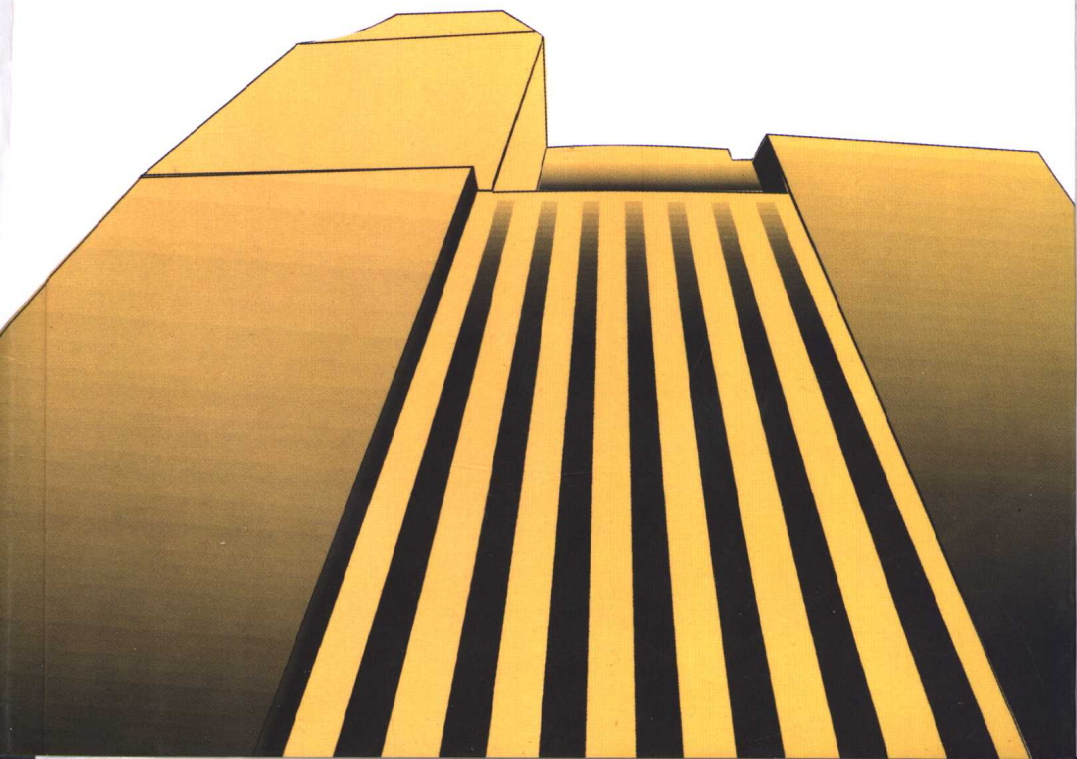


东方房地产研究丛书

上海人民出版社

国际房地产 概述

张永岳◎主编



东方房地产研究丛书

国际房地产 概述

张永岳◎主编

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际房地产概述/张永岳主编.
—上海:上海人民出版社,2004
(东方房地产研究丛书)
ISBN 7-208-05225-5

I. 国... II. 张... III. 房地产业—概况—发达国家
IV. F299.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 059881 号

责任编辑 周 峥
特约编辑 李 卫
封面装帧 陈 楠

国际房地产概述

张永岳 主编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 850×1168 1/32 印张 12 插页 2 字数 273,000

2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

印数 1-4,100

ISBN 7-208-05225-5/F·1174

定价 22.00 元

《东方房地产研究丛书》

编辑委员会

顾 问：桑荣林

编委会名誉主任：蔡育天

编委会主任：张永岳

编委会副主任：陈伯庚 顾志敏

编 委：蔡育天 张永岳 陈伯庚

顾志敏 龙胜平 彭加亮

吴伟良 崔 裴 李 岚

孙斌艺

总 序 言

21 世纪初,党的十六大召开,确立了全面建设小康社会的奋斗目标,同时,中国又成功地加入了世界贸易组织,标志着我国的改革开放和现代化建设进入了一个新的发展阶段。新的形势对房地产业的发展提出了新要求。《东方房地产研究丛书》就是在这个背景下编辑出版的。

早在 1998 年,东方房地产学院在国家教委高等教育出版社的支持下,与上海房产经济学会合作,组织上海的有关专家编辑出版了一套《高等学校房地产经济系列教材》,共八本,满足了当时专业教材紧缺的需要。到现在已经五年过去了,随着国民经济的发展,近几年来房地产业出现了新的繁荣局面,丰富的实践经验需要总结提高,也有许多新矛盾、新问题需要进一步探索和研究。适应新形势的要求,这套丛书就当前和未来房地产业发展中的重点问题开展研究,企求从学术理论的角度对我国房地产业的深入发展作出积极的贡献。

这套丛书共有:《市场化改革与房地产业》(作者:蔡育天)、《国际房地产初探》(作者:张永岳等)、《城镇住房制度改革的理论与实践》(作者:陈伯庚、顾志敏、陆开和)、《现代房地产市场研究理论与方法》(作者:孙斌艺)、《房地产金融与投资分析方法》(作者:龙胜平)、《打造房地产企业核心竞争力》(作者:彭加亮)、《房地产企业战略管理基础》(作者:吴伟良)、《物业管理企业品牌连锁研究》(作者:彭加亮)、《经济理论与房地产研究论文集》(作者:陈伯庚)、《居住文化维论》(作者:张永岳)。丛书的性质

是研究性的学术专著,力求理论性和实践性相结合,既富有创新见解,具有前瞻性,又包含可操作性的对策思路,集知识性、理论性、实践性和研究性于一体。读者对象主要是各类房地产企业的管理层、从业人员及从事房地产经济研究、关注中国房地产业发展的理论工作者、大专院校师生和实际工作者。

本丛书从2001年8月启动,2003年8月完成,前后花了三年时间出齐。由于水平的限制,难免有疏漏和不足之处,希望读者指正。

华东师范大学
东方房地产学院院长 张永岳

前 言

改革开放以来,我国房地产业从无到有,从小到大,期间虽有波动徘徊,但总体发展迅速。经过 20 年的发展,在当今中国,房地产业已成为整个国民经济中影响广泛、作用显著、规模巨大、令人关注的一个重要产业。

20 世纪 80 年代,房地产的商品化带来了产业的复苏。改革开放以后,人们逐步认识到了房地产的商品属性。1988 年我国进行了第一次土地批租,是我国房地产业真正开始按照商品经济规律运行的重要标志,表明了房地产业作为现代产业终于在我国基本形成。90 年代,房地产市场化的推进又带来了产业的繁荣。在这十年中,以土地使用制度改革、住房分配制度改革及房地产金融制度改革为动力,以建立和健全房地产市场为中心,在政府经济管理这有形之手与市场机制这只无形之手的共同推进下,我国的房地产业经过一段时间的调整,在世纪之交又呈现出一片生机勃勃的繁荣景象。

伴随着 21 世纪的来临,人们看到,与 20 世纪相比,中国房地产业已呈现出完全不同的景象:一是房地产业的地位和作用发生了根本的变化,已逐步成长为我国国民经济中的支柱产业;二是房地产市场体系已经基本形成,市场机制正在发挥着越来越大的作用;三是住宅消费已成了真正的消费热点,进而促进了以住宅为主体的房地产业成为国民经济中新的经济增长点。与

此同时,中国房地产业也展现出了多元化发展的前景,如产品的生态化、智能化,经营的规范化、集约化,运作的资产化、证券化,理念的人本化、人文化,等等。在这一过程中,基于经济全球化及中国加入世贸以后的社会大背景,中国房地产业还有一个总的发展趋势,这就是国际化。

房地产的国际化,集中表现为房地产经济活动的国际性展开,即是以国际社会为舞台的房地产业的发展。在我国,这一趋势具体体现为国内房地产业的国际化发展。这既表现为国际特别是发达国家和地区房地产业的理念、实践、人才、技术及运作模式和经验在我国的普遍应用,也意味着我国房地产业与国际接轨,并进而酝酿及付诸于走出国门,走向世界的实践。同时,房地产的国际化,也意味着房地产国际研究的深入。在这一专业学术领域中,大体也可分为两大部分:一是以了解世界各国房地产管理及政策和房地产市场动态及房地产业发展的规律性为目的的国际比较研究;二是将其作为一种房地产经济研究的方法论进行探索的国际比较研究,这是为实现房地产国际化为目的而展开的研究,其研究成果不仅可为完善我国房地产业发展之用,也能有利于我国房地产业国际化的发展。

就整体而言,在我国,房地产的国际化问题是一个新的实践课题,也是一个新的研究领域。目前,我国房地产业已成规模,房地产市场基本形成并进入了持续快速发展阶段。在国际社会中,我国房地产市场的发展也越来越受到重视。然而,与快速发展的房地产市场相比,关于我国房地产国际化的研究还相当滞后,对国际房地产的实证研究也较为零星分散。从我国房地产经济学术研究的进程看,一方面,随着我国房地产业的兴起、发展及走向繁荣,房地产市场运行体制、房地产业的发展研究已成为行业与学术界共同关注的焦点,具有中国特色的房地产经济

学科正在形成和逐渐成熟起来;另一方面,基于我国房地产市场发展历史不长,经验不足,了解国际房地产市场的运行机制及房地产业发展规律显得更为重要。进入 21 世纪的我国房地产市场面临着新的发展机会,也面临着新的问题和新的挑战。在新的历史时期中,如何把握机遇、克服困难、化解风险、战胜挑战,是包括房地产学术界在内的房地产业人士面临的共同任务。对于正在持续深入发展的我国房地产业来说,通过分析了解各先进国家和地区的房地产业发展状况及房地产市场运行体制,以达到认识房地产经济运行规律,并进而促进房地产市场和整个房地产业更有效、更健康的发展,不仅是非常有意义的,也是十分必要的。

正是基于上述原因,我们认为,当前尽快开展国际房地产的研究有着十分重要的学术价值和现实作用:其一,它能填补这一学术研究领域的空白,即为深入系统的开展这一领域的研究奠定一个基础;其二,这一研究有利于我国房地产学术界更好地开展和加强与世界各国同行的交流与合作;其三,这一领域的研究成果可作为我国房地产业决策机构和房地产企业界的参考,有利于更好地进行相关政策的制定、经营管理的决策及有关的实际工作。

与此相应,本书的研究重点和主要内容就从国际房地产运作的理念出发,着重介绍世界上一些主要国家和地区房地产业发展特点及房地产市场的运行状况,其目的是为我国房地产业界的发展提供借鉴。为便于读者阅读,本书在撰写过程中按专业内容大体分为九章叙述:第一章,主要阐述房地产市场这一中心问题;第二章到第五章,依次阐述了房地产开发,房地产中介服务,房地产金融及物业管理等房地产经济运行过程中的各个主要环节;第六章,专门探讨了住宅政策;第七章,概要介绍了房

地产法律的一些主要制度；第八章，专门论述了房地产周期波动及发展问题；最后第九章则综合地介绍了一些发达国家房地产业发展的状况。全书选用的资料，主要涉及到美、英、德、法、日等十几个发达国家及我国的香港和台湾地区。作者希望读者在阅读本书以后，能对国外及我国港台地区房地产业的发展及房地产市场运行状况有个大体的但又较为全面的了解，从而对房地产运作的规律性有所思考。

本书是集体劳动的成果。先后参与本书资料收集和编撰工作的有：孙斌艺（第一章），岳昉、严钊（第二章），施建刚、崔裴（第三章），龙胜平（第四章），顾志敏（第五章），李晶、陈伯庚（第六章），钱品石（第七章），崔裴（第八章），吴伟良（第九章），此外，彭加亮、李岚、吴徽辉也参与了相关的资料收集与前期写作工作。全书由张永岳统稿、定稿，李晶为此作了大量的协助工作。

本书在撰稿、统稿过程中，尽可能在现有条件下，努力做到资料的全面性、分析的客观性和论述的系统性的三者结合。然而，作为对国际房地产领域的初步探索，限于时间、资料 and 水平，本书必然存在着很多缺点和不足。在此，敬请读者鉴谅及给予指正，以便更好地推动这一新的研究工作的展开。

张永岳

2003年12月

目 录

前 言	1
第一章 国际房地产市场现状	1
第一节 房地产市场的特性	1
第二节 美国房地产市场现状	7
第三节 加拿大房地产市场现状	14
第四节 德国房地产市场现状	18
第五节 日本房地产市场现状	22
第六节 新加坡房地产市场现状	25
第二章 房地产开发	32
第一节 房地产开发概述	32
第二节 房地产开发过程和模式	45
第三节 房地产开发管理	69
第四节 美国房地产开发案例研究	81
第三章 房地产中介	93
第一节 房地产中介服务管理	93
第二节 房地产经纪	98
第三节 房地产估价	107

第四章 房地产金融	140
第一节 抵押贷款市场.....	140
第二节 固定利率抵押方式.....	151
第三节 可调利率抵押贷款方式.....	159
第四节 高比率融资.....	164
第五节 房地产投资信托.....	173
第五章 物业管理	179
第一节 物业管理的兴起和发展.....	179
第二节 美国物业管理.....	183
第三节 法国物业管理.....	189
第四节 澳大利亚物业管理.....	191
第五节 新加坡物业管理.....	193
第六节 韩国、日本的物业管理.....	200
第七节 中国香港地区物业管理.....	202
第六章 住宅政策	213
第一节 住宅特性与住宅政策.....	213
第二节 英国的住宅政策.....	219
第三节 美国的住宅政策.....	231
第四节 日本的住宅政策.....	240
第七章 房地产法律制度	249
第一节 不动产的财产权利.....	249
第二节 土地使用管理制度.....	261
第三节 住房法.....	268

第八章 房地产周期波动	273
第一节 房地产周期的基本理论.....	273
第二节 美国房地产的周期波动.....	282
第三节 日本房地产的周期波动.....	295
第四节 中国香港地区房地产的周期波动.....	306
 第九章 房地产业发展综述	 317
第一节 美国房地产业.....	317
第二节 英国房地产业.....	324
第三节 日本房地产业.....	334
第四节 俄罗斯房地产业.....	350
第五节 新加坡房地产业.....	356
 主要参考文献	 366

第一章 国际房地产市场现状

房地产市场是房地产商品买卖的场所与领域,也是所有房地产市场参与者相互关系的总和。从世界范围看,不同国家和地区经济社会发展的各自状况,必然导致房地产市场发展状况的差异。但尽管如此,作为房地产市场还是有其内在的共同特征。本章先对一些主要类别的房地产市场特性进行简要的概括,然后介绍近年来世界若干主要国家的房地产市场状况。

第一节 房地产市场的特性

一、办公楼市场的特性

在现代社会,随着产业结构的变化,第三产业的兴起,产业类型和业务活动方式的变化也日趋明显。各类产品的生产基地退居幕后,各类大大小小的公司则集中在办公楼内洽谈、签约以及经营日常业务。这样,办公楼的需求大大增加,现已成为房地产业的一个重要领域。

与其他房地产市场类型相关,办公楼市场具有下列一些主要特性:

1. 与地区经济增长前景密切相关。比较一下一个国家不同城市的办公楼市场,就会发现经济增长速度较快的城市,办公

楼的开发规模较大,办公楼的保有量和档次也呈递增趋势,租金水平居于较高的位置,空置率较低。因此地区经济的发展状况直接影响到办公楼的发展水平和规模。

2. 区位质量对办公楼市场的影响较大。区位质量就是办公楼所处地理空间位置及与相邻地块之间相互关系状况的优劣程度。其所处的地理空间位置决定了交通、通讯、商业服务设施等各方面条件的优越程度,也直接影响着入驻客户经营和办事效率的高低。一般的特点是区位质量高的办公区,客户的认同度较高,需求量较大,从而引致租金水平和出租率也比较高。

3. 办公楼沿重要交通线呈带状或在城市中心区、次中心区块状分布,集聚效应明显。办公楼集中分布形成一定的市场区,由集中分布带来的利益称之为集聚效应。集聚效应的产生是因为多幢办公楼集中分布,使其对交通、通讯、商业服务等的需求达到一定规模,这一规模可以维持一个或多个专业化机构的生存。另外,有相互协作关系的公司机构集中在一起,可以享受协作的便利条件,也利于行业信息的流动,降低交易成本。同时,办公楼集中了大量的公司机构,这些机构业务活动和经济交往频繁,入驻公司的员工经常要与外界交往,如到全国各地出差、与各地客户进行业务联系等,对交通和通讯条件的要求较高。换言之,当一地的交通和通讯等基础设施配套状况改善时,往往能够带动周边办公楼市场的发展。

4. 办公楼本身品质与客户品质的一致性。城市中一定区域的办公楼在历史发展中形成了特殊的声誉,与入驻的客户形成了相互影响和相互选择的一种关系,即客户看重办公楼代表的信誉、实力和地位,办公楼也要倚重客户巩固和加强这种地位。通过市场选择最终形成了办公楼本身品质与客户品质一致性的特点。这一特点对办公楼市场研究有着十分重要的意义,

客层定位分析、需求分析和竞争分析都可以借此进行深化。

实践中通常按办公楼投入使用的时间、区位和租金水平等因素将办公楼分为若干个等级。这是考察办公楼市场必须重视的。按一般惯例,通常划分为四级。

甲级办公楼一般处于较好的地段,如中央商务区、城市次中心区和重要交通枢纽区。出租率高,建造较晚,各类建筑设施齐备,与时代变化发展保持较高的同步水平,这类办公楼的租金通常很高,但却代表着入驻公司的形象,使得高租金反而有竞争力。有些办公楼建造年代虽然较早,楼龄较长,但由于有较高的声誉,往往代表着一个城市的形象,其级别也可定为甲级。

乙级办公楼处于城市的次中心区或区域中心,建造年代较晚,内部设施基本上与时代发展同步,出租率和租金水平较高,对中小公司和机构有较强的吸引力。

丙级办公楼一般处于城市的非中心区,或者呈零星分布状态,建造年代可早可晚,内部设施一般,出租率和租金水平中等,对小公司和机构有一定的吸引力。

丁级办公楼处于城市的非中心区,规模较小,设施陈旧,条件较差,出租率和租金水平较低,对部分个体从业人员有一定的吸引力。

在办公楼市场中,区位因素是产品分析中的一个重要变量,通常在城市中心区开发低档办公楼和在城市非中心区开发高档办公楼成功的机会都不会很大。因此确定办公楼的“座次”的重点在于对区位质量进行评价,使办公楼适应区位质量的要求。

二、商业用房市场的特性

商业用房市场一般也称之为商业房地产市场,是整个房地

产市场的重要组成部分。商业用房是经营者与消费者进行直接交易的场所,只有经营者预期通过经营可以获得足够商业利润的情况下,才会产生对商业用房的需求。具体来说,商业用房市场有以下一些主要特性:

1. 从需求的角度来看,商业用房一般遵循着这样一个逻辑:经营者对商业用房需求量的大小取决于可获得利润水平的高低,当利润水平达不到预期的水平或出现亏损时,经营者不会租赁或购买(包括自行建造)商业用房。

2. 与地区经济发展状况密切相关。当一个地区的经济发展水平较高时,人们的收入水平往往呈现较快速度上涨的趋势。这时消费水平的增长较高,各类消费品和服务的销售量也呈上升势头,消费品的市场容量扩大,从而引致商业用房需求量的增大。反之,则商业用房的需求量会缩小。

3. 与人口聚集度密切相关。通常商业用房集中在人口较为集中的城市或城市的一些区域。在人口聚集的区域,购买力相对比较集中,在其他条件相同的情况下,便利性、可达性都较好。

4. 受中等收入家庭的收入水平和需求偏好影响较大。一个国家或城市居民的购买力强弱取决于两个因素,一个是这个国家或城市的人口数量,另一个就是中等收入家庭的收入水平。中等收入家庭的收入水平和需求偏好决定了主导的消费品种、质量、数量和特定的功能要求。

5. 受交通状况的影响较大。交通状况决定了商业用房的易达性,所谓易达性就是指消费者接近商业用房的容易程度。当交通状况较好时,在同样的交通成本的限制下,消费者可以达到更远的区域,反之,则会限制在较小的区域内。例如,城市的某条道路由双向行驶改为单向行驶后,便会对道路两侧的商业