

房地产市场分析 理论与实务

FangDiChan ShiChang FenXi LiLun Yu ShiWu

张东祥 肖丽群
朱 锦 王海燕

◎ 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

房地产市场分析 理论与实务

FangDiChan ShiChang FenXi LiLun Yu ShiWu

张东祥 肖丽群
朱 锦 王海燕

◎ 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产市场分析理论与实务/张东祥等著

北京: 中国经济出版社, 2009. 12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9261 - 0

I. 房… II. 张… III. 房地产—市场—经济分析 IV. F293. 35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 078471 号

责任编辑 陈 瑞

责任印制 张江虹

封面设计 北京博思尚雅图文设计

出版发行 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

印 刷 者 北京市昌平新兴胶印厂

经 销 者 各地新华书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 17. 5

字 数 412 千字

版 次 2009 年 12 月第 1 版

印 次 2009 年 12 月第 1 次

印 数 1 - 6000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9261 - 0/F · 8198

定 价 36. 00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

前 言

在我国,房地产业已经成为国民经济的支柱产业,房地产市场的健康发展受到了政府、开发商、投资者及广大消费者的普遍重视。房地产市场分析是了解房地产市场和发现机会的工具,掌握房地产市场分析的理论知识和方法技巧有助于使我们真正系统地了解复杂多变的房地产市场,从而把握房地产市场变化的规律性,而进行正确的决策。无论从房地产市场分析实践发展的需要,还是房地产学科体系建设,以及房地产市场分析人才培养的需求来看,撰写一本相对来说比较系统的、理论与实践紧密结合的房地产市场分析的论著非常有必要,也是摆在我们面前的一项重要任务。

本书的撰写强调实用性和可操作性,但我们不是通过大量提供案例来达到此目标,而主要是通过提供实务性的专业知识,通过阐明理论如何在实践中应用来实现我们的目标。整本书从房地产项目市场分析的需要来论述如何进行房地产市场分析,全书五大部分,第一部分为第一章“房地产市场分析导论”,其目的在于帮助读者了解房地产市场分析的基本知识及房地产市场行业的基本情况,以使读者知道自己在房地产市场分析上的学习任务和努力的方向;第二部分为第二章“房地产市场调研”,其目的在于让读者掌握房地产市场分析最基础工作的技能,并明白房地产市场分析以房地产市场调研为根基;第三部分为第三章至第五章,论述如何进行房地产市场环境分析,并分经济环境、政策环境和规划环境三章进行阐述;第四部分是第六章“房地产市场总体趋势分析”,论述如何进行房地产项目的市场背景分析;第五部分是第七章“房地产项目市场分析”,其目的在于为各种类型的房地产市场分析提供一个通用的方法;第六部分是分物业类型的房地产项目市场分析,包括第八章至十一章,其目的在于说明如何进行各类物业具体的房地产项目市场分析。

本书的成稿凝结了众多专业人士的辛勤劳动,全书撰写的分工如下:第一章:张东祥;第二章:朱锦;第三章:王海燕;第四章:张东祥、吉登艳;第五章:张东祥;第六章:张东祥、周来友;第七章:肖丽群;第八章:张东祥、李芬;第九章:张东祥、张玲;第十章:张东祥、易丽霞;第十一章:张东祥、涂菲。在本书编写过程中,参考了大量房地产市场分析的相关著作、期刊杂志、报纸和相关网站的文章,在此一并对那些参考文献的作者表示衷心的感谢。

本书论述了房地产市场分析的理论知识和实际操作方法与技巧,具有理论性

和实务性,适合于作为大学本科房地产相关专业、MBA(工商管理硕士)教育、MPA(公共管理硕士)教育、及房地产市场分析专业人才培养的教材。此外,也可作为房地产市场分析人员、策划人员、营销人员、管理人員和房地产市场的政府管理部门、房地产业相关部门的工作人员的实务参考用书。

作者希望本书的出版能有助于推动房地产市场分析理论研究的深入,也能有助于房地产市场分析实践的发展。但是,由于时间仓促,以及相关经验和水平有限,本书肯定还存在诸多疏漏与不足。我们热烈欢迎广大读者提出批评和建议,以使本书日臻完善。

作者

2009年8月

目 录

第一章 房地产市场分析导论

第一节	房地产市场分析的内涵与外延	1
第二节	房地产市场分析的内容与过程	6
第三节	房地产市场分析的客户需求	8
第四节	我国房地产市场分析的现状与发展趋势	11

第二章 房地产市场调研

第一节	房地产市场调研概述	15
第二节	房地产市场调研方案设计	24
第三节	房地产市场调研问卷设计	35
第四节	房地产市场试调研	45
第五节	房地产市场调研次级资料收集	47
第六节	房地产市场调研资料整理与分析	50
第七节	房地产市场调研报告撰写	54

第三章 房地产市场经济环境影响分析

第一节	经济环境对房地产市场的影响机理	58
第二节	经济环境影响分析的内容	62
第三节	经济环境影响分析的方法	66
第四节	经济环境影响分析成果的借鉴	70
第五节	经济环境影响分析报告的撰写	74

第四章 房地产市场政策环境影响分析

第一节	房地产政策类型	77
第二节	政策环境对房地产市场的影响	89
第三节	房地产政策影响分析的方法	92

第四节	房地产政策影响分析的程序	94
第五节	房地产政策影响分析报告的撰写	97

第五章 房地产市场规模环境影响分析

第一节	房地产市场的规划环境	99
第二节	规划环境对房地产市场的影响机理	105

第六章 房地产市场总体趋势分析

第一节	房地产市场总体趋势概述	113
第二节	房地产市场总体趋势分析的内容	117
第三节	房地产市场总体趋势分析的方法	123
第四节	房地产市场总体趋势分析报告的构架	125

第七章 房地产项目市场分析

第一节	市场细分	128
第二节	房地产项目市场供求分析	130
第三节	房地产项目自身特性分析	145
第四节	房地产项目竞争能力分析	156

第八章 商品住宅市场分析

第一节	商品住宅市场的特征	164
第二节	商品住宅市场细分	166
第三节	商品住宅市场环境分析	178
第四节	商品住宅市场需求分析	181
第五节	商品住宅市场的供给分析	192
第六节	商品住宅市场的竞争性分析	202

第九章 写字楼市场分析

第一节	写字楼的特性及市场特征	206
第二节	写字楼市场细分	208

第三节	写字楼市场背景分析	213
第四节	写字楼市场需求分析	215
第五节	写字楼市场供给分析	219
第六节	写字楼物业的竞争性分析	222

第十章 零售商铺市场分析

第一节	商圈的划定	226
第二节	零售商铺的市场特征	233
第三节	零售商铺市场细分	235
第四节	零售商铺市场背景分析	238
第五节	零售商铺市场需求分析	242
第六节	零售商铺市场供给分析	246
第七节	零售商铺市场的竞争性分析	248

第十一章 批发商铺市场分析

第一节	批发商铺概述	252
第二节	批发商铺市场背景分析	257
第三节	批发商铺市场供求分析	259

参考文献

第一章 房地产市场分析导论

学习房地产市场分析,第一步就是要对房地产的专业知识进行概览,并对房地产市场行业状况做一个基本的了解,以使我们知道自己的学习任务和努力的方向,这也是本章撰写的目的所在。本章从房地产市场的内涵与外延、房地产市场分析的内容与过程、房地产市场分析的客户需求等三个方面介绍房地产市场分析的理论知识与实践知识,并希望通过最后一节“我国房地产市场分析的现状与发展趋势”帮助读者了解房地产市场行业的现状,把握房地产市场分析的机遇和明确自己未来在房地产市场分析上所需做的正确事情。

第一节 房地产市场分析的内涵与外延

一、房地产分析

房地产分析是对房地产特性进行研究的总称。根据所研究的特性不同,房地产分析可以分为很多种类型。

(一) 房地产分析的理论类型

如上所述,房地产分析是对房地产的特性进行研究,而房地产的特性又可以分为内部特性或自身特性和外部特性或环境特性,所以,房地产分析可以分为房地产自身分析和房地产环境分析。内部特性又可以分为实物特性、经济特性、营销特性;经济特性又可以分为既定条件下的经济特性(可行性)和非既定条件下的经济特性(投资性)。因此,房地产自身分析又可以分为房地产状况分析、房地产可行性分析、房地产投资分析、房地产营销分析。房地产的外部环境包括市场环境、经济环境、政策环境、规划环境、社会人文环境。所以从外部环境来看,房地产分析可以分为房地产市场分析、房地产经济分析、房地产政策分析、房地产规划分析、房地产社会人文分析。

(二) 房地产分析的实践类型

房地产分析的实践类型,是指实践中有关各方对房地产分析的需求种类。房地产分析的实践需求随着房地产发展阶段的不同而不同;而且在同一发展阶段,不同的房地产分析服务需求者的需求也有所不同。如房地产开发商一般是需要针对某个具体项目的房地产分析服务,而政府和银行一般是需要针对整个市场的房地产分析服务。当然,针对某个项目的房地产分析也不是仅需要对房地产项目自身进行分析,也需要进行房地产环境分析;同时,房地产开发商出于某种目的,也会提出针对整个市场的房地产分析服务需求,如某开发商打算在某个城市进行较大的投资,此时往往会提出针对整个市场的房地产分析需求。房地产分析的实践需求多种多样,但概括起来,除房地产市场分析外,主要有以下实践需求。

1. 房地产状况分析

房地产状况分析是指对某个房地产项目的实物状况、权益状况、区位状况和运营状况进行分析。单独对某房地产进行状况分析一般是基于 REITs 物业价值评估的需要提出的,在不动产信托投资基金准备购买某物业或准备上市时,为确定合理的购买价格或向投资者说明物业的投资价值,在价值评估前就需要进行详细的房地产状况分析,并出具专门的房地产状况分析报告。

房地产状况分析不同于物业估价中的房地产状况分析,其主要差别在于房地产状况分析中需要进行运营状况的分析。运营状况的分析不仅要分析物业的当前的维修、保养和使用状况,而且要对设施的运行状况作仔细的分析,以确定物业在未来的运营是否有良好实物状况的保证;同时还需要了解物业当前的租金水平,并对物业未来的租金水平进行预测,以通过房地产状况分析确定物业未来的现金流,为评估物业的投资价值奠定基础。

2. 房地产行业分析

房地产行业分析是指对房地产行业的各个参与者进行考察,评价行业整体的运行情况、盈利状况、竞争情况,分析行业的发展前景,得出是否值得在该行业进行投资及应采用何种策略结论的一种分析。

房地产行业分析,可以根据房地产的行业种类细分为房地产开发业行业分析、房地产中介服务业行业分析和房地产物业管理业行业分析;其中房地产中介服务业的行业分析又可以分为房地产估价行业分析、房地产经纪行业分析、房地产咨询行业分析。

3. 房地产投资分析

房地产投资分析是指对某个拟投资的房地产项目进行评价。评价包括财务评价和风险分析。在财务评价中,要测算静态的盈利能力指标(对于开发投资为:成本利润率、销售利润率、投资利润率,静态投资回收期;对于置业投资为:投资利润率、资本金利润率、资本金净利润率、现金回报率、投资回报率、静态投资回收期)、动态盈利能力指标(财务内部收益率、财务净现值、动态投资回收期)、清偿能力指标(借款偿还期,利息备付率和资产负债率)。在风险分析中,首先要进行不确定分析,包括盈亏平衡分析和敏感性分析,它们均属于风险因素确定但发生概率不确定条件下的风险分析;然后还要进行风险因素未来变动幅度不确定、未来发生变动的概率不确定下的风险分析。

4. 房地产可行性分析

房地产可行性分析与房地产投资分析非常相似,它们都是针对某个房地产项目的分析,它们都需要进行财务评价和风险分析,但是它们也有差别,具体表现在:①投资分析都是从企业的角度来分析的,是为了说服自己;而可行性分析有时是为了说服别人,如向金融机构申请贷款的可行性分析,为了说服政府批准某个项目的可行性分析。②投资分析基本上是一种纯经济上的或财务上的分析;而可行性分析除进行经济上的论证外,还需要从技术的角度,从社会效益和环境效益上进行评价。③投资分析都是决策前的分析,而为了说服他人的可行性分析都是在项目决策之后的一种分析,所以可行性分析也有可能是各种限制条件下的分析。④一般在做投资分析中,投资者并没有限定其投资期望或目标;而为了说服自己的可行性分析多是在既定投资目标或期望条件下的一种分析。

5. 房地产营销分析

房地产营销分析是对某一特定物业的竞争地位或经济产出量和产出速度进行分析的一种活动。这种活动要解决某一个房地产项目的营销活动如何开展以使物业的租金或售价达到预期或合适水平的途径;或者要诊断目前的营销中存在什么问题,并提出解决所存在问题的措施。房地产营销分析需要解决如下问题:①市场上对目标项目这种类型的物业的吸纳量有多少;②目标物业的竞争优势在哪里;③目标物业的特定客户群或目标客户群是什么;④目标物业特定客户群具有什么样的特征;⑤目标物业应如何进行产品定位,各期应开发多少数量;⑥目标物业的卖点是什么,如何把这些卖点通过有效的途径传达给消费者并为他们所接受和喜爱;⑦目标物业的价格应该定为多少,在此价格下可以获得多少利润;⑧对目标物业进行适当的改变,这些改变可以使目标物业增加多少价值或利润,获取这种价值增加值或利润增加值的可能性或风险有多大。

6. 最高最佳使用分析

房地产最高最佳使用分析是指对一块空地或已建成的房地产,在法律上许可、技术上可行的条件下,最佳的使用方式进行分析并得出结论的一种活动。这里的使用方式包括用途或用途匹配、产品的规划设计(如小区的布局、容积率、建筑密度、园林绿化、小区配套)与建筑设计方式(如建筑风格、户型配比、套型等)。对于一块空地的最高最佳使用分析,需要回答以下问题:①法律上许可、技术上可行的最高最佳使用方式有哪几种;②各种最高最佳使用方式分别需要多少投资;③各种最高最佳使用方式分别有多少产出;④各种最高最佳使用方式的利润和利润率分别为多少;⑤获取各种最高最佳使用方式利润和利润率的概率或风险有多大;⑥哪种方式为最高最佳的使用方式。对于已建成房地产的最高最佳使用方式分析,需要在法律许可、技术可行的前提下,对保持现状、装修改造、改变用途、拆除重建四种使用方式进行比较,确定哪种使用方式能够使物业的价值最大化,以能够使目标物业价值最大的使用方式为最高最佳使用方式。同时,最高最佳使用分析还需要回答暂时的最高最佳使用分析与未来的最高最佳使用分析是否一致,如果不一致,则暂时的最高最佳使用分析是什么,未来的最高最佳使用分析应该在什么时候实施。

7. 房地产经济分析

经济是房地产市场中各种物业类型需求的基础。房地产经济分析,是对影响房地产需求的各种经济因素进行分析。在房地产经济分析中,需要分析的经济因素主要有:人均可支配收入、人均GDP、人口状况、家庭数、就业情况、城市化进度情况、反映居民生活水平的恩格尔系数和反映居民收入平均程度的基尼系数。在进行房地产经济分析时,不仅要分析这些要素的现状,而且要分析其发展趋势。

房地产经济分析一般是对地区经济进行分析,但分析的目的不是为了分析经济,分析经济只是一种手段,其目的是通过分析经济了解决定所有物业类型需求的基本因素,因此,对经济的分析要从房地产需求的角度进行。

二、房地产市场分析

(一) 房地产市场分析的界定

房地产市场分析是研究房地产供给与需求各个方面的市场表现及其影响因素的一种活动。房地产市场分析有广义与狭义之分,广义的房地产市场分析包括了房地产市场环境影响的分析、房地产市场总体趋势的分析、房地产项目市场分析,它包括了房地产市场从宏观到微观的各个层面,宏观上包括房地产市场各种环境的影响分析,微观上具体到某个房地产项目的市场占有率和吸纳率。房地产市场环境影响分析是对房地产市场需求的基本因素及其未来趋势进行预测并分析这些基本因素对房地产市场的影响的活动;房地产市场趋势分析是对某区域范围内房地产市场的整体或某个方面的变化进行分析的活动;房地产项目市场分析是对某个房地产项目的市场需求量、占有率、吸纳率进行分析的一种活动。

狭义的房地产市场分析仅指对某一区域范围内的某房地产的供给、需求、供求缺口的现状及它们的发展趋势进行分析、预测的一种活动。必须指出的是,房地产市场分析对供给的分析不是仅分析供给量及其发展趋势,而是还包括产品品质、产品结构(包括产品种类结构、产品区域结构、产品档次结构)和供给行为(主要为促销行为)等方面的现状及其发展趋势的分析。

本书所讲的房地产市场是指广义的房地产市场分析。在对房地产市场分析的理解上,我们需要认识到:①当前房地产市场的表现不是我们分析的目的,它只是我们看清未来的基础,房地产市场分析的目标是弄清未来房地产市场的情况,或者说预测房地产市场的发展趋势。②对当前房地产市场表现的分析,不仅要弄清它是怎么样,还要弄清当前的房地产市场为什么会这样,这正是我们要进行房地产市场环境影响分析的目的。③对房地产市场趋势的分析可以有两种思路:一是通过房地产市场从“过去”到“现在”的发展规律推断房地产市场的“未来”;二是通过对当前房地产市场表现与其成因的关系,结合对房地产市场表现成因变化的预测来推断房地产市场的“未来”。④对于一个拟建项目的房地产市场分析,不仅要分析能否被市场吸纳和需要多久才能被市场吸纳,而且要分析此项目能否得到公共政策、环保政策和各种规划的支持,项目的开发和运营是否能得到社会公众的支持。

(二) 房地产市场分析的类型

由于房地产市场分析的委托方多种多样,委托分析的目的也多种多样,因此实践中房地产市场具有许多具体的类型,概括起来主要有以下类型。

1. 项目房地产市场分析

即为了确定一个房地产项目的竞争能力、市场吸纳量、吸纳率和吸纳速度而进行的房地产市场分析。这种类型的房地产市场分析服务一般是由房地产开发商提出的。

2. 片区房地产市场分析

对一个片区的各类房地产综合市场表现进行分析。这类房地产市场分析服务的需求者有房地产开发商、政府。当房地产开发商提出这种服务需求时,往往是为对其拟购地块进行投资分析;当政府提出这种服务需求时,往往是为了进行片区开发(如旧城改造)和片区规划的需要。

3. 地区房地产市场分析

地区房地产市场分析是指对一个城市或包含数个城市的区域房地产市场所进行的分析。这种房地产市场分析服务的需求者可能是政府,也可能是房地产开发商。当政府提出这种服务需求时,是为了对房地产市场进行监管的需要;当开发商提出这种服务需求时,一般是为了寻找投资机会,或为某个大型的房地产项目进行市场分析的需要。

4. 某类房地产市场分析

即对某一类物业的供给、需求和价格的状况及发展趋势进行分析。进行这种分析的房地产类别的大小,由委托方的需要来确定,如住宅类的房地产,可以单独分析别墅市场、高档公寓市场、普通住宅市场。这种类型的房地产市场分析服务需求,一般是房地产开发在打算进入某个细分市场而提出的。

5. 针对某问题的房地产市场分析

为了某个特定目的或解决某个特定问题而进行的房地产市场分析。如:为改善租售业绩而调整房地产产品所进行的房地产市场分析,为使贷款银行或投资方相信项目可行而进行的房地产市场分析,为政府进行大型基础设施或公共服务配套设施建设而进行的房地产市场分析。

(三) 房地产市场分析与相关服务的联系

虽然在前面我们已经界定了房地产市场分析,并介绍了房地产市场分析的类型,但是要真正弄清房地产市场的内涵与外延,我们还必须把它与几种相关的服务进行比较分析。

1. 与房地产市场调研的比较

房地产市场分析与房地产市场调研确实有相同之处,但它们属于两种不同的服务。房地产市场分析与房地产市场调研相比,它们有如下差别:①房地产市场分析范围更加广泛,如:对于是否需要某现有建筑物安装空调的服务需求,不属于房地产市场调研的范畴,而是属于房地产市场分析的范畴。②房地产市场调研重在调查,研究或分析也只是针对调查得到的信息或资料;而房地产市场分析重在通过分析得出某种供求现状与趋势的结论。③它们所要做的专业工作有所不同,房地产市场调研中不需要进行最高最佳使用分析,不需要进行物业价值评估,不需要进行成本和收益的比较。但这些工作在房地产市场分析中可能都要做。

2. 与房地产营销策划的联系

在实务中,进行房地产营销策划也要进行房地产市场分析,但这种工作本身不属于房地产营销策划,而是房地产营销策划的基础之一。在房地产策划代理业务中,一般需要向委托方(通常是房地产开发商)提供四个报告,分别是房地产市场分析报告、房地产项目定位报告、房地产项目发展建议报告和房地产营销策划报告,所以房地产市场分析是房地产营销策划的基础,二者属于不同的服务。虽然对房地产销售与营销也可进行市场分析,但房地产市场分析主要是为了“生产什么”服务的,而营销策划是“如何销售”服务的。在房地产营销策划服务,需要挖掘项目的卖点,需要锁定项目的目标客户群,需要在报告中提出如何进行促销(包括确定促销方式、促销渠道和促销投入),但这些不属于房地产市场分析服务的范畴。

第二节 房地产市场分析的内容与过程

一、房地产市场分析的基本内容

房地产市场分析的内容随着房地产市场分析的目的、类型、要求或深度的变化而变化,但概括起来,房地产市场分析有以下基本内容。

1. 市场表现的成因或背景分析

此内容是要对影响市场的因素进行分析,它包括三个方面的工作:①界定哪些因素会影响市场;②这些影响市场的因素状况如何;③这些因素怎么样影响市场。

2. 市场表现的分析

此内容要根据特定的市场分析目的,确定市场在各个方面的当前表现。

3. 市场趋势的分析

此内容即是根据市场过去和现在的表现,或根据市场表现的成因与背景,推断市场在未来的表现或状况。

对于广义的房地产市场分析来说,它包括以下内容。

1. 房地产市场经济环境分析

分析宏观经济环境总体运行情况和各相关经济要素现状、地区经济在经济圈中所处的位置和各相关经济要素现状及其它们对房地产市场的影响。

2. 房地产市场政策环境分析

界定有哪些政策在影响所分析的房地产市场,分析这些政策的意图与内容,分析这些政策对房地产市场的影响方向、影响程度、影响的速度、影响的时间长短。

3. 房地产规划环境分析

分析规划环境对房地产市场产生影响的要素,及这些要素对房地产市场影响的路径、影响的时间和影响的大小。

4. 房地产市场总体趋势分析

对包括对各类物业的房地产市场趋势进行分析和目标物业细分市场的趋势进行分析;还包括供求的各个方面、供求缺口和价格等三个方面的趋势进行分析。

5. 房地产项目市场分析

包括对目标物业的实物、权益和区位特性进行分析,确定目标物业的最高最佳使用方式,界定目标物业的竞争区域和竞争对手,评价目标物业的竞争能力,测算目标物业的市场占有率、吸纳量和吸纳率。

如果再进行进一步分析,则还需要进行目标物业的可行性分析和营销分析。

二、房地产市场分析的过程

(一) 确定分析目标

房地产市场分析目标的确定非常重要,如果目标确定错了,则后面的工作做得再好也白费

心机,所以在进行房地产市场分析的第一步就是确定房地产市场分析的目标,正如“在正确地做事之前,先要选择正确的事”。

但是,确定房地产市场的目标并不是一件容易的事情,有时委托方只知道他遇到了困境,但是到底需要解决什么问题,有时他自己也不清楚。为了确定房地产市场分析的目标,房地产市场分析人员需要反复与委托方沟通。首先,需要通过与委托方的沟通,弄清委托方要进行这次房地产市场分析的目的,如委托方对我们说:我委托的目的是想看看他的某一个项目是否可行。则房地产市场分析人员需要进一步询问委托方:您的关于项目是否可行的意思是项目是否达到一定的销售率还是能满足您既定利润率的要求。如果委托方说项目在与周边物业相似价格下能否达到某一销售率,则我们就明确了我们市场分析的目标是确定目标物业的市场吸纳量和吸纳率。

(二) 分解实现目标需解决的问题

在明确了房地产市场分析的目标后,市场分析人员需要根据此目标,按照逻辑推理的方式,分解出需要解决哪些问题。例如:假设委托方委托我们对其房地产项目进行市场分析,以确定其项目能否在未来实现其预计的销售率,则此时房地产市场分析的目标即为确定目标项目的市场吸纳率,把这一目标按照逻辑推理的方式,就可以分解出如图 1-1 的问题系统结构图。

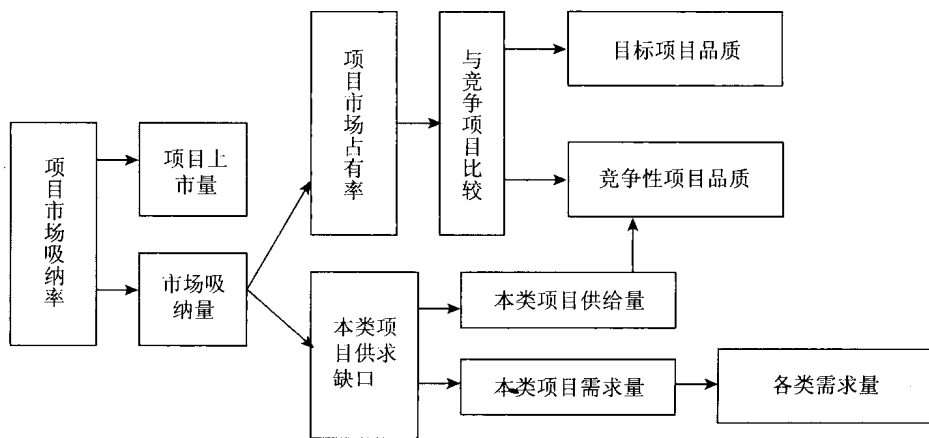


图 1-1 项目市场吸纳率问题系统结构图

(三) 制定分析的技术方案与工作方案

从所述项目市场吸纳率问题结构图可知,关键的问题是分析出本类项目的各类需求量、确定竞争区域内本类项目的供给量、调研竞争项目。因此,接下来就需要针对这三个关键问题制定分析的技术方案和相应的工作方案。在技术方案中,需要明确解决各种问题的技术路线、分析与统计时打算采用的各种方法。技术路线就是解决某问题的逻辑思路,它是制定工作方案的基础,如图 1-2 为某项目的分析住宅需求总量的技术路线。

工作方案要包括组织架构、人员分工、时间和进度安排、项目的管理制度、需要收集的资料、收集各资料的途径等。

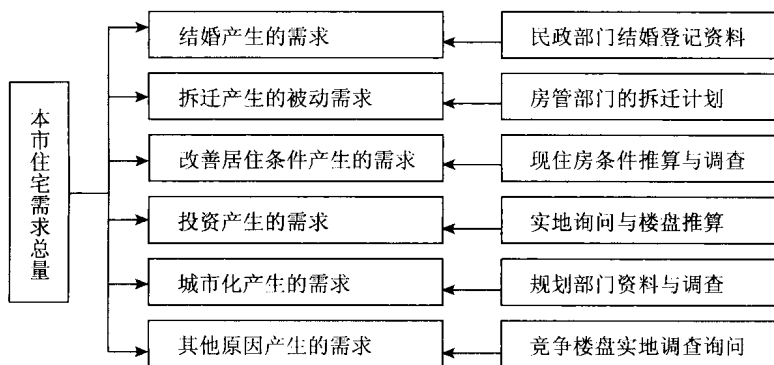


图 1-2 住宅需求总量分析技术路线图

（四）进行资料的收集、整理、统计与分析

在制定好技术方案和工作方案后,即可开始资料的收集;对收集的资料进行分类、排序、编号、加工等资料整理工作,对调查的有关数据和信息进行统计;最后根据收集的资料和统计的结果,对有关问题进行分析。

必须指出的是,实际工作中,不能在制定好技术方案与工作方案之前,就开始进行资料的收集工作,否则会事倍功半。完善的技术方案和严谨的工作方案在整个的房地产市场分析工作中具有非常重要的作用。

（五）撰写房地产市场分析报告

房地产市场分析工作的最后一个工作是撰写报告。由于房地产市场分析报告涉及的问题很多,撰写的工作量很大,所以在正式撰写报告之前需先定好详细的写作提纲,并根据此提纲进行报告撰写的分工。

第三节 房地产市场分析的客户需求

房地产的重要特点是投资巨大、风险高,这种特点导致了进行房地产投资需要密切关注市场,遵循市场客观存在的运行规律,否则都将蒙受巨大的损失。同时,房地产业已成为了我国国民经济中非常重要的产业,甚至是当前国民经济的支柱产业,房地产业已经关系着国民经济的发展、各级地方政府和全国 10 余万家房地产开发企业及几乎每一个家庭的利益。房地产投资巨大、风险高和牵涉着数量巨大的利益相关者,决定了房地产市场分析服务具有数量庞大的潜在客户和巨大的市场需求,但概括起来主要有房地产开发商、政府机关、金融证券机构、其他机构和人员等四大类客户。由于这四大类客户对房地产市场关心的问题不同,导致各类客户具有差别化的房地产市场分析服务需求。

一、房地产开发商的需求

房地产开发商是房地产市场分析服务的第一大客户。在房地产开发过程中,几乎从投资机会选择到房地产销售的每一个环节都需要房地产市场分析服务来提供决策支持。具体来说,房

地产开发商主要有以下环节需要房地产市场分析服务。

1. 进入市场的决策

当房地产开发商进行某个细分的房地产市场时,需要了解该细分市场的供求情况、竞争者的情况,以决定该细分市场是否值得进入,自己是否有足够的实力进入,为此需要房地产市场分析提供这方面的信息。

2. 投资区域的选择与决策

房地产的一个重要特点是具有区域性,对于房地产投资来说,这种区域性不仅表现在各地房地产市场的供求情况不同,而且表现在各地的房地产市场环境有很大的差别,在某地行之有效的房地产开发模式或营利模式,不一定适合另外一个城市或地区。有规模投资的风险,房地产开发商在进入某个区域时,需要房地产市场分析服务,以获取拟进入城市或地区的房地产供求情况、投资的政策环境、经济环境、文化环境和规划环境。

3. 购买地块的选择与决策

在开发商拟购买某块土地时,需要通过房地产市场分析服务分析该块土地是否值得购买,并且要确定以多少钱购买才能实现自己预定的投资目标,这涉及到该地块开发后的房屋能否销售多少比例和售价能够达到多少,所有这些决策需要的信息都需要通过房地产市场分析服务来提供。

4. 项目开发的融资

由于房地产具有投资大的特点,在房地产开发商购买某地块后一般都需要向银行借款,为了说服银行提供该项目的贷款,此时开发商需要向银行提供有关该项目的市场分析报告(包括可行性研究,属于广义的房地产市场分析报告)。

5. 已购地块的产品定位与规划设计

在此环节,房地产开发商因为需要确定已购地块的最高最佳使用方式而需要房地产市场分析服务。

6. 拟售项目的营销分析

在此环节,开发商需要通过房地产市场分析确定项目的优劣势、卖点,确定目标客户群及其心理特征和行为特征。

7. 在售项目的营销调整

在此环节,房地产开发商通过市场分析找出其在售项目销售业绩欠佳的原因所在,并通过市场分析调整自己的营销策略。

8. 售罄项目的售后评价

在此环节,房地产开发商通过市场分析弄清自己已售完项目成功之处在何处,问题主要有哪些,以便在下一个项目继续发扬本项目的成功经验,克服本项目存在的问题。

二、政府机关的需求

政府机关对房地产市场分析服务的需求,主要源于两个方面的需要:①为了对市场运行进行监管;②为了实现政府投资利益的最大化。这两种需要具有不同的房地产市场分析服务要求。