填写	5	意见表内容填写完整，清楚	
	请求客户理解	5	是否能坦然接受客户的不认同	

分)	时间控制	5	整个计算过程时间控制在 60 分钟以内	
	小计	100		

试题编号：2-20 定金收讫的操作

(1) 任务描述

【背景资料】

定金是客户确认购买某单元的情况下所支付的具备法律效应的购房款的一小部分，它表示客户以定金的金额作为保证金保证购买某单元，而开发商也不能再将些单元售给他人。由于房屋的价格很高，客户一般不能在看房过程中携带大量资金，所以定金就为双方提供了有效的承诺约束。定金是不能退回客户的。客户下定金时一般填写订单或认购书，等客户交给房屋首期款时再填《商品房买卖合同》的正式合同。

售楼员在做好接洽客户，房屋推介、促成成交后，自然就要帮助客户下定金并填写相关单据了

【测试任务】

- (1) 熟练掌握现场售楼收讫定金的基本程序；
- (2) 熟练运用定金收讫语言；
- (3) 与现场经理和其他销售人员密切配合，制造并维持现场气氛。
- (4) 正式定单的格式一般为一式四联；
- (5) 当客户对某套门面或住房有兴趣或决定购买但未能带足足够的钱时，鼓励客户支付小定金。
- (6) 定单填写完后，再仔细检查户别、面积、总价、定金等是否正确。
- (7) 收取的定金需确认点收。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，收款收据及置业计划表若干份。	必备

人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备
----	----------------	----

(3) 考核时量

本试题考核时间为 150 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
现场售楼收订定金	确定客户下定	10	客户决定购买并下定金时,及时告诉现场经理（5分） 恭喜客户（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	收取定金	20	收取客户定金,并告诉客户对买卖双方行为约束（5分） 详尽解释订单填写的各项条款和内容（5分）收取定金、请客户、经办销售人员、现场经理三方签名确认（5分） 填写完订单,将订单连同定金交送现场经理备案（5分）	
	收定后交待	20	将订单第一联（订户联）交客户收执,并告诉 客户于补足或签约时将订单带来（5分） 确定定金补足日或签约日。（10分） 恭喜客户（5分）	异议类型分析一定要准确,有错误按标准扣分。
	送客户出门	10	再次恭喜客户（2分） 亲切表示标准告别语（3分） 打开大门目送客户远离售楼部（5分）	
定金补足	定金补足确认	5分	在约定补足日前,再次与客户联系,确定日期并做好准备（5分）	
	定金补足操作	25	在定金栏内填写实收补足金额（5分） 将约定补足日期及应补足金额栏划掉（5分） 再次确定签约日期,将签约日期和签约金填于定单上（5分） 详细告诉客户签约的各种注意事项和所需带齐的各类证件（5分） 填写好后,再次检查户别、面积、总价、定金等是否正确（5分）	
	后续工作	10	恭喜客户（5分） 送至营销中心门口（5分）	
小计		100		

试题编号：2-21 售楼合同的签订

（1）任务描述

【背景资料】

许多售楼代表认为当为客户详尽地解说房地产产品并得到其认可，通过自己的异议说服及引导，客户签下了订单，且付了定金之后，销售便获得了成功。诚然，此时客户的购买意向相当明确，该单生意成交机率可能已超过 80%，但要记住——只要客户没有同卖方签订合同，他仍然可能产生变化，而且作为商品房的买卖，本身是一件比较复杂的生意，其合同条款、数量及异议也多于其他一般产品，再加上现今因购房而产生的纠纷层出不穷，客户在购房签约时会特别谨慎。因此，如何使客户快速签订合同是最终锁定客户的关键。

【测试任务】

1. 与客户商讨并确定所有房地产销售合同内容；
2. 向客户解释合同条款时，在感情上应侧重于客户的立场，让其有认同感；
3. 签约后的客户，应始终与其保持接触。
4. 及时检讨签约的情况，若有问题，应采取相应的应对措施；
5. 帮助客户办理登记备案和银行贷款事宜。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，购房合同文本。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 20 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
现场售楼收讫	确定客户签约	10	客户决定购买并同意签订书面合同（5 分） 恭喜客户（5 分）	严重违反考场纪律、造

定金	解释合同	35	恭喜客户选择我们的房屋（2分） 验对身份证原件，审核其购房资格（3分） 出示商品房预售示范合同文本，逐条解释合同的主要条款：（10分） 与客户商讨并确定所有内容，在职权范围内作适当让步（5分） 及时检讨签约的情况，若有问题，应采取相应的应对措施（10分） 签约后的客户，应始终与其保持接触（5分）	成恶劣影响的 本项目 记0分
	成交收房款	30	签约成交，并按合同规定收取第一期房款，同时相应抵扣已付定金（10分） 将定单收回交至现场经理备案（5分） 帮助客户办理登记备案和银行贷款事宜（10分） 登记备案且办好银行贷款后，合同的一份应交给客户（5分）	
	代理签约	15	签合同后由购房户主自己填写具体条款，并一定要其本人亲自签名盖章（5分） 由他人代理签约的，户主给与代理人的委托书（10分）	
	送客户出门	10	再次恭喜客户（2分） 亲切表示标准告别语（3分） 打开大门目送客户远离售楼部（5分）	
	小计	100		

试题编号：2-22 房地产退房换房的手续

（1）任务描述

【背景资料】

作为商品房的买卖，本身是一件比较复杂的生意，其合同条款、数量及异议也多于其他一般产品，再加上现今因购房而产生的纠纷层出不穷，包括购房后的退房或者换房手续，原则上售楼部是不建议给客户办理换房及退房手续的。换房前要考查客户所换出的房在销售中是否有优势。签订合同前，如果客户所定的房较所换的房易销售，则应给予更换。签订合同后至房屋初始登记前（不包括办理按揭）如果存在换出的房较为抢手，房产已升值，可按高价换房。换房手续须由业主提交申请，经理确认方可办理。

【测试任务】

1. 售楼换户和退户的操作要点；
2. 填写完后，再次检查户别、面积、总价、定金、签约日等是否正确
3. 将原定单收回。
4. 分析客户退户原因，明确是否可以退户，并认定退户。
5. 结清相关款项；

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	模拟实训室，配置接待桌沙发一套	必备
设备	每张桌子一台电脑，配备两台计算器，纸笔，购房合同文本。	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 20 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
房地产售楼的换户操作	确定客户换户	10	了解客户换户主要原因（5 分） 热情接受换户任务（5 分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	换户程序	30	在定购房屋栏内，填写换户后的户别、面积、总价（10 分） 应补金额，若有变化，以换户后的户别为主（5 分） 于空白处注明由哪一户换至哪一户（10 分） 详细检察其他内容与原定单是否一致（5 分）	
	收回原单	10	填写完后，再次检查户别、面积、总价、定金、签约日等是否正确（5 分） 将原定单收回（5 分）	
房地产售楼退户	确定客户退户	10	分析客户退户原因，明确是否可以退户（5 分） 热情接受退户任务（5 分）	
	退户程序	30	报现场经理或更高一级主管确认，认定退户（10 分） 结清相关款项（10 分）	

			将作废合同收回，交公司留存备案（10分）	
	送客户出门	10	亲切表示标准告别语（5分） 打开大门目送客户远离售楼部（5分）	
	小计	100		

项目二 物业管理

试题编号：2-23 编制注册新物业公司所需的资料清单

（1）任务描述

背景资料：

某同学大学毕业后一直在房地产企业上班，在工作过程中发现物业管理行业发展前景较好，于是跟朋友商议准备创办一家物业服务公司，但是他不太清楚注册成立一家物业服务公司需要满足那些条件，提交那些材料，请你为他提供咨询服务？

测试任务：

在人人创业、万众创新的大浪潮下，物业服务行业做为第三产业，随着人们对居住、生活、工作环境要求越来越高的条件下，得到了较程度的发展，因此，物业行业也成为了不少年轻人逐梦的场所，然而设立一家物业服务企业需要那些资料，请你拟出一份资料清单

（2）实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支。

B:监考人员一名

（3）考核时量：60 分钟

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
具体内容	资料罗列齐全	55	每列举一项资料	
	语言表达精炼、专业	25	语言通顺、专业术语表达清晰	

					记 0 分
--	--	--	--	--	-------

试题编号：2-24 编制业主档案内容清单

(1) 任务描述

背景资料：

物业档案资料是指从物业公司从事物业管理、服务过程中形成的作为原始记录保存起来，以备考查的文字、图像、声像以及其他各种方式和载体的文件材料的总和。物业管理档案资料不仅记录了物业管理活动的状况，而且记录了物业管理活动的发展，以及探索物业管理发展的成果。它对于查考既往情况、总结经验教训，摸清规律，具有重要的参考作用。

测试任务：

业主档案资料关系到物业服务企业日常工作的正常开展，有利于加强物业服务企业与业主的沟通联系，有利于物业服务工作的开展，我们在物业管理过程中主要注意业主那些资料的收集保管，请你列出资料清单

(2) 实施条件

A：能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B：监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	资料罗列齐全	55	每列举一项资料（5 分）	
	具体语言表达精炼、专业	25	语言通顺、专业术语表达清晰	

试题编号：2-25 编制新房装修管理须知

(1) 任务描述

背景资料：

某住宅小区刚刚开始办理入住手续，事后业主将陆续地进行装修活动，新房新气象，业主们对新房装修后的效果充满期待。

测试任务：

作为物业服务企业在规范管理新房装饰装修的过程中需要注意方式和方法，但制定相关的管理制度是先决条件，只有事先将相关的管理制度公示并告知业主，才能提高管理效率，请你草拟一份新房装修须知。

(2) 实施条件

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 内容完整	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-26 编制住户手册

(1) 任务描述

背景资料：

住户手册属于物业管理常用规章制度的一种，经理让新来的大学生小杨起草住户手册，他不知道该写哪些内容，请你告诉他住户手册应包括的具体内容。

测试任务：

根据《物业管理条例》的相关规定，开发商在办理入住手续时必须提供详实的住户手册，就像你购买其他商品时必须配备的使用说明书或操作指南，让住

户了解房屋的基本情况，合理地使用房屋，从而确保房屋质量安全、保值增值。
请你草拟一份住户手册。

(2) 实施条件:

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量 60 分钟

(4) 评分标准:

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记 0 分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-27 编制突发事件应急预案

(1) 任务描述

背景资料:

夏季即将来临，根据往年长沙市气象局有关数据统计，长沙将进入今年的首个汛期高峰期，近几天内本市将有大风或暴雨。为了小区业主人身和财产安全作为住宅小区的物业服务企业将如何处置以达到减少业主财产损失和最大程度保护业主人身安全。

测试任务:

根据小区的实际情况，比如地下车位的排水状况、小区护坡的安全状况、小区排水设备设施运行情况等编制一份应急工作预案。

(2) 实施条件:

A: 能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B: 监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容			配分	考核点	备注
	仪容仪表		10	着装得体，精神状况良好	严 重 违 反 考 场 纪 律、造 成 恶 劣 影 响 的 本 项 目 记 0 分
	准备工作		10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具 体 内 容	内 容 完 整	55	内容完整、齐全	
		语 言 规 范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-28 编制小区人员出入管理办法

(1) 任务描述

背景资料：

每天出入小区的人数非常多，加强小区出入口管理，有利于小区秩序地维护，有利于小区业主人身和财产安全，从而为人们创造一个舒适、有序、安静、文明的居住环境。

测试任务：

请你根据小区的实际情况，编制一份人员出入管理办法。

(2) 实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容			配分	考核点	备注
	仪容仪表		10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作		10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容	内容完整	55	内容完整、齐全	
		语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-29 编制物业服务费催缴通知单

（1）任务描述

背景资料：

物业服务费是物业开展日常工作的经济基础，也是物业企业重要的经济收入来源，然而在实际的管理服务过程中经常会出现拖欠和恶意拖欠物业费的情况

测试任务：

物业服务费得催缴是物业工作人员日常工作内容之一，讲求方式和方法并遵循一定的程序，上门催缴时经常碰见业主不在家的状况，根据这种情况请你编制一份催缴通知书，以便于粘贴在业主门口以示提醒。

（2）实施条件：

A：能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B：监考人员一名

（3）考核时量：60 分钟

（4）评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 内容完整	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-30 编制入住通知书

（1）任务描述

背景资料：

协助开发商完成新房交付工作，不仅能够展示物业企业的形象，也能给小区业主留下美好的第一印象，因此本项工作十分重要。办理入住手续过程复杂，需要提交的资料繁多，为了方便业主一次性办理完入住手续，我们需要以通知的形式提前告知业主来办理入住时的相关注意事项。

测试任务：

请你结合工作实际编写一份入住通知书。

(2) 实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 内容完整	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-31 编制物业服务企业有偿特约服务内容清单

(1) 任务描述

背景资料：

物业服务费是物业服务企业最主要的经济来源，但在工作中往往是物业服务费难以弥补企业的开支，因此需要物业服务企业创新经营方式开展多种经营活动。

测试任务：

请你根据企业自身的内部资源条件、市场需求状况、小区业主实际需求编写一份有偿特色服务内容清单。

(2) 实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准:

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体, 精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 经营内容丰富有特色	55	服务内容丰富基本满足业主需求	
	具体内容 定价合理	25	价格合理	

试题编号: 2-32 编制小区车辆管理须知

(1) 任务描述

背景资料:

小区停车难的问题是困扰物业服务企业日常管理工作的顽疾, 并且由此引发的业主矛盾、交通事故、绿化破坏、业主投诉等一系列的问题, 因此车辆如何管理也是检验物业服务水平的一个重要方面。

测试任务:

请你根据小区车位配置情况编写一份小区车辆停放管理须知

(2) 实施条件:

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量: 60 分钟

(4) 评分标准:

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体, 精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 内容完整	55	内容完整、齐全	
	具体内容 语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-33 编制小区电梯使用须知

(1) 任务描述

背景资料：

近两年来媒体报道了全国各地多起电梯困人事故，电梯运行的监管也引起了相关部门的高度重视，电梯事故的频发原因是多样的，有设备自身的质量问题，但从记者调查的结果和权威部门监测数据表明，人为的非正常使用和维修保养不到位是导致电梯事故的主要原因。

测试任务：

为了电梯的正常运行，确保小区业主人身安全，请你编写一份公共电梯使用管理办法，以提醒和约束人们合理使用电梯。

(2) 实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 内容完整	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-34 编制小区消防管理办法

(1) 任务描述

背景资料：

小区消防安全和消防器材、消防通道的管理屡屡被媒体曝光和业主投诉，小区消防无小事，事关业主人身财产安全，各部门高度重视，物业服务企业有义务协助消防管理部门加强日常的消防巡逻和消防管理，切实落实“预防为主，防消

结合，综合管理”的消防管理办法。

测试任务：

现请你根据小区实际情况编写一份消防管理办法，加强小区消防设施、消防通道的管理，提升广大业主的消防意识。

（2）实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B: 监考人员一名

（3）考核时量：60 分钟

（4）评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
具体内容	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	内容完整、措施得当	55	内容完整、齐全，措施方法运用合理	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-35 编制小区游乐设施设备使用管理规定

（1）任务描述

背景资料：

随着社会经济和人们生活水平的提高，小区配套的游乐设施设备是丰富人们业余文化生活提高业主身体素质的标准配置，但是游乐设施设备属于公共产品，业主在使用的过程中没有履行注意的义务，不仅导致设备设施的损坏而且还由此引发安全事故。

测试任务：

现请你拟写一份小区游乐设施设备的使用管理办法，以提醒广大业主合理使用游乐设施爱护业主公用的资源。

（2）实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板

或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量: 60 分钟

(4) 评分标准:

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体, 精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10		
	具体内容	55	内容完整、齐全, 措施方法运用合理	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

36.试题编号: 2-36 编制物业管理方案大纲

(1) 任务描述

背景资料:

物业服务方案是物业投标文件的重要组成部分,也是切实履行物业服务合同的重要标准,它体现了物业服务企业管理的水平,彰显物业服务企业的服务理念,国家为了规范物业服务合同,确保合同双方的权利义务对等,对物业服务方案提出了规范性的要求,对内容条款的设置有了公用的标准范本。

测试任务:

请你根据小区的综合情况,草拟出物业服务方案的大纲或框架。

(2) 实施条件:

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量: 60 分钟

(4) 评分标准:

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体, 精神状况良好	严重违反考场
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	

	具体内容	内容完整	55	内容完整、齐全	纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
		语言规范	25	语言通顺、表达规范	

37.试题编号：2-37 编制业主大会议事规则的主要事项

（1）任务描述

背景资料：

业主大会是小区业主自治的最高决策机构，业主大会议事规则是约束业主大会的规范性文件，它的内容很多，但主要事项必须表达清晰和规范。

测试任务：

请你根据小区实际情况，编写出小区业主大会议事规则的主要事项。

（2）实施条件：

A：能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B：监考人员一名

（3）考核时量：60 分钟

（4）评分标准：

评价内容			配分	考核点	备注
	仪容仪表		10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作		10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容	内容完整	55	内容完整、齐全	
		语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-38 编制暂停公共服务通知书（以停电为例）

（1）任务描述

背景资料：

小区公共服务的内容很多，比如：供电、供水、供气、通讯网络等，它无时无刻影响着人们正常的生活，特别是到了用电高峰期，突然的停电让业主苦不堪

言。因此物业服务企业无比要加强跟公共服务单位的联系，及时通知业主做好相关准备。

测试任务：

请你根据电力部门的要求编写一份停电通知书

（2）实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

（3）考核时量：40 分钟

（4）评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容 内容完整	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-39 编制部门季度工作计划（以公共秩序维护部为例）

（1）任务描述

背景资料：

凡事有计划，工作有方案，事后有总结，这是规范物业服务工作的先决条件，也是提升物业服务企业管理水平的重要手段。

测试任务：

请你根据物业服务企业公共秩序维护部的实际结合小区现状编写一份季度工作计划。

（2）实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-40 编制业委会章程大纲

(1) 任务描述

背景资料：

业主委员会是小区自治的最高执行机构，但它的运行应该要接受全体业主的监督，首次业主大会召开前，筹备组应该草拟好业委会章程并提交大会讨论。

测试任务：

请根据小区实际编写一份业委会工作章程的大纲

(2) 实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B:监考人员一名

(3) 考核时量：60 分钟

(4) 评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容	55	内容完整、齐全	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-41 编制小区文明创建工作方案

(1) 任务描述

背景资料：

小区精神文明建设是物业服务工作中的一项重要内容，是响应国家政策要求，提升业主素质，增强业主凝聚力的重要工作。

测试任务：

请你根据国家政策要求、街道社区文明创建工作结合小区实际情况编写一份小区文明建设工作方案。

（2）实施条件：

A：能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板或直尺一块。

B：监考人员一名

（3）考核时量：60 分钟

（4）评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	具体内容完整、措施得当、特点突出	55	内容完整、齐全，措施方法运用合理，结合小区实际工作方法有特色。	
	语言规范	25	语言通顺、表达规范	

试题编号：2-42（情景模拟）小区业主投诉处理

（1）任务描述

背景资料：

物业服务企业每天要接收和处理很多的业主投诉，投诉处理的方式方法和程序是体现物业服务企业管理水平的重要标准，是树立企业形象的重要工作。

测试任务：

有一名监考老师模拟业主投诉物业服务企业，请你现场即兴完成投诉的处理。

（2）实施条件：

A:能上网的计算机一台、答题纸一张、草稿纸一张、水性钢笔一支、三角板

或直尺一块。

B:监考人员两名，其中一名模拟业主投诉

(3) 考核时量：30 分钟

(4) 评分标准：

评价内容		配分	考核点	备注
	仪容仪表	10	着装得体，精神状况良好	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	准备工作	10	对测试的各项条件检查落实到位	
	思路清晰、程序得当	40	程序符合规范，有条不紊，表情自然	
	反应灵敏、语言规范	40	语言通顺、表达规范	

项目三 房地产估价

试题编号：3-1 撰写房地产估价报告：长沙县湖湘奥林匹克花园 B 栋 401 号房地产估价

（1）任务描述

【背景资料】

蔡某为转让其买受而拥有的长沙县特立西路与锦绣路交汇处东南角湖湘奥林匹克花园 B 栋 401 号住宅房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方蔡某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号：长房权证星沙字第 726033271 号，建成年份 2016 年，建筑面积 97 m²，建筑分摊面积 19.4 m²，现用途为自住，所有权为蔡某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2016）第 015978 号，土地使用权中止日期 2086 年，土地使用权面积 13.3 m²，其中分摊面积 13.3 m²，用地类型为住宅。

湖湘奥林匹克花园 B 栋共 33 层，委估住宅位于 4 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室一厅一厨一卫，层高 2.9 米，精装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017031 号，该房地产未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方蔡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写湖湘奥林匹克花园 B 栋 401 号住宅房地产估价报告相应部分。



图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业素养 （20分）	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。		
作品 （80分）	具体内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3分），标题清晰、明了（2分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计		100			

试题编号：3-2 撰写房地产估价报告：芙蓉万国城 MOMA 6 栋 503 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

李某为转让其买受而拥有的芙蓉万国城 MOMA 位于芙蓉区远大一路 1389 号 6 栋 1102 号住宅房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方李某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证芙蓉区字第 71787663 号,建成年份 2016 年，建筑面积 90 m²，建筑分摊面积 17 m²，现用途为自住,所有权为李某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2016）第 049987 号，土地使用权中止日期 2086 年，使用权面积 12.5 m²，其中分摊面积 12.5 m²，用地类型为商住。

芙蓉万国城 MOMA 6 栋共 33 层，该住宅位于 11 层，南北朝向，电梯垂直交通，户型三室二厅一厨一卫，层高 2.9 米，精装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017037 号，该房地产未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

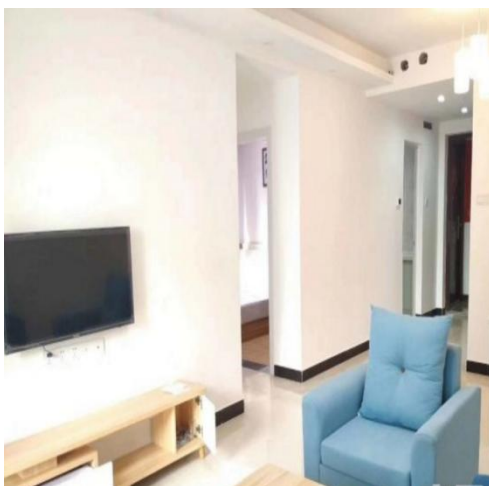
现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方蔡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写芙蓉万国城 MOMA 6 栋 1102 号住宅房地产估价报告相应部分。



正立面



侧立面



客厅



客厅



主卧	辅卧
	
厨房	卫生间

图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造

分)	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力,具有一定的撰写方案报告的写作能力,具估价计算的能力。	成恶劣影响的 本项目 记 0 分
作品 (80 分)	具体内容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分),标题清晰、明了(2分)。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处,扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性,明确合理,描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号: 3-3 撰写房地产估价报告: 长沙市万家丽北路 68 号山水湾 G11 栋 301 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

何某为转让其买受而拥有的长沙市万家丽北路 68 号山水湾 G11 栋 301 号住宅房地产,进行房地产估价,以确定其市场价值。

根据估价委托方何某提供的产权资料显示,该房地产房屋所有权编号:长房权证星沙字第 716355234 号,建成年份 2015 年,建筑面积 132 m²,建筑分摊面积 17 m²,现用途为自住,所有权为何某单独所有。

土地使用权证编号:长国用(2016)第 13959 号,土地使用权中止日期 2086 年,使用权面积 25 m²,其中分摊面积 25 m²,用地类型为住宅。

山水湾 G11 栋共 10 层,委估住宅位于第 3 层,南北朝向,电梯垂直交通,

户型三室二厅一厨一卫，层高 2.8 米，精装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017457 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方蔡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写山水湾 G11 栋 301 号住宅房地产估价报告相应部分。





图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配 分	考核点	备注
------	--------	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,估价报告不违背职业道德,遵守相应法律法规,认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力,具有一定的撰写方案报告的写作能力,具估价计算的能力。	
作品 (80分)	具体内容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分),标题清晰、明了(2分)。	估价计算过程每出错一处,扣0.5分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性,明确合理,描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
		小计		100	

试题编号：3-4 撰写房地产估价报告：长沙市万家丽路与湘龙路交汇处 69 号红树湾 4-202 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

李某为转让其买受而拥有的长沙市万家丽路与湘龙路交汇处 69 号红树湾 4-202 号房地产,进行房地产估价,以确定其市场价值。

根据估价委托方李某提供的产权资料显示,该房地产房屋所有权编号:长房权证星沙字第 700015234 号,建成年份 2008 年,建筑面积 120 m²,建筑分摊面积 12 m²,现用途为自住,所有权为李某单独所有。

土地使用权证编号:长国用(2008)第 008036 号,土地使用权中止日期 2078 年,土地使用权面积 47.2 m²,其中分摊面积 47.2 m²,用地类型为住宅。

山水湾 4 栋共 6 层，委估住宅位于第 2 层，南北朝向，楼梯垂直交通，户型三室二厅一厨一卫，层高 2.8 米，高档装修，有专业物业管理，已于 2016 年办理不动产登记，编号：湘（2016）长沙市不动产权第 0016123 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方蔡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写红树湾 4-202 号住宅房地产估价报告相应部分。



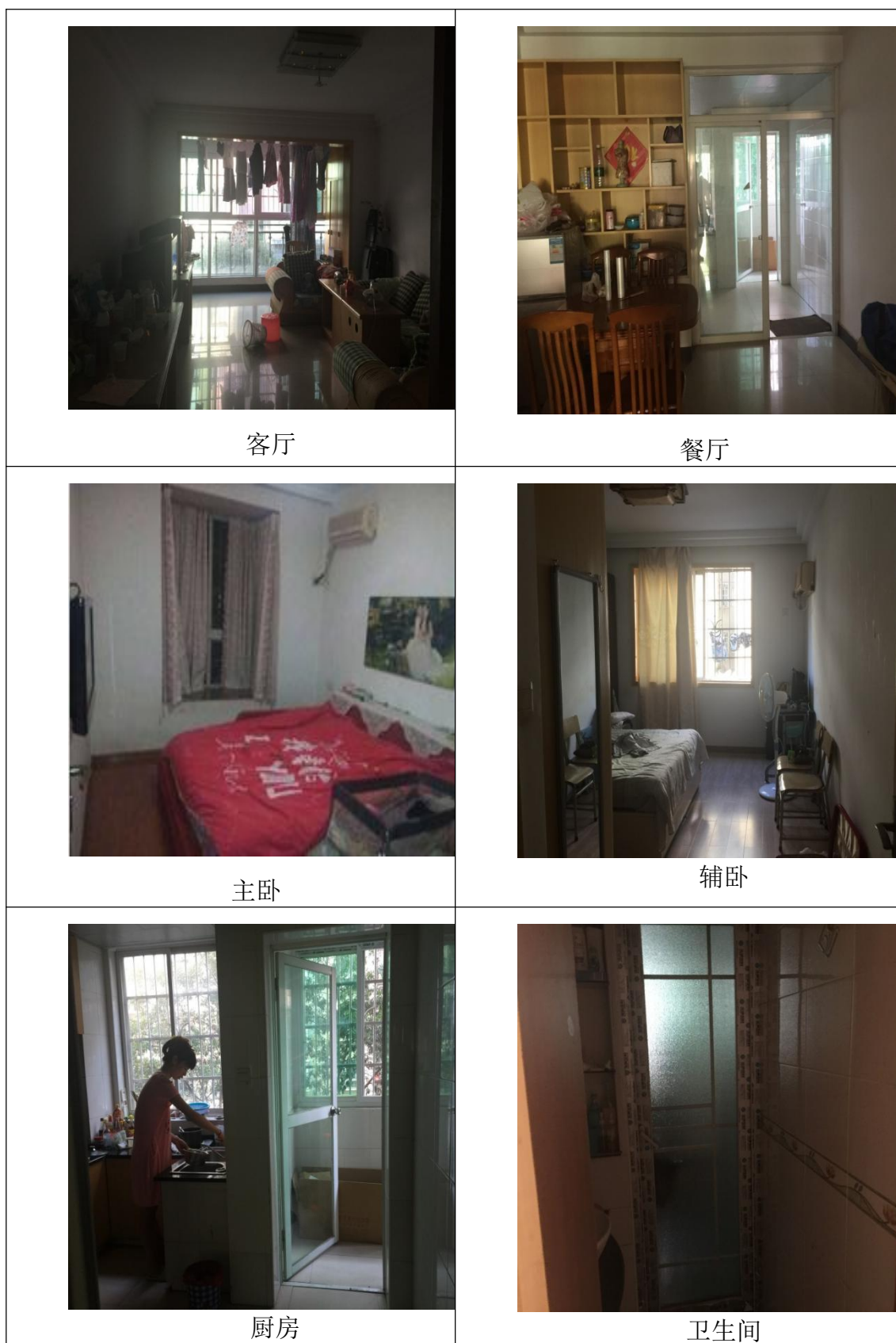


图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80分）	具体内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3分），标题清晰、明了（2分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
		小计		100	

试题编号：3-5 撰写房地产估价报告：长沙市远大一路 1398 号东岸城邦时代中心北栋 2709 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

王某为转让其买受而拥有的长沙市芙蓉区远大一路 1398 号东岸城邦时代中心北栋 2709 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方王某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（芙蓉）字第 713301197 号,建成年份 2013 年，建筑面积 103 m²，建筑分摊面积 23 m²，现用途为自住,所有权为李某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2014）第 065073 号，土地使用权中止日期 2083 年，土地使用权面积 22.86 m²，其中分摊面积 22.86 m²，用地类型为住宅。

东岸城邦时代中心北栋共 29 层，委估住宅位于第 27 层，南北朝向，电梯垂直交通，户型三室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017269 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方蔡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写东岸城邦时代中心北栋 2709 号住宅房地产估价报告相应部分。



正立面



侧立面



客厅



餐厅



主卧



辅卧



图 1 估价对象相关照片

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80分）	具体内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3分），标题清晰、明了（2分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	

	估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
	估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
	附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计		100		

试题编号：3-6 撰写房地产估价报告：长沙市开福区山月路 299 号学府华庭 22 栋 105 号房地产估价

（1）任务描述

【背景资料】

戴某、叶某为转让其买受而拥有的长沙市开福区山月路 299 号学府华庭 22 栋 105 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方戴某、叶某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号：长房权证（开福）字第 710105018 号，建成年份 2009 年，建筑面积 138 m²，建筑分摊面积 21 m²，现用途为自住，所有权为戴某与叶某按份共有。

土地使用权证编号：长国用（2010）第 041073 号，土地使用权中止日期 2079 年，土地使用权面积 24 m²，其中分摊面积 24 m²，用地类型为住宅。

学府华庭 22 栋共 17 层，委估住宅位于第 1 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017361 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方蔡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写学府华庭 22 栋 105 号住宅房地产估价报告相应部分。

图 1 估价对象相关照片



(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80分）	具体内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3分），标题清晰、明了（2分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号：3-7 撰写房地产估价报告：长沙市天心区湘府九号 3 栋 1502 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

张某为转让其买受而拥有的长沙市天心区五凌路和高家冲路交汇处湘府九号 3 栋 1502 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方张某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（天心）字第 633105058 号,建成年份 2011 年，建筑面积 93 m²，建筑分摊面积 12 m²，现用途为自住,所有权为张某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2012）第 035523 号，土地使用权中止日期 2080 年，土地使用权面积 20 m²，其中分摊面积 20 m²，用地类型为住宅。

湘府九号 3 栋共 26 层，委估住宅位于第 15 层，南北朝向，电梯垂直交通，二室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017267 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方张某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写湘府九号 3 栋 1502 号住宅房地产估价报告相应部分。





(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
职业素养 (20)	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造

分)	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力,具有一定的撰写方案报告的写作能力,具估价计算的能力。	成恶劣影响的 本项目 记 0 分
作品 (80 分)	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分),标题清晰、明了(2分)。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处,扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性,明确合理,描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号: 3-8 撰写房地产估价报告: 长沙市雨花区香樟兰亭 2 栋 1702 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

李某为转让其买受而拥有的长沙市雨花区香樟路与圭塘路交汇处西北角香樟兰亭 2 栋 1702 号房地产, 进行房地产估价, 以确定其市场价值。

根据估价委托方李某提供的产权资料显示, 该房地产房屋所有权编号: 长房权证(雨花)字第 0701077413 号, 建成年份 2014 年, 建筑面积 120 m², 建筑分摊面积 20 m², 现用途为自住, 所有权为李某单独所有。

土地使用权证编号: 长国用(2014)第 890965 号, 土地使用权中止日期 2084 年, 土地使用权面积 21 m², 其中分摊面积 21 m², 用地类型为住宅。

香樟兰亭 2 栋共 32 层, 委估住宅位于第 17 层, 南北朝向, 电梯垂直交通, 四室二厅一厨一卫, 层高 3.0 米, 中档装修, 有专业物业管理, 已于 2017 年办理不动产登记, 编号: 湘(2017)长沙市不动产权第 0017661 号, 该房地产权利价值完整, 未抵押、未租赁, 未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方李某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写香樟兰亭2栋1702号住宅房地产估价报告相应部分。

	 客厅
 餐厅	 卧室



图 1 估价对象相关照片

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容			配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品	具	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计

(80分)	体 内 容	估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号:3-9 撰写房地产估价报告:长沙县灰埠路 127 号爱琴海岸花苑 4 栋 1503 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

陈某为转让其买受而拥有的长沙县开元路社区灰埠路 127 号爱琴海岸花苑 4 栋 1503 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方陈某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证星沙街道办事处字第 715005234 号,建成年份 2011 年，建筑面积 82 m²，建筑分摊面积 16 m²，现用途为自住,所有权为陈某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2015）第 13349 号，土地使用权中止日期 2078 年，土地使用权面积 16.35 m²，其中分摊面积 16.35 m²，用地类型为住宅。

爱琴海岸花苑 4 栋共 29 层，委估住宅位于第 15 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室一厅一厨一卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017623 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方李某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写爱琴海岸花苑4栋1503号住宅房地产估价报告相应部分。



外立面



客厅



餐厅



卧室



图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记 0 分
	职业能力	10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 (80 分)	具体内容	封面完整	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
	估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	

	估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。
	估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。
	附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。
小计		100	

试题编号：3-10 撰写房地产估价报告：长沙市岳麓区环湖路 919 号中建梅溪湖中心 21 栋 902 号房地产估价

（1）任务描述

【背景资料】

周某为转让其买受而拥有的长沙市岳麓区环湖路 919 号中建梅溪湖中心 21 栋 902 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方周某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（岳麓）字第 615523456 号,建成年份 2014 年，建筑面积 108 m²，建筑分摊面积 18.27 m²，用途为自住,所有权为周某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2015）第 023456 号，土地使用权中止日期 2080 年，土地使用权面积 15.6 m²，其中分摊面积 15.6 m²，用地类型为住宅。

中建梅溪湖中心 21 栋共 30 层，委估住宅位于第 9 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，高档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017423 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

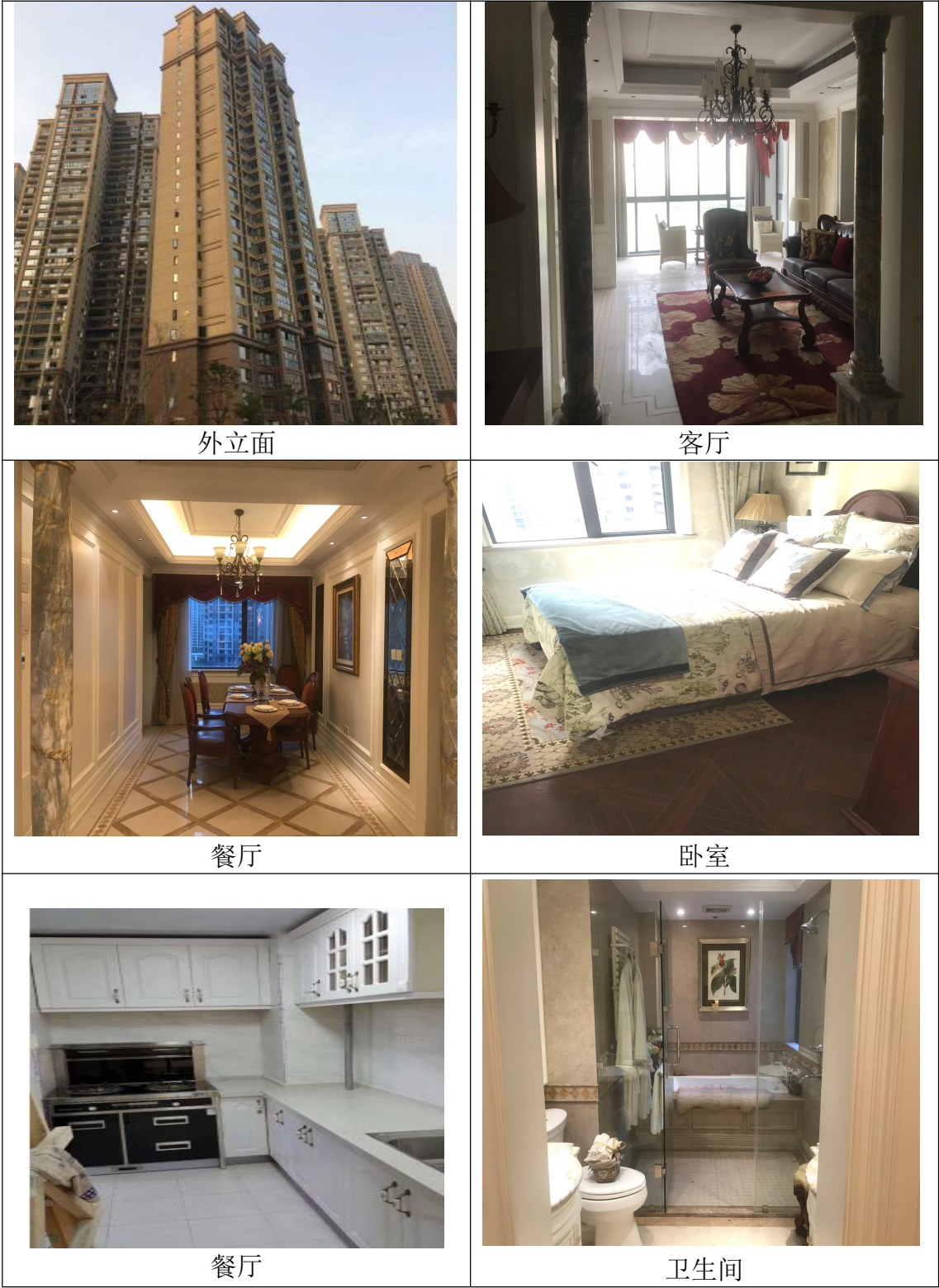
估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方李某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报

告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写中建梅溪湖中心 21 栋 902 号住宅房地产估价报告相应部分。

图 1 估价对象相关照片



(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注	
职业素养 （20 分）	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记 0 分	
	职业能力	10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。		
作品 （80 分）	具体内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估 价 师 声 明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5 分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10 分）、价值时点、价值类型描述正确（10 分）、估价方法、估价结果填写正确（5 分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10 分）、估价方法适用性及测算过程（15 分）、估价结果确定（5 分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计		100			

试题编号：3-11 撰写房地产估价报告：长沙市开福区雄新·水印廊桥 3 栋 1502 号
房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

潘某为转让其买受而拥有的长沙市开福区福元路与东二环交汇处西南角雄新·水印廊桥 3 栋 1502 房地产市场，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方潘某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（开福）字第 722268291 号,建成年份 2012 年，建筑面积 129.88 m²，建筑分摊面积 25.12 m²，用途为自住,所有权为潘某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2012）第 010777 号，土地使用权中止日期 2082 年，土地使用权面积 26.88 m²，其中分摊面积 26.88 m²，用地类型为住宅。

雄新·水印廊桥 3 栋 1502 号共 34 层，委估住宅位于第 15 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨二卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017163 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方潘某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写雄新·水印廊桥 3 栋 1502 号住宅房地产估价报告相应部分。





图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备

设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20 分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80 分）	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5 分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10 分）、价值时点、价值类型描述正确（10 分）、估价方法、估价结果填写正确（5 分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10 分）、估价方法适用性及测算过程（15 分）、估价结果确定（5 分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
		小计		100	

试题编号：3-12 撰写房地产估价报告：长沙市开福区金泰路 199 号湘江世纪城咏江苑 2 栋 1703 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

黄某为转让其买受而拥有的长沙市开福区金泰路 199 号湘江世纪城咏江苑 2 栋 1703 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方潘某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（开福）字第 710019179 号,建成年份 2010 年，建筑面积 91.82 m²，建筑分摊面积 20 m²，用途为自住,所有权为黄某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2011）第 061423 号，土地使用权中止日期 2076 年，土地使用权面积 26.53 m²，其中分摊面积 26.53 m²，用地类型为住宅。

湘江世纪城咏江苑 2 栋 1703 号共 23 层，委估住宅位于第 17 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨二卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017266 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方潘某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写湘江世纪城咏江苑 2 栋 1703 号住宅房地产估价报告相应部分。





图 1 估价对象相关照片

图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德,估价报告不违背职业道德,遵守相应法律法规,认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力,具有一定的撰写方案报告的写作能力,具估价计算的能力。	
作品 (80分)	具体内容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分),标题清晰、明了(2分)。	估价计算过程每出错一处,扣0.5分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性,明确合理,描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号：3-13 撰写房地产估价报告：长沙市雨花区万家丽中路二段 271 号城市山水豪园 11 栋 1503 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

罗某为转让其买受而拥有的长沙市雨花区万家丽中路二段 271 号城市山水豪园 11 栋 1503 号,进行房地产估价,以确定其市场价值。

根据估价委托方罗某提供的产权资料显示,该房地产房屋所有权编号:长房权证(雨花)字第 71478791 号,建成年份 2013 年,建筑面积 90.92 m²,建筑分摊面积 18.27 m²,用途为自住,所有权为罗某单独所有。

土地使用权证编号:长国用(2014)第 093723 号,土地使用权中止日期 2073 年,土地使用权面积 23.33 m²,其中分摊面积 23.33 m²,用地类型为住宅。

城市山水豪园 11 栋共 25 层，委估住宅位于第 15 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，低档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017132 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方罗某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写城市山水豪园 11 栋 1503 号住宅房地产估价报告相应部分。





图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德, 估价报告不违背职业道德, 遵守相应法律法规, 认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力, 具有一定的撰写方案报告的写作能力, 具估价计算的能力。	
作品 (80分)	具体内容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分), 标题清晰、明了(2分)。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处, 扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性, 明确合理, 描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号: 3-14 撰写房地产估价报告: 长沙市芙蓉区人民东路 299 号世嘉国际华城二期 3 栋 1801 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

彭某为转让其买受而拥有的长沙市芙蓉区人民东路 299 号世嘉国际华城二期 3 栋 1801 号,进行房地产估价,以确定其市场价值。

根据估价委托方彭某提供的产权资料显示,该房地产房屋所有权编号:长房权证(芙蓉)字第 712237643 号,建成年份 2012 年,建筑面积 171.14 m²,建筑分摊面积 37.69 m²,用途为自住,所有权为彭某单独所有。

土地使用权证编号:长国用(2014)第 049369 号,土地使用权中止日期 2074 年,土地使用权面积 39.82 m²,其中分摊面积 39.82 m²,用地类型为住宅。

世嘉国际华城二期3栋共28层，委估住宅位于第18层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨二卫，层高3.0米，中档装修，有专业物业管理，已于2017年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第0017122号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方彭某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写世嘉国际华城二期3栋1801号住宅房地产估价报告相应部分。

	
外立面	入户门
	
客厅	餐厅



图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德		10	具有实事求是的职业道德, 估价报告不违背职业道德, 遵守相应法律法规, 认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力, 具有一定的撰写方案报告的写作能力, 具估价计算的能力。	
作品 (80分)	具体内容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分), 标题清晰、明了(2分)。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处, 扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性, 明确合理, 描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
		小计		100	

试题编号: 3-15 撰写房地产估价报告: 长沙县开元路星沙大道 188 号华润凤凰城一期 1101 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

吴某为转让其买受而拥有的长沙县开元路星沙大道 188 号华润凤凰城一期 1001 号房地产,进行房地产估价,以确定其市场价值。

根据估价委托方吴某提供的产权资料显示,该房地产房屋所有权编号:长房权证星沙字第 70135611 号,建成年份 2012 年,建筑面积 79 m²,建筑分摊面积 12 m²,用途为自住,所有权为吴某单独所有。

土地使用权证编号:长国用(2013)第 035467 号,土地使用权中止日期 2080 年,土地使用权面积 11.82 m²,其中分摊面积 11.82 m²,用地类型为住宅。

华润凤凰城一期共 34 层,委估住宅位于第 11 层,南北朝向,电梯垂直交通,三室二厅一厨一卫,层高 3.0 米,中档装修,有专业物业管理,已于 2017 年办

理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017011 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方吴某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写华润凤凰城一期 1001 号住宅房地产估价报告相应部分。



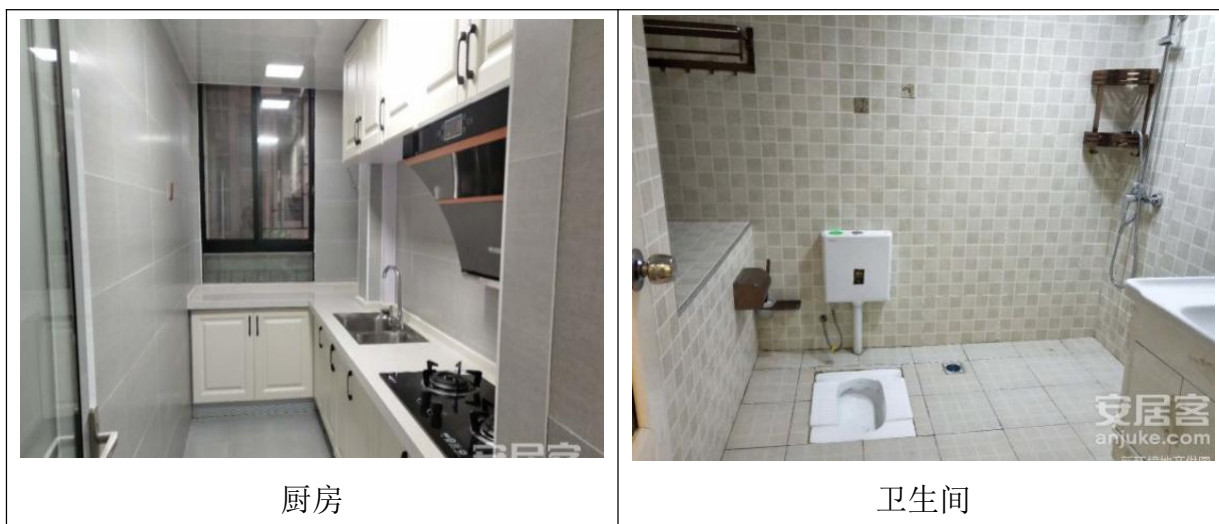


图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20 分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80 分）	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	

	估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
	估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
	附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计		100		

试题编号：3-16 撰写房地产估价报告：长沙市望城区中粮自然天城 H2 栋 304 号房地产估价

（1）任务描述

【背景资料】

安某为转让其买受而拥有的长沙市望城区雷锋大道与黄金东路交汇处中粮自然天城 H2 栋 304 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方安某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证望城字第 1739385 号,建成年份 2014 年，建筑面积 87.6 m²，建筑分摊面积 12.7 m²，用途为自住,所有权为吴某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2014）第 025525 号，土地使用权中止日期 2083 年，土地使用权面积 11.32 m²，其中分摊面积 11.32 m²，用地类型为住宅。

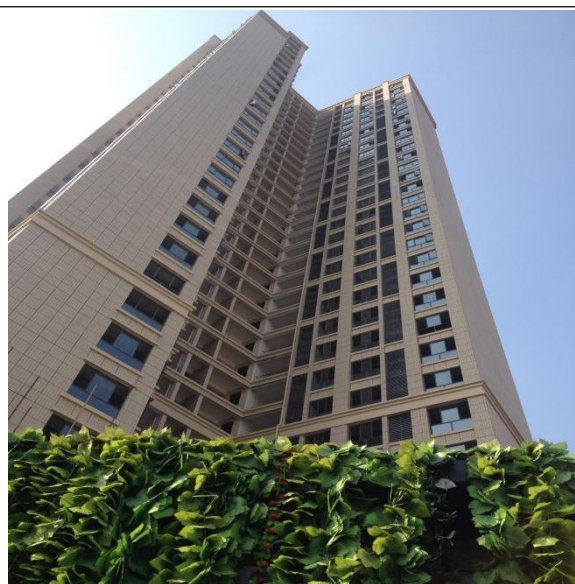
中粮自然天城 H2 栋共 33 层，委估住宅位于第 3 层，南北朝向，电梯垂直交通，二室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，高档装修，有专业物业管理，已于 2018 年办理不动产登记，编号：湘（2018）长沙市不动产权第 0018512 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方安某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写中粮自然天城 H2 栋 304 号住宅房地产估价报告相应部

分。



外立面



客厅



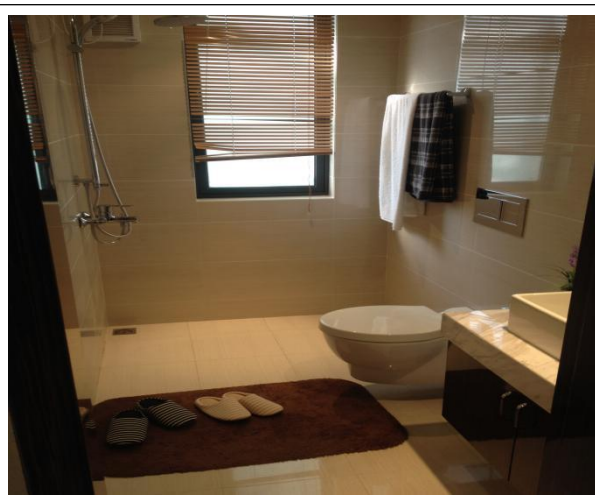
餐厅



厨房



卧室



卫生间

图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20 分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80 分）	具体 内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5 分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10 分）、价值时点、价值类型描述正确（10 分）、估价方法、估价结果填写正确（5 分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10 分）、估价方法适用性及测算过程（15 分）、估价结果确定（5 分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号：3-17 撰写房地产估价报告：长沙市雨花区体育新城古曲南路 188 号中隆国际御玺 1 栋 1802 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

欧某为转让其买受而拥有的长沙市雨花区体育新城古曲南路 188 号中隆国际御玺 1 栋 1802 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方欧某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（雨花）字第 714047161 号,建成年份 2014 年，建筑面积 221.06 m²，建筑分摊面积 35.44 m²，用途为自住,所有权为欧某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2014）第 093761 号，土地使用权中止日期 2079 年，土地使用权面积 32.12 m²，其中分摊面积 32.12 m²，用地类型为住宅。

中隆国际御玺 1 栋共 18 层，委估住宅位于第 18 层，南北朝向，电梯垂直交通，四室二厅一厨二卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017562 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

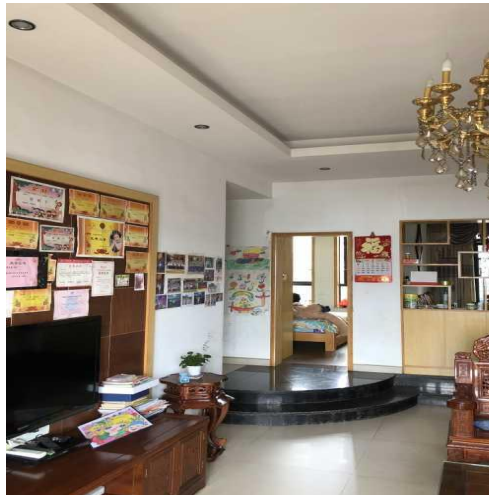
【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方欧某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写中隆国际御玺 1 栋 1802 号住宅房地产估价报告相应部分。

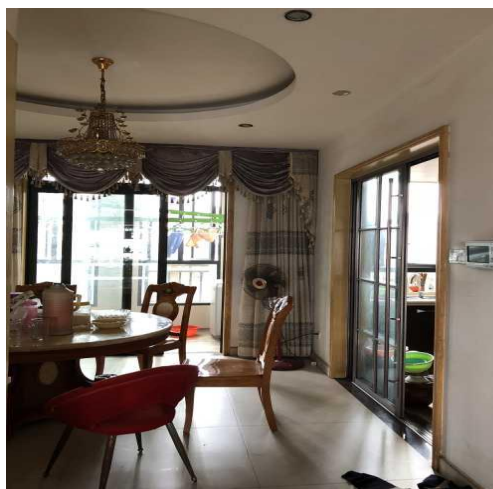
图 1 估价对象相关照片



外立面



客厅



餐厅



卧室



厨房



卫生间

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容			配 分	考核点	备注
职业素养 （20 分）	职业道德		10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记 0 分
	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80 分）	具体 内容	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5 分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10 分）、价值时点、价值类型描述正确（10 分）、估价方法、估价结果填写正确（5 分）。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10 分）、估价方法适用性及测算过程（15 分）、估价结果确定（5 分）。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
		小计		100	

试题编号：3-18 撰写房地产估价报告：长沙县星沙街道开元东路 87 号方略城市广场一期 1 栋 2604 室房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

叶某为转让其买受而拥有的长沙县星沙街道开元东路 87 号方略城市广场一期 1 栋 2604 室房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方叶某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证星沙字第 23846596 号,建成年份 2012 年，建筑面积 70.11 m²，建筑分摊面积 16.80 m²，用途为自住,所有权为叶某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2012）第 083762 号，土地使用权中止日期 2082 年，土地使用权面积 7.32 m²，其中分摊面积 7.32 m²，用地类型为住宅。

方略城市广场一期 1 栋共 33 层，委估住宅位于第 26 层，南北朝向，电梯垂直交通，二室二厅一厨二卫，层高 3.0 米，低档装修，有专业物业管理，已于 2016 年办理不动产登记，编号：湘（2016）长沙县不动产权第 0016045 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方叶某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写方略城市广场一期 1 栋 2604 室住宅房地产估价报告相应部分。





图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
职业素养 (20)	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造

分)	职业能力		10	具有收集整理估价所需资料的能力,具有一定的撰写方案报告的写作能力,具估价计算的能力。	成恶劣影响的 本项目 记 0 分
作品 (80 分)	具 体 内 容	封面完整	5	要素具备(标题、编写者、时间、估价对象等)(3分),标题清晰、明了(2分)。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处,扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性,明确合理,描述基本正确。	
		估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确(5分)、估价对象权利、实物状况描述正确(10分)、价值时点、价值类型描述正确(10分)、估价方法、估价结果填写正确(5分)。	
		估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确(10分)、估价方法适用性及测算过程(15分)、估价结果确定(5分)。	
		附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计			100		

试题编号：3-19 撰写房地产估价报告：长沙县松雅湖星沙大道 99 号松雅湖畔 1 栋 1502 号房地产估价

(1) 任务描述

【背景资料】

谭某为转让其买受而拥有的长沙县星沙街道开元东路 87 号方略城市广场一期 1 栋 2604 室房地产,进行房地产估价,以确定其市场价值。

根据估价委托方谭某提供的产权资料显示,该房地产房屋所有权编号:长房权证星沙字第 701325461 号,建成年份 2012 年,建筑面积 70.11 m²,建筑分摊面积 16.80 m²,用途为自住,所有权为叶某单独所有。

土地使用权证编号:长国用(2012)第 083762 号,土地使用权中止日期 2082 年,土地使用权面积 7.32 m²,其中分摊面积 7.32 m²,用地类型为住宅。

方略城市广场一期 1 栋共 33 层,委估住宅位于第 26 层,南北朝向,电梯垂直交通,二室二厅一厨二卫,层高 3.0 米,低档装修,有专业物业管理,已于 2016 年办理不动产登记,编号:湘(2016)长沙县不动产权第 0016045 号,该房地产

权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方叶某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写方略城市广场一期1栋2604室住宅房地产估价报告相应部分。





图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 (80 分)	具体内容	封面完整	5	估价计算过程每出错一处，扣 0.5 分
	估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	

	估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。
	估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。
	附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。
小计		100	

试题编号：3-20 撰写房地产估价报告：长沙市开福区万家丽路北路一段 699 号恒大雅苑 9 栋 1501 号房地产估价

（1）任务描述

【背景资料】

胡某为转让其买受而拥有的长沙市开福区万家丽路北路一段 699 号恒大雅苑 9 栋 1501 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方胡某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证开福字第 15579805 号,建成年份 2012 年，建筑面积 111 m²，建筑分摊面积 21 m²，用途为自住,所有权为胡某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2013）第 015432 号，土地使用权中止日期 2083 年，土地使用权面积 12.52 m²，其中分摊面积 12.52 m²，用地类型为住宅。

恒大雅苑 9 栋 1501 号共 32 层，委估住宅位于第 15 层，南北朝向，电梯垂直交通，三室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017335 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方胡某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报

告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写恒大雅苑 9 栋 1501 号住宅房地产估价报告相应部分。

	
正立面	客厅
	
餐厅	卧室



图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违 反考场 纪律、造 成恶劣 影响的 本项目 记 0 分
	职业能力	10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 (80 分)	封面完整	5	要素具备（标题、编写者、时间、估价对象等）（3 分），标题清晰、明了（2 分）。	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
	估价师声明、估价假设和限制条件	10	具有针对性，明确合理，描述基本正确。	

	估价结果报告	30	估价机构及委托人、估价目的描述正确（5分）、估价对象权利、实物状况描述正确（10分）、价值时点、价值类型描述正确（10分）、估价方法、估价结果填写正确（5分）。	
	估价技术报告	30	估价对象描述与分析正确（10分）、估价方法适用性及测算过程（15分）、估价结果确定（5分）。	
	附件	5	估价对象位置图等估价附件资料完整。	
小计		100		

试题编号：3-21 撰写房地产估价报告：长沙市开福区福元西路 158 号万科城二期 B 区 19 栋 806 号房地产估价

（1）任务描述

【背景资料】

何某为转让其买受而拥有的长沙市开福区福元西路 158 号万科城二期 B 区 19 栋 803 号房地产，进行房地产估价，以确定其市场价值。

根据估价委托方何某提供的产权资料显示，该房地产房屋所有权编号:长房权证（开福）字第 716202253 号,建成年份 2014 年，建筑面积 89 m²，建筑分摊面积 10.71 m²，用途为自住,所有权为何某单独所有。

土地使用权证编号：长国用（2015）第 023532 号，土地使用权中止日期 2085 年，土地使用权面积 10.21 m²，其中分摊面积 10.21 m²，用地类型为住宅。

万科城二期 B 区 19 栋 806 号共 34 层，委估住宅位于第 8 层，南北朝向，电梯垂直交通，二室二厅一厨一卫，层高 3.0 米，中档装修，有专业物业管理，已于 2017 年办理不动产登记，编号：湘（2017）长沙市不动产权第 0017111 号，该房地产权利价值完整，未抵押、未租赁，未设定抵押、未设定租赁他项权利。

估价人员撰写报告前已对委估房地产进行了现场勘查，房地产价值时点确定为撰写报告之日。

【测试任务】

现你为***估价公司估价人员，接受估价委托方何某的估价业务，以转让房地产而确定其市场价值为估价目的，根据估价对象外勘照片（如下图 1），以报告撰写日为房地产价值时点，选择合适的估价方法，收集估价所需资料，利用估价公司的估价模板，撰写万科城二期 B 区 19 栋 803 号住宅房地产估价报告相应

部分。



正立面



客厅



餐厅



卧室



卧室



卫生间

图 1 估价对象相关照片

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台联网电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配 分	考核点	备注
职业素养 （20分）	职业道德	10	具有实事求是的职业道德，估价报告不违背职业道德，遵守相应法律法规，认真负责。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	具有收集整理估价所需资料的能力，具有一定的撰写方案报告的写作能力，具估价计算的能力。	
作品 （80分）	具体内容	封面完整	5	估 价 计 算 过 程 每 出 错 一 处，扣 0.5 分
		估价师声明、估价假设和限制条件	10	
		估价结果报告	30	
		估价技术报告	30	
		附件	5	
小计		100		

三、模块三 跨岗位综合技能

项目一 房地产策划

试题编号：4A-1 万科松湖天地项目定位策划

(1) 任务描述

【背景资料】

2021年5月14日长沙市万科企业有限公司、中天城投集团贵阳房地产开发有限公司联手摘得松雅湖南岸备受瞩目的“王炸”商住用地。万科&中天以26.23亿的总价联手拿下[2021]长沙县014号宗地。该宗地位于东二线以东、滨湖路以南、东六线以西、特立路以北，分为五个地块，合计总用地面积347575.33 m²，总净用地面积220346.22 m²，其中商业用地面积90789.86 m²，住宅用地面积129556.36 m²。其中住宅地块的容积率 $1.0 < FAR \leq 2.4$ ，商业地块建筑控制高度 ≤ 300 米且满足黄花机场限高要求。



图1 项目区位图



图2 项目鸟瞰图

周边有松雅湖第二小学、松雅湖中学、大同星沙小学等教育资源，一路之隔有星沙吾悦广场等商业综合体，附近的楼盘项目有国泰九龙湾、恒大翡翠华庭、中建悦和城、恒基凯旋门等。

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 （20分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 （80分）	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	

	SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
	市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
	确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
	目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
	物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4A-2 万科松湖天地项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 逾 6000 亩天然水系松雅湖，停泊生活的诗意理想。万科松湖天地以都会与自然的双重优势，成为高净值人群所追慕的理想生活方式。

2. 商业配套完善：项目所处的东四路，是贯穿星沙南北的繁华商业中轴。吾悦广场、十万方的天街（规划中）、天虹购物中心等各大繁华商业体均在此主干道上呈线状分布。卜蜂易初莲花、通程商业广场、华润万象汇、永旺梦乐城（规划中）等醇熟商业配套齐全，一公里生活圈内，繁华生活尽享。同时，万科·松湖天地未来将规划打造丰富商业街区。更加繁华的生活场景，围绕松雅湖岸，正在徐徐铺陈。

3. 教育资源丰富：万科·松湖天地，打造湖畔边的优质基础教育寓所，项目配建幼儿园&小学（具体教育政策以政府发布为准），周边松雅湖第二小学、大同星沙第二小学、松雅湖中学、特立中学、长沙师范学院、星沙文体中心等文教资源荟萃。

4. 地段发展前景大，交通便捷：作为 2020 年 GDP 长沙市区排名第二的区域，这里也是长沙市“一主两次”中的两个城市次中心之一，连续十四年评为中国最具幸福感城市（县级）。万科·松湖天地择址星沙腹地，“对标

上海，高于主城”的规划，成为星沙重点发展区。万科·松湖天地定于都会之心，圈定生活版图，立于三湘文脉源址，与城市精神共生长。万科·松湖天地，坐落于星沙黄金十字中轴，沿横轴滨湖东路呈东西走向一字排开，北向一线临湖，项目2、3号地块位于星沙黄金十字中轴东四路的北端，链接整个星沙板块，迅速通达全城。同时，距地铁3号线松雅湖南站直线距离约1km，项目周围多个公交站点，通达长沙市区。片区内高铁站、黄花机场、长株快线（规划中），多维立体交通联动，勾勒星沙未来美好蓝图。

5. 产品精彩：万科·松湖天地将打造成一个具有湖居生态都会观的百万方综合体。“最美的湖光在窗畔，最摩登的街市在门口”，集住宅、公寓、超高地标、5A甲级写字楼、五星级酒店等多元业态为一体，引领星沙高阶生活方式。作为万科首入星沙，引领高定湖居生活方式的战略项目，万科·松湖天地，在构筑产品形态的同时，更加关注产品的内涵和打造的生活方式。

6. 品质物管：引入高水准、严要求的智能化酒店式管理模式的物业管理公司。

主力客户类型一：为企业高管，来自项目周边经济开发区各类企业，沿，工作便利，同时看好星沙的发展。主力客户类型二：为长沙县事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。

【测试任务】

项目将于2021年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求1000字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于70平米，配置办公桌30张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员2名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为180分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析(4分)、消费者需求分析(4分)、旺市与淡市的判断(2分),分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标(2分),分析并提炼项目卖点(4分),总结概括推广主题(2分),确定整体推广手段(2分)	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段(4分),时间长度安排合理(4分)	
		制定分阶段推广策略	确定各阶段推广目标(4分),制定各阶段推广主题,创作一条主打广告语(8分),设计各阶段推广宣传方式(4分),有具体在推广活动安排及媒体选择(8分)(包括公关活动、促销活动、媒介选择,要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(3分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
小计		100		

试题编号：4A-3 万科松湖天地项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性(4分)，明确主要媒体和辅助媒体(4分)，要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)

	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4B-1 万科森林公园项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

项目位于长沙市岳麓区北二环与金星路交汇处东北角，由长沙凯恒房地产开发有限公司开发。万科森林公园是万科全国第四座森林系作品，体量超百万方，分多期开发，一期占地约21万方，建面约68.8万方，由住宅、商业、幼儿园、展示中心及几何书店等组成，一期住宅总规划3270户。项目一期容积率约2.45，绿化率33%，停车位3733个，车位比1:1.15。项目将约5万方中央公园及商业中心区（规划中）作为核心，用邻里活力轴、社区轴串联各个空间版块、商业配套，合理设置小区道路，划分若干街坊，对小区进行独立分区管理，打造人性化城市社区结构。



图1 项目鸟瞰图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 （20分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 （80分）	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB模型分析	8	F卖点（2分）、A优势卖点（2分），B客户价值（4分）分析较为准确	

	市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
	确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
	目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
	物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4B-2 万科森林公园项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 坐享三大板块红利：万科森林公园属于市府板块，位于湘江新区核心区域，又毗邻滨江，可享受三大板块红利。2. 超大体量 自成一体：项目分多期开发，仅一期建面就高达 68.8 万方，小区内规划有幼儿园、中小学、几何书店、中央公园、商业中心区，自成一体，生活所需配套基本举步可达。3. 居住环境优美：项目紧邻谷山森林公园、岳鞍阁公园和国王陵遗址公园，生态资源丰富，居住环境优美。4. 产品出色：万科森林公园是万科全国第四座森林系作品，体量超百万方，分多期开发，一期占地约 21 万方，建面约 68.8 万方，由住宅、商业、幼儿园、展示中心及几何书店等组成，一期住宅总规划 3270 户。项目一期容积率约 2.45，绿化率 33%，停车位 3733 个，车位比 1:1.15。项目将约 5 万方中央公园及商业中心区（规划中）作为核心，用邻里活力轴、社区轴串联各个空间版块、商业配套，合理设置小区道路，划分若干街坊，对小区进行独立分区管理，打造人性化城市社区结构。小区内还配备有全龄友好型社区园林、社区居家养老服务站、社区卫生服务站（规划）、几何书店华中旗舰店、社区文化活动室、社区商业等配套。小区容积率 2.45，居住较为舒适。小区绿化率 33%，居住环境尚可。4. 品质物管：引入高水准、严要求的智能化酒店式管理模式的物业管理公司。

主力客户类型一：为企业员工，来自项目周边区各类企业，工作便利，同时看好河西的发展。主力客户类型二：为河西事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1000 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析（4分）、消费者需求分析（4分）、旺市与淡市的判断（2分），分析比较透彻、基本到位	

	制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标（2分），分析并提炼项目卖点（4分），总结概括推广主题（2分），确定整体推广手段（2分）	
	划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段（4分），时间长度安排合理（4分）	
	制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标（4分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8分），设计各阶段推广宣传方式（4分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）	
	经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

试题编号：4B-3，万科森林公园项目媒体策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 （20分）	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分）， 方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的 本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、 细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在 规定时间内完成任务（5分）		
作品 （80分）	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少 800字， 每少50字扣1分
	文字表达		5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、 （一）两级即可）	
		推广费用及媒体费用 预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情 （3分），媒体费用采用预算与分配表的方式来 体现（5分），活动经费预算合理可行，分配妥 当（5分）	
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预 算、广告目标相适应，具有可行性（4分），明 确主要媒体和辅助媒体（4分），要求使用5种 以上不同的媒介方式。（每种合适媒介2分）	
		媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不 同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分）， 制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制 定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
		媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面		5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100			

试题编号: 4C-1 旭辉雨花郡项目定位策划

(1) 任务描述

【背景资料】

旭辉雨花郡由长沙兴昌房地产有限公司开发,位于万家丽路与航空路交汇处西南角,周边交通便利,距离地铁4号线圭塘站约500米。自建品牌幼儿园和小学,目前所配建的航空路小学确定引进“砂子塘吉联小学”品牌。项目周边医疗资源有限,基本为诊所及康复医院,1公里范围内有三益康复医院(430米)、社区服务站(512米)、美林景园(698米)、长沙正园医院(829米)。项目周边景观

资源丰富，部分楼栋一线临河，周边分布有圭塘河社区公园（450 米）、体育文化休闲公园（1 公里）、曲塘社区公园（1.1 公里）等公园。总占地约 183 亩，总建约 60 万 m²，整体分两期开发，由 21 栋高层住宅，2 栋超高层住宅、2 栋办公性质公寓楼及部分商业组成，共约 3233 户，车位约 3380 个，配比超 1:1。



图 1 项目鸟瞰图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字,每少50字扣1分
		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		项目概况	项目背景概括全面,阐述得当	
		市场分析	分析内容完整(6分),表述清晰(4分)	
		SWOT分析	优势(2分)、劣势(2分),机会(2分)、威胁(2分)分析较为准确	
		FAB模型分析	F卖点(2分)、A优势卖点(2分),B客户价值(4分)分析较为准确	
		市场细分	正确的细分参数选择(2分),对细分市场命名(3分)	
		确定目标市场	细分市场评估(3分),目标客户分层(3分)	
		目标客户需求分析	有物质需求分析(3分),有精神需求分析(3分),分析正确表述清晰(4分)	
		物业档次及类型定位	有物业档次定位(2分),有物业类型定位(2分)	
		市场形象定位	有核心卖点总结(3分),有概念提炼(3分),有项目整体市场形象表述(4分)	
		创新方面	方案有一定新意,见解独到	
	小计		100	

试题编号: 4C-2, 旭辉雨花郡项目市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 一线河景宅、内外皆公园: 东侧圭塘河海绵城市公园+社

区内部多个“小公园”设置，一线临河，内外皆景，舒适度较高。配以东侧 400 亩圭塘河海绵城市公园，社区内部规划了多个有特色的“小公园”，容积约 4.0，绿地率约 40%，由运动跑道串联，同时，社区内容打造有旭小熊 IP，将旭小熊故事线植入社区各角落，构成一个特色化的临河公园综合体。

2. 双地铁口盘 快速通达全城：少见的主城区双地铁盘，地铁 4/5 号线圭塘站约 200 多米，1 公里范围还有城际铁路树木岭站，通勤方便。

3. 旭辉迭代产品 更系统全能：旭辉系 CIFI-7 产品，空间维度既独立又有联系，社区既要仪式感还要专属空间，拥有趣味化多元的生活空间。

4. 品质物管：引入高水准、严要求的智能化酒店式管理模式的物业管理公司。

5. 商业配套齐全：商业方面，有体育新城商圈、高桥商圈、圭塘商圈等。步行可达旭辉 Mall，还有保利 Mall、天虹 CC Mall、雨花吾悦广场等，日常生活需求、逛街购物“剁手”，皆可满足。

主力客户类型一：为企业员工，来自项目周边区各类企业，工作便利，同时看好该地段的发展。

主力客户类型二：为市区事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。

主力客户类型三：刚需客户，毕业大学生，迫切希望有自己的一套住房。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力		10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字，每少50字扣1分。
	文字表达		5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		营销环境分析	10	包括影响项目推广的政策环境分析（4分）、消费者需求分析（4分）、旺市与淡市的判断（2分），分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标（2分），分析并提炼项目卖点（4分），总结概括推广主题（2分），确定整体推广手段（2分）	
		划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段（4分），时间长度安排合理（4分）	
		制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标（4分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8分），设计各阶段推广宣传方式（4分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）	
		经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
创新方面		5	方案有一定新意，见解独到		
小计		100			

试题编号: 4C-3, 旭辉雨花郡项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性(4分)，明确主要媒体和辅助媒体(4分)，要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)

	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4D-1 环球融创会展上东区项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

融创会展上东区，择址中国中部会展湾区，长沙高铁会展新城高地，开辟了融创华中构建“城市价值共同体”的先锋实践样板。项目构筑了“会展会议+酒店+商业+办公+生态住宅”的城市内容。融创会展上东区项目西面毗邻浏阳河风光带、磨盆洲公园，南面紧邻长沙国际会展中心，北至劳动路，与长沙高铁南站仅一河之隔，地铁2.4号线光达站无缝链接，可通过磁浮快线/机场高速快速抵达长沙黄花国际机场。项目总占地面积约1000亩，总规划建筑面积约300万平方米。融创会展上东区将打造以中部高规格、大规模的长沙国际会议中心为核心，联合长沙国际会展中心，以超280米的超高层建筑，集五/四星级酒店群、创新商业广场、优质小学、优质幼儿园、文娱小镇、SOHO、生态办公、5A甲级写字楼、板式精工大宅为一体的城市共同体。融创会展上东区项目后续计划引入乐高主题乐园、环球主题乐园、旅游小镇等项目，开发规模预计将超过5000余亩。这将是一次梦想的宏大实践，是为一座城市的发展更新献策出力，与城市共生，共创。这里将会是一个基于浏阳河景观带、城市中轴景观带、园博园、9000亩湿地公园、生态建筑等共同构成的城市绿色共同体；一个“生态、宜业、宜居、宜游”、城市与产业经济相得益彰的城市发展共同体；一个引领长沙新人居典范，开启城市新篇章的城市生活共同体；一个世界瞩目的、影响全球的城市价值共同体。项目二期共18栋，总户数2210户。容积率3.0，绿化率40%。

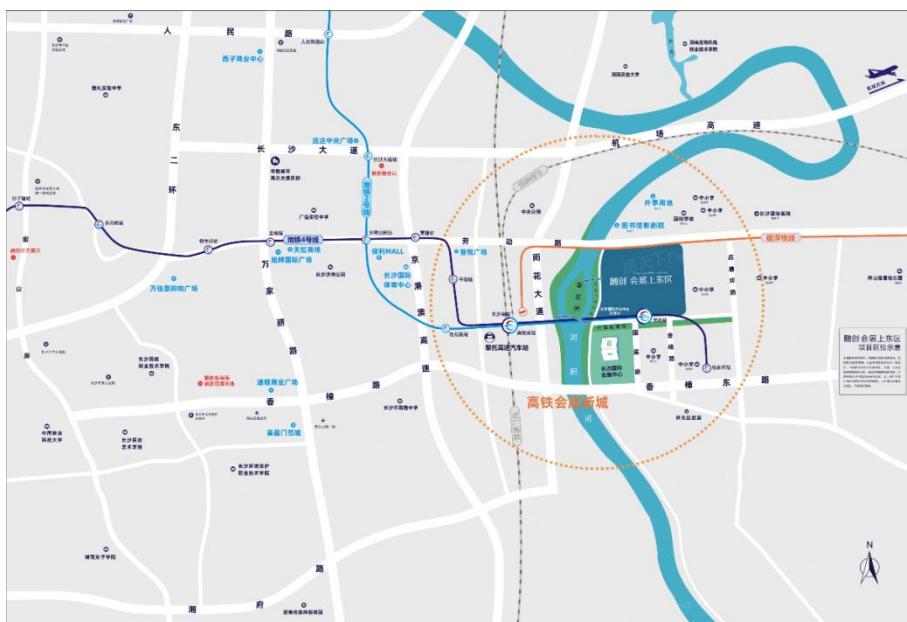


图 1 项目区位图



图 2 项目鸟瞰图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备

设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
		市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100			

试题编号：4D-2 环球融创会展上东区项目市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 交通配套齐全：周边直线 3km 范围内有 6 个地铁站（光达、杜家坪、磁浮高铁站、长沙火车南站、平阳、杜花路），轨道交通发达，距离最近的地铁站是光达。周边直线 1km 内有 4 个公交站周边公共交通较为便捷。2. 教育配套完善：直线 3km 范围内有 18 个幼儿园；8 个小学，如黄兴镇高塘坪小学、砂子塘万科魅力之城小学、长塘里阳光小学、砂子塘启新小学、黄兴镇荣河小学等；2 个中学：长沙南雅双语实验中学、长沙市一中雨花新华都学校。3. 生活配套较好：楼盘直线 3km 范围内有 1 个一级及以上医院，为医疗需求提供了保障。楼盘周边 3km 范围内有 7 个商场，包括吾悦广场等购物中心，商业配套成熟，完全可以满足日常购物需求。楼盘周边生态环境优越，周边 3km 范围内有 8 个公园，距离最近的仅 1.5km，非常方便日常休闲使用。

4. 户型设计好：整体户型方正，活动区域开阔，居住舒适度高；全明通透户型，居住舒适度较高，整个空间采光充足，利于后期居住；整个户型空间布局合理，做到了干湿分离、动静分离，方便后期生活；卧室厨卫等各个功能区的面积大小都比较合理，居住体验便利，整体舒适度高；公摊高于 15%且低于 25%，符合住宅公摊正常范围。

主力客户类型一：为企业员工，来自项目周边区各类企业，工作便利，同时看好该地段的发展。主力客户类型二：为市区事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚需客户，毕业大学生，迫切希望有自己的一套住房。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1000 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	5	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
	目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
	营销环境分析	10	包括影响项目推广的政策环境分析（4 分）、消费者需求分析（4 分）、旺市与淡市的判断（2 分），分析比较透彻、基本到位	
	制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标（2 分），分析并提炼项目卖点（4 分），总结概括推广主题（2 分），确定整体推广手段（2 分）	
	划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段（4 分），时间长度安排合理（4 分）	
具体内容		20	确定各阶段推广目标（4 分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8 分），设计各阶段推广宣传方式（4 分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8 分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少 1 种公关宣传活动、2 种类型的促销活动、2 种以上的媒介宣传安排。）	

	经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

试题编号：4D-3 环球融创会展上东区项目媒体策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

	容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	字扣1分
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分),媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分),活动经费预算合理可行,分配妥当(5分)	
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性(4分),明确主要媒体和辅助媒体(4分),要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)	
		媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台(5分),明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体(每阶段3分),制定各类媒体分配比例及费用预算(4分);制定各阶段媒体投放比重及费用预算(4分)	
		媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量(每种1分)	
		创新方面	5	方案有新的创意,见解独到	
小计			100		

试题编号：4E-1 保利中环广场项目定位策划

(1) 任务描述

【背景资料】

保利中环广场位于芙蓉区浏阳河大道与万家丽路交汇处东南角,建面41万方,项目规划有生态住宅、写字楼、酒店、SOHO公寓以及幼儿园;项目产品以保利第五代全生命周期居住系统作为核心,是一套适合全龄段的全新居住系统。保利集团是世界500强企业,中国品牌价值百强地产,长沙保利中环广场是保利集团在全国打造的第五个“都汇系”商办综合体,也是自带“康养”属性的综合体项目。占地面积:93771平方米,建筑面积:410740平方米。容积率4.0。



图 1 项目鸟瞰图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
职业素养 (20)	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响

分)	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	的本项目记 0分
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
	项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
	市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
	SWOT分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	FAB模型分析	8	F卖点（2分）、A优势卖点（2分），B客户价值（4分）分析较为准确	
	市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
	确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
	目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
	物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4E-2 保利中环广场项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 景观特色：周边 3 公里范围内有“一带、一湖、四大公园”，浏阳河休闲风光带、700 亩年嘉湖、浏阳河婚庆公园、红橡公园、2000 亩烈士公园、隆平中央公园。2. 楼盘配套：交通 9 条公交线路到达项目，乘坐 122 路、142 路、208 路、29 路、701 路、810 路、915 路、X205 路东线、X205 路西线公交线路，在火炬村站下车。幼儿园自建一所幼儿园、附近三所优质幼儿园、金域蓝

湾幼儿园（公立幼儿园）、蓝山迪诺幼儿园、万婴东外滩幼儿园。中小学项目配套小学芙蓉区实验小学、燕山二小、大同二小、马王堆小学，长沙市一中双语实验学校、长沙市实验中学、长郡芙蓉中学。大学：国防科技大学、长沙大学。综合商场：万家丽商业广场、好润佳购物中心、东盈商业广场、大润发购物中心、步步高生活广场。医院：湖南省人民医院、长沙市芙蓉区妇幼保健院、湖南师范大学附属第一医院、长沙旺旺医院、长沙东协盛医院、长沙长江医院，湘城医院。银行/ATM：中国银行、长沙银行、浦发银行、招商银行、北京银行、华融湘江银行、工商银行、农业银行、长沙农村商业银行、民生银行、建设银行、邮政银行。8 公里浏阳河风光带、浏阳河婚庆公园、红橡公园、马王堆文化馆、2000 亩烈士公园、700 亩年嘉湖、隆平中央公园。其他省级政府单位：湖南省教育厅、湖南省人民检察院、湖南省审计厅、湖南省高级人民法院、湖南省军区，芙蓉区政府。3. 规划设计：项目建面 41 万方，项目规划有生态住宅、写字楼、酒店、SOHO 公寓以及幼儿园；项目产品以保利第五代全生命周期居住系统作为核心，是一套适合全龄段的全新居住系统。

主力客户类型一：为企业员工，来自项目周边区各类企业，工作便利，同时看好该地段的发展。主力客户类型二：为市区事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚需客户，毕业大学生，迫切希望有自己的一套住房。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字，每少50字扣1分。
	文字表达		5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	5	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		营销环境分析	10	包括影响项目推广的政策环境分析（4分）、消费者需求分析（4分）、旺市与淡市的判断（2分），分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标（2分），分析并提炼项目卖点（4分），总结概括推广主题（2分），确定整体推广手段（2分）	
		划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段（4分），时间长度安排合理（4分）	
		制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标（4分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8分），设计各阶段推广宣传方式（4分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）	
		经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100			

试题编号: 4E-3 保利中环广场项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		推广费用及媒体费用预算	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)	

	媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性（4分），明确主要媒体和辅助媒体（4分），要求使用5种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介2分）	
	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4F-1 滨江项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

滨江项目位于新河三角洲，南临三一大道路，西边是芙蓉路。两馆（图书馆、博物馆）一厅（音乐厅）就坐落在新河三角洲的滨江文化园内，项目西南面是历史悠久的开福寺。项目地处伍家岭商圈，周边有大型购物中心以及完善的中小学教育链。西北部有北辰三角洲项目，北部有珠江花城，南部有天健·芙蓉盛世，三个项目的规模优势及品牌优势明显。项目总用地面积 75766.58 m²，容积率 3.66，绿地率 40.5%，住宅建筑面积 260266 m²。户型以 120 m²三房为主，户型设计有凸窗、入户花园、露台及多阳台。该片区住宅市场客户群体以本地客户为主，主要来自于国防科大、长沙一中、湘雅医院、163 医院、广电、南航、工行、农行、省委等企事业单位，及周边的个体工商户，还有大量拆迁居民也成为了购房队伍里的重要力量。本片区的发展吸引了来自本市及外地投资者的关注。

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB模型分析	8	F卖点（2分）、A优势卖点（2分），B客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
		市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	

				分)	
		创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
		小计		100	

试题编号：4F-2 滨江项目市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 腾飞三角洲：所在片区新河三角洲是政府在长沙有史以来最大的旧城改造项目。2. 滨江文化园：政府大力打造一个集旅游、商务、休闲、文化、居住一体的滨江高端居住区。3. 五星级的家园：建筑风格采用酒店式建筑风格，以现代自然园林风格为设计主线，细部处理彰显项目华贵之气，同时也具有极高的观赏性。4. 科学建筑、尺度空间：户户南北通透、推窗见景。合理的面积大小，完善的功能分区。5. 纯熟生活：配套设施应有尽有，是集新城市规划与成熟生活圈于一体的大型城市振兴型高品质住宅项目。6. 品质物管，品质生活：引入高水准、严要求的智能化酒店式管理模式的物业管理公司。

主力客户类型一为私营企业普通职员，来自项目周边，沿芙蓉路、三一大道，集中在开福区内，因本片区房价不高，工作便利，同时看好“滨江文化园”的发展。主力客户类型二为事业单位普通员工，在项目附近的事业单位工作，刚参加工作不久，迫切需要解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字，每少50字扣1分。	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	封面完整	5		要素完整（策划名称、策划者、策划时间）
		摘要	2		简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容
		目录	3		排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）
		营销环境分析	10		包括影响项目推广的政策环境分析（4分）、消费者需求分析（4分）、旺市与淡市的判断（2分），分析比较透彻、基本到位
		制定项目的整体推广策略	10		确定整体推广目标（2分），分析并提炼项目卖点（4分），总结概括推广主题（2分），确定整体推广手段（2分）
		划分营销阶段	8		划分三个以上营销阶段（4分），时间长度安排合理（4分）
		制定分阶段推广策略	20		确定各阶段推广目标（4分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8分），设计各阶段推广宣传方式（4分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）
		经费预算	7		有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）
创新方面	5	方案有一定新意，见解独到			
小计		100			

试题编号: 4F-3, 滨江项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		推广费用及媒体费用预算	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)	

	媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性（4分），明确主要媒体和辅助媒体（4分），要求使用5种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介2分）	
	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4G-1 开福区金霞项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

项目位于长沙市开福区北部的金霞经济开发区，规划总面积 79.6 平方公里，是湖南省级重点开发区和全省唯一以现代物流为核心产业的开发区。片区有“一带”即湘江风光带，“二峰”即鹅羊山、秀峰山，“三水”即湘江、浏阳河、捞刀河。项目北临周南中学，南临兴联东路，西至芙蓉北路，1 号线地铁口，东临高岭国际商贸城、红星美凯龙；总占地 166857.6 平方米，容积率 3.0，绿地率 40%，规划为商住用地，其中住宅部分占 45%，商业部分占 55%。项目附近有规划中的 1 号线北延线 10 号线换乘站。住宅市场客户群体主要来源于项目周边医院、学校等企事业单位，以及金霞片区物流园、高岭国际商贸城；由于所处片区得天独厚的自然资源优势，也吸引了部分老人选择在该片区养老。客户的购房需求大多为自住和改善性住房，多为两房、三房。

【测试任务】

本项目开发商确定了住宅物业+商务型物业的产品组合策略，以差异化的竞争策略在本片区房地产市场占据一席之地。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	

	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4G-2 开福区金霞项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

本项目优势为本土实力企业、一定的市场知名度；周边城市化建设、配套不断成熟完善；有稀缺的双公园的自然资源；机会为酒店式公寓产品在该区域市场上稀缺；主力客户群体来自于高岭国际商贸城，且距离较近。

本项目卖点主要有 1.区域价值:长沙金霞经济开发区是湖南省级重点开发区和全省唯一以现代物流为核心产业的开发区。2.交通价值:项目在长沙市城市主干道芙蓉路附近；距国家级客运-高岭综合交通枢纽仅一分钟车程；附近有规划中的长沙市地铁 1 号线北延线+10 号线换乘站；有多趟公交车直达项目周边。3.市场机会价值:金霞片区住宅类产品市场供应量较大，但片区内服务于高岭国际建材城、物流园等商务办公类产品市场供应量极少，发展潜力可观，升值空间大。4.产品价值:采取住宅物业+商务型物业的产品组合策略，力图打造宜居、高品质社区，以及国际、商务、现代、智能化的酒店式公寓。

本片区住宅市场客户群体主要来源于项目周边医院、学校等企事业单位，以及金霞片区物流园、高岭国际商贸城，基本上锁定为医生、教师、公务员、企业职工、商铺老板，由于所处片区得天独厚的自然资源优势，也吸引了部分老人选择在该片区养老。客户的购房需求大多自住和改善性住房。随着片区产业的发展，高岭国际商贸城、物流园的经营者的需求多为临时住房和商务办公的场所。

【测试任务】

项目计划于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
----	--------	----

场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1000 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	5	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
	目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
	营销环境分析	10	包括影响项目推广的政策环境分析（4 分）、消费者需求分析（4 分）、旺市与淡市的判断（2 分），分析比较透彻、基本到位	
	制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标（2 分），分析并提炼项目卖点（4 分），总结概括推广主题（2 分），确定整体推广手段（2 分）	
	划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段（4 分），时间长度安排合理（4 分）	
	制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标（4 分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8 分），设计各阶段推广宣传方式（4 分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8 分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少 1 种公关宣传活动、2 种类型的促销活动、2 种以上的媒介宣传安排。）	

	经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

试题编号：4G-3，开福区金霞项目媒体策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	

	容	目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	字 扣 1 分
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分),媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分),活动经费预算合理可行,分配妥当(5分)	
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性(4分),明确主要媒体和辅助媒体(4分),要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)	
		媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台(5分),明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体(每阶段3分),制定各类媒体分配比例及费用预算(4分);制定各阶段媒体投放比重及费用预算(4分)	
		媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量(每种1分)	
		创新方面	5	方案有新的创意,见解独到	
小计			100		

试题编号: 4H-1 书院路项目定位策划

(1) 任务描述

【背景资料】

项目位于书院南路南湖片区,西望湘江,南眺南郊公园,处于长沙核心城区内,北部紧临五一商圈,东临理工大学等高校及成片居住区。区域交通便捷,有“两纵七横”的路网格局。有比较集中成型的生活配套,如新一佳、火车南站家产品集贸市场等;周边公园有南郊公园、湘江风光带;拥有丰富的教育资源,如长沙理工大学、长郡中学等。南湖片区规划构筑“两园一带四区”的总体功能布局,两园即生命科学主题公园和南郊公园,一带即湘江风光带;四区即滨江山水居住区、滨江商务区、城市高尚公寓区和酒店金融区。项目总用地面积:22580平方米,容积率:3.5,总建筑面积:79030平方米。该片区住宅市场客户主要来自于周边企事业单位的本地客户,以及来全市需要改善居住条件的中产阶级客户。

【测试任务】

开发商为项目确定了本片区住宅项目高端引领者的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划,并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案(字数要求1500字以上)。其具体内容包括

项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整 (策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一)两级即可)	
		项目概况	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	分析内容完整 (6 分)，表述清晰 (4 分)	
		SWOT 分析	优势 (2 分)、劣势 (2 分)，机会 (2 分)、威胁 (2 分) 分析较为准确	
		FAB 模型分析	F 卖点 (2 分)、A 优势卖点 (2 分)，B 客户价值 (4 分) 分析较为准确	
		市场细分	正确的细分参数选择 (2 分)，对细分市场命名 (3 分)	
		确定目标市场	细分市场评估 (3 分)，目标客户分层 (3 分)	
		目标客户需求分析	有物质需求分析 (3 分)，有精神需求分析 (3 分)，分析正确表述清晰 (4)	

	物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4H-2 书院路项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

项目所处湘江金融外滩板块，为天心区政府重点建设板块之一，是未来湖南金融发展的引领板块。长度仅 5.6 公里的外滩区域，已驻扎了华融湘江银行全国总部、国家开发银行湖南省分行，北京银行长沙分行等八大金融总部，逾 299 家金融机构云集于此。开发企业湖南和立东升实业集团始创于 1994 年，二十多年来企业专注物流园区建设和运营，业务涵盖“现代商贸和智慧物流产业、都市工业和总部经济产业、农副产品和食品冷链产业、供应链物流”等平台板块，当前，公司建设、运营服务的产业园区面积逾 400 公顷，建筑面积超 500 万平方米。项目立足长沙永恒主轴湘江畔，建设以国际金融总部、国际七星级酒店、国际顶级豪宅、国际文化交流为主的国际大都市会客厅。

该片区住宅市场客户主要来自于周边企事业单位的本地客户，以及来全市需要改善居住条件的中产阶级客户。

【测试任务】

项目计划于 2022 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	5	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
	目录	3	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
	营销环境分析	10	包括影响项目推广的政策环境分析(4分)、消费者需求分析(4分)、旺市与淡市的判断(2分),分析比较透彻、基本到位	
	制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标(2分),分析并提炼项目卖点(4分),总结概括推广主题(2分),确定整体推广手段(2分)	
	划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段(4分),时间长度安排合理(4分)	
	制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标(4分),制定各阶段推广主题,创作一条主打广告语(8分),设计各阶段推广宣传方式(4分),有具体在推广活动安排及媒体选择(8分)(包括公关活动、促销活动、媒介选择,要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)	
	经费预算	7	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(3分)	
创新方面		5	方案有一定新意,见解独到	
小计		100		

试题编号: 4H-3, 书院路项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		推广费用及媒体费用预算	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)	

	媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性（4分），明确主要媒体和辅助媒体（4分），要求使用5种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介2分）	
	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4I-1 长沙绿地V岛项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

项目于湖南长沙·中国V谷·马栏山内，打造的百万方摩天地标大都会（位于月湖公园正对面）。项目集合了380米星城光塔、超五星级绿地铂瑞酒店、塔尖宅邸、菁英公寓、总部办公、潮流商业、会议会展等丰富业态。项目坐落于中国V谷·马栏山视频文创产业园门户位置，浏阳河流经城央的湾流环抱而成的金鹰湾区，坐拥一湾一湖双园，浏阳河金鹰湾、月湖畔双水系相邻。

交通上占据双地铁口（地铁3.5号线），三一大道，万家丽快速路环绕；长沙文娱地标——世界之窗、海底世界、国际会展中心、湖南广电等；教育上，周边12年卓越教育体系，包括自建36班开福区前三名校，片区内规划长郡中学。健康方面，除了约4000亩天然生态资源，周边还拥有三甲医院湘雅医院、解放军163医院、马王堆医院、芙蓉区妇幼保健所等。

绿地V岛项目位于马栏山中国V谷龙头位置，在城央浏阳河金鹰湾、滨河景观带的簇拥下，天然成为了城市封面所在。项目于2019年8月落地，占地面积约258亩，计容建筑面积82.86万平方米。整个项目分为南北两大组团，其中北组团为商住组团，已于2020年3月首开，规划有200米办公地标、高端公馆以及星级酒店等。南组团为产业组团，即绿地V岛星城光塔，总建筑面积26.8万m²，包括超高层、商业裙房及四层地下室。其中，商业裙房用于打造文创企业集聚区；超高层高380米，为湖南省第二高楼，其独特外形融合了长沙西汉时

分)	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	的本项目记 0分
作品 (80分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
	项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
	市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
	SWOT分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
	FAB模型分析	8	F卖点（2分）、A优势卖点（2分），B客户价值（4分）分析较为准确	
	市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
	确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
	目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
	物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4I-2 长沙绿地V岛项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 地段优势凸显：“北有中关村，南有马栏山”，马栏山视频文创园被广泛寄予厚望，“中国 V 谷”正在崛起为新的城市文化地标。总规划面积约 15.75 平方公里的马栏山视频文创产业园，依托长沙世界媒体艺术之都之名，广电大本营之利，将数字经济和文化产业深度融合。根据规划，马栏山视频文创园预计通过 5 年左右的建设，年产值达千亿。绿地 V 岛作为园区的封面级项目，

产品出场便自带光环。2. 交通方便：拥有多维交通聚合的独特优势，毗邻三一大道和万家丽高速路，距地铁五号线马栏山站约 500 米，不管是自驾或公共交通出行都相当便捷。3. 周边配套完善：对面是 1300 余亩碧波荡漾的月湖公园，4 层楼以上能同时将浏阳河和月湖景观揽入窗中，楼下是精心打造的中央体育公园。稀缺的一线河湖景资源为物业升值增添了砝码，也为楼上经营诸多业态提供了得天独厚的景观面。绿地 V 岛将自建两所幼儿园，并配建项目南侧地块上的学校用地配建清水塘绿地小学（暂定名）。据悉，马栏山管委会东侧地块计划引进公办中学（初中）。教育资源的日渐醇熟。4. 商业价值凸显：项目自身住宅、公寓、酒店、办公及总裁公馆的规划人口就超过 13 万人。随着芒果超媒、中天广泽、中南传媒等头部企业陆续入驻，“中国 V 谷”将聚集数十万的视频从业人员。此外，项目周边的月湖街道和洪山街道等，常住人口有 10 余万。与此同时，项目邻近湖南广电、湖南国际会展中心、世界之窗、海底世界，凭借“近水楼台先得月”的优势，能吸附相当一部分旅游、商务、游学、追星、会展等各类人流，为“楼殿”创造更多潜在商机。

主力客户类型一：为企业高管，来自项目周边经济开发区各类企业，沿，工作便利，同时看好星沙的发展。主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析(4分)、消费者需求分析(4分)、旺市与淡市的判断(2分),分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标(2分),分析并提炼项目卖点(4分),总结概括推广主题(2分),确定整体推广手段(2分)	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段(4分),时间长度安排合理(4分)	
		制定分阶段推广策略	确定各阶段推广目标(4分),制定各阶段推广主题,创作一条主打广告语(8分),设计各阶段推广宣传方式(4分),有具体在推广活动安排及媒体选择(8分)(包括公关活动、促销活动、媒介选择,要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(3分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
小计		100		

试题编号: 4I-3 长沙绿地V岛项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性(4分)，明确主要媒体和辅助媒体(4分)，要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)

	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4J-1 长沙中交凤鸣九章项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

中交凤鸣九章小区位于长沙市望城区金山桥观音岩板块，板块规划定位为商住宜居板块，地处望城区最南端，紧邻主城岳麓区，距市委市政府驻地7公里，东侧毗邻金星北成熟片区，西侧临近高铁西站片区。项目所处位置的宜居程度较好，所处区域临近谷山森林公园，东侧一路之隔为规划七峰公园，项目待建约24亩的社区公园，处在被绿地公园拥揽之中。项目由18栋高层、8栋洋房组成，整体布局沿袭南北中轴对称特点，强调序列感和节奏感。高层、多层科学排布，保证南向无遮挡，采光、通风俱佳。建筑围绕中心景观布局，保证家家户户优良观景视野。项目占地面积：135144.38平方米，总建筑面积：384458平方米，容积率2.24，绿化率40%，车位：2555个，总户数：2330。



图 1 项目鸟瞰图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容	配分	考核点	备注
------	----	-----	----

职业素养 (20分)	职业道德		10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力		10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。	
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
		市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100		

试题编号: 4J-2 长沙中交凤鸣九章项目市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

本项目卖点有 1. 景观丰富 生态宜居: 项目临近谷山、百果园、观音岩水库, 自然景观资源丰富, 空气负氧离子高, 宜居指数高。2. 高低配纯住区: 项目为舒适度较高的“高低配”产品, 容积仅 2.2, 商业面积仅配 3%以下, 居住环境

较为纯粹。3. 风光与烟火气环绕：项目马路之隔分别有 20 万方复合型商业/小初一贯制学校/市政公园，基本是配套齐全，举步即到。4. 周边教育：项目自建幼儿园，与九年一贯制学校长沙市一中金山桥学校马路之隔，属于目送是配套。该学校是望城区新建的公办九年一贯制学校，由望城区政府委托长沙市第一中学管理，师资力量强大，皆由长沙市一中负责选派、选调与选聘。学校在 2019 年秋季已开学，办学规模 114 个班，小学 54 个班、初中 60 个班，共计 5430 个学位。5. 周边商业：项目自建 9 千方商业，距离吾悦广场(新城国际花都店)约 989 米，基本步行可到。另外西侧一路之隔规划有 20 万方商业，拟引进永旺梦乐城，据悉。该购物中心预计明年开工建设，2024 年建成开业，未来将建设成多功能复合型大型购物中心。6. 项目特色：整体建筑采用现代简约风格，南北一字排列，布局沿袭南北中轴对称的特点，配有凤凰和学府元素，构建成“凤栖梧桐，学府大境”的主题园林景观。另外，自建约 1.6 万 m 运动主题公园“七彩云谷”与社区相接，绿化率高达 40%，容积率仅 2.2。

主力客户类型一：为周边企业员工，来自项目周边各类企业，工作便利，同时看好该区域的发展。主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚参加工作不久，迫切需要解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2021 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析(4分)、消费者需求分析(4分)、旺市与淡市的判断(2分),分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标(2分),分析并提炼项目卖点(4分),总结概括推广主题(2分),确定整体推广手段(2分)	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段(4分),时间长度安排合理(4分)	
		制定分阶段推广策略	确定各阶段推广目标(4分),制定各阶段推广主题,创作一条主打广告语(8分),设计各阶段推广宣传方式(4分),有具体在推广活动安排及媒体选择(8分)(包括公关活动、促销活动、媒介选择,要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(3分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
小计		100		

试题编号: 4J-3 长沙中交凤鸣九章项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少 800 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备 (名称、策划者、时间)
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一) 两级即可)
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情 (3 分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现 (5 分)，活动经费预算合理可行，分配妥当 (5 分)
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性 (4 分)，明确主要媒体和辅助媒体 (4 分)，要求使用 5 种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介 2 分)

	媒体投 放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）
	媒体效 果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到
小计		100	

试题编号：4K-1 长沙金富湘江悦城项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

“金富湘江悦城”位于望城湘江新区地铁4号线月亮岛西站1.2楼号口附近（月亮岛路与银杉路交汇处）。湘江悦城项目是由湖南金富建设投资有限公司在长沙滨水新城板块打造的标杆项目。公司在湖南长沙已相继开发10多个大型项目，有润和之悦、星澜之悦、星悦汇、金富星城、金湘苑、金富北城、湘江悦城等等。产品涵盖中高端住宅、星级酒店、超甲级写字楼。

项目名：金富湘江悦城

开发商：湖南金富建设投资有限公司

项目准确地址：月亮岛路与银杉路交汇处

栋数：总共23栋住宅

层高：2.9米

公摊：18%—20%

绿化率：40%

均价：10500元/m²

已开盘：1-2-3-4-5-6-9-10-11-12-15-16-17栋

交付标准：精装，全房质保（月亮岛奢装标杆）

在售楼栋：5-6-15-16-17—18-19

面积：106-129-143-145 m²

物业：绿城绿联盟 2.6元

容积率：4.0

梯户比：2 梯 4 户。17#2/3 户

车位配比：1：1.3

交房时间：5/6 栋 2024 年 1 月 30 日

15/16 栋 2023 年 6 月

17#栋 2024 年 3 月

18.19 栋 2024 年上半年



图1 项目规划效果图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
		市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100			

试题编号: 4K-2 长沙金富湘江悦城项目市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

项目位于长沙市望城区月亮岛路与银杉路交汇处路的交叉路口西南角，地铁规划 4 号线的月亮岛西站的地下 1. 2 号口就在小区入口。傲踞湘江产业新区、滨水产业新城、月亮岛文旅创意新城这三大新城叠加的区中心，区域规划涵盖了文旅产业区、半导体产业园、总部基地，文化科技创意商业街区、婚庆产业园，坐享千亿城市规划配套。一江一岛十六公园(湘江，月亮岛，婚庆文化主题公园，星悦湖公园，银星湾公园，白岛石湖公园公园，汉文化遗址公园公园，谷山森林公园)。滨水生态新城开发起步区范围为月亮岛文创旅乐新城周边区域，区域土地总利用规划面积共约达 4 个平方公里，环境极其优越，区位优势较为明显。2017 年金茂国际正式对外签约成立湘江新区月亮岛文绿旅国际新城，致力于共同打造成为一个城市可健康持续健康发展型的、绿色宜居的、生态环保型的高品质城市 and 人居体系。该片区的房价目前处于整个长沙市的洼地，滨水新城作为滨江新城的后花园，未来升值潜力非常巨大。东有湘江风光，南有滨江商务。项目周边的周边城市路网交通更是极其畅通便利、有着"三纵三横"等四通八达的大区域交通路网格局，纵向的包括金星路、银杉路、潇湘大道等路段(潇湘大道可达湘潭)等，横向的银星路（银星路过江隧道可到河东）月亮岛路和普瑞大道，在片区内交织形成的发达交通路网使之能通达全城。另外，还有地铁 4 号线，与项目零距离接触。不管是滨江 CBD 还是五一广场中心商业区，都可快速到达；4 号线为西北-东南走向，还能直达火车南站（磁悬浮机场线）；规划中的 12 号线也是在此站换乘，双地铁口，还能直接上月亮岛，潜力巨大。随着区域的快速发展，交通配套设施更加完善，使业主的出行将会变得更加便利。项目周边还有众多优质名校环伺全龄优育，自身周边也已配地规划并建起包括了项目其中有一所 3600 m² 幼儿园及左右建筑面积的大型的优质的品牌幼儿园，紧邻星城实验中学分校和长乐郡月亮岛二小分校以及电话星城实验小学等，项目一路隔河与之相隔的是还正在规划建设和即将建设的中的一所私立金潇小学，计划到明年将引进的两所新成立的是优质的公立优质品牌学校。项目周边自然人文景观十分丰富：所在的片区包含一江一岛的七个地六公园(湘江，月亮岛，婚庆文化主题公园，星悦湖公园，银星湾公园，白岛石湖公园，汉文化遗址公园，谷山森林公园)。湘江作为湖南的一条母亲河承载着长沙的独特自然人文资源和宝贵历史价值，流经从湖南省至永州市、经衡阳市、经株洲市、经湘潭市、经长沙市，至岳阳市的河流湘阴县是注

入于长江干流水系中的河流洞庭湖干流。如以海洋河为源，则湘江的干流全长达 844 公里，流域面积达到 94660 多平方公里。江景资源丰富而不可复制。

主力客户类型一：为周边企业员工，来自项目周边各类企业，工作便利，同时看好该区域的发展。

主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚参加工作不久，迫切需
要解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2022 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1000 字，每
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	封面完整	5	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
	摘要	2	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内	

容	目录	3	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	少 50 字扣 1 分。
	营销环境分析	10	包括影响项目推广的政策环境分析（4分）、消费者需求分析（4分）、旺市与淡市的判断（2分），分析比较透彻、基本到位	
	制定项目的整体推广策略	10	确定整体推广目标（2分），分析并提炼项目卖点（4分），总结概括推广主题（2分），确定整体推广手段（2分）	
	划分营销阶段	8	划分三个以上营销阶段（4分），时间长度安排合理（4分）	
	制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标（4分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8分），设计各阶段推广宣传方式（4分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）	
	经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4K-3 长沙金富湘江悦城项目媒体策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字,每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		推广费用及媒体费用预算	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分),媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分),活动经费预算合理可行,分配妥当(5分)	
		媒体组合策略	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性(4分),明确主要媒体和辅助媒体(4分),要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)	
		媒体投放方案	明确每类媒体的具体投放平台(5分),明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体(每阶段3分),制定各类媒体分配比例及费用预算(4分);制定各阶段媒体投放比重及费用预算(4分)	
		媒体效果评估	来电量、来访人数、成交量(每种1分)	
	创新方面	5	方案有新的创意,见解独到	
	小计		100	

试题编号: 4L-1 长沙金地三千府项目定位策划

(1) 任务描述

【背景资料】

金地三千府项目共占地面积约 78.9 万 m², 容积率为 1.2, 总计容面积约 94.67

万m²。

项目价值点：

1. 国家级新区，城市中轴在近，高铁西站版块腾飞在即。
2. 三横两纵畅驳全城，地铁（规划中）并行畅达出行。
3. 藏风聚气之贵地，南毗毓秀麓山，北临浩瀚洞庭，处于湖南山水福脉末梢。
4. 400 年历史洗心禅寺，佛教圣地，人文福地。
5. 背靠脑虎坡，依山而建，建筑与自然的深度融合。
6. 邻 40 万观音岩湖，坐观一线湖景，享低密亲水生活。
7. 湖南省唯一可举办国际赛事高尔夫球场，占地 2000 亩。
8. 出门即吾悦广场，更有 20 万方商业综合体落子，繁华在侧。
9. 片区控规，多所九年一贯制学校规划中；3km 拥有 2 所综合性医院，守护全家安康。
10. 长沙限购、市场禁墅令等升级入市时机，金地 12 年深耕巅峰之作，一墅胜湖湘。



图1 项目规划效果图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标

客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1500 字，每少 50 字扣 1 分
	文字表达	3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整 (策划名称、策划者、策划时间)	
		目录	排列有序 (2 分)、一目了然 (1 分) (排列至一、(一)两级即可)	
		项目概况	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	分析内容完整 (6 分)，表述清晰 (4 分)	
		SWOT 分析	优势 (2 分)、劣势 (2 分)，机会 (2 分)、威胁 (2 分) 分析较为准确	
		FAB 模型分析	F 卖点 (2 分)、A 优势卖点 (2 分)，B 客户价值 (4 分) 分析较为准确	
		市场细分	正确的细分参数选择 (2 分)，对细分市场命名 (3 分)	
		确定目标市场	细分市场评估 (3 分)，目标客户分层 (3 分)	
		目标客户需求分析	有物质需求分析 (3 分)，有精神需求分析 (3 分)，分析正确表述清晰 (4)	

	物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
	市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4L-2 长沙金地三千府项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

项目位于望城区雷峰大道与银星路交汇处西南角。四期为本项目开发的最后一期，占地面积约 12.26 万 m²，计容面积约 4.9 万 m²，容积率为 0.4。四期全部为二叠产品，共 212 户，以中央景观轴为界，分为东西两区。

表 1 项目规划简介

调整后工规证技术经济指标					
序号	名称		数值	单位	备注
1	总用地面积		122617.73	平方米	
2	总建筑面积		59952.35	平方米	
3	其中	地上计容建筑面积	48893.67	平方米	
4		不计容建筑面积	11058.68	平方米	
5	容积率		0.40		
6	建筑占地面积		17896.26	平方米	
7	建筑密度		14.6%		
8	绿地率		40%		
9	住宅总户数		212	户	
10	总人数		679	人	3.2 人/户
11	机动车停车位		419	辆	
12	其中	地上机动车停车位	115	辆	
13		地下机动车停车位	304	辆	

主力客户类型一：为周边企业员工，来自项目周边各类企业，工作便利，同时看好该区域的发展。

主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚参加工作不久，迫切需解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2022 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1000 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析（4 分）、消费者需求分析（4 分）、旺市与淡市的判断（2 分），分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标（2 分），分析并提炼项目卖点（4 分），总结概括推广主题（2 分），确定整体推广手段（2 分）	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段（4 分），时间长度安排合理（4 分）	

	制定分阶段推广策略	20	确定各阶段推广目标（4分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8分），设计各阶段推广宣传方式（4分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。）	
	经费预算	7	有经费预算与分配表（4分）费用预算合理，可行（3分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
	小计	100		

试题编号：4L-3 长沙金地三千府项目媒体策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）	

分)				记 0 分	
作品 (8 0 分)	卷容格式		5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策 划 方 案 字 数 不 少 800 字， 每 少 50 字 扣 1 分
	文字表达		5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具 体 内 容	封面完整	2	要素具备（名称、策划者、时间）	
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	3	排列有序（2 分）、一目了然（1 分）（排列至一、（一）两级即可）	
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情（3 分），媒体费用采用预算与分配表的方式来体现（5 分），活动经费预算合理可行，分配妥当（5 分）	
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性（4 分），明确主要媒体和辅助媒体（4 分），要求使用 5 种以上不同的媒介方式。（每种合适媒介 2 分）	
		媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5 分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段 3 分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4 分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4 分）	
		媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种 1 分）	
		创新方面		5	
小计		100			

试题编号：4M-1 长沙保利天汇二期项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

“长沙保利天汇二期”位于长沙市岳麓区景园路与周家湾的交汇处西 100 米，2021 年保利天字系将步入长沙，以一线地段、一线配套、一线资源、一线文化，打造成保利天汇，项目雄武洋湖国际新城宜居要地，邻接 7200 亩洋湖湿地公园。雅礼洋湖实验中学和麓山国际洋湖实验中学跟项目只一路之隔，附近宜家荟聚中心、宜家家居和洋湖水街等生活配套设施一应俱全，地区附近还设有谢子龙摄影艺术馆、李子健美术馆、后湖国际艺术园等文化艺术聚集。整个项目规划总占地面积 16.56 万平方米，总建筑面积达到 58 万平方米，物业类别包括多层洋房、

高层住宅、公寓和商业。保利天汇二期，产品迭新，乘势归来。见图（1）

项目名称：长沙保利天汇二期

开发商：湖南保利房地产开发有限公司

项目位置：长沙市岳麓区景园路与周家湾路交汇处

用地面积：10.1 万平方米

总建筑面积：31.2 万平方米

总规划住宅户数：1127 户

楼栋户数：5 栋洋房、10 栋高层

户型面积：110-143 平方米天赋大宅、168-220 平方米藏品洋房

装修类型：精装

容积率：3.1

绿化率：35%

交房时间：2024 年 12 月 30 日

车位比：1：1，2500 个



图 1 项目概况图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
		市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	

				分)	
		创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
		小计		100	

试题编号：4M-2 长沙保利天汇二期项目市场推广策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

项目位于长沙市岳麓区景园路与周家湾的交汇处西 100 米，项目所在地区属于长沙洋湖国际新城核心区，邻接 7200 亩洋湖湿地公园，雅礼洋湖实验中学和麓山国际洋湖实验中学跟项目只一路之隔，附近宜家荟聚中心、宜家家居和洋湖水街等生活配套设施一应俱全，地区附近还有谢子龙摄影艺术馆、李子健美术馆、后湖国际艺术园等文化艺术聚集，构成了国际新城核心区城市主体，未来 5 年来将持续打造出集教育、居住、商贸为一体的长沙湘江新区、洋湖国际生态新城核心区域，引领时代城市尊居生活。见图 2。



图 2 项目区域图

项目周围有三横三纵的网格交通网络

其中三横是：洋湖路（项目 400 米即可到达洋湖路，往北方向通往潭州大道 10 分钟车程，往北继续上北二环 30 分钟即可到星沙联络线），景园路（走景园路仅 20 分钟即可到达潇湘南大道东路，往东上湘府路大桥 15 分钟车程，往湘西路高架即可到达天心区），连塘路（项目南侧 1.2 公里通往连塘路转潭洲大道 10 分钟的车程，往长沙绕城高速公路通往湘江特大桥路段 30 分钟车程即可到达雨

花区)。

三纵是：罗谷塘路，周家湾路，石湖塘路

地铁：项目拥有 3 号线（洋湖湿地站）和 8 号线（在建设中）双地铁。项目距离地铁 3 号线洋湖湿地站约 1.4 公里，距离较远，可以乘坐公交或骑行搭乘地铁，出行方便，可无缝衔接长沙地铁 1. 2. 4. 5 号线。地铁 3 号线在 2019 年年底试运行，2020 年 7 月初旬初期运营。

项目附近自然人文景观资源十分优越，有著名的洋湖国家湿地公园，是长沙地区最大的湿地公园，被称为沿湘江旅游带上一颗璀璨的明珠，湘江流域生态治理的开篇之作，是“两型”社会建设的重点工程，占地面积达到 7200 余亩，是国家 4A 级旅游景区。

李自健美术馆，是我国内外最具代表性规模的现代化公益美术馆，是全球最大的艺术家个人美术馆；谢子龙影像艺术馆，旨意于"收藏我国影像历史"、"弘扬我国影像艺术文化"，为群众提供影像艺术服务；洋湖湿地科普馆，科普馆已获我国绿色建筑二星级标识、美国 LEED 金级认证以及“中国十大最美湿地场馆”称号。雷宜锌雕塑馆（在规划），洋湖国际雕塑园。1.5 公里长的湘江风景带，湘江两别种植了多品种的植物乔木和灌木，展现了湘江两岸独特风光，湘江两岸风光带充分展现了湖南自然风景，周围环境优美，是观景的好地方，也是夜跑活动好地段。

3 公里范围内教育资源有：麓山国际洋湖实验学校（公办九年制学校）距离 209 米、雅礼洋湖实验中学（公办中学）距离 465 米、湖南师大附中博才实验中学（1.4 公里）、湘江实验小学（1.4 公里）、长沙麓山中加国际中学（12 年寄宿制民办学校）距离 1.7 公里、长郡双语洋湖实验中学（全日制公办中学）距离 1.9 公里，教育资源分布数不胜数，小孩上学方便。此外还有幼儿园、长郡维多中学、雅礼湘江中学、坪塘中学、中南大学、湖南大学、湖南师范大学、湖南中医药大学。

项目地块之隔有规划中的商业体。

城市宜家荟聚，距离项目 2.5 公里，宜家是中国首个荟聚综合体，面积大约 40 万平方米。

卓伯根，距离项目 2.3 公里，集卓伯根 MALL、德国风情街、6A 德系精质

公寓于一体的城市综合体，卓伯根集团中国总部。

龙湖天街，距离项目 3.7 公里，10 万平方米一站式体验式购物中心，集购物、美食、人文、拍照、运动、亲子活动于一身，还有颐而康，丝域养发等服务业态。

洋湖水街，距离项目 2.7 公里，洋湖水街是标杆性文旅项目，民国风情街，明清风格建筑，面积约 10 万平方米，一条仿明清风格的街道，主街有各种美食，街边往下就是靠水的小河。

京东超级体验店，距离项目 1.6 公里，家电全品类场景化卖场。可以满足多种购物需求。

湖南妇女儿童医院，距离项目 2.2 公里，湖南妇女儿童医院是严格依照三甲级医疗机构规模、国际 JCI 标准“高起点建设、高质量运营、高水平服务”的国际化妇儿专科医院。

主力客户类型一：为周边企业员工，来自项目周边各类企业，工作便利，同时看好该区域的发展。

主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚参加工作不久，迫切需解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2022 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析(4分)、消费者需求分析(4分)、旺市与淡市的判断(2分),分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标(2分),分析并提炼项目卖点(4分),总结概括推广主题(2分),确定整体推广手段(2分)	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段(4分),时间长度安排合理(4分)	
		制定分阶段推广策略	确定各阶段推广目标(4分),制定各阶段推广主题,创作一条主打广告语(8分),设计各阶段推广宣传方式(4分),有具体在推广活动安排及媒体选择(8分)(包括公关活动、促销活动、媒介选择,要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(3分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
小计		100		

试题编号: 4M-3 长沙保利天汇二期项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)
		前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性(4分)，明确主要媒体和辅助媒体(4分)，要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)

	媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		

试题编号：4N-1 长沙福天藏郡院子三期项目定位策划

（1）任务描述

【背景资料】

福天藏郡院子项目位于芙蓉南路与高云路交汇处，暮云板块，地铁1号线（尚双塘站）距项目2公里以内，装修状况：毛坯建筑类别：小高层，总户数：3613户，占地面积：313,362平方米，建筑面积：704,569平方米，绿化率：40.02%，容积率：2.04，开发商：湖南福天桦郡置业有限公司，物业公司：长沙弘裕物业管理有限公司。银行有中国银行、建设银行、招商银行、工商银行等多家银行。交通便利，周边设施完善，环境好。

福天藏郡院子最大的亮点是在产品设计上投入大量的心思与情感，创新、审美、细腻度方面，可以说是完胜其他楼盘。把高端改善产品独享的“庭院”搬上楼，每一个户型都自带私属的空中花园，采用错层设计，每一户都拥有约6米挑高庭院，可270°无遮挡观景，体验感别具一格。阳台包括种植区+休闲区+自留绿地区三大区域，三大区域彼此独立又自成一体，功能性强且私密有保障。为了减少业主的压力，后期所有的植被有专门的滴灌与维护系统，坐在家，不用自己动手，便能实现自动感应浇水。另外福天还联合清华大学产学研实践平台成立未来立体生态建筑（国际）创新中心，致力于空间（Space）、智能（Smart）、服务（Support）三大板块，将更多自然空间、活动空间、社交空间，由室外延伸至室内，引领长沙未来人居新风尚。这一理念，体现在项目上，最明显的特点就是：把街巷和庭院同时运用到空中，房屋建在街巷两边或院落四周！这意味着，除了在家里独享“院子式”的快乐，还有公共院落的休憩空间。

福天·藏郡院子是福天兴业集团落子长沙的匠心力作，依托福天藏郡70万方

大盘之势，聚合长郡与沃尔玛资源，于融城核芯之上、芙蓉南路旁，创造性的引入“3S 生态智能创新建筑”，以 18 万方建筑规模，为长沙原创一座垂直森林大宅，开启长沙人居新时代。

项目名：福天藏郡院子

开发商：湖南福天桦郡置业有限公司

项目准确地址：芙蓉南路 4 段 107 号

项目用地性质：商住用地，商业 40 年，住宅 70 年，商住比：4.5%：95.5%

交楼时间：一期 2024 年 9 月交房；二期 2024 年 12 月交房；三期预计 2025 年 1 月交房；

项目车位数、车位配比：总共 3676 个，其中地面停车位 406 个，地下 3270 个,车位比：1：1.58；

物业公司：长沙弘裕物业管理有限公司

物业费：3.5 元/平方/月；绿化率：40.02%；总栋数：23 栋



图 1 福天藏郡院子区位图



图 2 目规划效果图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评价标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5 分），方案不违背职业道德与营销伦理（5 分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5 分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5 分）。	
作品	卷容格式	3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字

(80分)	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	数不少于1500字，每少50字扣1分
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB模型分析	8	F卖点（2分）、A优势卖点（2分），B客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	
		目标客户需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求分析（3分），分析正确表述清晰（4分）	
		物业档次及类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型定位（2分）	
		市场形象定位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼（3分），有项目整体市场形象表述（4分）	
	创新方面		5	方案有一定新意，见解独到	
	小计		100		

试题编号：4N-2 长沙福天藏郡院子三期项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

项目位于长沙市主干道芙蓉南路四段，当然，商业方面项目自带10万方复合商业，除此之外，周边还有友阿奥特莱斯、环宇城、步步高广场、麦德龙等地标商业体，满足日常所需。

交通方面，项目紧邻的芙蓉路，是贯通长沙南北的黄金主干道，可快速直达省府板块、侯家塘商圈、五一广场等地。

同时，项目距地铁1号线尚双塘站（约1.3公里）、地铁7号线在营销中心设有站点（已启动建设），未来有双轨道交汇。项目周边自然人文景观十分丰富：福天藏郡院子还有独特之处在于，自带30亩私家山体公园和1000米环山步道，

就在小区里！

未来，在家是花园，在小区是公园；无论是空气环境，还是日常的锻炼都是好去处，老人孩子也有了更多的活动空间。

福天·藏郡院子，最大的亮点就是自带长郡九年制教育配套。开发商全额出资建造的全日制公办九年一贯制学校——长郡天心实验学校，小学部于 2018 年 9 月、初中部于 2019 年 9 月已正式开学。

项目处于长株潭融城商圈，并且自带十万方的复合商业，目前世界 500 强零售巨头沃尔玛已正式签约进驻福天·藏郡广场。伴随沃尔玛进驻，区域将迎来第一家真正意义上的世界级超市，通过汇聚购物、休闲、娱乐、餐饮等功能，为周边市民提供多样的繁华生活范本。让业主们实现下楼即享购物全世界，上楼即可回家的都市生活体验。

外部配套成熟：3 公里内有友阿奥特莱斯、环宇城、步步高广场、麦德龙等成熟商业。

福天藏郡院子距离湘雅五院，仅有 2 公里，根据项目设计与规划方案，该院总占地 201 亩，总建筑面积 60.28 万平米，计划总投资 56.56 亿元，设计总病床数约 2500 张。湘雅五院建成将是国内一流、国际知名的综合性三甲医院，建成为亚洲最大的单体医疗建筑之一。湘雅医院在长沙人的心中，代表着湖南最高水平的医疗机构，湘雅五院的建成，将大大提升暮云区域的医疗条件，而且位于长株潭融城核心区域。可以很好的为福天藏郡院子的业主提供优质的医疗服务。

主力客户类型一：为周边企业员工，来自项目周边各类企业，工作便利，同时看好该区域的发展。

主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚参加工作不久，迫切需解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2022 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20 分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务 (5 分)，方案不违背职业道德与营销伦理 (5 分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记 0 分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致 (5 分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务 (5 分)。	
作品 (80 分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于 1000 字，每少 50 字扣 1 分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然（排列至一、（一）二级标题即可）	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析（4 分）、消费者需求分析（4 分）、旺市与淡市的判断（2 分），分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标（2 分），分析并提炼项目卖点（4 分），总结概括推广主题（2 分），确定整体推广手段（2 分）	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段（4 分），时间长度安排合理（4 分）	
		制定分阶段推广策略	确定各阶段推广目标（4 分），制定各阶段推广主题，创作一条主打广告语（8 分），设计各阶段推广宣传方式（4 分），有具体在推广活动安排及媒体选择（8 分）（包括公关活动、促销活动、媒介选择，要求至少 1 种公关宣传活动、2 种类型的促销活动、2 种以上的媒介	

				宣传安排。)	
		经费预算	7	有经费预算与分配表(4分) 费用预算合理,可行(3分)	
		创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
		小计	100		

试题编号：4N-3 长沙福天藏郡院子三期项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米,配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑,一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字,
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体封面完整	2	要素具备(名称、策划者、时间)	

分)	内容	前言	2	简述策划的背景、目的、方案主要内容	每少 50 字扣 1 分
		目录	3	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		推广费用及媒体费用预算	13	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分),媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分),活动经费预算合理可行,分配妥当(5分)	
		媒体组合策略	18	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应,具有可行性(4分),明确主要媒体和辅助媒体(4分),要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)	
		媒体投放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台(5分),明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体(每阶段3分),制定各类媒体分配比例及费用预算(4分);制定各阶段媒体投放比重及费用预算(4分)	
		媒体效果评估	3	来电量、来访人数、成交量(每种1分)	
		创新方面	5	方案有新的创意,见解独到	
小计		100			

试题编号：40-1 长沙佳兆业城市广场项目定位策划

(1) 任务描述

【背景资料】

长沙天集容德佳兆业·城市广场(浏阳河国际文化科创基)地位于长沙高铁南站东广场以东,雄踞高铁会展新城核芯位置,距离高铁南站东广场直线距离仅约180米,高铁、地铁、磁悬浮等交通方式近在咫尺,出行便捷。项目毗邻占地200余亩的黎托生态公园,侧卧浏阳河畔,总占地面积182亩,总建筑面积45万平方米,项目总投资约55亿元,项目围绕文化产业和科技创新,充分发挥长沙世界“媒体艺术之都”的优势,以文化创意产业为核心,引入国际化的公共技术和孵化服务平台,吸引国际IP创意设计类企业入驻,打造新的文化创意产业集聚区和文创技术产业园。项目以红旗路高架为界,将分两期建设。一期位于高架以东,将在N03-G081和N03-G082地块分别建设150米级超高层商业楼字数栋,在N03-G09-1、N03-G09-2两地块建设60-80米住宅,二期将在N03-F281地块开发建设200米级超高层商业楼宇。城市广场以国际TOD开发理念,涵盖浏阳河文化艺术中心、LIVEHOUSE、古戏台、潮流IP配套、文化街区等复合业态,

以文化产业 IP 为内核，打造“四大国际 IP”：集国际 IP+影视演艺文化艺术中心、国际 IP+科技金融中心、国际 IP+时尚场景经济中心、国际 IP+艺术教育中心为一体的国际 IP 产业中心。



图 1 佳兆业城市广场鸟瞰图

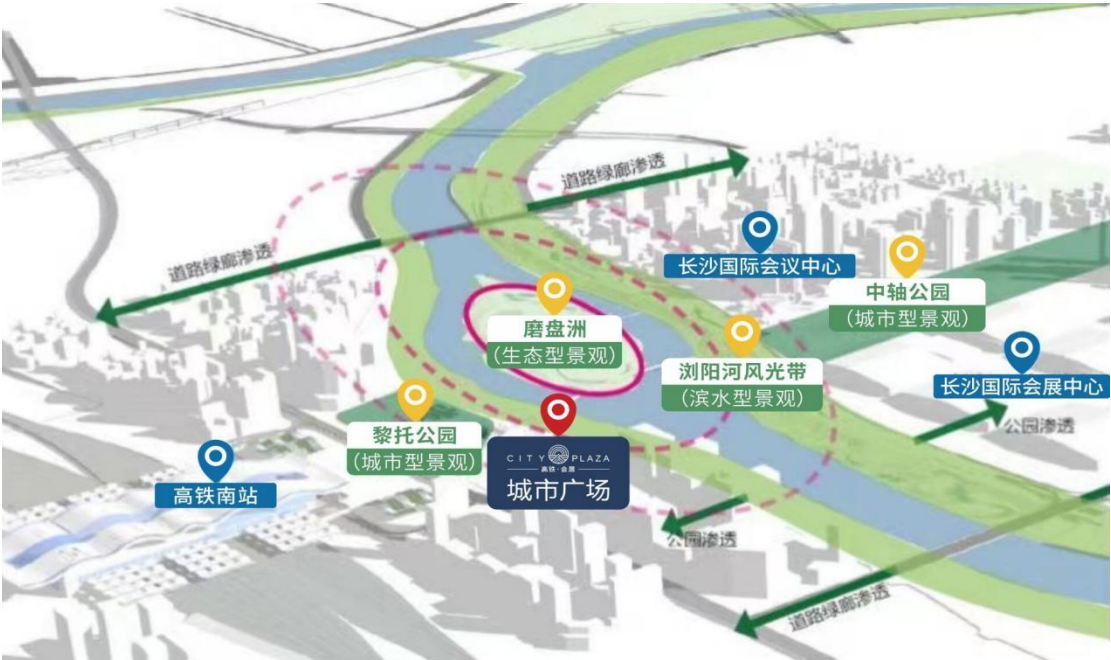


图 2 佳兆业周边配套设施图

【测试任务】

开发商对项目确定了高端形象、高销售率的营销目标。请按照房地产项目市场定位的方法和要求为该项目进行策划，并撰写出格式正确、主题明确、内容完

整、思路清晰的定位策划方案（字数要求 1500 字以上）。其具体内容包括项目 SWOT 分析、FAB 模型分析、市场细分与确定目标市场、目标客户分层、目标客户需求分析、物业档次定位、物业类型定位、项目形象定位等几个方面。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评价标准

评价内容		配分	考核点	备注	
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务（5分），方案不违背职业道德与营销伦理（5分）。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致（5分）；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务（5分）。		
作品 (80分)	卷容格式		3	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1500字，每少50字扣1分
	文字表达		3	流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	3	要素完整（策划名称、策划者、策划时间）	
		目录	3	排列有序（2分）、一目了然（1分）（排列至一、（一）两级即可）	
		项目概况	2	项目背景概括全面，阐述得当	
		市场分析	10	分析内容完整（6分），表述清晰（4分）	
		SWOT 分析	8	优势（2分）、劣势（2分），机会（2分）、威胁（2分）分析较为准确	
		FAB 模型分析	8	F 卖点（2分）、A 优势卖点（2分），B 客户价值（4分）分析较为准确	
		市场细分	5	正确的细分参数选择（2分），对细分市场命名（3分）	
		确定目标市场	6	细分市场评估（3分），目标客户分层（3分）	

	目标客户 需求分析	10	有物质需求分析（3分），有精神需求 分析（3分），分析正确表述清晰（4）	
	物业档次及 类型定位	4	有物业档次定位（2分），有物业类型 定位（2分）	
	市场形象定 位	10	有核心卖点总结（3分），有概念提炼 （3分），有项目整体市场形象表述（4 分）	
	创新方面	5	方案有一定新意，见解独到	
小计		100		

试题编号：40-2，长沙佳兆业城市广场项目市场推广策划文案

（1）任务描述

【背景资料】

项目位于长沙市雨花区浏阳河畔，与长沙高铁南站一步之遥，区位优势明显、交通便利且拥有得天独厚的景观资源。且处于政府重点打造的高铁新城片区片区，将深厚的历史底蕴与现代城市核心活力完美融合，区域价值无出其右。地块交通便捷，雨花大道、香樟东路与城市主动脉相接，高铁南站联动现代都市生活新节奏。

项目主打的产品为复式住宅，简单来说就是局部挑空，层高6米，这就为后期交房后业主搭板形成两层空间创造了条件。在出让条件中，这个项目的住宅是限高60米的，如果按这个高度做复式住宅无论如何这个项目的容积率是做不满的。不过，这个项目既然是产业勾地，那么就有条件可以谈，从实际操作中我们看，这个项目是把部分产品做到了100米限高之后，才容纳下了这么多面积的。住宅分了两个地块，北侧地块面积稍小，用地面积30331平方米，容积率2.44，居住面积71256平方米，住宅共524套，沿河3栋是17层的高层，而西侧的4栋则规划为28/31层的高层。南侧地块用地面积34486平方米，容积率2.69，居住面积88279.48平方米，住宅655套，沿河3栋规划为20层的高层，西侧5栋规划为33层的高层。项目的住宅地块是东西进深短，而南北进深长，这种地形是比较吃面积的，可以排布下较多面积。

政府投资600亿，定位“长沙新门户、产业新高地、城市新地标”堪比深圳北。

全国唯一集“枢纽+机场+会展+生态+自贸区”五核优势为一体的高铁新城。

区域潜能无限，前景不可估量。

项目步行可达高铁南站，一站式换乘地铁 2/4 号线。

京广高铁、沪昆高铁高铁南站相汇，快速纵横中国。

磁悬浮列车连接高铁南站及黄花国际机场，快捷出行。

600 米浏阳河风光带（项目段），繁花流水交相辉映。

约 11 万方黎托生态公园（在建），四季与绿茵琴瑟和鸣。

约 15 万方磨盘洲公园（在建），自然与生活，美好与共。

醇熟商业：3 公里范围内汇聚吾悦广场、保利 mall、天虹 mall、绿地商业（规划）、明昇商业（规划）等，繁华商业配套，激发未来无限潜力。

城市医疗：规划 9 处医疗资源，含 6 所医院、2 家康体医疗城，1 处社区卫生服务中心，其中规划的川河医院距离本项目约 1.6 公里。

主力客户类型一：为周边企业员工，来自项目周边各类企业，工作便利，同时看好该区域的发展。

主力客户类型二：为长沙市事业单位员工，在项目附近的事业单位工作，已有住房，但需要更好的改善型住房。主力客户类型三：刚参加工作不久，迫切需解决住房问题，同时看好区域发展前景。

【测试任务】

项目将于 2022 年在长沙面市，请根据住宅项目营销推广策划流程为其制定一份推广策划书。策划书要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性（字数要求 1000 字以上）。

（2）实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

（3）考核时量

本试题考核时间为 180 分钟。

（4）评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背职业道德与营销伦理(5分)。	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的策划方案符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少于1000字,每少50字扣1分。
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素完整(策划名称、策划者、策划时间)	
		摘要	简述策划的背景、策划目的、策划方案主要内容	
		目录	排列有序、一目了然(排列至一、(一)二级标题即可)	
		营销环境分析	包括影响项目推广的政策环境分析(4分)、消费者需求分析(4分)、旺市与淡市的判断(2分),分析比较透彻、基本到位	
		制定项目的整体推广策略	确定整体推广目标(2分),分析并提炼项目卖点(4分),总结概括推广主题(2分),确定整体推广手段(2分)	
		划分营销阶段	划分三个以上营销阶段(4分),时间长度安排合理(4分)	
		制定分阶段推广策略	确定各阶段推广目标(4分),制定各阶段推广主题,创作一条主打广告语(8分),设计各阶段推广宣传方式(4分),有具体在推广活动安排及媒体选择(8分)(包括公关活动、促销活动、媒介选择,要求至少1种公关宣传活动、2种类型的促销活动、2种以上的媒介宣传安排。)	
		经费预算	有经费预算与分配表(4分)费用预算合理,可行(3分)	
	创新方面	5	方案有一定新意,见解独到	
小计		100		

试题编号: 40-3, 长沙长沙佳兆业城市广场项目媒体策划文案

(1) 任务描述

【背景资料】

见前介绍

【测试任务】

请根据以上资料为其设计撰写一套格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性的媒体策划方案。其具体内容必须包括客户分析、媒体选择、媒体组合、媒体投放、费用预算、效果评估等方面。

(2) 实施条件

项目	基本实施条件	备注
场地	测试场地不少于 70 平米，配置办公桌 30 张	必备
设备	每张桌子一台电脑，一个场地另配两台打印机	必备
人员	每个场地配备监考人员 2 名	必备

(3) 考核时量

本试题考核时间为 120 分钟。

(4) 评分标准

评价内容		配分	考核点	备注
职业素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分)，方案不违背职业道德与营销伦理(5分)	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	职业能力	10	方法得当、思路清晰，对背景资料分析透彻、细致(5分)；撰写的策划方案符合要求，能在规定时间内完成任务(5分)	
作品 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求	策划方案字数不少800字，每少50字扣1分
	文字表达	5	表达流畅、条理清楚、逻辑性较强	
	具体内容	封面完整	要素具备(名称、策划者、时间)	
		前言	简述策划的背景、目的、方案主要内容	
		目录	排列有序(2分)、一目了然(1分)(排列至一、(一)两级即可)	
		推广费用及媒体费用预算	总推广费用所占比例符合项目性质与市场行情(3分)，媒体费用采用预算与分配表的方式来体现(5分)，活动经费预算合理可行，分配妥当(5分)	
		媒体组合策略	媒介选择符合消费者媒介接触习惯、与经费预算、广告目标相适应，具有可行性(4分)，明确主要媒体和辅助媒体(4分)，要求使用5种以上不同的媒介方式。(每种合适媒介2分)	

	媒体投 放方案	24	明确每类媒体的具体投放平台（5分），明确不同阶段的主要媒体和辅助媒体（每阶段3分），制定各类媒体分配比例及费用预算（4分）；制定各阶段媒体投放比重及费用预算（4分）	
	媒体效 果评估	3	来电量、来访人数、成交量（每种1分）	
	创新方面	5	方案有新的创意，见解独到	
小计		100		