



房地产项目 开发与策划

何子干 编著



国防工业出版社

National Defense Industry Press

房地产项目开发策划

何子干 编著

国防工业出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书讲述了国内房地产开发与策划的最新理论、观点和应用实例,共布局 11 个章节,涵盖了基础定义、项目选址、心理消费承担、VI 和产品设计、销售流程、住宅和商业房地产开发、项目定价、成本分析和控制、品质包装及前期物业管理等内容。通过丰富的项目实战,揭示了当前房地产项目开发建设的全流程,展示了我国房地产开发建设从无到有,从小到大,从国营到民营,从一波波围地风潮到一轮轮品质竞争和一番番价格的飙升,进而成为国家经济支柱行业的历史进程。

本书可作为普通高等教育房地产开发与建设,土木工程及工程管理和相关专业的大学本科教材,也可作为房地产开发公司、建设市场管理部门和项目策划和销售人员等的培训教材和参考用书,还可作为房地产从业人员的工具书和消费者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

房地产项目开发与策划/何子干编著. —北京:国防工业出版社,2008.7

ISBN 978-7-118-05796-6

I. 房... II. 何... III. ①房地产—开发—中国
②房地产—策划—中国 IV. F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 095992 号

※

国防工业出版社出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100044)

北京奥鑫印刷厂印刷

新华书店经售

*

开本 787×1092 1/16 印张 16 字数 368 千字

2008 年 7 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—3000 册 定价 40.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店: (010)68428422

发行邮购: (010)68414474

发行传真: (010)68411535

发行业务: (010)68472764

序 言

房地产作为国家经济的支柱产业,已越来越得到社会的重视。一方面它提升了国家经济板块的活跃空间,另一方面它还承载着“居者有其屋”的历史责任。从人本主义的理念出发,公平的价值取向、公道的价格定位、公开的竞争氛围,直接和间接地演绎着计划经济与市场模式对接中的双重效应。纵观我国房地产业从无到有,从小到大,从国营到民营,一波波围地风潮,一轮轮品质竞争,一番番价格的飙升与掳取,无不突显出这个产业中的规则不确、分类不细、取值不公,导致市场紊乱与纠纷频发。阅过何子干先生的《房地产项目开发与策划》一书,许多问题得到解答。可以说:这是一个有实际开发经验的教育者,从多年历练中总结提炼的心血之作,许多观点表达了作者的切肤之痛、肺腑之言。本书介绍的内容,从基础定义到心理消费承担;从项目选址到 VI 策划细分;从产品设计到产品销售流程;从住宅开发到商业地产谋断;从项目定价到成本控制方式;从品质包装到前期物管递补;无不涵盖和彰显了一个资深从业者和所曾经工作过的房地产开发公司的智慧、经验乃至教训。对有志参与日趋壮大、日臻完善的中国房地产业的人士有着很好的借鉴。但愿此书能成为大家得心应手的工具。

全国政协常委、全国工商联副主席、
大连万达集团股份有限公司董事长

——王健林



前言

编著本书,目的有三。一是基于一个学者的道德与良心;二是出于对产业市场从主观到客观的规范原则的期待;三是想对未来有志投身房地产业的企业家、策划人士、经营阶层及资本或风险投资商提供友善和理性借鉴。

纵观现今房地产业的兴衰与成败,无不凸显出机遇与实力。换言之,有机遇者无资本和谋划实力,项目流产的结局甚多;有实力无项目机遇或者是本土资源的会聚整合能力差也可能功亏一篑。大凡成功者俱是两者皆备的结果。

本书强调的是理性、科学、规范地应对中国房地产市场的未来发展,着力规避类似美国次贷危机和其包裹的金融衍生产品对个人、行业和国家金融体系的伤害。认真总结中国房地产市场在过去发展中的基本规律、经验与教训,使读者在阅过本书后对房地产业的发展流程、基本规律、取值思维、政策规范有一个较为清晰的认识。基于本人的经验与教训,想以此书达成穿云拨雾的直接效应,就如一句古语云:“洛阳亲友如相问,一片冰心在玉壶”。

我以为:与房地产发展有关的八大特点是读者与从业者要认真加以析解的。一是项目的唯一性。由于时空的不同,消费者的差异,房地产项目具有不可完全替代和复制的特点,即:此时的成功不能完全保证彼时的胜利;A地的清盘不能完全解决B地尾盘销售的困境;南方的消费者的想法不能替代北地的消费者的思维。二是地域的针对性。房地产项目尤为讲求区位优势,镇、区、县、市与省会城市、直辖市、首都都有不同的特点,因地制宜,优化组合是制胜的法宝。三是政策的规范性。房地产业在我国的转型成长不过20多年,随着政治经济和文化的快速发展,中央的宏观政策和地方法规也在不断调整优化,城市的定位和中长期规划也在探索和修正中,各种强制性规范的相继出台,从各地楼盘大战到楼市天下大治的格局正在形成之中,对政策的前瞻性预期和了解尤要重要。四是价格的期许性。地域跨度大,气候从北到南经历温带和热带,民族众多,习惯、风俗传统和人的性格差异甚远,经济发展水平参差不齐,城市发展的未来定位,心理预期都是价格期望值确定的关键,绝无一视同仁之说,房地产项目应“一地一议,一项一议,一事一议”。五是项目的时代性。房地产开发有自身的客观规律,存在合理的开发建设周期和流行风格,项目开发必须与时俱进,反映出最新发展趋势(如设计、材料、规划要求等)和市场需求变化。六是资源的集约性。房地产业属于第三产业——服务业,它整合了国土资源、规划和设计、建材及钢铁、城建和环保、绿化和卫生、工商和税务、劳动和保险、公用和交通及银行和电信等十几个行业及部门的人力和物力资源,带动了相关产业的发展,使城市面貌日新月异,但也

承担了以人为本,以环境为中心,可持续发展的历史责任。这种双向集约就是一把双刃剑,将考验一个弄舞者的必备功力。七是项目的延展性。前期开发建设的胜利顶多只是成功的一半,后期良好的物业管理才是房地产业和开发公司可持续健康发展的关键,两者既有差别,又相互依存,相得益彰。否则,后续品牌的建立将成为一句空话。八是项目的风险性。房地产业具有高投入、高回报、高风险的三高特征。人们往往重视前两高,轻视高风险的存在。理性看待高风险,合理规避风险周期峰值,是项目操作者不可忽略的重要一课。

历时近一年,本人撰写了《房地产开发与策划》一书,希望能提供一本前卫实用的房地产开发教材和参考书。11个章节的内容分述了房地产开发基本知识、房地产策划概述、获取土地使用权、市场调查和购房心理、项目STP策划、产品设计、定价策略、广告策划、项目销售、前期物业管理和房地产项目开发最新动态。涵盖了一个从业者和教育者及曾经工作过的房地产开发公司和其他兄弟公司的智慧、经验乃至教训。本书的一些思考和总结仅作参考。由于篇幅和专业化知识的限制,本书未专门涉及房地产项目资本运作的相关内容,有心的读者可在阅读材料中发现一些蛛丝马迹。事实上,资本运作是房地产项目开发建设成功与否的关键因素之一,其中的许多博弈和实例非常精彩,乃真正的大手笔。

最后,借用伟人毛泽东诗词《菩萨蛮·大柏地》句尾“装点此关山,今朝更好看”作为共勉。

目 录

第1章 房地产开发基本知识	1
1.1 房地产与房地产业	1
1.2 房地产开发经营流程	3
1.3 房地产开发经营的风险与开发项目的可行性研究	6
1.4 房地产开发建设工程经营管理	11
第2章 房地产项目策划概述	15
2.1 策划与房地产项目策划的概念	15
2.2 房地产项目策划的由来与发展	16
2.3 房地产项目策划的本质、地位及其作用	18
2.4 房地产项目策划的程序	21
2.5 房地产项目策划中的创新问题	21
2.6 房地产项目策划业的未来发展	24
2.7 选择房地产策划机构	24
第3章 获取土地使用权	26
3.1 房地产开发地段的选择	26
3.2 开发商获取土地的方式	29
3.3 参加土地竞买	33
3.4 基础设施与房地产开发的关系	36
3.5 土地储备问题	37
第4章 购房者心理与行为分析和市场调查	39
4.1 消费者心理过程	39
4.2 购房者个性心理分析	41
4.3 社会因素、家庭因素对购房的影响	45
4.4 购房者行为模式分析	49
4.5 房地产项目市场调查概述	52
4.6 市场调查内容	55
4.7 市场调查方法	58
4.8 调查问卷设计	61
4.9 市场调查资料整理与数据处理	63
4.10 市场调查问卷的成功及失误	66
4.11 开发商与市场调查机构的合作	67
阅读材料1 沈阳房地产市场动态	69
阅读材料2 大连市居民住房状况与需求市场调查问卷	70

第5章 房地产项目 STP 策划	74
5.1 房地产项目市场细分	74
5.2 房地产项目目标市场选择	77
5.3 房地产项目市场定位	83
5.4 房地产项目的概念设计	88
5.5 房地产项目的命名与注册	89
阅读材料 深圳宝安电子城 STP 策划	90
第6章 房地产项目的产品设计	92
6.1 房地产项目规划设计概述	92
6.2 住宅选型	97
6.3 建筑风格选择	103
6.4 住宅户型设计	105
6.5 环境景观设计	114
6.6 住宅小区的科技和智能化应用	120
6.7 规划设计中的经济问题	123
6.8 开发商、策划师与建筑师的合作	126
阅读材料 1 浅议城市综合体前期规划设计	129
阅读材料 2 居住小区智能化系统建设要点与技术导则	132
第7章 房地产项目定价策略	136
7.1 房地产项目价格概述	136
7.2 房地产项目基本定价策略	138
7.3 房地产项目的定价工作程序	144
7.4 垂直价差确定	145
7.5 水平价差制定	147
7.6 调价策略	149
第8章 房地产项目广告策划	152
8.1 广告策划流程与广告公司选择	152
8.2 确定广告目标与主题及标题	154
8.3 广告费用预算	158
8.4 广告媒体选择	160
8.5 广告设计技巧	163
8.6 广告质量和节奏及效果评价	166
8.7 广告策划书的编制	169
第9章 房地产项目销售策划	173
9.1 市场营销渠道与推广主题的确定	173
9.2 楼盘形象包装	175
9.3 售楼处与样板房设计	178
9.4 售楼书与售楼模型制作	181
9.5 销售计划与项目开盘	182

9.6 中期销售控制	186
9.7 尾盘销售和滞销应对	187
9.8 房地产项目促销策略	191
阅读材料 大连明珠	194
第10章 前期物业管理	199
10.1 房地产物业管理与经营	199
10.2 物业管理前期介入的含义与作用	202
10.3 物业管理服务标准的确定	204
10.4 设计与施工阶段物业管理前期介入	205
10.5 物业管理队伍的组建	207
10.6 物业管理方案及制度的制订	209
10.7 接管验收与业主入住阶段的物业管理	211
第11章 房地产开发最新动态	218
11.1 我国住宅产业的发展前景	218
11.2 房屋买卖经营管理	218
11.3 建设工程进度管理	222
11.4 建设工程成本控制	227
11.5 城市综合体概述	231
11.6 从“烂尾”工程的历史教训谈投资风险控制和效益最大化	236
阅读材料 房地产成本核算的三大问题	238
附录	240
参考文献	247

第 1 章 房地产开发基本知识

1.1 房地产与房地产业

1.1.1 房地产

1. 房地产的概念和分类

房地产是房产和地产的总称。房地产也称不动产(Real Estate)。房地产在物质上有三种存在形态:单纯的土地、单纯的房屋、土地房屋的综合体。

房产是房屋及其权利的总称。地产是土地及其权利的总称。房地产是由土地、附着在土地上的各类建筑物、构筑物和其他不可分离的物质及其权利构成的财产总体。

房地产按照不同的标准可以划分为不同的类型,房地产大体上可以分为居住房地产、工业房地产、商业房地产、行政房地产、其他专用房地产等。

2. 房地产的特性

1) 房地产位置的固定性

土地是自然生成物,它的位置是不可移动的。房屋建筑在土地上,由此决定了房屋等建筑物也不可移动。房地产位置上的固定性使房地产的使用受到了地理位置的制约和影响。

2) 房地产地域的差别性

房地产地域的差别性使每一宗房地产的价值都不相同。甚至在同一住宅区的相同住宅,或者同一栋楼的同一层中的同一平方米的房屋价值也会有所不同。

3) 房地产的高值耐久性

建筑在土地上的建筑物和构筑物,一般使用期限都很长,一般也要几十年,有的甚至长达上百年。房地产产品作为消费品价值也比较昂贵。

4) 房地产的保值增值性

房地产商品在国家政治、经济形势稳定的情况下,其价格呈不断上升的趋势,即房地产具有保值和增值的性质。房地产的这种性质主要是由于城市土地的性质决定的,土地的有限性、不可再生性使城市土地处于稀缺状态。由于人们对土地需求的日益增加,使房地产产品价格呈上升趋势。

1.1.2 房地产业

1. 房地产业的概念

房地产业是从事房地产开发、经营、管理、服务等行业与企业的总称。房地产业是一个巨大的产业体系。具体说来,房地产业包括土地开发、房屋建设、房屋的维修与管理、土地使用权的有偿转让与出让、房屋所有权的买卖、租赁、房地产抵押、房地产中介咨询等行

为,以及对经济活动进行控制和管理的行为。可以看出这个行业涉及房地产开发建设、流通和消费服务、调控管理等领域的各类经济组织的活动。这些组织和部门之间相互联系、相互依存、相互制约,从而形成一个有机的产业整体。房地产业的主要内容是:

- (1) 土地开发和再开发;
- (2) 房屋开发和建设;
- (3) 地产经营,包括土地使用权的出让、转让、租赁和抵押;
- (4) 房地产经营,包括房产(含土地使用权)买卖、租赁、抵押等;
- (5) 房地产中介服务,包括咨询、估价、测量、服务、服务公证等;
- (6) 房地产物业管理服务,包括家居服务、房屋及配套设施和公共场所的维修养护、保安、绿化、卫生、转租、代收代付等;
- (7) 房地产金融,包括信贷、保险和房地产金融资产投资等。

确切地说,房地产行业包括开发、经营、管理、服务等各个环节或过程的经济活动。各类经济组织和经纪人以及各类技术人员,构成了上述诸要素的有机体系。

2. 房地产业与建筑业的关系

房地产业与建筑业之间既有区别又有密切联系。建筑业是属于第二产业,属于物质生产部门。房地产业则兼有开发、经营、管理和服务等多种性质,属于第三产业。一般将从事房地产开发和经营的企业和组织称为开发商,将从事房屋建设和设备安装的企业称为建筑商和承包商。在项目开发和建设活动中,房地产企业和建筑企业往往形成甲方和乙方的密切合作关系。

1.1.3 房地产开发经营企业的类型

根据企业在房地产开发经营管理活动中经营管理的对象和范围不同,可以把房地产企业分为四大类。

1. 开发经营企业

房地产开发经营企业,是通过市场调查、可行性研究以及其他前期工作和项目工程建设,在一个特定的地点和预期的时间内,把资本转换成房地产商品,然后通过销售回收投资取得利润的企业。

2. 中介组织企业

在房地产投资建设、交易、消费、物业管理等各个环节或阶段中,为当事人提供中间服务的经营活动,就是房地产中介。房地产中介组织运作,一般都是由当事人提出委托,中介机构受理委托并提供特定的服务,最后由委托人依约支付报酬。所以房地产中介是一种有偿的服务性的经营活动。

3. 物业管理企业

物业管理是适应市场经济规律要求的社会化、专业化、企业化、经营型的房地产管理模式。房地产商品的价值不仅直接取决于建造过程中的设计、原材料、设备和装修等的成本费用,还受到使用、维修、地理位置和环境等因素的影响。物业公司的管理不仅能延长房地产商品的自然寿命,提高使用的经济寿命使房地产保值增值,而且能给使用者提供各种服务,满足房地产所有人和使用人的需要。

4. 房地产金融企业

由于房地产投资大、周期长,需要银行等金融机构资金的支持,且房地产又是一种增值和保值的物品,因此银行等金融机构也愿意把资本投向房地产。房地产和金融关系十分密切。房地产开发商与银行等金融机构有良好的合作关系是房地产投资者有巨大经济和经营实力的重要标志。根据银行等金融机构参与房地产经营管理的程度,可以把银行等金融机构划分为:专业性房地产金融机构和非专业性房地产金融机构。目前我国在各商业银行中,都开办了房地产金融业务,并且大都是以房地产信贷部的形式出现。所以在 这里把各种金融机构中专门从事房地产信贷的机构,以及住宅银行,称做房地产金融 企业。

根据经营管理的对象不同可以把房地产开发经营企业分为:

- (1) 专门从事土地和城市基础设施开发的企业。
- (2) 专门从事地上建筑物和构筑物开发建设的房地产开发企业。
- (3) 对房产和地产进行综合开发的房地产开发企业。

按照企业所有制性质不同,房地产开发经营企业又可以分为三类:

- (1) 公有经济的房地产开发企业。
- (2) 合资形式的房地产开发经营企业。
- (3) 各类合作和合资的房地产企业。如住宅合作社形式的房地产开发企业。

1.2 房地产开发经营流程

根据房地产生产和再生产运行顺序,以及各阶段经营管理的内容,房地产开发经营大 体上可以划分为如下 6 个阶段:

- (1) 建设工程项目设立和企业组建;
- (2) 土地使用权的取得(征地与拆迁,视土地生熟情况而定);
- (3) 房地产建设工程项目规划与审批;
- (4) 工程建设与管理;
- (5) 房地产的租售管理;
- (6) 房产证办理和物业管理。

第(1)和第(2)阶段为房地产开发公司的项目准备工作部分,即在报行政机关审 批之前,房地产开发公司应办理好土地出让手续,委托有资质的勘察设计院对待建项目 进行研究并制作报告书,应附有详细的规划设计参数和效果图,并落实足够的开发 资金。

第(3)和第(4)阶段为行政审批及工程建设部分,根据我国当前法律、法规、规章,房地 产建设项目的行政许可程序一般共分 7 个步骤:①选址定点;②规划总图审查及确定规划 设计条件;③初步设计及施工图审查;④规划报建图审查;⑤施工报审和建设;⑥商品房预 售;⑦建设工程竣工综合验收备案。分别叙述如下。

- (1) 选址定点,办理流程如图 1-1 所示。
- (2) 规划总图审查及确定规划设计条件,办理流程如图 1-2 所示。
- (3) 初步设计和施工图设计审查,办理流程如图 1-3 所示。

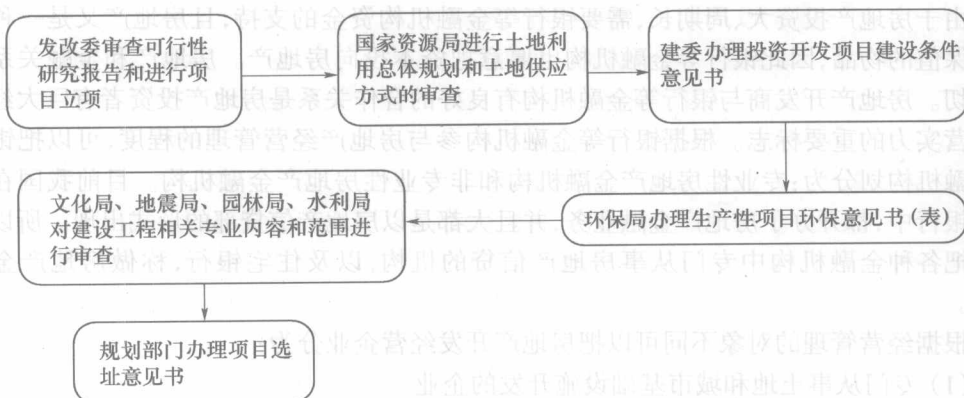


图 1-1 选址定点流程

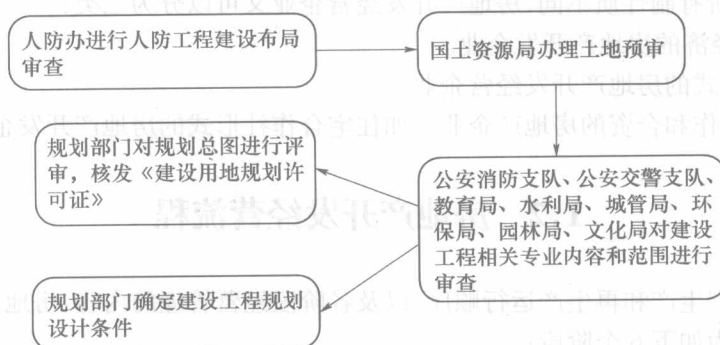


图 1-2 规划总图审查流程

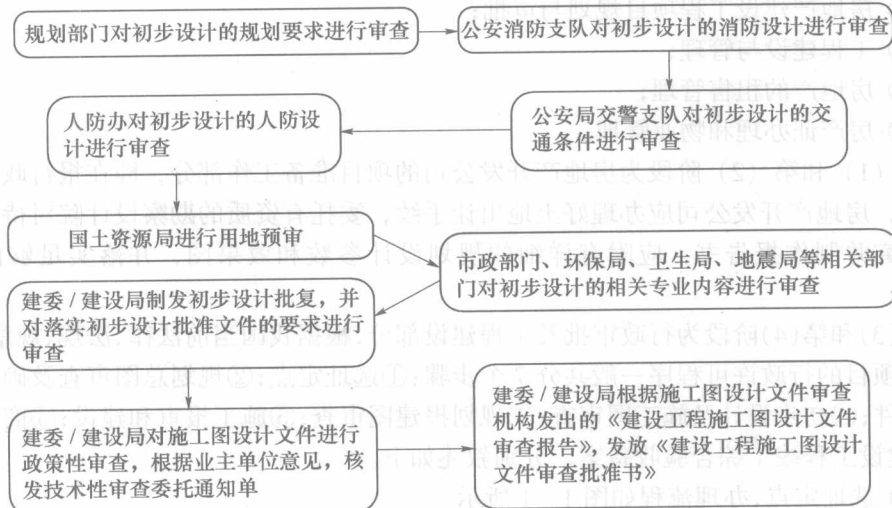


图 1-3 初步设计和施工图设计审查流程

(4) 规划报建图审查,办理流程如图 1-4 所示。

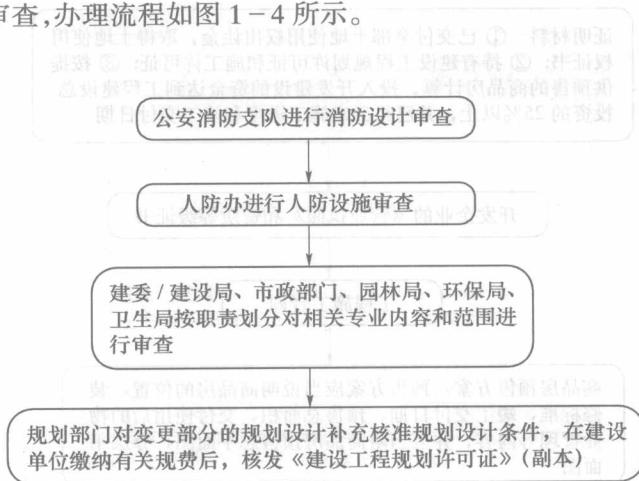


图 1-4 规划报建审查流程

(5) 施工报审和建设,办理流程如图 1-5 所示。

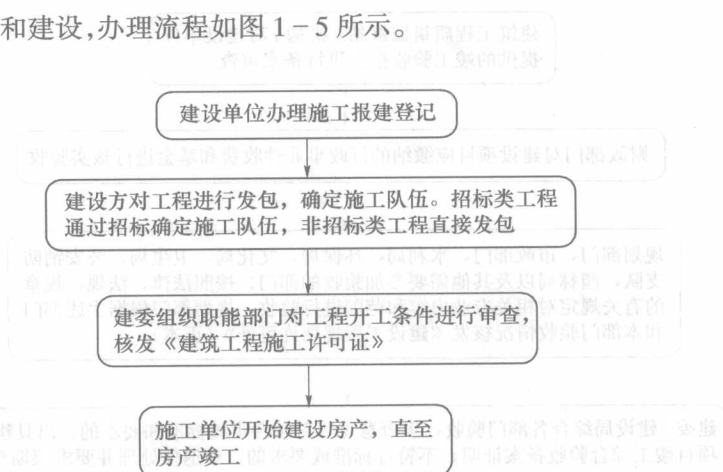


图 1-5 施工报审流程

(6) 商品房预售,由房地产管理部门办理预售登记,核发《商品房预售许可证》,办理流程如图 1-6 所示。

(7) 建设工程竣工综合验收备案,办理流程如图 1-7 所示。

第(5)和第(6)阶段为交房和办理房地产项目权属初始登记阶段,在房管局核准新建商品房所有权,进行初始(大产权证)登记。此阶段开发商应提交材料:申请书;企业营业执照;用地证明文件或者土地使用权证;建设用地规划许可证;建设工程规划许可证;施工许可证;房屋竣工验收资料;房屋测绘成果;根据有关规定应当提交的其他文件。

以上 7 个阶段,需增加或减少的相关事项及申报,各地根据实际情况,会有不同的差异。各个分项审批的时间,绝大部分都少于 15 天,一般在 7 天内。由于各地情况不同,收费明细稍有差异,所以就不明细列表。

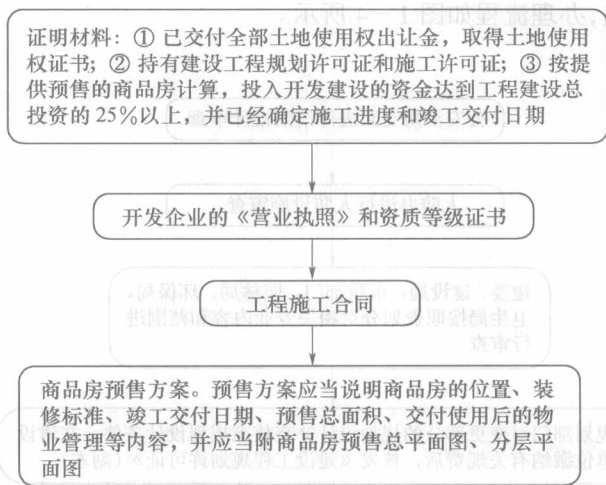


图 1-6 商品房预售流程

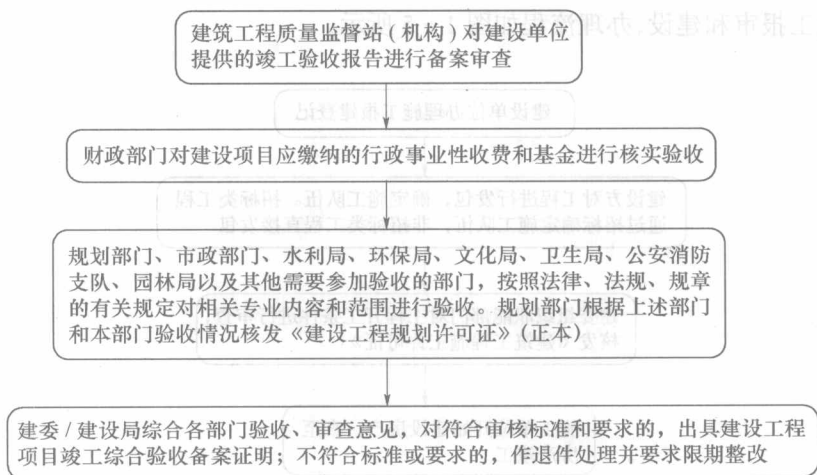


图 1-7 建设工程竣工流程

1.3 房地产开发经营的风险与开发项目的可行性研究

1.3.1 房地产开发经营风险

1. 房地产开发经营风险的成因

任何经营管理活动都是有风险的。所谓经营管理风险，就是经营管理者在经营管理活动中由于受到各种因素的影响，无法实现预期的目标，从而造成经营管理损失或失败的情况。房地产经营管理的特殊性，决定了房地产经营管理具有更大的风险性。

(1) 房地产位置的不动性或固定性，在地域上决定了房地产对市场供求的不可调

剂性;

(2) 房地产投资时间的长期性,决定了房地产经营对市场供求变动的不灵活性;

(3) 房地产投资经营的固定性,决定了房地产投资经营的不易变现性;

(4) 房地产市场信息的分散性,决定了房地产市场的不充分性和变现的困难性。

房地产经营管理风险,在不同阶段有着不同的表现形式和作用。

2. 房地产开发经营风险的类型

为了认识房地产经营管理风险的本质和规律,提高对房地产经营管理风险分析的认识水平,加强对房地产风险的管理,根据一定的标准可以把房地产经营管理风险划分为不同的类型。

1) 房地产经营管理自然风险

房地产经营管理的自然风险,是由房地产经营管理过程中自然灾害,诸如地震、洪水、风暴、火灾等造成的房地产破坏和损害而形成的风险。

2) 房地产经营管理社会风险

房地产经营管理的社会风险,大体上来自两个方面。一是由于政治方面的原因引起的,例如国家政治状况和政治形势的变化,国家的宏观经济政策和房地产方面政策的变革,以及国家和房地产方面法律法规等变动形成的房地产经营管理风险;二是由于集体和个人的不恰当或错误的行为引起的,例如盗窃、抢劫、欺诈等形成的风险等。其中对房地产经营管理影响最大的是国家政治变动和政策法律法规的变动。

3) 房地产经营管理经济和市场风险

房地产经营管理经济和市场风险,是由房地产市场状况的变动引起的,或者说是由市场运行状况的不确定因素引起的。在市场经济条件下,市场是各种经济运行状况的集中表现,市场运行中的各种不确定因素非常多。国内外社会经济变动、经济政策变动、居民收入水平的变动都会影响到房地产市场的运行。

4) 房地产经营管理技术风险

房地产经营管理的技术风险,是由于科学技术的进步引起的风险。现在已经进入了知识经济时代,在知识经济时代,科学技术发展十分迅速。科学技术进步引起了建材的品种、质量和性能的变化,也促使建筑技术的提高、建筑结构的革新等,从而使建筑业和建筑产品科技含量大大提高,不断地使存量房屋等建筑物贬值,由此造成了房地产经营管理的技术风险。

5) 房地产经营管理企业内部风险

由于房地产经营管理企业内部管理水平等问题,影响到企业的预期收益,从而形成经营管理风险。比如由于企业财务管理混乱,造成资金周转缓慢;施工管理不善,延误了工期;经营管理水平低下,使房地产出租出售受到影响等。

3. 房地产经营风险管理方法

风险管理是一种要求比较高的管理。由于引起风险的原因是多方面的和极其复杂的,有时甚至是不可避免的,因此在风险管理中,主要采取以下一些方式和方法。

(1) 回避风险。要求企业在经营决策时,尽量回避有风险或风险大的业务,选择无风险和风险小的业务,达到回避经营管理风险的目的。

(2) 转移风险。是将经营可能发生的或者已经发生的风险全部地或部分地转移出

去。一般来说,采取的主要方法是将可能发生风险的经营项目转移出去,或者将有经营风险的项目与其他单位合作或合资经营,从而达到分散风险或减少风险的目的。但是转移风险也要付出一定的代价,这些代价有的是直接的,有的是间接的。

(3) 减轻风险的损失。经营风险一旦发生,企业就要千方百计采取各种有效的措施,力求减少风险带来的损失。在减轻经营风险时,通常采取以下一些方法:精确预测经营项目的费用与收益比率,减少经营过程中的不必要的支出;缩短经营周期或缩小经营规模;通过签订合同等方式,将那些对利润敏感的变量,如利息、开发建设费用、建设周期和房屋预租预售等固定下来,从而达到减少或缩小风险的目的。

(4) 对经营项目实行保险。对经营项目实行保险,是经营者转移经营风险的一种比较好的方式。保险虽然也要支付费用即保险金,但是与风险一旦发生带来的损失相比要小的多。在发达的市场经济条件下,运用保险的方式转移或减少风险,是风险管理普遍采用的一种方法,因而也是现代回避风险或减少风险的主要方法。

对于可能发生的风险要进行科学的分类排队;找出风险产生的原因及其因果关系;采取适当的方法,认识特定的风险。识别风险通常采取的主要方法是:分析询问法、财务报表法、流程图法、现场观察法、环境分析法等。识别风险是风险管理的基础,也是风险管理中最困难的工作。

1.3.2 房地产开发经营的可行性研究

1. 可行性研究的含义

可行性研究是现代经营管理活动重要环节和经营管理重要方法。房地产经营管理可行性研究,是在房地产经营管理决策前,对经营管理项目进行综合的技术和经济分析的一种科学方法。通过可行性研究,可以对经营管理项目的市场运行和经济、技术等多方面状况,进行深入细致的调查、分析和研究;可以对提出的各种经营管理方案,进行技术和经济多方面比较分析和论证;还可以对经营管理项目的经济效益进行科学的预测和评价,为经营管理决策部门最终决策提供科学依据。

2. 可行性研究阶段划分

可行性研究大体上分为三个阶段,即机会可行性研究阶段、初步可行性研究阶段、最终可行性研究阶段。

1) 机会可行性研究阶段及其任务

机会可行性研究阶段的主要任务是确定经营方向,提出经营目标。对房地产经营管理企业来说,就是对经营管理项目提出建议。为了实现机会可行性研究阶段的任务,必须对投资经营项目发展的背景、当地的资源条件、市场供需状况等基本情况初步的调查和预测。通过初步研究,寻找和确定最有利的投资经营方向和投资经营机会,提出可行性研究的建议书,并为下一步研究提出要求。

2) 初步可行性研究阶段及其任务

初步可行性研究阶段的主要任务就是要根据机会研究阶段的结果,进一步研究经营管理项目的规模、建筑材料的供应、投资地段的选择或选址、建筑工程的设计方案、项目工程的施工进度等问题。对于一些关键性的问题,还必须进行专题研究,诸如市场需求状况、投资经营项目的地址优劣、工程设计方案合理性、施工进度可行性等。在对这些问题