



房地产 前期策划与风险研究

FANGDICHAN
QIANQI CEHUA YU
FENGXIAN YANJIU

◎ 吴晓 著



湖北科学技术出版社



房地产 前期策划与风险研究

FANGDICHAN
QIANQI CEFU YU
FENGXIAN YANJIU

◎吴晓 著

湖北科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产前期策划与风险研究/吴晓著. —武汉:湖北科学技术出版社,2008.11
ISBN 978-7-5352-4240-2

I. 房… II. 吴… III. ①房地产—策划②房地产—风险管理 IV. F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 130356 号

责任编辑:高诚毅 宋志阳

封面设计:喻 杨

出版发行:湖北科学技术出版社

电话:027-87679468

地 址:武汉市雄楚大街 268 号

邮编:430070

(湖北出版文化城 B 座 12-13 层)

网 址:<http://www.hbstp.com.cn>

印 刷:武汉中科兴业印务有限公司

邮编:430071

850 毫米 × 1168 毫米

32 开

12.625 印张

2 插页

306 千字

2008 年 11 月第 1 版

2008 年 11 月第 1 次印刷

定价:39.00 元

本书如有印装质量问题 可找本社市场部更换

内 容 提 要

本书讲述了房地产前期策划的基本理论体系、基本理念和基本方法;提供运用这些理论方法进行前期策划的案例,并对房地产投资风险进行了研究。本书是目前市场上罕有的集策划方法、实际操作和理论三位一体的专著,全书分三篇共 14 章:

第一篇阐述房地产策划的基本理论和基本方法,是全书的根据或基础,共 5 章,包括房地产策划与房地产前期策划、房地产市场研究、房地产项目经济评价与不确定性分析、房地产规划设计概念提示、房地产 CI 策划等。

第二篇以大量房地产前期策划的实际案例,向读者朋友展示房地产前期策划的实战模板和真实文本方案,共 4 章,包括房地产项目市场调查实例、房地产项目投资分析实例、房地产项目规划设计概念实例、房地产企业 CI 策划实例等。

第三篇以深度数学模型工具,进行房地产市场预和风险度量,共 5 章,包括房地产项目风险管理、房地产市场预测的时间序列分解模型、房地产投资风险深度数学计算、施工企业房地产投资风险决策、房地产投资类型组合分配决策等。

作者简介



吴 晓，男，生于 1963 年 7 月，江西抚州人。武汉大学博士，房地产策划与风险管理专家，企业战略管理顾问。现任深圳职业技术学院企业经济研究中心主任、管理系副教授，兼任深圳市委决策咨询委员会专家、东莞市建设科技专家、深圳市委组织部经理学院客座教授、深圳市智远企业策划有限公司总策划、东莞智远教育总顾问。

先后在武汉大学、深圳万科集团、深圳鹏基集团、深圳市大工业区开发管理集团等国内名牌大学和深圳知名大型国有企业担任高级职务。长期从事投资项目管理、企业战略与企业文化、人力资源管理、房地产经营策划等四个领域的教学、研究、咨询和培训工作，近年来先后主持企业咨询、企业培训及房地产策划项目近 30 个，公开发表论文 15 篇。

前 言

我国自实行商品房制度、建立房地产市场体制以来,全国房地产市场几起几落,特别是 2003 年以来各地房地产市场价格不断上涨,到了 2006 年和 2007 年,全国房地产市场出现非理性加速大幅上扬,导致目前全国、特别是一、二线城市房地产市场出现不同程度的滑落,房地产投资风险由潜在变为现实。

由于作者长期从事房地产市场预测和风险研究,特别是在 2006 年以来的房地产市场非理性上涨过程中,比较早地发现并不断警示了我国房地产市场风险的来临。早在 2007 年 6 月 13 日,作者在自己的博客(blog. sina. com. cn/wux)上就明确指出:

“深圳房地产价格不仅已经是全国最高,而且走势几乎失控!这正是深圳楼市加速赶顶的信号,是最后的疯狂!现在的情况是,越来越多的楼盘‘炒家’把房子当作股票炒作,制造‘逼空行情’,就是大有‘不管什么价格,你不买就再也买不到这个价位的房子’的架势!所有这些现象,都是泡沫快要破灭的前兆,香港 1997 年金融风波的惨痛教训还没有结束(10 年过去了,香港楼市至今还没有恢复到 1997 年崩盘前价格的 2/3),虽然不能肯定深圳楼市一定完全步其后尘,但可以认定的是,一样有一个顶部坍塌的过程,只不过程度不一定像香港当年爆跌 2/3 以上。我们预计,顶部坍塌的时间不用等到 2008 年下半年,很可能就在 2008 年春节前后。”

2007 年 12 月 31 日,作者在自己的博客上撰写了题为“2008:



中国股市楼市大拐点”的文章,新浪博客主页全文发表,现引用部分原文给读者朋友:

“即将到来的 2008 年注定是波涛汹涌、极不平凡的一年。持续疯狂了 2~3 年的股市和楼市将面临转折性大拐点,可以说中国股市和楼市都将面临巨大的调整压力,特别是 A 股市场将迎来牛熊交替的大转折,甚至整个中国经济在奥运之后都可能出现全面退潮。根据我国经济发展周期、目前股市存在着严重的估值泡沫、高通胀下紧缩货币政策、世界奥运各举办国借奥运题材炒作股市的结局以及以我个人 15 年证券操作实践经验对 A 股市场运行的洞察,我预计,今年中国 A 股市场在奥运到来前夕将达到顶点,此后将陷入真正巨大级别的无休无止的调整,就是大熊市的开始,时间大约在 2008 年的 6 月前后,到不了召开奥运的 8 月。而我国房地产市场、特别是一、二线城市楼市同样存在着与股票市场相类似的炒作泡沫,在经过近两年非理性暴涨之后,已经出现了至少是一个阶段性的顶部,我们预计 2008 年楼市的拐点将主要出现在深圳、上海、北京、广州等一线城市和杭州、温州、苏州等二线城市。中小城市的房地产距离拐点还有距离,甚至可能在 2008 年继续小幅上升。”

2008 年 3 月 23 日,深圳卫视播放了以著名金融专家复旦大学博士生导师谢百三教授为外请嘉宾、以作者本人作为深圳当地嘉宾的 PK 对话,其中一个重要议题就是中国房地产市场是否真的面临拐点。谢教授对地产拐点论给予否定,而我坚持认为一、二线城市拐点已经或即将到来。随后这几个月的房地产市场走向证明了作者判断的正确性。

那么本书为什么要把房地产风险与房地产策划放在一起研究呢?一是因为房地产风险研究包含在房地产前期策划论证中,二是因为正由于房地产开发具有很大的不确定性或者风险性,房地

产前期策划与论证才显得更加重要。本书作者长期从事房地产策划工作,博士毕业之前曾任职以地产策划而著名的万科国际企业服务公司,博士毕业之后首先任职在当时深圳前十名的发展商深圳鹏基集团,随后担任深圳市大工业区开发管理集团投资发展部经理,兼任深圳市智海项目策划有限公司总经理、深圳市智远企业策划有限公司总经理等职,主持完成了包括新疆通汇花园、深圳市大工业区光通讯产业园等在内的10余个地产策划项目,深切感知到房地产前期策划对于开发商规避投资风险、提高项目价值的重大作用。

房地产投资风险不仅关系到房地产开发企业和房地产信贷银行,更关系到千家万户的消费者;而包括风险分析在内的房地产前期策划对于房地产开发商准确定位和科学论证有着十分重要的现实意义。因此,房地产前期策划与风险研究是一个不仅具有深刻理论意义、更具有巨大现实意义的重要课题。

正是由于长期从事房地产策划的工作及作者的博士论文选题也是房地产投资风险研究的原因,使作者有机会大量接触到房地产前期策划与风险研究的理论与实践,促使作者撰写一本将房地产前期策划理论与实践结合起来的专著。

本书的创新点就在于,填补了国内房地产策划基本方法和房地产风险定量计算的空白,并且通过作者自己亲自主持的真实项目,贯彻、体现了这些基本理念和基本方法。

本书共分三篇十四章:

第一篇:策划理论方法。本篇阐述房地产策划的基本理论和基本方法,是全书的根据或基础。具体包括房地产前期策划理论与方法、房地产市场调查与市场定位、项目经济效益评价与不确定性分析、房地产项目规划设计概念提示等。在本篇中,作者提出建立一门应用分支学科——房地产策划学,并概述了房地产策划学

学科架构体系,明确了房地产前期策划的基本内容,设计了实战适用的房地产市场调查问卷工具,揭示了房地产策划与项目价值提升的密切关联,强调了项目规划设计概念提示的重要性和科学性,并且从房地产项目论证实际出发,给出了房地产项目可行性论证的实用方法。

第二篇:策划实战案例。本篇以大量房地产前期策划实际案例,向读者朋友展示房地产前期策划的实战模板和真实文本方案,无论对于房地产发展商、房地产策划人员还是相关读者,都具有珍贵的学习或参考价值。本书作者于2001年11月至今,先后担任深圳市大工业区开发管理集团投资发展部经理、深圳市智海项目策划公司总经理、深圳市智远企业策划公司总经理和深圳职业技术学院企业经济研究中心主任。在此期间,作者代表所在机构承接了大量房地产相关策划咨询或课题项目。本篇中所有前期策划的案例都是本书作者受相关甲方委托,亲自主持完成的策划或咨询项目。

第三篇:风险定量研究。本篇在对房地产投资风险进行定性分析之后,着重研究房地产企业投资风险计算。首先,根据房地产市场时间序列的非平稳特征,首次建立了房地产市场预测的时间序列分解模型,用以预测某类房地产在未来一定时间内的销售价格等随机经济指标。其次,运用模糊随机方法进行房地产投资总费用估算,结合前面的进行房地产风险评估;再次,针对决策者对风险的不同偏好,建立了三类不同的风险决策优化模型;最后,运用原本适用于证券投资组合的Markowitz模型,讨论房地产不同类型项目投资分配决策问题,根据房地产投资区别于证券投资的特性,给出了基于Markowitz模型和“一三法则”基础上的改进决策方法,并给出算例。

当然,本书房地产前期策划的理论体系尚处初创、前期策划基

本方法也有待进一步完善、风险定量研究的可应用性也需要加强；本书策划案例虽然具有很强的学习性和可模仿性，但在以后的新项目策划中可以不拘泥于本书案例做法，可以提出更新更好策划或调查方法。欢迎有兴趣的读者朋友与作者进一步探讨与交流。

作者博客：<http://blog.sina.com.cn/wux>

作者邮箱：hnrwgh@sina.com.cn

吴 晓

2008 年夏 深圳西丽湖畔

目 录

第一篇 策划理论方法

第 1 章 房地产与房地产策划	3
1.1 房地产与房地产开发	3
1.2 房地产全程策划与房地产前期策划	6
1.3 房地产水桶理论与项目价值	13
1.4 房地产策划学与本书研究对象	19
第 2 章 房地产市场研究	23
2.1 房地产市场调查	23
2.2 房地产市场预测	45
第 3 章 房地产项目经济评价与不确定性分析	51
3.1 房地产项目成本估算	51
3.2 资金时间价值	54
3.3 项目经济效益评价指标与评价方法	56
3.4 房地产项目不确定性分析	59
第 4 章 房地产规划设计概念提示	70
4.1 项目总体规划建议	71
4.2 建筑风格与色彩	72
4.3 主力户型推荐	72
4.4 环境景观规划	73
第 5 章 房地产 CI 策划	75
5.1 引言	75

5.2	房地产企业 CI 设计	76
5.3	房地产企业公共关系	80
5.4	实施房地产企业形象战略的相关对策	82

第二篇 策划实战案例

第 6 章	房地产项目市场调查实例	
	——新疆通汇项目房地产市场调查(2002.4)	87
6.1	项目所在地宏观经济调查	87
6.2	项目竞争性楼盘调查	95
6.3	消费者调研报告	115
第 7 章	房地产项目定位与投资可行性分析实例	194
7.1	新疆通汇花园项目定位与开发建议(2004.4)	194
7.2	大连理工大学深圳分校可行性分析报告(2002.12) ...	199
7.3	深圳市大工业区海翔工业园一期可行 性分析报告(2003.1)	230
第 8 章	房地产项目概念规划实例	246
8.1	深圳市大工业区光通信产业园规划建议(2002.1) ...	246
8.2	新疆通汇项目规划设计概念提示(2002.4)	251
8.3	深圳集信名城项目规划设计概念提示(2005.12) ...	256
第 9 章	房地产企业文华形象策划实例	262
9.1	万科企业文化与核心竞争力(2008.2)	262
9.2	东莞市大亚企业文化塑造(2006.6)	271

第三篇 风险定量研究

第 10 章	房地产项目风险管理	309
10.1	项目风险与风险管理	309
10.2	房地产开发风险管理方法或步骤	312

10.3	深圳房地产市场预测与风险分析 报告(2008年3月)	313
第11章	房地产市场预测的时间序列分解模型	330
11.1	引言	330
11.2	时间序列分解模型	333
11.3	房地产市场预测的时间序列分解模型应用算例	341
11.4	小结	345
第12章	房地产投资风险深度数学计算	346
12.1	引言	346
12.2	房地产投资费用估算	347
12.3	房地产投资风险联合正态分布理论解	353
12.4	用二维蒙特卡罗法计算净现值风险率	355
12.5	算例	361
第13章	施工企业房地产投资风险决策	363
13.1	施工企业房地产经营风险分析最优化模型	363
13.2	施工企业房地产投资模糊决策评判	371
第14章	房地产类型组合分配决策	376
14.1	引言	376
14.2	Markowitz 投资组合理论	379
14.3	房地产投资组合选择的改进决策方法	384
14.4	算例	387
参考文献		390
后记		393

Chapter 1

策划理论方法

本篇阐述房地产策划的基本理论和基本方法,是全书的根据或基础。具体包括策划创意、市场调查与市场定位、项目经济效果评价与风险分析、项目规划设计概念提示等房地产前期策划的理念与方法。

作者提出建立一门应用分支学科——房地产策划学,并概述了房地产策划学学科架构体系及房地产前期策划的基本内容,同时设计了实战适用的房地产市场调查问卷工具,揭示了房地产策划与项目价值提升的密切关系。作者还强调了项目规划设计概念提示的重要性和科学性,并且从房地产项目论证实际出发,给出了房地产项目可行性论证的实用方法。

第1章 房地产与房地产策划

1.1 房地产与房地产开发

在全面探讨房地产前期策划与风险研究之前,有必要首先了解房地产、房地产开发、房地产业等房地产相关概念的基本内涵或主要特点,这样我们才能够准确把握房地产投资的特征,才能使房地产前期策划或风险研究做到有的放矢、科学贴切和艺术有效。

1.1.1 房地产与房地产业

1. 房地产的含义

房地产是房产和地产的总称。房地产是由土地以及土地以上的建筑物和构筑物构成的。由于土地位置的固定性,决定了土地上的建筑物或者附着物的不动性,因此在经济学上房地产也叫不动产。房地产还可以叫做物业,或者说物业是单元性的房地产。

也可以把房地产分割开来考察。房产,就是房屋财产,是在土地上建筑起来的各种房屋;地产就是土地财产,是商品化的土地。

2. 房地产业

房地产业是指从事房屋和土地开发、经营管理、中介服务的独立行业。房地产业的基本经济活动包括房地产开发、建设、交换、分配、经营及房地产市场经济运行过程中的所有中介服务等经济活动。房地产业与建筑业既相互联系也不完全相同。房地产业是国民经济的重要产业部门。世界各主要发达国家,房地产业



的产值均占其国民经济总体的 10%~40%，从 20 世纪 70 年代起，世界各国用于建造房屋的投资占其国民生产总值的比重一般都高达 6%~12%，通过房地产业形成的固定资产一般要占其国民经济总值的 50% 以上，房地产业是高附加值产业，不仅能带来巨额的收入，形成巨大的财富，而且作为一种基础产业或支柱产业，房地产直接带动 19 个产业，间接带动 42 个产业，房地产是所有重点产业里面，产业链最长的产业，房地产业的发展能够促进建筑业、建材业、建筑设备业、化学工业、钢铁工业、家具业等相关行业的发展。房地产既是人类生存必不可少的生活资料，又是人类一切经济活动须臾不离的生产资料。所以，本书认为，尽管房地产业在我国改革开放后几经起落，2006 年以来，特别是 2007 年 10 月以前，我国房地产市场价格涨幅过大过快，房地产市场存在一些问题，目前正面临一定程度的回落，但总体上说中国房地产产业发展前景还是相当诱人的。

1.1.2 房地产开发

房地产开发是房地产开发企业在城市规划区内国有土地上进行基础设施建设、房屋建设项目的商业或法律行为，大致包括建设项目论证设立、建设项目规划与审批、获取土地、工程建设、房地产营销等五个阶段。

我们把房地产开发投资特征简明地概括为：

(1) 投资需用量大。房地产项目投资高、工程量大的特点导致房地产投资需用量巨大，少则几千万元，多则几亿，甚至几十亿元。

(2) 投资回收期长，少则 1 年，多则 2~3 年，甚至更多，导致房地产开发投资的回收期较长，再加上项目经营效益只能逐步发挥，使得投资回收期更长。

(3) 投资合作性强，由于投资需要量大，一般是几家房地产企业共同投资、合作开发。