

高等院校工程管理“十二五”规划教材

*Real Estate Development
and Management*

房地产开发与经营

温海珍 张 凌 杨英楠 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

房地产开发与经营

温海珍 张 凌 杨英楠 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产开发与经营 / 温海珍, 张凌, 杨英楠编著
—杭州: 浙江大学出版社, 2012. 8
ISBN 978-7-308-10462-3

I. ①房… II. ①温…②张…③杨… III. ①房地产
开发②房地产经济 IV. ①F293. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 198377 号

房地产开发与经营

温海珍 张 凌 杨英楠 编著

责任编辑 陈静毅

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州金旭广告有限公司

印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 23.5

字 数 572 千

版 次 2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-10462-3

定 价 45.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话(0571)88925591

前言

本书介绍房地产开发与经营的相关内容,注重对个人教学和实践经验的总结,通过具体项目的案例分析,融理论与实务于一体,并且吸收、借鉴和应用现有的相关教材和专家学者的研究成果,使本书更具可读性与科学性。

本书主要由三个部分组成:第一部分从房地产产业环境与制度入手,介绍房地产市场基本知识、我国住房制度、土地制度以及房地产政策的演变;第二部分偏重于房地产项目的开发流程,对主要环节进行讨论,包括房地产用地的获取、房地产市场分析、项目定位、市场营销、物业管理;第三部分从房地产企业的视角,对房地产融资模式、投资模式、运营管理以及房地产价格评估进行分析与阐述。

本书由温海珍负责全书的总体策划、组织和修改定稿。各章编写人员的分工情况为:张凌负责第三章、第十一章、第十二章、第十三章;杨英楠负责第二章、第十章、第十四章;其余各章由温海珍完成。在本书的写作过程中,浙江大学土木工程管理研究所的研究生帮助收集资料,并编写了部分初稿,具体为张之礼(附录)、李旭宁(第六、八章)、包洪洁(第一、九章)、杨尚(第七章)、卜晓庆(第三、四章),另外,李旭宁为本书做了大量的格式修订工作,在此一并表示感谢。书中众多的案例和资料取材于浙江大学房地产研究中心和浙江大学土木工程管理研究所为企事业单位、政府部门所做的课题,特别感谢贾生华教授、阮连法研究员以及他们所带领的研究团队。

本书可作为房地产专业、土地经济与管理专业、土木工程专业、工程管理专业的本、专科生教材或参考书,也可供相关专业的研究生阅读参考。由于编著者水平有限,书中难免有疏漏之处,恳请专家学者和读者批评指正。

编 著 者

2012年5月于浙江大学紫金港

目 录

绪 论	1
第一章 绪 论	3
第一节 房地产与房地产业	3
一、房地产、不动产、地产与物业	3
二、房地产的分类	3
三、房地产的特性	3
四、房地产业	4
五、房地产市场及其特征	5
第二节 房地产开发与经营	6
一、房地产开发与经营的基本概念	6
二、房地产开发与经营的特点	6
三、房地产开发与经营的形式	7
四、房地产开发与经营的主要程序	8
第三节 房地产开发与经营研究	9
一、房地产开发与经营研究的主要内容	9
二、房地产开发与经营研究的方法论	9
第一部分 产业环境与制度	11
第二章 房地产市场	13
第一节 房地产市场概述	13
一、房地产市场的概念	13
二、房地产市场的类型	13
三、房地产市场的基本特征	15
四、房地产市场的特殊性	18
五、房地产市场的基本要素	19
第二节 房地产市场的供求分析	19
一、房地产市场需求	19
二、房地产市场供给	20
三、房地产供求均衡分析	21
四、房地产市场价格	22
第三节 房地产市场结构	23

一、房地产市场结构概述·····	23
二、房地产市场结构的类型·····	24
三、我国房地产业的市场结构特征·····	24
第四节 房地产市场的运行规律·····	29
一、房地产市场的运行特征·····	29
二、我国房地产市场的运行机制·····	31
第五节 我国房地产市场的发展与特征·····	33
一、我国房地产市场的发展历程·····	33
二、我国房地产市场的特征·····	35
第三章 住房制度 ·····	40
第一节 我国传统住房制度的基本特征·····	40
第二节 我国住房制度的改革·····	41
一、我国住房制度的改革背景·····	41
二、我国住房制度的改革历程·····	42
三、我国住房制度改革所取得的成就·····	47
第三节 我国现行住房制度的问题与发展出路·····	50
一、我国现行住房制度存在的问题·····	50
二、关于完善我国住房制度的几点建议·····	54
第四章 土地制度 ·····	57
第一节 土地制度概述·····	57
一、土地制度的概念·····	57
二、土地制度的构成·····	57
三、土地制度的特点·····	60
第二节 我国土地制度的改革·····	60
一、我国土地制度的改革背景·····	60
二、我国土地制度的改革历程·····	61
三、我国土地制度改革所取得的成就·····	64
第三节 我国现行土地制度的问题与发展出路·····	66
一、我国现行土地制度存在的问题·····	66
二、关于完善我国土地制度的几点建议·····	68
第五章 房地产政策 ·····	73
第一节 房地产周期与政策的关系:理论分析·····	73
一、房地产周期阶段划分与特点·····	73
二、房地产政策对房地产周期运行的影响·····	75
三、房地产调控政策的国际经验·····	76
第二节 我国房地产政策体系与演变·····	79
一、市场化起步阶段(1998—2002 年)·····	80
二、严控土地和贷款的供给紧缩阶段(2002—2004 年)·····	81

三、信贷紧缩、需求抑制阶段(2005—2007 年)	82
四、需求全面刺激阶段(2008—2009 年)	85
五、政策突转、供扬需抑阶段(2010 年)	86
第三节 我国房地产政策与周期转换:实证分析	88
一、我国房地产周期波动的基本特征	88
二、房地产政策对长周期波动的影响	91
三、房地产政策对短周期波动的影响	95
第四节 房地产政策跟踪与周期把握	97
一、房地产政策的周期性	97
二、房地产政策的调控思路:反周期性	97
三、房地产政策工具与分类	98

第二部分 开发流程与实务 101

第六章 房地产开发用地的获取	103
第一节 土地使用权出让	103
一、土地使用权出让概述	103
二、协议出让土地使用权	104
三、招标出让土地使用权	106
四、拍卖出让土地使用权	107
五、挂牌出让土地使用权	108
第二节 土地使用权转让	109
一、土地使用权转让的含义	109
二、土地使用权转让的法律条件	110
三、土地使用权转让的形式	110
四、土地使用权转让的程序	111
第三节、土地使用权行政划拨	112
一、土地使用权行政划拨的含义	112
二、土地使用权行政划拨的主要特征	112
三、划拨土地使用权的适用范围	112
四、划拨土地使用权获取的主要步骤	113
五、划拨土地使用权获取的补偿费用	113
第四节 土地征用与房屋拆迁	114
一、土地征用的含义	114
二、土地征用的原则	115
三、土地征用的程序	116
四、土地征用的补偿及安置途径	116
五、城市房屋拆迁程序	117
六、城市房屋拆迁补偿与安置	118

第七章 房地产市场分析	121
第一节 房地产市场分析概述	121
一、房地产市场调查的含义	121
二、房地产市场的分析框架	121
三、房地产市场分析的思路	122
四、房地产市场分析的原则	123
第二节 房地产调查的程序	124
一、准备阶段	124
二、调查阶段	125
三、分析研究阶段	126
四、整理归档阶段	127
第三节 房地产市场调查的方法	127
一、调查方法	127
二、资料搜集方法	128
三、调查问卷的设计	129
第四节 可行性研究	133
一、可行性研究的概念	133
二、可行性研究报告的编制要求	133
三、房地产可行性研究的步骤	133
四、房地产可行性研究的内容	135
第五节 案例分析	136
案例一:2011 年舟山市区房地产市场发展报告	136
案例二:西溪湿地游客问卷调查报告	148
第八章 房地产项目定位	158
第一节 房地产项目定位概述	158
一、房地产项目定位的含义	158
二、房地产项目定位的作用与原则	158
三、房地产项目定位的流程	159
四、房地产项目定位的方法	159
第二节 市场细分与目标市场选择	160
一、房地产市场细分	160
二、房地产目标市场选择	163
第三节 房地产项目定位的主要内容	165
一、房地产开发项目的产品定位	165
二、房地产开发项目的功能定位	167
三、房地产开发项目的市场定位	167
四、房地产开发项目的主题定位	168
第四节 案例分析:黄山市屯溪新城项目定位	169

一、背景和项目条件	169
二、项目的 SWOT 分析	170
三、竞争态势分析	175
四、市场定位	176
五、主题定位	181
六、分期开发设想	182
七、首期开发建议	183
第九章 房地产市场营销	184
第一节 房地产营销概述	184
一、房地产营销的概念与特征	184
二、房地产营销的基本理论	185
三、房地产营销的理念创新	187
第二节 房地产营销的产品策略	189
一、产品定位的方法	189
二、产品生命周期策略	190
三、产品差异化策略	191
四、产品组合策略	191
五、产品创新策略	192
第三节 房地产营销的价格策略	192
一、房地产价格策略及影响因素	192
二、房地产价格的定价目标	193
三、房地产价格的确定方法	194
四、房地产价格的制定策略	195
五、房地产价格的修订策略	196
六、市场竞争中的价格调整策略	197
第四节 房地产营销的渠道策略	198
一、房地产营销的渠道与特点	198
二、房地产营销的渠道选择	199
三、房地产营销的渠道管理	199
第五节 房地产营销的促销策略	201
一、房地产促销策略的实施步骤	201
二、房地产广告促销策略	202
三、房地产人员推销策略	203
四、房地产公共关系策略	204
五、房地产销售推广策略	206
第六节 新城清水湾二期房地产营销策划案例	208
一、项目介绍	208
二、市场环境分析	208
三、消费者行为调查分析	208

四、项目的 SWOT 分析	208
五、强势竞争对手个案分析	209
六、确定项目定位及目标客户	210
七、广告营销策略	210
八、营销推广活动	212
九、营销策划活动的总预算	213
第十章 物业管理	214
第一节 物业及物业管理概述	214
一、物业及物业管理的起源与定义	214
二、物业管理与物业服务的内涵	216
三、物业管理的基本内容	217
四、物业管理的性质与特点	219
第二节 物业管理的基础理论	220
一、物权理论	220
二、委托代理理论	221
三、公共选择理论	223
第三节 物业管理的基本环节与业务	224
一、物业管理的早期参与	224
二、物业管理的前期准备工作	224
三、物业管理的全面正式启动	225
四、物业管理的日常运作	226
第四节 物业管理的法律关系	226
一、物业管理法律关系的主体	227
二、物业管理法律关系的客体	229
三、物业管理法律关系的内容	229
四、物业管理的法律关系分析	231
第五节 物业管理的模式与发展趋势	232
一、我国主要的物业管理模式	232
二、国外的物业管理模式	235
三、我国香港、台湾地区的物业管理模式	237
四、我国物业管理模式的发展趋势	238
第三部分 运作模式与经营	241
第十一章 房地产融资	243
第一节 房地产融资的特点与分类	243
一、房地产融资的特点	243
二、房地产融资的分类	245
第二节 房地产融资的主要方式	247

一、银行贷款	247
二、上市融资	247
三、发行债券	248
第三节 国外及我国香港地区的房地产融资模式	249
一、美国房地产投资信托基金	249
二、亚洲房地产投资信托基金	252
三、住房抵押贷款证券化	253
第四节 我国房地产融资的创新途径	254
一、房地产信托	254
二、房地产私募基金	257
三、资产证券化	258
第十二章 房地产投资	261
第一节 房地产投资概述	261
一、房地产投资的特点	261
二、房地产投资的类型	262
三、房地产投资的决策分析方法	263
第二节 房地产投资的流程	264
一、投资决策	264
二、土地获取与储备	266
三、房地产项目开发	269
四、房地产销售	273
第三节 房地产投资的模式	273
一、合作开发	273
二、项目代建	275
三、项目股权投资	277
四、企业并购	279
第十三章 房地产企业运营管理	281
第一节 房地产企业的发展战略	281
一、企业发展战略的含义与内在结构	281
二、我国典型房地产企业发展战略与运营举措的比较分析	281
第二节 房地产企业的组织结构	284
一、职能式组织结构	284
二、项目式组织结构	284
三、矩阵式组织结构	285
四、集团化组织结构	286
第三节 房地产企业的运营模式	287
一、优化业务组合,稳健经营	287
二、引领行业发展,产业化发展、专业化经营	289

三、大规模快速开发,郊区大盘·····	290
四、追求精致完美,品质房产·····	292
第十四章 房地产评估 ·····	294
第一节 房地产价格·····	294
一、房地产价格的概念·····	294
二、房地产价格的构成·····	294
三、房地产价格的特征·····	296
四、影响房地产价格的因素·····	297
第二节 房地产估价·····	300
一、房地产估价的含义·····	300
二、房地产估价的原则·····	301
三、房地产估价的程序·····	304
第三节 市场比较法·····	305
一、市场比较法的基本原理·····	305
二、市场比较法的操作程序·····	306
三、市场比较法的应用举例·····	309
第四节 收益法·····	309
一、收益法的基本原理·····	309
二、收益法的评估程序·····	311
三、收益法计算常用公式·····	311
四、收益法指标的估算·····	312
五、收益法的应用举例·····	316
第五节 成本估价法·····	317
一、成本估价法的基本原理·····	317
二、成本估价法的操作步骤·····	319
三、成本估价法的基本公式·····	319
四、重新购建价格·····	320
五、建筑物折旧·····	322
附录 房地产基本理论与模型 ·····	330
第一节 地租理论·····	330
一、古典经济学地租理论·····	330
二、庸俗经济学地租理论·····	331
三、新古典经济学地租理论·····	331
四、马克思主义的地租理论·····	331
第二节 区位理论·····	331
一、古典区位论·····	332
二、城市空间结构理论·····	332
三、竞租理论·····	334

第三节 供求理论·····	336
一、需求 ·····	336
二、供给 ·····	337
三、供求法则 ·····	338
第四节 四象限模型·····	339
一、四象限静态模型 ·····	339
二、外部经济条件对房地产市场的影响 ·····	341
第五节 特征价格理论与模型·····	343
一、特征价格模型的理论基础 ·····	343
二、特征价格模型的理论分析 ·····	343
三、特征价格模型的设定和估计 ·····	345
第六节 住宅选择模型·····	347
一、二元离散选择模型 ·····	347
二、多元离散选择模型 ·····	348
第七节 向量自回归模型·····	349
一、VAR 模型简介·····	349
二、VAR 模型的脉冲响应函数·····	349
第八节 协整与误差修正模型·····	350
一、单整与协整 ·····	350
二、误差修正模型 ·····	350
第九节 Granger 因果关系检验 ·····	351
一、Granger 因果关系检验的基本思想 ·····	351
二、Granger 因果关系检验的步骤 ·····	352
三、考虑非稳定序列的 Granger 因果关系检验 ·····	352
第十节 均值回复模型·····	353
一、资产(股票/房地产)价格的均值回复·····	353
二、住房市场的均值回复 ·····	354
第十一节 空间计量模型·····	355
一、空间计量模型的产生与发展 ·····	355
二、空间计量经济学的理论简介 ·····	355



绪 论

第一章 绪 论

房地产开发与经营是一门综合性的应用学科,涉及房地产生产的全部过程,以及不同性质的房地产企业与相关部门。本章对相关概念进行介绍,讨论房地产开发与经营的特点、形式和流程,并对学科的研究内容和方法进行探讨。

第一节 房地产与房地产业

一、房地产、不动产、地产与物业

房地产是指土地及其固着在土地之上的建筑物、构筑物和其他附属物的总称。建筑物是指由建筑材料、建筑构配件和设备等组成的整体。构筑物是指房屋以外的建筑物,如水井、烟囱等。其他附属物是指实物附带的各种权益。

“房地产”和“不动产”在我国大陆可以通用,我国台湾地区更倾向于用“不动产”的说法。台湾地区的不动产概念是“定着在土地之上的建筑物、构筑物、其他附属物”及“树木等改良物”。与房地产相比,不动产还包括“树木等改良物”。我国香港地区习惯称作“地产”,认为只有土地是永恒的,地上物都可以拆除重建。地产通常有三种存在形式:①单纯的地产,如无地上物的城市土地;②单纯的房产;③房产与地产相结合的整体。因此,地产是房地产的子集。而物业指某项房产、地产或房地产,如一住宅小区、工厂楼宇、大卖场等,通常用于指具体的单个个体。

二、房地产的分类

从房屋用途的角度,房地产可以分成下列几类:①居住房地产,如各类民用住宅;②工业房地产,如厂房、仓库物业、研发用房等;③商业房地产,如酒店、商场、娱乐场所等;④旅游房地产;⑤农业房地产,如生态农业展示场等;⑥特殊用途房地产,如飞机场等。

房地产按其是否产生收益可以划分为:收益性房地产(如出租性写字楼、置业投资公寓等)和非收益性房地产(如自用写字楼、自用住宅等)。

房地产按市场交易性质可以划分为:出售性房地产、出租性房地产、抵押性房地产和典当性房地产等不同类型。

房地产还可以分为资源性房地产和资产性房地产。房地产作为资源是因为其具有使用价值,房地产作为资本是其具有投资价值,是国家和家庭财产的重要组成部分,通常用货币价值来体现。

三、房地产的特性

房地产的特性主要表现在以下几个方面。

(1)位置固定性。土地具有不可移动性,建筑物固着于土地上,也不可移动。房地产的位置分为自然地理位置和社会经济地理位置。房地产的自然地理位置固定不变,但其社会

经济地理位置却经常变动。变动的原因主要有:城市规划的制订或修改;交通建设的发展或改变等。位置对于房地产投资具有重要意义,房地产所处的区位对开发商、物业投资者和使用者都具有显著的影响,社会经济地理位置的现状和发展变化必须格外重视。

(2)异质性。每一幢房屋的用途不同,所处地理位置不同,房地产商品不可能像其他一般的商品那样通过重复生产来满足消费者对同一产品的需求。房地产位置的固定性决定了房地产供给和需求的地方性和区域性,因而房地产市场不存在统一的市场价格。

(3)使用长期性。房屋一经建成,其使用年限一般可达数十年或更长,房地产具有长期使用性和较高的耐久性。根据我国现行的土地使用制度,公司、企业、其他组织和个人通过政府出让方式取得的土地使用权,具有一定的使用期限,在使用期限内,可以转让、出租、抵押或进行其他经济活动。国家规定的土地使用权一次出让最高年限因土地的用途不同而不同:居住用地 70 年,工业用地 50 年,教育、科技、文化、卫生、体育用地 50 年,商业、旅游、娱乐用地 40 年,综合用地或其他用地 50 年。

(4)投资大、开发周期长。房地产开发建设需巨额投资,房屋的建筑安装工程造价昂贵。房地产开发建设的周期比一般商品要长得多,通常需要一年以上。

(5)保值增值性。随着社会经济的发展、城市化进程的推进,房地产需求不断上涨,而房地产供应量,特别是土地供给量是有限的,房地产价格具有上涨的预期,使得房地产具有保值增值的功能。

(6)价格易受周围环境影响。房地产价格除了受其自身质量的影响外,主要取决于其所处的位置和周围的环境,受临近房地产用途和功能的影响。例如,在一幢住宅楼旁兴建一座工厂会导致住宅楼的价格下降;但如果兴建的是一座公园或绿地广场,则可使住宅价格上升。道路、公园、学校、博物馆等公共设施的投资,能显著地提高附近房地产的价格。

(7)易受国家政策影响。任何国家基于社会经济发展和公共利益的需要,都要对房地产占有、使用、分配、流转等作出限制,主要有两方面:一是政府基于公共利益,限制某些房地产的使用,如城市规划对土地用途、建筑容积率、建筑覆盖率、建筑高度和绿地率等的规定;二是政府为满足社会公共利益的需要,可对房地产实行强制征用或收买。同时也说明了投资房地产的风险性。

(8)变现性差。房地产是一种非流动性资产,其投资的流动性相对较差。把握房地产的质量和价值需要一定的时间,其销售过程复杂且交易成本较高,很难迅速无损地转换为现金。其主要原因是:当房地产作为资产经营时,其投资只能通过租金的形式逐渐收回;当房地产作为商品进行买卖时,受多种原因限制,会出现想卖而卖不掉或卖掉后损失太大而不愿意卖等情况。

四、房地产业

房地产业是指从事房地产开发、经营、管理和服务的行业或产业。其中,开发是基础,经营是开发的产品得以实现的过程。管理和服务是保证开发和经营顺利实施的手段。按中国证监会(CSRC)对上市公司的分类标准,房地产业包含开发、经营、管理、中介服务(如房地产经纪、房地产评估、房地产咨询等)四个方面。房地产开发商(房地产企业)是从事土地和房屋开发建设,以及以房地产产品为核心从事房地产中介、咨询、物业服务,实现自身价值的经济组织。

基于三次产业的分类标准,房地产业属于第三产业,具有广义“服务业”的性质。基于国际标准产业的分类,房地产业与金融、保险等商业性服务业列为十类中的第八大类。在非官方标准的产业分类体系中,如摩根士丹利(Morgan Stanley)、标准普尔(S&P)、伦敦金融时报