

主 编 林增杰
副主编 梁尚强
司徒文聪
梁雯娟

网络时代的 房地产业

INTERNET
Real Estate Industry
in The Net Era @

天津大学出版社

网·络·时·代·的 房·地·产·业

主 编：林增杰

副主编：梁尚强、司徒文聪、梁雯娟

天 津 理 工 大 学 出 版 社

内容提要

新世纪的房地产业是网络时代的房地产业。网络时代的房地产业是房地产业的网络信息化。为了推动房地产业向网络信息化方向发展,提高行业的市场竞争力,使房地产业能在高起点上迅速发展,本书期望能起到普及相关知识和抛砖引玉的作用。

本书内容涉及面广,形式活泼,适合房地产业内专业人员和相关师生阅读,也可供对网络经济感兴趣的业外人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

网络时代的房地产业/林增杰著. —天津:天津大学出版社,2000.7

ISBN 7-5618-1321-X

I. 网... II. 林... III. 房地产经济学
IV. F293.30



中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 35770 号

出 版 天津大学出版社

出版人 杨风和

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)

电 话 发行部:022—27403647 邮购部:022—27402742

印 刷 天津市宝坻县第二印刷厂

发 行 新华书店天津发行所

开 本 880mm×1230mm 1/32

印 张 10.375

字 数 302 千

版 次 2000 年 7 月第 1 版

印 次 2000 年 7 月第 1 次

印 数 1—3 000

定 价 25.00 元

前言

新世纪的房地产业是网络时代的房地产业。网络时代的房地产业不是计算机应用的普及化,而是房地产业的网络信息化。为了推动房地产业向网络化方向发展,提高行业的市场竞争力,使房地产业能在高起点上迅速发展,我们特组织中国人民大学教授、博士生和世纪尚升房地产信息咨询有限公司等业内行家共同编写了这本专著,期望能起到普及知识和抛砖引玉的作用。

本书共分 11 章,其内容包括:新世纪革命——网络经济时代、网络时代的房地产消费、网络时代的房地产企业管理、网络时代房地产发展商企业战略、网络时代的房地产市场营销、网络时代的房地产中介服务、网络时代的物业管理、网络时代的房地产金融、电子政府、网络时代的房地产人力资源管理以及网站建设等。本书内容涉及面广,形式活泼,适合房地产业内专业人员和相关院校师生阅读,也可供对网络经济感兴趣的业外人士参考。

本书由世纪尚升房地产咨询有限公司和北京天平行房地产咨询有限公司共同组织编写。参加本书编写的人员有:尚国珮、张锋(第一章)、王鹏、余祁相(第二、五章)、向文杰、余祁相(第三章)、梁尚强(第四章)、司徒文聪(第六章)、梁雯娟(第七章)、王丹林(第八章)、刘美霞(第九章)、彭翊(第十章)、董克淳(第十一章),最后由中国人民大学林增杰教授进行统稿。

由于时间仓促,以及作者的水平有限,难免出现错误,望读者能给予批评、指正。

最后,本书的出版得到天津大学出版社的大力支持,特在此表示谢意。

林增杰

2000 年 6 月 9 日

目 录

第一章 新世纪革命——网络经济时代

第一节 网络经济的兴起.....	(1)
一、网络经济的形成背景.....	(2)
二、网络经济的八大特征.....	(6)
三、网络经济的基本内容.....	(8)
四、新兴学科——网络经济学的诞生.....	(8)
第二节 网络化社会.....	(10)
一、网络化社会及其基本标志.....	(10)
二、网络化社会的特点.....	(13)
三、网络化社会的衡量标准.....	(16)
四、未来网络化社会展望.....	(17)
第三节 网络化引起的社会变革.....	(19)
一、网络对提高人类开发利用信息资源的重大作用.....	(20)
二、网络对经济发展的巨大作用.....	(20)
三、网络技术的产业化.....	(21)
四、互联网产业化所带来的巨大社会影响.....	(23)
第四节 走进网络时代的房地产业.....	(24)
一、房地产网络门户在线.....	(24)
二、房地产进入网络社区时代.....	(26)
三、网络时代的房地产电子商务.....	(27)

四、网络智能建筑——新世纪房地产业的制胜点.....	(28)
----------------------------	------

第二章 网络时代的房地产消费

第一节 网络经济时代新的供求均衡.....	(31)
一、传统市场经济.....	(31)
二、网络经济对传统经济的变革.....	(32)
三、网络经济下的供求均衡.....	(35)
第二节 房地产消费者地位的提升.....	(36)
一、生产导向和被动接受.....	(37)
二、个性化需求与引导性行销.....	(38)
第三节 网络时代的房地产需求.....	(41)
一、网络时代的房地产需求分析.....	(41)
二、网络经济时代消费者需要什么样的房地产产品.....	(44)
第四节 影响房地产消费的主要因素.....	(52)
一、文化因素.....	(52)
二、社会因素.....	(53)
三、个人因素.....	(55)
四、心理因素.....	(56)
第五节 消费者的购房决策.....	(57)
一、消费决策的主体.....	(57)
二、住房消费者的购买决策过程.....	(58)
三、消费者价值和消费者满意.....	(60)

第三章 网络时代的房地产企业管理

第一节 网络时代的管理创新.....	(63)
一、企业管理的新内容——知识管理.....	(63)
二、信息化与管理变革.....	(64)
第二节 电子商务.....	(67)
一、揭开电子商务的神秘面纱——电子商务的概念 与特点.....	(69)
二、电子商务的分类.....	(71)
三、电子商务的操作模式与原理.....	(73)
四、电子商务对企业的影响.....	(75)
第三节 房地产电子商务.....	(78)
一、中国电子商务现状.....	(79)
二、中国电子商务框架.....	(81)
三、电子商务在房地产经营管理中的运用.....	(83)
第四节 网络时代的房地产经营管理.....	(86)
一、网络对房地产市场营销的影响.....	(89)
二、网络对房地产企业组织结构的影响.....	(90)
三、网络对房地产企业人才的要求.....	(90)
四、网络时代的新观念——客户关系管理.....	(91)

第四章 网络时代房地产发展商的企业战略

第一节 传统房地产发展商不能回避的挑战.....	(94)
--------------------------	------

——目录——

一、网络时代房地产业的六大趋势.....	(95)
二、房地产发展商必须破解的七大瓶颈.....	(98)
第二节 网络经济下房地产发展商之回应战略分析.....	(103)
一、发展商在策划回应战略时的四大考虑.....	(103)
二、战略规划的特点.....	(105)
第三节 网络经济下房地产发展商之战略制定.....	(108)
一、10大原则与4大基本业务战略.....	(108)
二、发展商的竞争战略.....	(115)
三、领导者发展商战略.....	(118)
四、二线发展商战略.....	(119)
五、中小型发展商战略.....	(120)

第五章 网络时代的房地产市场营销

第一节 网络时代与市场营销.....	(122)
一、市场营销观念.....	(122)
二、网络时代的市场营销.....	(124)
第二节 网络时代的市场分析.....	(129)
一、市场营销信息系统和市场调查.....	(129)
二、目标市场的准确定位.....	(134)
三、与消费者交心的产品设计.....	(140)
第三节 制定市场营销策略.....	(141)
一、房地产营销的产品策略.....	(143)
二、价格策略.....	(148)
三、渠道策略.....	(149)

四、促销策略.....	(152)
五、房地产网上营销策略的信条.....	(156)
第四节 销售信息反馈.....	(157)

第六章 网络时代房地产中介面临的机遇与挑战

第一节 传统房地产中介企业的经营模式.....	(161)
一、传统房地产中介企业的组织结构.....	(161)
二、传统房地产中介企业的业务流程.....	(163)
三、传统房地产中介的财务运作.....	(166)
四、传统房地产中介的优劣势分析.....	(167)
第二节 网络时代房地产中介的变革.....	(169)
一、网络时代房地产中介企业的组织结构.....	(170)
二、网络时代房地产中介企业的业务流程.....	(172)
三、网络时代房地产中介的职业要求.....	(175)
四、网络时代房地产中介的特点.....	(177)
第三节 网络时代房地产中介的新机遇.....	(178)
一、相关行业变化对房地产中介的启示.....	(178)
二、网络时代房地产中介的发展趋势.....	(180)

第七章 网络时代的物业管理

第一节 企业策略.....	(182)
一、物业管理企业在网络时代面临的冲击.....	(182)

二、物业管理企业在网络时代享有的机遇.....	(184)
三、物业管理企业在网络时代建立其专业形象的策略.....	(185)
第二节 服务策略.....	(187)
一、智能化建筑.....	(187)
二、智能化建筑的自动化管理系统.....	(191)
三、智能化管理.....	(194)
第三节 网络化物业管理.....	(202)
一、网络化管理的新认识.....	(202)
二、网络化管理创新服务策略.....	(202)

第八章 网络时代的房地产金融

第一节 房地产金融	(206)
一、房地产金融是房地产经营与消费的资金命脉.....	(206)
二、房地产金融业的资金筹集.....	(208)
三、房地产金融业资金的运用.....	(210)
四、房地产金融中间业务.....	(211)
第二节 网络时代的呼唤——房地产网络银行的产生与发展.....	(212)
一、房地产网络银行产生的时代背景.....	(212)
二、网络银行的发展阶段.....	(214)
第三节 网络时代房地产金融的经济特征与竞争优势	(216)
一、网络时代房地产金融的新经济特征.....	(216)
二、网络时代房地产网络银行的竞争优势.....	(218)
第四节 房地产网络银行的金融服务和风险防范	(222)
一、房地产网络银行的金融服务.....	(222)

二、房地产网络银行的风险防范.....	(227)
---------------------	-------

第九章 电子政府

第一节 网络时代的政府角色定位.....	(232)
一、由传统农业社会到现代工业社会政府角色的变迁.....	(232)
二、传统政府职能信息运作机制的弊端分析.....	(234)
三、网络时代的政府角色定位.....	(234)
四、网络时代房地产政府管理的角色定位.....	(238)
第二节 网络时代的挑战.....	(246)
一、网络时代房地产管理部门面临的挑战.....	(246)
二、网络技术和行政效率.....	(251)
三、电子政府的对策和措施.....	(253)
第三节 政府电子化服务与管理.....	(260)
一、虚拟房地产政府运作设想.....	(260)
二、房地产政府部门公共网络服务的主要内容设想.....	(261)
三、房地产政府部门数据库设想.....	(263)

第十章 网络时代的房地产人力资源管理

第一节 网络时代的房地产人才素质.....	(264)
一、网络时代的房地产人才素质要求.....	(264)
二、网络时代的房地产业人才需求结构分析.....	(265)
第二节 网络时代的房地产人才培养.....	(267)

一、网络时代的房地产人才培养目标.....	(267)
二、网络时代的房地产人才培养途径.....	(267)
第三节 房地产人才资源的网络化管理.....	(269)
一、房地产人才网上招聘.....	(269)
二、房地产人才网上培训.....	(273)

第十一章 房地产网站建设

第一节 Internet 及 Web 技术.....	(276)
一、Internet 简介.....	(276)
二、Internet 提供的功能和服务.....	(277)
三、运用 Internet 技术获得竞争优势: Intranet 和 Extranet.....	(280)
第二节 房地产网站设计与开发实务	(283)
一、获取网络门牌: 域名.....	(283)
二、构造互联网网站的硬件环境.....	(286)
三、站点开发.....	(293)
四、页面设计原则.....	(301)
五、动态网页设计常用语言.....	(304)
第三节 国内外房地产网站发展概况.....	(311)
一、房地产网站发展的最新趋势.....	(311)
二、联机房地产网站资源.....	(317)

第一章 新世纪革命——网络经济时代

新世纪伴随着经济、社会、政治和技术的变革来到我们面前，它推动我们进入一个新的时代。这个世界充满了希望和担忧，一些人为新的进步兴奋不已，而另一些人却落在这些变革之后，只有理解这些变革的人才能面对即将到来的挑战和在未来世界中生存下去。在新世纪，变革对所有的个人、组织和国家都是极其重要的考验。网络信息技术的发展将会把所有的数据和信息融为一体，因特网和其他传播技术取得的进步将带来信息世界的另一场革命。以信息产业和服务业为主导的网络经济的兴起，正极大地改变着人们的生活方式和工作方式，促进着经济的迅猛发展。

第一节 网络经济的兴起

在人类社会发展的历史长河中，每一种经济形态的形成总是与一种物质形态所形成生产力的发达程度息息相关。网络经济是一种崭新的经济形态，其核心是商品化后的信息，它是以成为商品的信息起主导作用的“新经济”。“旧”经济和“新”经济的区别不是指老的和新的经济部门，而是指分别涉及不同经济规则适用的领域。新经济主要涉及以因特网为基础的市场模式，在这种市场模式中，数字化商品的特性起关键作用。网络经济是面向未来的经济，又可以称为数字经济。美国商务部在其 1999 年出版的数字经济报告中，明确提出将数字经济定义为“信息技术与电子商务的结合”。网络经济这一概念的出现，标志着人类社会的经济发展已经从自给自足的小农经济、蒸气机、电气化时代的工业经济进化到一个新的革命时



代。网络经济的形成是由于社会生产力的发展，是信息、知识、技术积累的必然结果。它迎着 21 世纪的钟声，推动着人类文明社会进入了以信息产业为主宰的网络经济时期。

一、网络经济的形成背景

计算机出现的 50 年间，人类社会生产力得到了空前发展。而因特网的应用，却在更短的时间里，改写了信息技术的历史，并开启了网络经济的新时代。网络技术始创于美国，计算机网络的概念最早是 1962 年由麻省理工学院的科学家里克里德（J·C·R·LICKLIDER）提出的构想，他设想通过计算机网络的连接，能够进行全球的信息资源共享。世界上第一个真正的网络出现在 1969 年 9 月，加州大学洛杉矶分校的研究人员成功地通过一条 4.6 米长的电缆将数据从一台计算机传输到另一台。这些科研人员可能未曾料到，二十几年后，这项新技术会催生出一个全新的网络经济时代。网络经济的迅速发展，将成为制导现代经济的主导经济，从而使全球经济发生了革命性的变革。人们完全可以把这一历史演变与人类社会 19 世纪发生的工业革命相提并论。

70 年代网络研究的最初几年，许多美国的大学、研究机构参与网络的研制与开发工作，内容主要为政府机构、大学和大型企业彼此之间用来传输电子邮件、线上讨论、共享数据库和传递档案等技术手段。直到 1980 年初，网络间的通讯协议 TCP/IP 建立以后，因特网才初具雏形。1987 年网络上的计算机主机有 10 000 多台，到 1989 年，网络上的计算机主机已超过 10 万台。1990 年，全球万维网（WORLD WIDE WEB）的诞生，使网络的联结与搜寻更为容易，只需简单的指令，就可以在网络的各个节点间漫游，它标志着网络“平民化”的开始。1993 年美国依利诺伊大学的几个学生发明了浏览器，使以个人电脑为基础的使用者，可以在微软的窗口操作系统下连接上全球信息网。结果让互联网爆炸性成长，一年之内

网站的数量激增了 3410 倍,更重要的是,网络与个人电脑的结合;造就了一个全新的网络经济时代。

由于互联网对社会资源的充分利用和节约,一场历史上最重要的技术革命——以因特网为纲的信息技术革命,正在席卷全球的每一个角落,其速度之快,影响之大,涉及面之广,有史以来无可比拟。网络技术的“商业化”运营最早始于 1991 年 3 月的美国,它对近年来美国经济的持续增长起到了举足轻重的作用。一方面,包括电子商务、信息产业基础设施、软件应用等在内的因特网产业迅猛发展,成为推动美国经济增长的强大动力。得克萨斯大学的一项研究表明,1995 年至 1998 年间,美国的因特网产业以每年 1.74 倍的速度增长,因特网产业的销售收入 1998 年已高达 3 014 亿美元,1999 年预计能达到 5 070 亿美元,将首次超过汽车、电信等其他传统行业。另一方面,网络使美国公司的经营方式发生了根本性变化。产品的设计、生产、营销和运输等各个环节的效率极为提高,库存大幅减少,从而推动了劳动生产率的加速提高。可以说,美国这一轮经济增长 70% 的功劳应归属于计算机和网络。

在这场新技术革命中,美国无疑走在了世界各国的前面。美国政府为推动新经济的发展,从规划、政策、示范推广、宣传培训、研究开发 5 个层次上,发挥了重要的作用。无论从投资、规模、技术先进程度和对未来的影响上看,“信息高速公路”计划都是当今世界最宏伟、最先进的信息产业计划,代表了当今和未来世界信息产业的发展方向。

1991 年 9 月,美国通过了旨在建设“信息高速公路”的《高性能计算网络法案》,它为美国近年来新经济的迅猛发展奠定了关键性的基础。“信息高速公路”的正式名称是“国家信息基础结构”(英文缩写为 NII),是指联结美国全国的高速信息网。任何团体或个人通过这一信息网,都可以快速、方便地双向交流各种信息,包括数据、文字、声音、图像和电视节目等。这一信息网将融合现有的计



计算机联网服务、电话和有线电机的功能，成为教育、卫生、娱乐、商业、金融等内容极其广泛的服务项目的载体。“信息高速公路”计划将信息网覆盖社会的各个单元，使美国人能够极其方便地获取和交流信息。通过几年来的建设发展，美国“信息高速公路”计划取得了巨大的社会效益和经济效益。

在美国，网络经济的发展就体现在“信息高速公路”的发展上，体现在具体的信息网络化建设上。1992 年克林顿竞选总统时，提出了建设美国“信息高速公路”。1993 年 9 月 15 日，又制订了题为《国家信息基础结构的行动纲领》的重要文件，全面阐述了建设国家信息基础结构的重大意义，政府应起的作用和遵循的原则以及应采取的行动方案。

1996 年 10 月 10 日克林顿又提出“国际互联网二代”的计划，目的是提高网络传输速度，将快速发展的网络信息技术作为增强美国国力和竞争力的发展战略。

1997 年初，克林顿第二次竞选总统成功以后，发表了一系列演讲。他认为，21 世纪初美国所有的工作机会中，将有 60% 以上属于高新技术领域，从业人员必须能够利用网络来获取并传输信息。同年 7 月，克林顿又发布了《全球电子商务纲要》，把因特网的影响与一百多年前的工业革命相提并论，并就利用因特网开展电子商务活动将面临的法律问题和行政管理问题发表了意见。11 月，在法国巴黎召开的“世界电子商务会议”的开幕式上，美国代表表明，克林顿政府已经清楚地看到了电子商务的重要性，网络信息的发展是 21 世纪初世界经济发展的重要推动力，美国的主要任务就是要促进它朝正确的方向发展。

1998 年 2 月 26 日，克林顿发表了著名的“网络新政”的演讲。出于保护美国在网络方面的技术优势和科技前沿领先地位的考虑，克林顿政府宣布了对电子商务免税政策的草案，其目的在于推动网络贸易的发展。克林顿认为，一些新的工业领域里正在发生着技术

革命,比如,超级计算机、生物技术等等。但是最深刻的变化却发生在老的技术领域,例如,房地产、社区服务设施以及制造业等。指出因特网是推进经济和社会快速发展的一个关键性因素,由网上贸易带动的需求激增,由此而产生的高工资高技术工作岗位将刺激经济繁荣并创造更多的就业机会。9月17日,美国政府又宣布将进一步放松对电子商务和网络通信关键数据加密产品的出口限制。

1999年1月24日,美国宣布,为了确保美国在信息技术领域的领先地位,克林顿政府在其2000年的财政预算案中,建议将研究投入增加366亿美元,增幅比去年高达28%。它主要包括三个方面内容:①促进计算机单机技术和通信技术的基础研究;②支持先进的计算科学和工程研究;③支持有关信息技术对经济和社会影响的研究,培养更多的信息技术人才。

2000年,美国信息化建设投资大约为2000亿美元。美国商业部已划拨3000万美元用于资助学校、图书馆及社区的网络建设。信息化研究与开发项目的经费则由美国自然科学基金等重点支持。

鉴于美国的经验,近年来互联网络已开始在全世界范围内迅猛发展,使网络经济有望成为21世纪世界经济发展的强大动力。席卷全球的网络经济热潮正在给世界各国提供新的发展契机,同时也带来了更加严峻的挑战。

网络信息技术之所以能从20世纪60年代末开始逐步形成是有其深刻原因的。一方面,由于第二次世界大战以后,随着科学技术的迅速发展、计算机的发明、电子技术的崛起,以及蓬勃发展的现代信息技术,使人类的生产活动领域不断扩大,以知识为核心的信息极大丰富,它们先以成倍数增长,而后又呈指数增长,形成了所谓的知识信息海洋。整个人类社会特别是工业社会已深刻地认识到信息已经是一种支持社会存在和发展的必要资源,这种新的资源形态甚至比物质资源、能源更为重要。近半个世纪以来不断提高的社会生产力表明,信息成为重要的资源是网络经济形成的一个基础条

