

JIAN SHE XIANG MU TOU ZI GUAN LI

LEJIADONG PENGSHENGLIN BIANZHU

建设项目 投资管理



乐嘉栋 彭胜林 编著

上海华辰建设投资顾问有限公司

同济大学
出版社

建设项目投资管理

上海华辰建设投资顾问有限公司

乐嘉栋 彭胜林 编著

同济大学出版社

内 容 提 要

建设项目投资管理是以建设项目为对象,工程经济与工程管理相结合。全书共分五篇 14 章,内容涉及投资价值理论、投资策划、投资控制、投资风险管理和营销策划。

本书可供建设项目投资领域的管理人员借鉴与参考,亦可作为高等学校有关管理专业的教学用书。

图书在版编目(CIP)数据

建设项目投资管理/乐嘉栋,彭胜林编著. —上海:

同济大学出版社,2004. 1

ISBN 7-5608-2753-5

I. 建… II. ①乐…②彭… III. 基本建设投资

IV. F283

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 001174 号

建设项目投资管理

上海华辰建设投资顾问有限公司

乐嘉栋 彭胜林 编著

责任编辑 陈全明 责任校对 徐 栩 封面设计 陈益平

出 版	同济大学出版社
发 行	(上海四平路 1239 号 邮编 200092 电话 021-65985622)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	同济大学印刷厂印刷
开 本	787mm×960mm 1/16
印 张	14
字 数	280000
印 数	1—5200
版 次	2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5608-2753-5/F·274
定 价	25.00 元

本书若有印装质量问题,请向本社发行部调换

前 言

我国经过 20 多年的经济体制改革已基本完成了从计划经济向社会主义市场经济的转变,但是在建设项目投资与管理方面相对于工业生产领域这种转变显得较慢。我们感到对于在市场经济条件下建设项目投资管理的理论与方法的研究也相对滞后;虽然不少管理学和经济学著作对有关理论有所论述,但这些理论往往不适用于建设项目这一特定对象。

目前有关建设项目投资活动全过程的管理理论与方法研究多局限于针对建设项目投资活动的某个阶段,对建设项目投资管理的全过程的系统性研究不多,较全面、系统地就建设项目投资活动全过程的管理进行理论与方法的论述尚不多见。因此想到将个人近 20 年从事建设项目投资决策咨询、工程设计管理、项目管理、招投标与投资控制等方面工作所积累的体会和思考作一系统的总结,并力求上升到理论上作一些归纳与提炼,因此就有了这本《建设项目投资管理》。

本书以建设项目投资活动的全过程为对象,研究建设项目投资的目标、项目投资策划与决策、项目建设过程管理、风险防范及营销的理论与方法。

本书从理论上指出了建设项目投资管理的核心目标是:“满足需求,实现价值”;衡量投资目标达到的标志是“项目评估价值是否大于投资”;项目投资管理的目的是发掘与提升项目评估价值,所使用的最重要手段是“系统的项目策划”;实现项目投资目标的核心方法是“投资活动的全过程管理与控制”。项目的策划、管理与控制是建设项目投资全过程管理的主要内容。建设项目投资管理是一项系统性的工作,必须依靠各方面力量实行全面管理与全过程管理。

本书的内容源自于个人从事建设项目管理与咨询方面的工作经验与体会,特别是最近 7 年在上海华辰建设投资顾问有限公司从事项目前期咨询、投资控制及项目管理中进行的思考,力求内容具有理论性、针对性和现实性。希望本书能给与项目建设管理有关的人员提供借鉴与参考,为提高我国建设项目管理水平作出贡献。

在本书的编写过程中得到了上海华辰建设投资顾问有限公司及其有关同仁的支持和帮助,在此表示感谢。由于个人认识水平所限,书中若有疏忽和不当之处,敬请批评指正。

乐嘉栋

2003 年 11 月 28 日

- ◎ 建设项目投资的核心目标是
“满足需求，实现价值”
- ◎ 衡量投资目标达到的标志是
“项目评估价值是否大于投资”
- ◎ 发掘与提升项目评估价值最重要手段是
“项目的策划”
- ◎ 实现项目投资目标的核心方法是
“建设项目全过程管理与控制”

作者简介

乐嘉栋

1986年毕业于同济大学建筑管理专业，承担过境内外数十个大型项目投资策划、可行性研究、项目管理、招投标及投资控制工作。曾就职于华东建筑设计研究院、香港太古地产有限公司，现为上海华辰建设投资顾问有限公司董事总经理、高级工程师、英国皇家特许建造师、国家注册造价工程师、监理工程师、房地产评估师、上海市政府采购特邀监察员、政府采购咨询专家、上海市建设工程评标专家、上海市工程建设执业资格工作委员会专家委员。因在工程造价管理方面作出成绩，2003年1月获得建设部授予全国工程建设标准定额工作先进个人称号。

彭胜林

2001年毕业于同济大学建筑管理专业，现为同济大学管理科学与工程（工程管理专业）硕士研究生，主要研究方向：建设项目管理、投资策划和投资管理。在研究生期间参与了“全社会固定资产投资预测决策模型研究”、“上海、深圳投融资体制比较研究”等课题的研究；在上海华辰建设投资顾问有限公司项目策划部期间参与多个大型项目的可行性研究、投资策划与咨询工作。

目 录

前 言

第一篇 投资价值理论篇

第一章 建设项目投资的相关概念	(3)
第一节 建设项目投资的概念	(3)
一、什么是投资	(3)
二、投资的特点	(3)
三、建设项目投资	(5)
第二节 建设项目的特点	(5)
一、建设项目的不可移动性	(5)
二、建设资源的稀缺性	(6)
三、建设项目用途的不可替代性	(6)
四、建设项目使用的长期性	(6)
五、建设项目的高投入性	(7)
六、相关市场信息不对称性	(8)
第三节 建设项目的投资目标	(8)
第二章 建设项目评估价值理论	(10)
第一节 价值概念的内涵	(10)
一、价值的概念	(10)
二、经典价值理论	(11)
第二节 交换价值的确定方法	(12)
一、新古典价值论的定价方法	(12)
二、劳动价值论的定价方法	(13)
三、现有价值理论运用于建设项目的局限性	(14)

第三节 建设项目评估价值理论	(14)
一、建设项目的评估价值	(14)
二、建设项目的评估价值的确定	(15)
三、建设项目评估价值理论	(16)
第四节 影响评估价值的因素	(17)
一、影响评估价值的外部因素	(17)
二、影响评估价值的个人因素	(19)
三、影响评估价值的产品因素	(20)

第二篇 投资策划篇

第三章 项目前期投资策划概述	(25)
第一节 投资管理与投资策划	(25)
一、投资策划的实质	(25)
二、项目投资策划的重要性	(26)
第二节 建设项目的投资决策	(27)
一、投资决策研究的主要内容	(27)
二、项目投资决策的特点	(29)
第三节 投资策划的内容与方式	(29)
一、投资策划的内容	(29)
二、项目投资策划的程序	(30)
三、当前项目投资策划中存在的问题	(30)
第四节 投资策划的知识要求	(32)
一、投资策划的智力结构	(32)
二、投资策划机构的比较	(33)
第四章 项目前期市场调研	(35)
第一节 市场调研概述	(35)
一、市场调研的作用	(35)
二、市场调研的原则	(37)
第二节 如何进行市场调查	(38)
一、明确目标市场	(38)

二、市场调查的内容	(39)
三、市场调查的形式和方法	(41)
第三节 市场分析与预测	(42)
一、市场分析	(42)
二、市场预测的常用方法	(44)
第五章 建设项目的定位	(47)
第一节 项目定位概述	(47)
一、项目定位的方式	(47)
二、项目定位的流程	(48)
第二节 建设项目区位的选择	(49)
一、建设项目区位概述	(49)
二、区位选择的场地分析	(52)
三、常见建设项目区位选择的分析	(53)
第三节 项目投资类型和建设标准的确定	(55)
一、项目投资类型和建设标准确定的原则	(56)
二、常见的投资项目类型选择	(59)
三、实际项目投资类型和建设标准确定中的问题	(63)
第四节 项目开发规模的确定	(64)
一、项目开发的规模效应	(64)
二、开发规模的制约因素	(65)
第六章 建设项目营运模式与效益分析	(67)
第一节 项目的营运模式和资金来源分析	(67)
一、建设项目的营运模式	(67)
二、建设项目的资金筹措	(68)
第二节 项目的投资测算和现金流量分析	(69)
一、建设项目的投资测算	(69)
二、建设项目的营运费用	(70)
三、资金投入分析	(71)
四、资金回收分析和利息的测算	(71)
第三节 建设项目经济效益分析	(72)

一、经济效益及其分析原则·····	(72)
二、经济效益的确定性分析·····	(74)
三、敏感性分析·····	(76)

第三篇 投资控制篇

第七章 建设项目投资控制概述·····	(83)
---------------------	------

第一节 建设项目全面投资控制思想·····	(83)
-----------------------	------

一、全面投资控制的含义·····	(83)
二、全面投资控制的内容·····	(85)
三、全面投资控制的方法·····	(89)

第二节 建设项目投资动态控制思想·····	(91)
-----------------------	------

一、投资动态控制的含义·····	(91)
二、投资的动态控制原理·····	(92)
三、投资的偏差控制·····	(94)

第三节 投资管理参与方的职能分析·····	(95)
-----------------------	------

一、投资管理主要参与方职能·····	(95)
二、投资咨询机构的重要作用·····	(96)

第八章 设计阶段对项目投资的控制·····	(98)
-----------------------	------

第一节 设计阶段投资控制的重要性·····	(98)
-----------------------	------

一、设计阶段投资控制对项目总投资具有显著的决定作用·····	(98)
二、设计阶段投资控制体现了投资控制全过程的、动态的控制原则·····	(99)
三、设计阶段控制投资还充分体现了事前控制的思想·····	(100)
四、设计阶段控制投资既是必须的又是行之有效的,同时在此阶段控制 投资也能起到事半功倍的效果·····	(100)

第二节 设计阶段投资控制的内容·····	(101)
----------------------	-------

一、设计阶段投资控制目标的确定·····	(101)
二、设计阶段投资控制的条件·····	(101)
三、设计阶段投资控制的方法·····	(102)

第三节 通过优化设计控制投资·····	(104)
---------------------	-------

一、优化设计的含义·····	(104)
----------------	-------

二、优化设计的措施	(104)
第四节 实行限额设计控制投资	(106)
一、限额设计的含义	(106)
二、实行限额设计的措施	(107)
第九章 招投标阶段和合同管理中对项目投资的控制	(110)
第一节 招投标阶段对项目投资的控制	(110)
一、招投标的作用	(110)
二、招投标的类型	(111)
三、招投标的流程	(112)
第二节 建设项目合同管理	(114)
一、建设项目合同管理概述	(114)
二、建设项目合同的种类	(114)
三、施工合同的管理	(116)
第三节 工程索赔与控制	(119)
一、工程索赔相关概念	(119)
二、建设工程索赔程序	(121)
三、施工索赔	(123)
四、建设单位反索赔	(126)
第十章 施工阶段对项目投资的控制	(128)
第一节 投资、工期、质量的集中控制	(128)
一、工程投资影响要素间的相互影响	(128)
二、生产成本、质量成本、工期成本的控制	(130)
第二节 施工阶段投资控制的主要内容	(131)
一、付款控制	(131)
二、工程变更控制	(133)
三、价格审核	(134)
四、施工分包中的投资控制	(135)
五、竣工结算	(137)
六、竣工决算	(138)

第四篇 投资风险篇

第十一章 建设项目投资全过程风险分析	(143)
第一节 建设项目投资风险的实质	(143)
一、建设项目投资风险的概念	(143)
二、投资风险的研究意义	(144)
第二节 投资决策阶段风险	(145)
一、政策风险	(145)
二、投资时机风险	(146)
三、投资区位风险	(146)
四、投资类型风险	(147)
五、投资方式风险	(147)
六、投资可行性研究风险	(148)
第三节 投资前期阶段风险	(148)
一、置地风险	(148)
二、融资风险	(150)
三、勘察、设计风险	(152)
四、工程招标风险	(153)
五、合同风险	(154)
第四节 建设阶段风险	(156)
一、工期风险	(156)
二、成本风险	(157)
三、质量风险	(158)
四、技术风险	(158)
五、安全风险	(159)
第十二章 建设项目投资风险管理与防范	(160)
第一节 建设项目投资风险管理目标	(160)
一、建设项目投资风险管理及其目标	(160)
二、建设项目投资风险管理程序	(161)
三、典型的风险识别的方法	(162)

第二节 建设项目投资中经济风险的防范	(165)
一、投资风险理念	(165)
二、建设项目投资商业风险的防范	(166)
三、建设项目投资金融风险的防范	(166)
四、建设项目投资的购买力风险防范	(168)
五、建设项目投资的变现风险防范	(168)

第五篇 营销策划篇

第十三章 建设项目的市场营销策划	(173)
------------------------	-------

第一节 建设项目营销策划概述	(173)
一、建设项目营销策划的内涵	(173)
二、营销战略是建设项目成功的关键	(174)
三、建设项目市场营销推广流程	(174)
第二节 典型营销组合思想的运用	(176)
一、4P 营销组合思想的运用	(176)
二、4C 营销组合思想的运用	(178)
第三节 项目开发的节奏	(182)
一、项目开发的时间节奏	(182)
二、项目开发的空间节奏	(183)

第十四章 建设项目营销的资源分析	(185)
------------------------	-------

第一节 建设项目营销的态势理论分析	(185)
第二节 建设项目营销策划的外部资源	(187)
一、政策、法律环境	(187)
二、人文背景与地方习俗	(189)
三、消费者的消费心理与行为习惯	(190)
四、地理环境	(193)
五、经济环境	(195)
第三节 建设项目营销策划的内部资源	(197)
一、项目规划	(197)
二、定价与付款方式	(200)

三、销售方式与销售时机 (202)

四、公共宣传与促销 (205)

五、物业管理 (209)

主要参考文献 (211)

第一篇 投资价值理论篇

建设项目的评估价值是建设项目的理性价值和感性价值的总和,即人们在主观效用的影响下,基于其对理性价值的了解所得到的个人认为已经理性化了的的价值评定。

投资管理的目标是“让项目的评估价值极大化”,使建设的项目“物有所需”和“物有所值”,甚至“物超所值”。

为保证建设项目投资成功,必须对项目投资进行全面管理。投资管理就是有效地利用专业的、技术的专长与方法去计划和控制资源、投资、利润和风险。

第一章 建设项目投资的相关概念

第一节 建设项目投资的概念

一、什么是投资

买一辆轿车用于家用,是消费不是投资,但用于收费载客,则是投资。

买一套住宅自己居住,是消费不是投资,但拟出租或转手卖出,则是投资。

买一幅名画挂在墙上,则是投资兼消费,画的价值越高,投资的成分越大。

由此可见,购买同样的物品,是作为生活消费还是作为要素投入以产生收益,在进行购买决策时考虑的出发点是不同的。本书主要研究建设项目投资的问题。

投资是一个极为重要的国民经济问题,是关系到宏观经济发展和微观经济效率的重要经济变量。“投资”具有双重词性:作为动词解释是指“用钱生钱的过程”,作为名词解释是指“投入之资本”。而经济学上对投资的定义,可以说是众说纷纭,研究的思维角度和界定的范围也都不大一样,大致归纳起来可分为以下两类:

从投资行为与过程的角度进行分析,《经济大辞典》中的观点是:投资是经济主体以获得未来收益为目的,预先垫付一定量的货币或实物,以经营某项事业的行为;《简明不列颠百科全书》认为:投资指在一定时期内期望在未来能产生收益而将收入变换为资产的过程。

从价值与资本的角度进行分析,《经济大辞典》中认为:投资是指经营盈利性事业预先垫付的一定量的资本或其他实物。《宏观经济分析》一书中的观点是:在国民收入分析中,投资是在任何时期以新的建筑物、新的生产耐用设备和存货变动等形式表现的那一部分产量的价值。

归纳起来,两类定义的共同之处在于都是强调一定数量的货币资本及实物的投入,带来新的实际生产要素的扩大、外来收益或交换价值的增加。

二、投资的特点

萨缪尔森在《经济学》一书中指出,投资受三个基本要素的影响——收益、成