

房地产营销师考试练习题



经济科学出版社
Economic Science Press

房地产营销师考试练习题



经济科学出版社
Economic Science Press

第一章 房地产营销师资格及认证

一、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 房地产营销师在企业中具有非常重要的地位和作用。 ()
2. 房地产营销师是在各类房地产企业中组织房地产营销员开展房地产市场调研，为房地产企业营销决策提供咨询，并组织房地产营销员进行房地产市场营销活动的人员。 ()
3. 房地产营销师在各类房地产企业中属于中级营销专业管理人才。 ()
4. 房地产营销师应了解和掌握房地产营销法律法规知识也就是要了解和掌握房地产专业知识。 ()
5. 欲申请房地产营销师资格认证的人员必须参加由全国房地产营销人员培训项目管理部门在各地授权的培训机构举办的培训班，接受正规培训。 ()
6. 经正规培训即可获得房地产营销师职业证书。 ()
7. 经正规培训并达到规定的标准学时数，考试合格，即可获得房地产营销师职业证书。 ()
8. 取得房地产营销师资格证书是房地产营销师应聘、持证上岗、晋升、绩效考核的依据。 ()
9. 获得了房地产营销师资格证书的房地产营销师，不仅可以在各种类型的房地产开发企业中工作，还可以在与房地产营销活动相关的机构中工作。 ()
10. 房地产营销师只能在房地产开发企业中执业。 ()

二、单选题（每小题只有一个最恰当的答案）

1. 房地产营销师在企业中具有（ ）的地位和作用。
A. 非常重要 B. 比较重要 C. 重要 D. 不重要
2. 房地产营销师在房地产企业中是（ ）营销专业管理人才。
A. 初级 B. 中级 C. 高级 D. 低级
3. 房地产营销师资格认证全国统一考试时间是（ ）。
A. 半个小时 B. 一个小时 C. 一个半小时 D. 两个小时
4. 房地产营销师职业资格考试没有实行全国（ ）的考试制度。
A. 统一教材 B. 统一命题 C. 统一组织 D. 统一地点
5. 凡参加全国统一考试且考试成绩合格者，由国家（ ）及国际房地产协会联盟按照规定，统一核发房地产营销师资格认证证书。
A. 人事部 B. 人力资源和社会保障部
C. 司法部 D. 住建部

6. 凡参加全国统一考试且考试成绩合格者,由国家人力资源和社会保障部及()按照规定,统一核发房地产营销师资格认证证书。

- A. 人事部 B. 司法部 C. 住建部 D. 国际房地产协会联盟

7. 关于房地产营销师执业方式的说法错误的是:获得了《房地产营销师职业资格证书》的房地产营销师,不可以在()执业。

- A. 在各种类型的房地产开发企业中执业
B. 在从事与房地产营销活动相关的机构中执业
C. 成立房地产营销相关公司,从事专业的房地产营销活动
D. 在任何企业从事营销管理工作

8. 一切房地产营销活动的出发点都应以()的需求为中心。

- A. 消费者 B. 开发商 C. 经纪人 D. 政府

9. 下列有关房地产营销师素质要求的说法错误的是()。

- A. 房地产营销师应树立现代市场营销理念
B. 房地产营销师只需全面深入地了解与掌握有关房地产的专业知识即可
C. 房地产营销师要具备较强的文字功夫和写作技巧
D. 房地产营销师应对待工作、生活、顾客等都要充满热情、富有朝气

10. 房地产营销师应把()作为开展房地产营销活动的重要指导思想。

- A. 现代市场营销理念 B. 为人民服务
C. 为市场服务 D. 为政府服务

三、多选题(每题有多个答案正确)

1. 房地产营销师应具有()素质。

- A. 较高的思想素质 B. 较好的知识结构
C. 较强的业务能力 D. 良好的身心素质

2. 房地产营销师应具有的业务能力包括()。

- A. 社交能力 B. 创新能力
C. 组织管理能力 D. 应变能力

3. 房地产营销师应具有的业务能力包括()。

- A. 组织管理能力 B. 表达能力 C. 社交能力 D. 创新能力

4. 取得房地产营销师资格证书是房地产营销师()的依据。

- A. 应聘 B. 持证上岗 C. 晋升 D. 绩效考核

5. 房地产营销师职业资格双认证考试由国家()职业技能鉴定中心组织实施。

- A. 人事部 B. 人力资源和社会保障部
C. 司法部 D. 住建部

6. 房地产营销师职业资格实行全国()的考试制度。

- A. 统一教材 B. 统一命题 C. 统一组织 D. 统一地点
7. 房地产营销师可以从事下列业务活动 ()。
- A. 组织进行房地产市场调查研究 B. 制定房地产营销战略
- C. 进行房地产产品管理 D. 进行房地产价格管理
8. 房地产营销师可以从事下列业务活动 ()。
- A. 进行房地产渠道管理 B. 进行房地产销售管理
- C. 进行房地产网络营销管理 D. 进行房地产营销活动管理

答案

一、判断题

1. (√) 2. (√) 3. (×) 4. (×) 5. (√) 6. (×) 7. (√) 8. (√) 9. (√)
10. (×)

二、单选题

1. (A) 2. (C) 3. (B) 4. (D) 5. (B) 6. (D) 7. (D) 8. (A) 9. (B) 10. (A)

三、多选题

1. (ABCD) 2. (ABCD) 3. (ABCD) 4. (ABCD) 5. (B) 6. (ABC) 7. (ABCD)
8. (ABCD)

第二章 房地产营销师的职业道德规范

一、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 房地产营销师职业道德是指房地产营销师在房地产营销和服务工作中所应遵循的特定的道德标准。（ ）
2. 房地产营销师职业道德是社会道德意识形态的重要组成部分。（ ）
3. 房地产营销师的职业道德概念是一个包含了社会道德在内的更高的道德标准。（ ）
4. 房地产营销师职业道德规范的执行主体应该包括房地产企业的营销部门及房地产营销师两个主体。（ ）
5. 房地产营销师职业道德规范的最终执行者是房地产营销师本人。（ ）
6. 房地产营销师职业道德规范的最终执行者是房地产企业的营销部门。（ ）
7. 岗位规划是房地产营销部门执行房地产营销师职业道德规范的主要方式。（ ）
8. 房地产营销师执行职业道德规范的方式主要有自我约束方式和互相监督方式。（ ）
9. 房地产营销师职业道德规范管理的主体包括三个层次：政府主管部门的管理、行业协会组织管理、房地产营销企业的管理。（ ）
10. 房地产营销师职业道德规范管理的主体包括两个层次：政府主管部门的管理、行业协会组织管理。（ ）
11. 房地产营销师职业道德规范管理的方法主要有行政方法、经济方法和舆论监督方法。（ ）
12. 运用行政管理方法对房地产营销师的职业道德规范管理的主体主要是房地产行政主管部门。（ ）
13. 经济管理方法适合于行政主管部门对房地产营销师的职业道德规范管理工作。（ ）

二、单选题（每小题只有一个最恰当的答案）

1. 房地产营销师在房地产营销和服务工作中所应遵循的特定的行为规范是（ ）。
A. 职业道德 B. 道德意识 C. 职业道德规范 D. 社会公德
2. 房地产营销师应遵守如下职业道德规范（ ）。
A. 见义勇为 B. 诚实守信 C. 反腐倡廉 D. 爱我中华
3. （ ）是房地产营销部门执行房地产营销师职业道德规范的主要方式。
A. 行政监督 B. 互相监督 C. 舆论监督 D. 岗位规划
4. 房地产营销师职业道德建设的最基本原则是：（ ）

- A. 坚持继承传统美德原则
 - B. 坚持职业技能教育原则
 - C. 坚持遵守法律法规原则
 - D. 与公民道德建设基本规范要求相适应原则
5. 房地产营销师职业道德规范管理的主体不包括（ ）层次。
- A. 政府主管部门的管理
 - B. 行业协会组织管理
 - C. 房地产营销企业的管理
 - D. 房地产营销师个人
6. 信用公示方法是房地产营销师职业道德规范管理中的（ ）方法。
- A. 舆论监督方法
 - B. 经济管理方法
 - C. 行政管理方法
 - D. 法律管理方法
7. 行政奖罚方法是房地产营销师职业道德规范管理中的（ ）方法。
- A. 舆论监督方法
 - B. 经济管理方法
 - C. 行政管理方法
 - D. 法律管理方法
8. （ ）方法不是房地产营销师职业道德规范管理中的方法。
- A. 舆论监督方法
 - B. 经济管理方法
 - C. 行政管理方法
 - D. 法律管理方法
9. 从业禁止方法是房地产营销师职业道德规范管理中的（ ）方法。
- A. 舆论监督方法
 - B. 经济管理方法
 - C. 行政管理方法
 - D. 法律管理方法
10. 物质奖励和处罚方法是房地产营销师职业道德规范管理中的（ ）方法。
- A. 舆论监督方法
 - B. 经济管理方法
 - C. 行政管理方法
 - D. 法律管理方法

三、多选题（每题有多个答案正确）

1. 房地产营销师应遵守的职业道德规范有（ ）。
- A. 遵守法纪
 - B. 诚实守信
 - C. 爱岗敬业
 - D. 认真负责
2. 房地产营销师职业道德规范的执行主体应该包括（ ）。
- A. 房地产行政主管部门
 - B. 房地产行业协会
 - C. 房地产企业的营销部门
 - D. 房地产营销师
3. 房地产营销师应遵守（ ）职业道德规范。
- A. 遵守法纪
 - B. 诚实守信
 - C. 公平竞争
 - D. 爱岗敬业
4. 加强职业道德建设的措施有（ ）。
- A. 加强对职业道德建设的领导
 - B. 多方合作共同推动职业道德建设
 - C. 进一步发挥工会组织作用
 - D. 积极开展信用体系建设
5. 房地产营销师职业道德规范管理的原则有（ ）。
- A. 保持规范先进性的原则
 - B. 教育培养原则
 - C. 建立长效管理机制原则
 - D. 与国际规范接轨原则

答案

一、判断题

1. (√) 2. (√) 3. (√) 4. (√) 5. (√) 6. (×) 7. (√) 8. (√) 9. (√)
10. (×) 11. (√) 12. (√) 13. (×)

二、单选题

1. (C) 2. (B) 3. (D) 4. (D) 5. (D) 6. (C) 7. (C) 8. (D) 9. (C)
10. (C)

三、多选题

1. (ABCD) 2. (CD) 3. (ABCD) 4. (ABCD) 5. (ABC)

第三章 房地产营销师的职业规划

一、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 任何为个人或家庭内部而从事的劳动，都不能成为一种职业。（ ）
2. 任何一种劳动都能够成为一种职业。（ ）
3. 并不是任何一种劳动都能够成为一种职业。（ ）
4. 个人职业规划是根据个人特点、企业发展的需要和社会发展的需要，制定自己的职业规划。（ ）
5. 个人职业规划是仅根据个人特点制定的职业规划。（ ）
6. 职业规划按照时间的长短，可分为人生规划、长期规划、中期规划与短期规划四种类型。（ ）
7. 个人职业生涯规划与组织的员工职业生涯规划必须匹配。（ ）
8. 自我评估是职业规划的程序的第一个步骤。（ ）
9. 准确的自我认识 and 自我评价是制定个人职业计划的前提。（ ）
10. 评估与反馈是制定个人职业计划的最后一个步骤。（ ）

二、单选题（每小题只有一个最恰当的答案）

1. 一项劳动成为一种职业的前提有两个：一是这项劳动必须是（ ），二是这项劳动是以收取相应的报酬为条件的。
A. 私人劳动 B. 家庭劳动 C. 集体劳动 D. 社会劳动
2. 设定人生发展目标的职业生涯规划属于（ ）。
A. 长期规划 B. 中期规划 C. 短期规划 D. 人生规划
3. 1年的职业规划属于（ ）。
A. 短期规划 B. 中期规划 C. 长期规划 D. 人生规划
4. 3年的职业规划属于（ ）。
A. 短期规划 B. 中期规划 C. 长期规划 D. 人生规划
5. 8年的职业规划属于（ ）。
A. 短期规划 B. 中期规划 C. 长期规划 D. 人生规划
6. 20年的职业规划属于（ ）。
A. 短期规划 B. 中期规划 C. 长期规划 D. 人生规划
7. 0~25岁属于个人职业生涯的（ ）阶段。
A. 职业准备期 B. 职业初期 C. 职业中期 D. 职业后期
8. 17~30岁属于个人职业生涯的（ ）阶段。
A. 职业准备期 B. 职业初期 C. 职业中期 D. 职业后期

9. 25~45岁属于个人职业生涯的()阶段。
 A. 职业准备期 B. 职业初期 C. 职业中期 D. 职业后期
10. 房地产营销师个人职业规划中的第一要点是()。
 A. 提升自身的能力 B. 寻求快速晋升方法
 C. 正确进行自我评估 D. 提高职业道德水平

三、多选题 (每题有多个答案正确)

1. 一项劳动成为一种职业的前提是()。
 A. 劳动必须是社会劳动 B. 劳动必须是私人劳动
 C. 劳动以收取报酬为条件 D. 劳动以政府批准为条件
2. 职业规划按照时间的长短,可分为()。
 A. 长期规划 B. 中期规划 C. 短期规划 D. 人生规划
3. 职业生涯分为四个阶段()。
 A. 职业准备期 B. 职业初期 C. 职业中期 D. 职业后期
4. 房地产营销师职业规划的程序包括()阶段。
 A. 自我评估 B. 确定职业目标 C. 制定行动方案 D. 评估与反馈
5. 房地产营销师职业规划的核心程序包括()阶段。
 A. 自我评估 B. 确定职业目标 C. 制定行动方案 D. 评估与反馈
6. 房地产营销师职业规划的核心程序包括()阶段。
 A. 自我评估 B. 组织与社会环境分析
 C. 生涯机会评估 D. 职业生涯目标确定
7. 房地产营销师职业生涯规划应遵循的原则有()。
 A. 遵纪守法 B. 实事求是
 C. 切实可行 D. 个人目标与企业目标协调一致

答案

一、判断题

1. (×) 2. (×) 3. (√) 4. (√) 5. (×) 6. (√) 7. (√) 8. (√) 9. (√)
 10. (√)

二、单选题

1. (D) 2. (D) 3. (A) 4. (B) 5. (C) 6. (D) 7. (A) 8. (B) 9. (C) 10. (A)

三、多选题

1. (AC) 2. (ABCD) 3. (ABCD) 4. (ABCD) 5. (ABCD) 6. (ABCD)

第四章 房地产市场及其营销模式

一、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 房地产市场又称不动产市场，有广义和狭义两层含义。（ ）
2. 从狭义上讲，房地产市场是指房地产买卖、租赁、抵押、典当等交易的场所。（ ）
3. 从广义上说，房地产市场是指整个社会房地产交易关系的总和。它包含房地产开发、建设、经营、管理、服务和消费所有领域。（ ）
4. 按组织形式划分，房地产市场分为一级市场、二级市场和三级市场。（ ）
5. 按交易对象划分，房地产市场分为土地市场、地产市场和房地产服务市场。（ ）
6. 按交房方式划分，房地产市场分为现房市场和期房市场。（ ）
7. 房地产市场体系是一个多元化、多方位、多层次的综合市场体系，它由土地市场、房屋市场、房地产金融市场、房地产劳务市场和房地产技术信息市场五个相互联系的市场组成。（ ）
8. 相比于房地产需求，房地产供给在短期内变化较大。（ ）
9. 相比于房地产需求，房地产供给在短期内变化不大。（ ）
10. 房地产市场上供给和需求相互作用的结果表现在房价和房租水平的变化上，即供过于求时，房价与房租下跌；供不应求时房价和租金上涨。（ ）
11. 房地产市场的供求规律与一般商品市场的供求规律基本相同。供应与需求相互反应灵敏，供求平衡与不平衡的转换比较顺利。（ ）
12. 狭义的房地产市场营销是指将房地产产品从房地产开发企业手中引导到消费者或用户手中的活动。（ ）
13. 广义的房地产市场营销是指房地产开发企业或经销商（或代理商）为了实现经营目标，对房地产产品的构思、定价、促销和分销的计划和执行过程。（ ）
14. 房地产市场营销就是推销房地产。（ ）
15. 产品观念导向型企业致力于获得高生产效率和广泛的销售覆盖面。这种企业提出的口号是：“我们会生产什么就卖什么”，不讲究市场营销。（ ）
16. 营销观念的形成，不仅从形式上，更从本质上改变了企业营销活动的指导原则，使企业经营哲学从以产定销变为以销定产，第一次摆正了企业与消费者的关系，所以是市场观念的一次重大变革。（ ）
17. 网络广告能借助某些软件精确统计广告信息浏览访问人数、访问过程、从而得出广告发布效果，而一般的大众媒介却无法做到这一点。（ ）
18. 传统的市场营销主要研究的对象是市场和顾客。关系营销突破了这种框架，除了市

场与顾客外，还拓展到企业与顾客、企业与分销商、企业与供应商、企业与竞争对手、企业与公共机构、企业与政府，以及企业内部员工之间的关系上。（ ）

19. 关系营销认为，应当把企业置身于社会经济大环境中来考察，重视企业与消费者、竞争者、供应商、分销商、政府机构和社会组织的互动作用，应当把建立与发展同相关个人及组织的关系作为市场营销的关键因素。（ ）

20. 服务产品和一般商品没有什么不同。（ ）

二、单选题（每小题只有一个最恰当的答案）

1. 一般来讲，房地产市场不具有（ ）特征。

- A. 地域性 B. 不完全竞争性 C. 市场的双重性 D. 完全竞争性

2. 房地产市场是一个区域性很强的市场。这是房地产市场的（ ）。

- A. 地域性 B. 不完全竞争性
C. 市场的双重性 D. 供需双方的特殊性

3. 房地产市场是房产市场和地产市场的统一。这是房地产市场的（ ）。

- A. 地域性 B. 不完全竞争性 C. 市场的双重性 D. 完全竞争性

4. 下列不属于住宅需求特征的是（ ）。

- A. 住宅需求具有区域性 B. 住宅需求具有层次性
C. 住宅需求具有消费和投资的双重性 D. 住宅需求不具有替代性

5. 消费者为获得房地产所有权的需求是（ ）。

- A. 住宅房地产需求 B. 购买需求
C. 工商企业用房地产需求 D. 租赁需求

6. 在房地产供求关系中，短期内（ ）占主导地位。

- A. 供求 B. 供给 C. 需求 D. 无法确定

7. 房价与房租会反作用于房地产市场的供应与需求，促成房地产供给与需求的变化，即房价和房租上涨到一定程度使房地产（ ）增加。

- A. 消费者 B. 供求 C. 需求 D. 供应

8. 房地产市场营销概念不包含（ ）含义。

- A. 房地产市场需求既包括现实需求又包括潜在需求
B. 房地产市场营销是推销
C. 房地产市场营销是全程营销
D. 房地产市场营销的手段是整体营销

9. （ ）应成为房地产市场营销一切生产经营的出发点

- A. 盈利 B. 满足消费者对房地产商品和劳务的需求
C. 房地产生产 D. 企业的责任

10. 房地产市场营销理念没有经过（ ）个阶段。

- A. 起步阶段 B. 成长阶段 C. 成熟阶段 D. 发展阶段

11. “营销近视症”，即不恰当的把注意力放在产品上，而不是放在消费者的需求上，不能随顾客需求变化以及市场形势的发展而变化，这一现象属于（ ）。

- A. 生产观念 B. 产品观念 C. 营销观念 D. 推销观念

12. （ ）认为，如果顺其自然，消费者通常不会大量购买某一企业的产品，因而企业必须积极地推销和进行大量的促销活动。

- A. 生产观念 B. 产品观念 C. 营销观念 D. 推销观念

13. （ ）是目前商业网络化、网络营销运用最普遍、最充分的一种形式。

- A. 网络广告 B. 网络服务 C. 电子商店 D. 网络主页

14. 房地产企业关系营销的实施中对顾客的营销策略是（ ）。

- A. 广泛支持 B. 竞争合作 C. 个性化服务 D. 充分尊重

15. 房地产企业关系营销的实施中对内部员工关系营销策略是（ ）。

- A. 广泛支持 B. 竞争合作 C. 个性化服务 D. 充分尊重

16. 房地产企业关系营销的实施中与竞争者关系营销策略是（ ）。

- A. 广泛支持 B. 竞争合作 C. 个性化服务 D. 充分尊重

17. 房地产企业关系营销的实施中与影响者关系营销策略是（ ）。

- A. 广泛支持 B. 竞争合作 C. 个性化服务 D. 充分尊重

18. 服务营销规划实施的第一个阶段是（ ）。

- A. 确定战略阶段 B. 环境分析阶段
C. 制定营销策略阶段 D. 资源配置、监控，详细计划阶段

19. 服务营销规划实施的最后一个阶段是（ ）。

- A. 确定战略阶段 B. 环境分析阶段
C. 制定营销策略阶段 D. 资源配置、监控，详细计划阶段

20. （ ）是一份用以说明企业经营方针的简明扼要、高度个性化的说明书。

- A. 营销策略 B. 企业目标 C. 企业战略 D. 企业使命

三、多选题（每题有多个答案正确，错选、少选、多选，均不得分）

1. 一般来讲，房地产市场有（ ）特征。

- A. 地域性 B. 不完全竞争性 C. 市场的双重性 D. 完全竞争性

2. 按消费者对房地产的需求类型，房地产市场需求可以分为（ ）等两种具体形式。

- A. 住宅房地产需求 B. 购买需求
C. 工商企业用房地产需求 D. 租赁需求

3. 下列属于住宅需求特征的是（ ）。

- A. 住宅需求具有区域性 B. 住宅需求具有层次性

- C. 住宅需求具有消费和投资的双重性 D. 住宅需求具有替代性
3. 房地产需求的增加会导致 ()。
- A. 现有房地产闲置的减少
B. 房租和房价提高
C. 当达到某一价位时, 新建房地产供给的增加
D. 现有房地产闲置的增加
4. 造成房地产供应调整缓慢的原因是 ()。
- A. 房地产开发从开始到完成, 本身也需要一段不短的时间
B. 需求变化与供给反映存在着一个时间差
C. 房地产市场供应对需求变化反应快慢程度取决于城市之间差价, 差价越大, 调整时间越长; 差价越小, 调整时间就会越短
D. 房地产投资属于长期性的, 理性的投资者不会在没有相当把握的情况下, 贸然地做出决策
5. 房地产市场需求从满足程度分, 包括 ()。
- A. 现实需求 B. 企业需求 C. 消费者需求 D. 潜在需求
6. 房地产市场营销理念的转变大体上经过 () 等几个阶段。
- A. 成熟阶段 B. 起步阶段 C. 成长阶段 D. 发展阶段
7. 房地产市场营销理念的转变的起步阶段的表现形式有 ()。
- A. 生产理念 B. 产品观念 C. 推销观念 D. 营销观念
8. 目前的网络广告主要 () 等形式。
- A. 网络服务 B. 电子邮件 C. 电子商店 D. 主页
9. 传统的市场营销主要研究的对象是市场和顾客。关系营销突破了这种框架, 除了市场与顾客关系外, 还拓展到企业与有 () 之间的关系上。
- A. 竞争对手 B. 供应商 C. 分销商 D. 公共机构与政府
10. 服务产品具有不同一般商品的特性, 营销中增加了 () 等要素。
- A. 人员 B. 环境 C. 程序 D. 交互作用

答案

一、判断题

1. (√) 2. (√) 3. (√) 4. (√) 5. (√) 6. (√) 7. (√) 8. (×) 9. (√)
10. (√) 11. (×) 12. (√) 13. (√) 14. (×) 15. (×) 16. (√) 17. (√)
18. (√) 19. (√) 20. (×)

二、单选题

1. (D) 2. (A) 3. (C) 4. (D) 5. (B) 6. (C) 7. (D) 8. (B) 9. (B) 10. (B)

11. (B) 12. (D) 13. (C) 14. (C) 15. (D) 16. (B) 17. (A) 18. (A) 19. (D)
20. (D)

三、多选题

1. (ABCD) 2. (ABCD) 3. (ABC) 4. (ABD) 5. (AD) 6. (ABD) 7. (ABC)
8. (ABCD) 9. (ABCD) 10. (ABC)

第五章 房地产投资评价及项目可行性分析

一、判断题（正确的打√，错误的打×）

1. 房地产投资是指经济主体以获得未来的房地产资产增值或收益为目的，预先垫付一定数量的货币与实物，直接或间接的从事或参与房地产开发与经营活动的经济行为。

()

2. 按照是否直接从事或参与房地产开发与经营活动来划分，房地产投资分为直接投资和间接投资两类。

()

3. 房地产直接投资是指投资者直接参与开发或购买房地产的过程，包括从购地开始的开发投资和面向建成物业的置业投资两种形式。

()

4. 房地产间接投资是指投资者直接参与开发或购买房地产的过程，包括从购地开始的开发投资和面向建成物业的置业投资两种形式。

()

5. 房地产间接投资主要是投资者以房地产资产权益为对象，将资金投入与房地产相关的证券等市场的投资。

()

6. 房地产直接投资主要是投资者以房地产资产权益为对象，将资金投入与房地产相关的证券等市场的投资。

()

7. 旧城区土地投资属于房地产的二次开发，因受旧城区地价高、住户安置的影响，旧城区土地开发往往要付出更多的投资。

()

8. 房地产间接投资者与直接投资者都需要参与房地产经营管理活动。

()

9. 房地产开发投资中，大多数房地产投资的股本收益率能达到 20% 的水平。

()

10. 房地产投资的投资风险主要来自于政府的政策变化、市场供求的变动、财务危机以及经营管理状况等等。

()

11. 一般说来，投资项目的寿命周期越长，可能遇到的影响项目收益的不确定性因素就越多，因而风险越大。

()

12. 房地产投资的优点有：收益较高、可以避税、贷款较易、抵御通货膨胀能力强。

()

13. 房地产投资不能避税。

14. 资金在某一时点上等值，在任意其他时点上等值。

()

15. 资金在某一时点上等值，但在任意其他时点上不等值。

()

16. 现金流量图是把投资项目系统的现金流量用时间坐标表示出来的一种示意图。时间只能以年为单位。

()

17. 静态投资指标，是指不考虑货币时间价值的指标。它的主要特点是不计算货币的时间价值，所采用的年度资金流量是当年的实际数值，而不用折现值。

()

18. 动态投资指标,是指不考虑货币时间价值的指标。它的主要特点是不计算货币的时间价值,所采用的年度资金流量是当年的实际数值,而不用折现值。()

19. 主要的静态指标主要有静态全部投资回收期、投资利润率、投资利税率、准备金利润率、还本付息比率、资产负债率6个指标。()

20. 主要的动态指标主要有静态全部投资回收期、投资利润率、投资利税率、准备金利润率、还本付息比率、资产负债率6个指标。()

21. 动态分析指标是考虑货币的时间价值,计算时采用折现现金流量的方法。()

22. 静态分析指标是考虑货币的时间价值,计算时采用折现现金流量的方法。()

23. 动态分析指标主要有财务净现值、财务内部收益率、动态投资回收期3个指标。()

24. 静态分析指标主要有财务净现值、财务内部收益率、动态投资回收期3个指标。()

25. 若某投资项目投入1 000万元运营后,每年的收益额大致相等为400万元,那么项目投资回收期限为2.5年。()

26. 资产负债率揭示了项目投资者对债权人债务的保障程度,是分析项目长期债务清偿能力的重要指标。()

27. 财务内部收益率指标与财务净现值指标计算相比较更为简单,因为在计算时不需要任何的比较标准。()

28. 当财务内部收益率 $FIRR \geq i_c \geq MARR \geq i$ 时,该项目盈利能力能够满足投资者的最低回报要求,并且高于行业平均收益水平。()

29. 房地产投资可行性分析就是在投资之前对拟投资的房地产项目进行全面、系统的调查研究和分析,运用科学的技术评价方法,得出该项目是否可行的研究。为决策者提供决策依据。()

30. 房地产投资可行性分析工作一般分为四个阶段:前期工作阶段、市场调查阶段、实质性可行性分析阶段和撰写可行性研究报告阶段。()

二、单选题(每小题只有一个最恰当的答案)

1. 房地产直接投资是指()的过程。

- A. 房地产开发投资
- B. 投资者直接参与开发或购买房地产
- C. 长期置业投资
- D. 房地产置业投资

2. ()不属于房地产直接投资。

- A. 土地开发投资
- B. 房屋开发投资
- C. 房地产置业投资
- D. 购买房地产企业债券和股票

3. ()不属于房地产间接投资。

- A. 投资于房地产投资信托公司
- B. 购买住房抵押支持证券