

REAL ESTATE DEVELOPMENT AND CASE STUDIES

房地产开发与案例分析

张跃松◎编著



清华大学出版社



RE⁸STATE DEVELOPMENT AND CASE STUDIES

房地产开发与案例分析

张跃松◎编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

为推动房地产业的现代化发展,培育房地产专业人才,反映近些年来房地产业的发展 and 变化,同时确保本书的新颖性和实用性,更好满足广大读者学习和了解房地产行业的需要,本书以房地产开发内容及案例分析为主线,结合现代经营管理理论以及该产业发展中的新兴状况,介绍房地产开发中的重要内容,并通过案例分析总结典型项目开发模式和成功经验,冀望窥得未来行业发展之一斑。

本书以房地产开发过程、管理、系统为研究对象,分别对房地产开发的相关概念和分类、开发程序、开发前期工作、财务评价与投资决策、开发项目管理、企业地域扩张模式、文化地产开发模式、开发中的文化元素、开发项目定位与策划,老年地产和城市综合体的定位与策划、奥特莱斯的发展与策划、购物中心项目的区位选择、旅游地产的开发模式,以及房地产投融资模式等进行了探讨。本书可作为房地产专业、土地资源管理专业、工程管理专业、城市经济专业的本科生教材或教学参考书,也可作为相关专业的研究生的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

房地产开发与案例分析/张跃松编著.--北京:清华大学出版社,2014

ISBN 978-7-302-34644-9

I. ①房… II. ①张… III. ①房地产开发—案例 IV. ①F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 291007 号

责任编辑:左玉冰

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:19.25 字 数:440 千字

版 次:2014 年 6 月第 1 版 印 次:2014 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:38.00 元

产品编号:052211-01

中国的房地产业,古老而新兴。数千年前起就有民间田地交换、房屋租赁买卖;改革开放以来几经波折,逐渐调整完善成熟,房地产业得以迅速发展,截至 2012 年年末,我国登记在册的房地产企业达 8.8 万余家,从业人数多达 225 万。伴随着我国城镇化快速发展,房地产业的竞争将更加激烈,房地产业的创新已经成为当今行业发展的重要课题。房地产业创新是房地产业可持续蓬勃发展的前提,也是实现“住有所居”目标的重要保证。

房地产开发是一项复杂的系统工程,肩负着为人类自身生存和发展的时代重任。由于房地产的特性,开发往往投资大、周期长、效益高,其发展又要受到社会经济水平、人口因素、政府法律法规、城镇综合因素、自然环境等多方面因素的制约,因而成功的开发项目需要房地产开发企业的综合能力和优秀的房地产管理人才。近些年来我国房地产市场中的住宅、商用物业、老年地产、购物中心等物业开发过程中涌现的经典项目,不断刷新中国乃至世界地产纪录,为行业飞速发展积累了经验,丰富了市场经济的内容。

为推动房地产业的现代化发展,培育房地产专业人才,反映近些年来房地产业的发展 and 变化,同时确保本书的新颖性和实用性,更好满足广大读者学习和了解房地产行业的需要,本书以房地产开发内容及案例分析为主线,结合现代经营管理理论以及该产业发展中的新兴状况,介绍房地产开发中的重要内容,并通过案例分析总结典型项目开发模式和成功经验,冀望窥得未来行业发展之一斑。

本书以房地产开发过程、管理、系统为研究对象,分别对房地产开发的相关概念和分类、开发程序、开发前期工作、财务评价与投资决策、开发项目管理、企业地域扩张模式、文化地产开发模式、开发中的文化元素、开发项目定位与策划,老年地产和城市综合体的定位与策划、奥特莱斯的发展与策划、购物中心项目的区位选择、旅游地产的开发模式,以及房地产投融资模式等进行了探讨。本书可作为房地产专业、土地资源管理专业、工程管理专业、城市经济专业的本科生教材或教学参考书,也可作为相关专业的研究生的参考用书。

本书由张跃松编著,衷心感谢中国社科院王丽博士、中海地产(沈阳)有限公司总经理

郭磊博士,以及陈克琴、贾庆光等硕士在本书资料收集、整理方面提供的帮助。本书在编写过程中参考了许多专家学者的著作,在此向他们致以诚挚的谢意。

本书的编写虽承载了作者多年教学的心血,但由于作者水平有限,难免有所疏漏,欢迎广大读者提出宝贵意见。

另外感谢清华大学出版社左玉冰同志在本书酝酿、编写及出版过程中给予的帮助。

编 者

2013 年 11 月

目录

Contents

第一章 房地产开发程序与管理	1
第一节 房地产开发的内涵和分类	1
一、房地产开发的概念	1
二、广义上房地产开发的内涵	1
三、房地产的分类	3
第二节 房地产开发的主要程序及内容	4
一、房地产开发的程序	4
二、房地产开发各阶段的主要内容	5
三、房地产开发过程的主要参与者	13
第三节 城市规划对房地产开发的影响及有关技术经济指标	14
一、城市规划对房地产开发的影响	14
二、规划设计方案中的主要技术经济指标	15
第四节 影响房地产开发的主要因素	16
一、投资机会选择与决策分析阶段的影响因素	16
二、前期工作阶段的影响因素	17
三、项目建设阶段的影响因素	19
四、租售阶段的影响因素	19
本章小结	20
复习思考题	20
第二章 房地产开发的前期工作	21
第一节 房地产新项目投资流程和内容	21
一、房地产新项目投资工作流程	21
二、《项目投资建议书》主要内容	22
第二节 房地产项目可行性研究	24
一、房地产可行性研究的含义和目的	24
二、可行性研究的作用	24

三、房地产可行性研究的工作阶段和内容	25
四、项目可行性报告的编制	27
第三节 土地使用权的获取	30
一、我国土地储备制度	31
二、开发商获取土地的主要途径	32
第四节 各种许可证的获取	34
一、选址意见书	34
二、建设用地规划许可证	34
三、建设工程规划许可证的获取	35
四、施工许可证的获取	36
第五节 工程建设招标及其他工作	38
一、工程建设招标	38
二、其他准备工作	40
本章小结	41
复习思考题	41
第三章 房地产项目财务评价与投资决策	42
第一节 房地产项目财务评价	42
一、房地产项目财务评价的含义和目标	42
二、房地产开发项目总投资估算	42
三、房地产开发项目租售收入的估算	46
四、房地产开发项目财务评价的主要经济指标	46
五、房地产开发项目的不确定性分析	54
第二节 房地产项目投资决策	59
一、房地产投资决策的含义和基本要素	59
二、房地产投资决策的程序和类型	60
三、房地产投资决策的方法	61
四、确定型房地产决策方法	62
五、风险型房地产决策方法	64
六、不确定型房地产决策方法	66
本章小结	68
复习思考题	68
阅读材料	68
第四章 房地产开发项目定位与策划	70
第一节 房地产市场调查与市场分析	70
一、房地产市场调查的含义	70
二、房地产市场调查的类型	70

三、房地产市场调查的内容	71
四、房地产市场调查的方法	73
五、房地产市场分析的主要内容和方法	75
六、目标物业及相关因素分析	76
第二节 房地产市场细分	78
一、房地产市场细分的含义	78
二、房地产市场细分的作用	78
三、房地产市场细分的方法	79
第三节 房地产市场定位	81
一、房地产市场定位的含义	81
二、房地产市场定位的意义	81
三、房地产市场定位的具体策略	81
第四节 房地产项目策划	83
一、房地产项目策划的内涵和作用	83
二、房地产项目策划与可行性研究、决策的区别	84
三、房地产项目全程策划	84
四、房地产项目策划的创新	91
五、房地产项目策划报告编制	93
本章小结	95
复习思考题	95
第五章 房地产开发项目管理	97
第一节 房地产开发项目管理的主要内容	97
一、房地产开发项目管理	97
二、房地产开发项目管理的内容	98
第二节 房地产开发项目计划管理	98
一、房地产开发项目计划管理体系	98
二、计划的编制、审核、审批及时间要求	99
三、计划管理的动态控制和调整	99
四、计划执行效率评估	100
第三节 房地产开发项目质量管理	101
一、房地产开发项目质量管理	102
二、房地产开发项目质量的影响因素	102
三、房地产开发项目动态质量控制	103
四、工程项目质量的全面控制	104
五、房地产开发项目质量管理的内容	105
第四节 房地产开发项目成本管理	107
一、房地产开发项目成本管理的依据	107

二、房地产开发项目成本管理的措施	108
三、房地产项目目标成本管理	109
四、房地产项目实施过程成本的动态管理	110
五、设计限额指标的控制管理	111
第五节 房地产开发项目进度管理	113
一、房地产开发项目进度管理的主要任务	113
二、房地产开发项目进度管理的控制方法	113
三、房地产开发项目进度管理的控制措施	113
第六节 房地产开发项目其他管理	114
一、合同管理	114
二、安全管理	114
三、信息管理	115
四、风险管理	115
五、竣工验收	115
六、房地产开发项目协调的内容	116
本章小结	117
复习思考题	117
第六章 房地产市场营销	118
第一节 房地产市场营销相关概念	118
一、房地产市场营销的概念和特点	118
二、房地产市场营销的流程	118
三、房地产市场营销的基本理论	118
四、房地产市场营销组合管理	118
五、房地产市场营销管理阶段的工作内容	119
六、房地产市场营销的发展趋势	120
第二节 房地产项目的销售渠道选择	121
一、房地产销售渠道	121
二、房地产销售渠道选择的原则	121
三、房地产销售渠道选择的影响因素	122
四、物业租售形式的选择	122
第三节 房地产定价的方法与策略	125
一、房地产价格类型和构成	125
二、房地产价格制定的理论依据	126
三、房地产价格制定的程序	126
四、房地产价格制定的目标	127
五、房地产项目定价的方法	127
六、房地产价格制定的技巧	129

七、全过程定价策略	130
第五节 房地产促销策略	131
一、新闻传播营销	131
二、广告传播营销	133
三、现场传播营销	135
本章小结	136
复习思考题	137
第七章 房地产项目投融资	138
第一节 房地产投资和投资特性	138
一、房地产投资	138
二、房地产投资与开发投资	139
三、房地产投资环境分析	139
四、房地产投资的特性	141
第二节 房地产投资利弊和风险	143
一、房地产投资的利弊	143
二、房地产投资的风险	144
第三节 房地产项目资金来源	146
一、房地产金融与融资的概念	146
二、房地产项目融资意义	146
三、房地产项目资金来源	147
第四节 房地产投资信托基金	148
一、房地产投资信托基金含义	148
二、美国房地产投资信托基金的发展模式	151
本章小结	152
复习思考题	152
阅读材料	152
第八章 案例分析：房地产企业地域扩张模式	157
第一节 房地产企业地域扩张特点和发展历程	157
一、房地产企业地域扩张概念与特点	157
二、房地产企业地域扩张的发展过程、动机和风险	158
第二节 房地产企业地域扩张的关键因素	162
一、从房地产企业地域扩张开发流程分析	162
二、从房地产企业地域扩张竞争力分析	164
三、房地产企业地域扩张成功的关键	165
第三节 房地产产品线开发	166
一、房地产产品线定义	166

二、建立房地产产品线的意义	166
三、产品线开发	167
四、企业产品未来发展方向	170
第四节 典型房地产企业地域扩张模式	170
一、万科模式	170
二、龙湖模式	175
三、绿地模式	176
四、阳光 100 模式	177
五、中海模式	179
六、房地产企业地域扩张模式总结	181
本章小结	181
复习思考题	181
阅读材料	182
第九章 案例分析：文化地产开发模式	186
第一节 文化地产的表现特征	186
一、文化地产的概念	186
二、文化地产的开发意义	187
三、文化地产的表现特征	187
四、文化地产的发展趋势	188
第二节 文化地产的开发方法和开发模式	189
一、文化地产的开发方法	189
二、文化资源的整合	189
三、文化地产的开发模式	190
第三节 典型的案例：北京星河湾	192
本章小结	196
复习思考题	196
阅读材料	196
第十章 案例分析：房地产开发中的文化元素	198
第一节 文化地产中的文化元素分类	198
第二节 地脉文化：丽江古镇	199
一、丽江的历史文化	199
二、丽江古镇民居	199
第三节 建筑文化：中外建筑风格各异	200
一、传统建筑风格：以永定土楼为例	200
二、欧陆建筑风格：以哥特式建筑为例	203
三、古典主义建筑风格：以洛可可式建筑为例	205

四、现代建筑风格：以高迪建筑为例	207
第四节 园林文化：友谊宾馆	208
一、友谊宾馆的特色	208
二、友谊宾馆构造	209
第五节 住宅文化：LOFT	212
一、关于 LOFT	212
二、LOFT 特点	213
三、LOFT 的艺术性	215
第六节 营销文化：龙湖体验式营销	215
一、龙湖体验式营销的项目特点	215
二、项目分析	217
三、体验式营销	218
四、营销的创新	219
第七节 传统文化：北京胡同	219
一、胡同的来源	219
二、胡同里的四合院	220
三、老北京的新胡同——菊儿胡同	221
第八节 别墅项目中的建筑文化	222
一、别墅	222
二、别墅分类	222
三、各种别墅建筑风格分析	223
本章小结	236
复习思考题	236
阅读材料	237
第十一章 案例分析：不同业态项目的定位与区位选择	238
第一节 城市建筑综合体的定位	238
一、城市建筑综合体的概念与特征	238
二、城市建筑综合体的定位方法及程序	243
第二节 奥特莱斯的项目定位	248
一、奥特莱斯的概念、特征和发展历程	248
二、奥特莱斯项目定位的内容	252
第三节 购物中心项目的区位选择	256
一、购物中心的概念和特征	256
二、购物中心区位选择方法	257
本章小结	261
复习思考题	261
阅读材料	262

第十二章 案例分析：典型项目的开发模式	268
第一节 旅游地产的开发模式	268
一、旅游地产的内涵	268
二、旅游地产商业模式	269
三、旅游地产开发流程与一般房地产开发流程比较	272
四、旅游地产开发模式	273
第二节 老年住宅开发运营模式	276
一、老年住宅的概念	276
二、老年住宅的主要分类	277
三、我国老年住宅市场现状	279
四、美国 CCRC 老年住宅运营模式	280
五、国外老年住宅的开发案例	281
本章小结	282
复习思考题	282
阅读材料	283
参考文献	291

第一章

CHAPTER 1

房地产开发程序与管理

本章主要介绍房地产开发的内容和分类、房地产开发的程序和主要内容、城市规划对房地产开发的影响及主要技术指标等。

第一节 房地产开发的内涵和分类

一、房地产开发的概念

房地产开发的概念可以从两个方面理解。首先房地产开发是通过多种资源的组合使用而为人类提供入住空间,并改变人居环境的一种活动。房地产开发中使用多种资源:土地、建筑材料、城市基础设施、城市公共配套设施、劳动力、资金、专业化人员经验等。另外,房地产开发是指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,并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房以及进行物业管理的行为。

二、广义上房地产开发的内涵

广义上房地产开发的内涵包括土地开发、房屋开发、租售及物业管理。从狭义上讲,物业管理不包含在房地产开发范畴内。

(一) 土地开发

土地一级开发,是指由政府或其授权委托的企业,进行统一的土地征收、拆迁、土地平整,进行地上地下市政基础设施和社会公共配套设施建设,使土地达到“三通一平”或“七通一平”的建设条件(熟地)^①。土地一级开发是在进行土地使用权出让前,需要按照土地一级开发的模式,对地块进行土地开发工作。土地收购储备制度的建立和土地一级开发模式改变了传统的开发商获取土地使用权的程序,对房地产开发商或投资者获取土地使用权的价格也产生了重大影响。一般分为土地一级开发和土地二级开发。土地二级开发

^①“三通一平”是指水通、电通、路通和场地平整。

“七通一平”,就是给水通、排水通、电力通、电讯通、热力通、煤气通、道路通和场地平整。

是指土地使用者从土地市场取得土地使用权后,直接对土地进行开发建设的行为。

(二) 土地使用权转让

土地使用权转让是指土地使用者将土地使用权再转移的行为,包括出售、交换和赠与。所有权和使用权的分离是土地使用权作为一种财产权交易的前提条件。土地使用者人与土地使用者之间及土地使用者之间的买卖交易属于土地使用权转让范畴。但是如果未按土地使用权出让合同规定的期限和条件投资开发、利用土地的,土地使用权不得转让。土地使用权转让时,其地上建筑物、其他附着物所有权随之转让。土地使用权转让时,应签订转让合同。土地使用权出让合同和登记文件中所载明的权利、义务随之转移。土地使用权转让时,其地上建筑物和其他附着物所有权随之转让。

(三) 房屋开发建设

房屋开发也就是房屋建设,是指在完成基础设施建设的土地上建设房屋等建筑物,包括住宅楼、工业厂房、商业楼宇、写字楼以及其他专用房屋。

(四) 房地产销售

按交易期限不同分为现房与期房两种出售方式。现房出售就是所谓的现场选择,拍板交易。期房交易是指购买所谓“楼花”,待竣工后再移交给买者。期房交易一般是在市场供给不足的情况下较多采用,优点是买者可以得到货源保证,卖者可以提前得到房款,从而加速房地产开发和流通。但在失控的情况下,也容易发生转手倒卖的投机行为。按付款期限可分为一次性付款和分期付款出售。按出售数量,可分为批量出售和单宗出售。

(五) 房地产出租

房地产出租按所经营的对象不同,分为土地出租和房屋出租。房屋的租赁经营是房地产产权经营的重要内容之一。房屋出租是指房屋所有者作为出租人将土地使用权同地上建筑物、其他附着物租赁给承租人使用,由承租人向出租人支付租金的行为。未按土地使用权出让合同规定的期限和条件投资开发、利用土地的,土地使用权不得出租。房屋出租,出租人与承租人应当签订租赁合同。房屋出租后,出租人必须继续履行土地使用权出让合同。房屋的出租者可以是土地所有者,也可以是土地使用权人。

(六) 物业管理服务

物业管理服务泛指一切跟房地产的开发、租赁、销售及售后有关的服务,它是指由专门的机构和人员,依照合同和契约,对已竣工验收投入使用的各类房屋建筑和附属配套设施及场地以经营的方式进行管理,同时对房屋区域周围的环境、清洁卫生、安全保卫、公共绿地、道路养护统一实施专业化管理,并向住用人提供多方面的综合性服务。物业管理的对象是物业,服务对象是人,是集管理、经营、服务为一体的有偿劳动,实行社会化、专业化、企业化经营之路,其最终目的是实现社会、经济、环境效益的同步增长。狭义的物业管理服务包括房屋的保养、维修,清洁、绿化、管理等。除此之外物业管理服务的任务还包括

是楼宇的维修,机电设备和公共设施的维护,以及治安保卫、保洁,资产管理等。

三、房地产的分类

房地产可以从自然形态、用途和投资主体等角度进行划分。

(一) 按房地产存在的自然形态划分

从房地产存在的自然形态上看,主要分为三大类,即土地、在建工程及建成后的物业。

1. 土地

土地是房地产的一种特殊形态,属于房地产的范畴并是其中最重要的一个组成部分。土地又分为建设用地和非建设用地两种情况,前者基本属于农村土地,而后者主要属于城市用地。依土地所处的状态不同,城市土地又可为具有开发建设条件、立即可以开始建设的熟地和必须经过土地的再开发过程才能用于建设的生地。

2. 在建工程

在建工程指正在建设中的建筑物。在建工程也存在交易行为,如将在建工程转让、抵押等活动。

3. 建成后的物业

通常所说的建成后的物业是已通过竣工验收、可投入正常使用的建筑物及其附属物。按照建筑物的用途不同,这类房地产可以分为居住物业、商用物业、工业物业、特殊用途物业种种形式。

(二) 按房地产用途划分

1. 居住物业

居住物业包括普通住宅、公寓、别墅等。大部分购买者的购买目的是满足自用和有少量作为投资(出租)。居住物业的市场最具潜力,投资风险也相对较小。居住物业的交易以居民个人的购买行为为主,交易规模较小,但该类物业的交易量十分巨大。

2. 商用物业

也称收益性物业或投资性物业,包括写字楼、零售商业用房(店铺、超市、购物中心等)、出租商住楼等。购买者的购买目的大都以投资为目的,也有一部分为了自用自营。商业物业市场的繁荣与当地的整体社会经济状况、工商贸易、金融保险、顾问咨询、旅游等行业的发展密切相关。这类物业常以机构投资为主。位置对于这类物业有着特殊的重要性。而商铺一般要比住宅楼更具升值潜力,这曾经是温州炒房团看好商铺的原因之一。

3. 工业物业

工业物业包括工业厂房、高新技术产业用房、研究与发展用房(又称工业写字楼)、仓储用房等,可以出售和出租。重工业厂房由于设计和工艺流程及设备安装的需要,只适合特定的用户使用,不容易转手交易。高新技术产业用房和研究与发展用房则有较强的适应性。轻工业厂房介于上述两者之间。目前仓储用房也越来越多地用于出租经营。

4. 酒店和休闲娱乐设施

酒店和休闲娱乐设施是为人们的商务或公务旅行、会议、旅游、休闲、康体娱乐活动提供入住空间的建筑,包括酒店、休度假中心、康体中心、赛马场、高尔夫球场等。严格的说,这类物业属于商用物业投资类型,但其在物业经营管理活动上的特殊性,又使得其成为一种独立的物业投资类型。

5. 特殊物业

对于汽车加油站、飞机场、车站、码头、高速公路、桥梁、隧道等物业,常称为特殊物业。特殊物业经营的内容通常要得到政府的特殊许可。市场交易很少,属于长期投资,除此之外还包括教堂、寺庙、墓地等。

(三) 按投资主体分类

根据投资主体的分类包括政府投资、非营利机构投资,其中有些投资注重社会效益和生态环境效益如保障房和低碳住房等;还包括企业投资、个人投资,如进行投资商品房等。

第二节 房地产开发的主要程序及内容

一、房地产开发的程序

房地产开发是一项复杂的工作,从投资者有投资意向开始,中间要经过看地、筛选、可行性研究、土地使用权获取、各种许可证的获取等前期工作,然后还要经过施工准备、工程施工、竣工验收、项目出租出售等过程。在这个持续时间较长的全部过程中,要通过房地产开发企业、计划部门、规划部门、设计单位、施工单位、市政部门、金融机构等许多单位和部门的协调和配合,因此房地产开发的程序非常复杂。当然,具体项目的开发程序并不一定按部就班地进行,某些环节可以发生交叉,如在项目建设前或建设中就预售或预租给投资者或使用人。在我国,开发商从有投资意向开始至项目建设完毕出售或出租并实施全生命周期的物业管理,大都遵循着如下流程,具体可以概括为八个步骤:提出投资设想、细化投资设想、可行性研究、合同谈判、签署有关合作协议、工程施工、竣工交工、物业资产管理。四个阶段:投资机会选择与决策分析、前期工作、建设阶段和租售阶段,如图 1-1、图 1-2、图 1-3 所示^①。

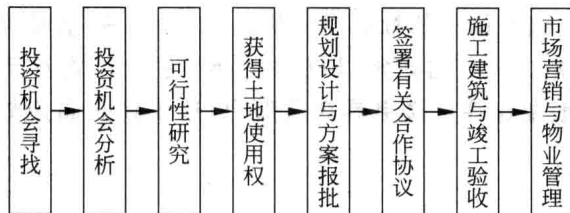


图 1-1 房地产开发的主要程序

^①从房地产项目管理的角度分析。