

# 2023年资金管理工作计划 预售资金工作计划(精选5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。相信许多人会觉得计划很难写？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 资金管理工作计划篇一

- 1， 前言——本次市调的背景、动机、运用手段、目的等；
- 2， 市场分析
  - (1) 当前市场分析（开发总量、竣工总量、积压总量）
  - (2) 区域市场分析（销售价格、成交情况）
- 3， 近期房地产的有关政策、法规、金融形势
- 4， 竞争个案项目调查与分析
- 5， 消费者分析：
  - (1) 购买者地域分布；
  - (2) 购买者动机
  - (3) 功能偏好（外观、面积、地点、格局、建材、公共设施、价格、付款方式）
  - (4) 购买时机、季节性
  - (5) 购买反应（价格、规划、地点等）

## (6) 购买频度

# 6, 结论

## 1, 地块状况:

### (1) 位置

### (2) 面积

### (3) 地形

### (4) 地貌

### (5) 性质

## 2, 地块本身的优劣势

## 3, 地块周围景观前后左右, 远近景, 人文景观, 综述)

## 4, 环境污染及社会治安状况 (水、空气、噪音、土地、社会治安)

## 5, 地块周围的交通条件 (环邻的公共交通条件、地块的直入交通)

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

## 7, 地块地理条件的强弱势分析 [swot坐标图、综合分析)

## 1, 投资环境分析

### (1) 当前经济环境 (银行利息、金融政策)

(2) 房地产的政策法规

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

2, 土地建筑功能选择（见下图表）

3, 现实土地价值分析判断（以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照）

4, 土地延展价值分析判断（十种因素）

5, 成本敏感性分析

(1) 容积率

(2) 资金投入

(3) 边际成本利润

6, 投入产出分析

(1) 成本与售价模拟表

(2) 股东回报率

7, 同类项目成败的市场因素分析

(一) 市场调查

1、项目特性分析（优劣势判断，在同类物业中的地位排序）

2、建筑规模与风格

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

4、装修和设备（是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯）

## 资金管理工作计划篇二

评估增量项目，做好预测（落实到时间点：几月份/第几周）

1、今年要不要扩大生产规模，扩张的幅度及带来的影响；

3、今年有没有设备更新（维持原有产能），基础设施改造、升级；

4、银行贷款、民间借款、集资款等——还本、付息；

5、股东、股权激励等——分红；

6、各种成本、费用指标和标准的异动，及采购信用政策异动，带来巨大利润及资金波动；

7、各种产品上下市及价格异动，信用政策异动，带来巨大利润及资金波动；

8、潜在的现金流损失（诉讼、赔偿、召回等）；

9、经营资金净增： $\text{利润} + \text{折摊提费用} - \text{平滑资金增长比例}$ ；

10、其他资金增加：投资收益分红及政府补贴。

## 资金管理工作计划篇三

（一）销售节奏的制定原则：推广销售期指从市场导入开始至

产品开盘销售，较大规模的项目一般持续3x4个月的时间，因为x项目一期体量较小，建议以2个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定；另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1. 推广销售期安排3x4个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。
2. 鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。
3. 开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

## (二)x销售节奏安排：

年10月底—20\_\_年12月，借大的推广活动推出x项目

年12月底—20\_\_年1月初，召开产品发布会，正式启动某项目，同时策划师对市场进行第一次摸底。

年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。

年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

## 二. 销售准备 (20\_\_年1月15日前准备完毕)

### 1. 户型统计：

由工程部设计负责人、营销部x共同负责，于20\_\_年12月31日前完成

鉴于x项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

## 2. 销讲资料编写：

由营销部x□策划师负责，于20\_\_年12月31日前完成

x项目销将资料包括以下几个部分：

购买x的理由：产品稀缺性销讲

基本数据□x的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费；涉及到设计单位的，由其出具销讲材料。20\_\_年12月31日前，由\_\_整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在20\_\_年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料。20\_\_年12月31日前，由\_\_整理后，作为材料工艺说辞。

客户问题集：以答客问形式书写，针对英郦庄园的优劣势，做出销讲解决办法。

样板区销讲：

不利因素公示

## 3. 置业顾问培训：

由营销部x负责，培训时间从20\_\_年11月底—20\_\_年1月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间：20\_\_年11月底—20\_\_年12月初

建筑、景观规划设计培训，时间：20\_\_年12月初

工程工艺培训，时间：20\_\_年12月初

样板区、样板房培训，时间：20\_\_年1月9日

销售培训，时间：20\_\_年12月—20\_\_年1月出

## 2. 预售证

由销售内页负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 3. 面积测算

由销售内页负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 4. 户型公示

由于x项目户型种类繁多，户户均不同，所以在销售前应准备户型的公示，方便客户选房，避免置业顾问出错。

由策划师负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 5. 交房配置

由工程设计线蒋总负责，于20\_\_年1月10号前完成

## 6. 一公里外不利因素

由策划师负责，具体调研后，与销售经理x会商后，于20\_\_年1月10号前完成，分析总结后，作为销售时重点关注的抗性，专门进行培训。

## 三. 样板区及样板房

## (一) 样板区

1. 样板区范围：考虑到x项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将x售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。（注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区）

2. 样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3. 样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的包装方式和具体要求；

确定y区道路沿线灯光布

布置方案，灯具选型要求和效果交底；

明确样板区工程施工、营销包装整体和分步实施节点、任务分解；

具体见附后(参观园线说明)

## (二) 样板房

1. 样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英郦庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1#楼平层、底跃各一套。

2. 样板房作用：考虑到x项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3. 样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责□x跟进协调。样板房应于20\_\_年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部x负责，。

#### 四. 展示道具

包括沙盘模型、户型模型、户型图的制作：

1. 沙盘模型□x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

2. 户型模型□x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

3. 户型图□x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

#### 五. 价格策略

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师和销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同x写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于20\_\_年1月10日提出销售价格表和 sales 政策。

## 六. 推广:

20\_\_年10月底前确定广告推广公司, 20\_\_年11月底前出具具体的推广方案。

## 资金管理工作计划篇四

\_\_房地产公司在董事会的领导下, 经过全体员工的努力, \_\_年的各项工作取得了丰硕的成果, \_\_\_\_品牌得到了社会的初步认同。总体上说, 成绩较为喜人。为使公司的各项工作在新的一年里更上一个台阶, 特制定本方案。

### 一、总体经营目标

1. 完成房地产开发面积\_\_万平方米。
2. 实现楼盘销售额\_\_万元。
3. 完成土地储备\_\_亩。

### 二、总体经营目标的实现

为确保\_\_10年度经营目标的实现, 各部门需要做好如下工作。

#### (一) 完成\_\_项目开发及后期销售工作

\_\_项目是省、市的重点工程。市委、市政府对其寄予了殷切的期望。由于该项目所蕴含的社会效益和经济效益, 我们必须高质量完成。因此, 公司做出如下计划。

1. 确保一季度\_\_工程全面开工, 力争年内基本完成一期建设任务

\_\_项目一期工程占地面积为\_\_亩, 总投资\_\_亿元, 建筑面

积\_\_万平方米。建筑物为\_\_商业广场裙楼、\_\_大厦裙楼和  
一栋物流仓库。

### (1) 土地征拆工作

春节前后务必完成第一期工程的土地征拆工作□x月份完成  
征地摸底调查□x月份完成征地范围内的无证房屋拆迁□x月份  
完成征地范围内有证房屋拆迁及国土储备中心土地和集体土地  
的征收工作。

### (2) 工程合同及开工

x月份签订招投标代理合同，工程进入招投标阶段□x月份确定  
具有实力的施工企业并签订施工合同，确定监理企业并签订  
监理合同□x月份工程正式开工建设。

### (3) 报建工作

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计□x月份完成  
方案图的设计□x月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工  
程部应善于协调与相关部门的关系，不得因报建拖延而影响  
工程如期开工。

## 2. 全面启动细化\_\_项目招商工作

招商工作是\_\_建成后运营的重要基础。该工作开展得顺利与  
否，也直接影响企业的楼盘销售。因此，在新的一年里必须实  
现招商\_\_户。

### (二) 加快\_\_项目、\_\_项目的施工速度

协调与施工单位的关系，加快\_\_项目、\_\_项目的施工速度，  
确保\_\_项目的一期工程、\_\_项目的二期工程在x月底前完成竣  
工验收。

### (三) 完成\_\_项目、\_\_项目的销售工作

\_\_项目、\_\_项目已全部竣工完成，为了迅速实现资金回流，结合项目所处地段及同类项目的价格，可以考虑采取适当的优惠措施，提高成交量。今年的目标销售额为\_\_万元，销售率达到\_\_%。

### (四) 参加土地招标

项目开发部要根据公司的实际情况，积极参与土地的招投标工作，确保企业土地储备达到\_\_亩以上。

## 资金管理工作计划篇五

马上就要结束了，在过去的20中，我们公司做的一直很好，很好的顶住了金融危机的压力，在经济最困难的一年里，我们公司还是取得了业绩不小的进步，这就尤为可贵了，所以我们公司必须要好好的总结一下，总结过去一年工作的经验，以便在来年中取得更好的进步。

为了适应新形势下的发展，财务审计部建立健全和完善落实了各项财务规章制度。由于公司的性质发生改变，要求公司的财务规章制度要进行重新修订和完善。根据市局（公司）的财务制度，结合公司的实际情况，组织汇编了\*\*集团的财务制度。为了总结经验教训，更好的完成的各项工作任务，我部就财务、审计方面的工作作出总结如下：

### 一、审计方面的工作

1、根据市局财务审计工作会议精神，对财务审计部工作的提出要求

(1) 继续巩固推行财务管理模块，加强财务人员的管理意识和责任心，充分发挥财务管理的职能作用。在全面实施信息

化管理的同时，要求我们财务人员要利用的时间和精力参与企业管理，每周必须下各核算的公司了解业务运行情况，发挥主观能动性，多为经营者提供有参考价值的信息和建议，这一要求作为2011年目标考核的主要指标来考核。

(2) 全员树立财务管理是企业管理的核心思想，增强危机感、紧迫感和责任感，加强学习，努力提高自身素质，适应新形势下财务工作的要求。

## 2、全面迎接国家审计

为了迎接国家\_的全面检查，根据市局（公司）审计重点，我部门对12月31日的财务收支进行了复查，并结合内审工作实际，紧紧围绕集团公司的热点、重点、难点问题开展工作，充分发挥财务的监督和服务职能，及时为集团公司领导提供决策依据，并对审计将涉及财务方面的工作进行了具体的安排和布置。

## 3、财务的审计、监督岗位

我们为加强集团公司财务工作的审计和监督职能，今年面向社会招聘了四位从事财务工作多年，经验丰富的财务人员，充实加强财务的审计、审核及财务管理工作岗位。明确了四位同志的工作职责和范畴，要求尽快修订完善本部门各个财务岗位责任制及考核办法，为提高财务工作的质量和效率打下坚实的基础。

## 4、制定并学习了《财务审计部岗位责任制考核办法》

为了更好地履行总经理赋予的职责，加强（集团）公司财务管理和稽核检查力度，规范集团财经秩序和调动广大财务人员的工作积极性和责任感，财务审计部特制定了《财务审计部岗位责任制考核办法》，通过大家认真地学习和讨论，积极思考，并赞同严格按照目标考核办法认真履行自己的工作

职责。