

中国房地产经纪人
执业资格考试指定辅导教材

房地产 经纪相关知识 (第二版)

中国房地产估价师学会 编

4

中国建筑工业出版社

F-299.2335
28-2

中国房地产经纪人执业资格考试指定辅导教材

房地产经纪相关知识

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产经纪相关知识/中国房地产估价师学会编. 2版—北京:
中国建筑工业出版社, 2003

中国房地产经纪人执业资格考试指定辅导教材

ISBN 7-112-05846-5

I. 房… II. 中… III. 房地产业—经纪人—资格考核—中
国—自学参考资料 IV. F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 037760 号

房地产经纪相关知识

(第二版)

中国房地产估价师学会 编

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

北京世图印刷厂印刷

*

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:12.25 字数:302 千字

2003 年 5 月第二版 2003 年 6 月第四次印刷

定价:30.00 元

ISBN 7-112-05846-5

F·468(11485)

版权所有 翻印必究

请考生注意识别:

本页用含有  图案的水印防伪纸印制;本页用这种水印防

伪纸印制的,为正版图书。

中国房地产经纪人执业资格考试 指定辅导教材编审委员会

名誉主任：刘志峰

主任：谢家瑾

副主任：沈建忠

金一平

柴强

叶剑平

刘锦红

委员：张小宏

陈培新

黄顺清

卢航

王玉平

朱华

姚运德

范勇

刘洪玉

廖俊平

吴炳灏

胡文忠

艾建国

赵龙杰

陈早春

姜万荣

杨佳燕

侯浙珉

李竹成

张永岳

胡志勇

蒙毅

陶建明

王全民

黄福来

肖楠

张学勤

倪吉信

陆克华

王子牛

冯长春

马云安

陈玉堂

郭仁忠

崔裴

陈劲松

莫天全

王瑞春

赵鑫明

本书编写人员

柴 强	王全民	刘 琳	王学发
赵鑫明	董黎明	冯长春	季如进
刘冰冰	邓振春	袁长春	

目 录

第一章 房地产市场和投资知识	1
第一节 房地产市场	1
第二节 房地产供给与需求	10
第三节 资金的时间价值	20
第四节 房地产投资分析	31
复习思考题	41
第二章 房地产价格和估价知识	44
第一节 房地产价格概述	44
第二节 房地产价值和价格的种类	47
第三节 房地产价格的影响因素	61
第四节 房地产估价基本方法	73
复习思考题	101
第三章 城市和城市规划知识	104
第一节 城市和城市化的	104
第二节 城市用地评价	117
第三节 城市规划常用术语和指标	124
第四节 城市规划编制	126
第五节 城市居住区规划设计	131
复习思考题	140

第四章 建筑知识	142
第一节 建筑物的概念和分类.....	142
第二节 建筑构造.....	148
第三节 建筑设备.....	155
第四节 建筑材料.....	168
第五节 建筑识图.....	177
第六节 建设工程造价.....	185
复习思考题.....	189
第五章 房地产测绘知识	191
第一节 测绘中的基本概念.....	191
第二节 地形图和房地产图.....	196
第三节 房屋面积测算.....	201
第四节 土地面积测算.....	209
复习思考题.....	212
第六章 金融知识	213
第一节 金融概述.....	213
第二节 货币和汇率.....	215
第三节 信用和利率.....	220
第四节 房地产贷款.....	229
第五节 住房置业担保.....	245
复习思考题.....	248
第七章 保险知识	250
第一节 保险概述.....	250
第二节 保险的种类.....	253
第三节 保险合同.....	257

第四节 房地产贷款保险·····	262
复习思考题·····	265
第八章 统计知识·····	267
第一节 统计的基本概念和术语·····	267
第二节 统计数据的搜集与整理·····	270
第三节 统计指标·····	285
第四节 时间序列分析·····	292
第五节 指数·····	304
第六节 房地产统计指标·····	310
复习思考题·····	314
第九章 环境知识·····	316
第一节 环境概述·····	316
第二节 大气污染·····	322
第三节 噪声污染·····	327
第四节 水体污染·····	331
第五节 其他污染·····	335
复习思考题·····	343
第十章 心理学知识·····	345
第一节 心理学概述·····	345
第二节 心理过程·····	350
第三节 个性心理·····	358
第四节 人际交往和人际关系·····	368
第五节 心理压力及其应对·····	379
复习思考题·····	382

第一章 房地产市场和投资知识

第一节 房地产市场

一、房地产市场概述

(一) 房地产市场的概念

人们对于什么是市场,有许多定义或表述,例如:(1)市场是指商品交易的任何场合。(2)市场是使商品交易双方接触的任何安排。(3)市场是连接商品生产者和商品消费者之间的桥梁。(4)市场是指某一特定商品或服务的现有目标客户群。(5)市场是一种商品或服务的所有潜在购买者的需求总和。

以上关于市场的定义或表述,从各自角度强调了市场的某一方面,对于我们认识和分析市场均有所启示或帮助。拿“市场是一种商品或服务的所有潜在购买者的需求总和”来讲,它是从市场营销的角度来定义市场,突出了消费者的需求。这个市场定义可以用下列简明的公式来概括:

市场=人口+购买能力+购买动机

该公式说明,人口、购买能力和购买动机三个因素,缺少一个都不能构成市场。一个国家或地区,如果人口很多,但人均收入很低,那么它的市场是很有限的;反之,如果人均收入很高,但人口过少,它的市场同样是很有限的。人口较多,同时人均收入也较高,则它的市场潜力就较大。但是,仅有人口和购买能力还不够。如果货不对路,不能引起消费者的购买欲望,也不能构成市场。因此,要分析

市场,必须从人口、购买能力和购买动机三个方面同时入手。

市场可以是有形的,也可以是无形的。有形市场是指进行商品交易的固定场所,反之则称为无形市场。一个市场至少具有3个要素:(1)卖方;(2)买方;(3)可供交易的商品。卖方和买方又被称为市场主体,可供交易的商品又被称为市场客体。

房地产市场是指所交易的商品是房地产的市场,交易包括买卖、互换、租赁、抵押等。房地产市场既可以是有形的,也可以是无形的。有形的房地产市场是指固定的房地产交易场所。

(二)房地产市场的特点

由于房地产具有不可移动、独一无二、价值大、寿命长久、相互影响、数量有限、保值增值等特性,房地产市场有许多特点,其中主要的是:

1. 交易的物质实体不能进行空间位置上的移动,只能是无形权益的转移。
2. 交易的对象非标准化,是一个产品差异化的市场。
3. 供求状况、价格水平和价格走势等在不同地区各不相同,是一个地区性市场。
4. 容易出现垄断和投机。
5. 较多地受到法规政策的影响和限制。
6. 一般人非经常性参与,很多人一生中难得有几次买卖经历。
7. 交易的金额较大,依赖于金融机构的支持与配合。
8. 广泛的房地产经纪人服务。

(三)房地产市场的分类

根据不同的需要,可以从不同的角度对房地产市场进行分类。其中主要的几种分类如下:

1. 按用途(功能)划分。根据这种划分标准,可分为居住房地产市场和非居住房地产市场两大类。居住房地产市场可进一步分为普通住宅市场、高档公寓市场、别墅市场等。非居住房地产市场

可进一步分为写字楼市场、商铺市场、工业用房市场等。

2. 按档次划分。根据这种划分标准,可分为高档房地产市场、中档房地产市场和低档房地产市场。至于高档、中档和低档的标准及具体的名称,可因不同用途(功能)的房地产和不同的划分而异,如写字楼市场可分为甲级写字楼市场、乙级写字楼市场,等等。

3. 按区域范围划分。根据这种划分标准,可分为整体房地产市场和区域房地产市场两大类。如可分为全国房地产市场、某地区房地产市场或某城市房地产市场。某城市房地产市场还可进一步分为市区房地产市场和郊区房地产市场,或城市内的不同区域的房地产市场,如东城房地产市场、西城房地产市场。

4. 按交易方式划分。根据这种划分标准,可分为房地产买卖市场和房地产租赁市场两大类。房地产由于价值大、寿命长久,其租赁活动有时比买卖活动还要多,而不像一般商品,主要是买卖活动。因此,房地产租赁市场有时比房地产买卖市场还要大,还要活跃,特别是住宅、写字楼这类房地产市场。

5. 按交易目的划分。根据这种划分标准,可分为房地产使用市场和房地产投资市场两大类。房地产使用市场是买卖或租赁房地产的目的是自用的市场。房地产投资市场是买卖或租赁房地产的目的是投资(再卖、出租或转租)的市场。从购买房地产的目的来看,具体还可分为自用、出租、消极性保值、准备积极转手。房地产兼具使用和投资双重性,以使用为目的而购买的房地产也可用于投资,以投资为目的而购买的房地产在投资期间也可安排使用。

6. 按流转次数划分。根据这种划分标准,可分为房地产一级市场(具体为土地使用权出让市场)、房地产二级市场(具体为新开发的商品房的初次交易市场)和房地产三级市场(具体为商品房、经济适用住房、已购公有住房等的再次交易市场)。相关的分类还有新房市场和旧房市场。其中的旧房市场又称为二手房市场、住房二级市场、存量房市场等。

7.按时间划分。根据这种划分标准,可分为过去的房地产市场、现在的房地产市场和未来的房地产市场。过去和现在的房地产市场状况主要靠调查获得,未来的房地产市场状况依赖于预测获得。了解过去和现在的房地产市场有助于预测未来的房地产市场。

二、房地产市场竞争

(一)房地产市场竞争的概念

房地产市场竞争是指在房地产市场上交易双方为各自利益的最大化而进行的努力。具体有卖方与买方之间的竞争,卖方与卖方之间的竞争,以及买方与买方之间的竞争。

在卖方与买方之间的竞争中,卖方为贵卖,会极力谋求抬高价格;买方为贱买,会极力谋求降低价格。至于最终的成交价格为多少,取决于在竞争中哪一方对价格的影响力较强。根据买卖双方在市场上对价格影响力的强弱,通常将市场区分为卖方市场和买方市场。卖方市场是求大于供、相对短缺、卖方掌握着主动权的市场。买方市场是供大于求、相对过剩、买方掌握着主动权的市场。

竞争关系不仅反映为买卖双方之间的竞争,还包括卖方内部成员之间的竞争和买方内部成员之间的竞争。卖方本来是要贵卖,但是卖方与卖方之间竞争的结果却会降低价格。买方本来是要贱买,但是买方与买方之间竞争的结果却会抬高价格。

(二)房地产市场结构

在经济学里有一个专门术语来描述市场竞争状态,即市场结构。根据竞争程度的不同,市场结构可分为完全竞争、垄断竞争、寡头垄断、完全垄断四种类型。

1. 完全竞争

完全竞争是市场竞争不受任何阻碍和干扰的市场结构。完全竞争市场必须具备以下几个条件:(1)所买卖的商品具有同质性,不存在差别,因而任何买者不在乎从哪个卖者手里购买商品,不会对

某个卖者产生偏好,任何卖者也无法通过自己的商品来垄断市场;(2)有相当多的买者和卖者,每个买者和卖者所买卖的商品数量在市场上仅占微小的份额,因而单个买者或卖者都不能影响市场价格,而只能是价格的接受者;(3)市场信息完全,买者和卖者都掌握当前价格的完整信息,并能预测未来的价格;(4)买者和卖者都可以自由进出市场;(5)买者和卖者无串通共谋行为,也没有政府干预。

完全竞争市场的假设十分严格,在现实中并不存在典型的完全竞争市场,尤其是对于房地产市场来说。但它作为一种理论分析工具,对于分析市场机制是十分有用的。

2. 垄断竞争

垄断竞争是一种既有垄断又有竞争、以竞争为主的市场结构。垄断竞争市场主要具有如下几个特点:(1)卖者和买者都比较多;(2)产品存在差异,即产品在质量、功能、外观、品牌、服务等方面存在差别;(3)市场信息完备。

由于生产者提供的产品存在差异,产品之间又有着替代性,随着生产者数量的增加,生产者之间的产品具有的竞争性也在增加。产品数量越多,消费者在不同的产品之间进行选择的余地也就越大。因此,在一定程度上限制了生产者的垄断性。生产者既是价格的接受者,又在一定程度上由于产品的差异是价格的制定者。

3. 寡头垄断

寡头垄断是少数几个生产者的产量和市场份额即占该市场的绝大部分或者全部的一种市场结构。在寡头垄断市场上,生产者之间存在着竞争,但寡头生产者在竞争中往往倾向于非价格竞争。这是因为寡头生产者之间的价格战往往会使整个市场的产品价格下降,从而使每个生产者都受损失。而且由于生产者数量少,生产者之间容易达成某种妥协。这种竞争主要发生在产品有差异的生产者之间,而在产品无多大差异的情况下,非价格竞争难以进行,寡头生产者在定价方面就会进行勾结。

4. 完全垄断

完全垄断是市场由一个卖者或一个买者控制的市场结构。又可分为卖方垄断、买方垄断和双边垄断。卖方垄断是指只有一个卖者而买者很多的市场。买方垄断是指只有一个买者而卖者很多的市场。双边垄断是指市场中只有一个买者和一个卖者的市场。

一般所讲的完全垄断,多指卖方垄断。卖方垄断市场具有以下几个特点:(1)只有一个卖者,而买者很多;(2)产品无相近的替代品,即垄断者几乎享有完全的产品差异;(3)新生产者不能进入市场,潜在竞争与实际竞争一样是不存在的。

造成卖方垄断的原因有资源控制(如果一种产品的生产必需某些特定资源,那么对这些资源的控制就会形成垄断)、政府许可限制(如许可证、特许权、资格证等均可造成垄断)、专利、规模经济等。在卖方完全垄断的市场中,这个生产者可以决定市场的价格。生产者根据利润最大化原则在利润最大的条件下决定产量和价格。因此,垄断生产者是市场价格的制定者,可以通过控制价格来调整市场需求。例如,垄断生产者可以通过差别价格来扩大利润。

三、房地产市场波动

只要是市场,就会有变化、有波动,房地产市场也不例外。

(一)房地产市场周期

从长期来看,房地产市场会呈现出一种有规律的上升和下降的周期性变化。当然,这种所谓的“周期”,不是数学上的严格意义上的周期,不像春、夏、秋、冬季节变化那样有规律,而是大体上每隔一段时间出现市场行情的上涨或下跌,即经过一段时间的上涨之后,预示着可能会下跌,下跌到一定程度之后,预示着可能会上涨。

房地产市场周期大体有如下几个阶段:

1. 上升期。在这一时期,需求不断增加,房屋(房地产)供不应求。需求的增加主要是实质性的消费需求突然增加,因而多发生

在人口大量迁入、经济复苏、收入增加等时期。由于实质性需求的突然增加,市场上的房屋(房地产)供给不足,租金和售价不断上升;随着租金和售价的上升,对房地产的投资需求也开始增加。因此,这一时期可描述为“消费需求夹杂着投资需求增加的时期”。上升期的主要特征有:租金和售价几乎同步上涨;二手房屋的价格上涨。另外,在这一阶段的初期,房屋空置率略高于正常水平,随后,需求的不断增加使房屋空置率不断下降。到这一阶段后期,房屋空置率下降到正常水平。

2. 高峰期。在这一时期,需求继续增加,但增加的势头逐渐减弱,并在此阶段的后期,需求开始出现减少的势头。由于实质性消费需求在上升期基本上得到满足,所以这一时期可描述为“投资需求夹杂着消费需求增加的时期”。高峰期的主要特征有:售价以比租金快得多的速度上涨;新房换手快,交易量大;大批开发项目开工;房屋空置率也经历了在上升期的基础上继续下降到该阶段后期开始上升的过程。

3. 衰退期。由于价格上升到顶点,期望通过价差获取利润的投机需求减弱,通过租金回收投资并获取利润也不见得划算,因而投资需求减少。而在高峰期大量开工的项目陆续完成并投放市场,因而房地产供给大于需求,价格出现下降。这一时期的主要特征有:新房销售困难;投资者纷纷设法将自己持有的房地产脱手,旧房交易量大;售价以比租金快得多的速度下降;房屋空置率上升。

4. 低谷期。需求继续减少,新的供给不再产生或很少产生。这一时期的主要特征有:市场极为萧条,交易量很小;开发项目开工率低;消费需求依市场惯性减少,租金下降。

(二) 房地产“泡沫”

“泡沫”一词用在经济方面是指一种价格运动现象,即价格泡沫,具体是指一种资产或一系列资产的价格在一个连续过程中的急剧上涨,初始的价格上涨会使人产生价格还会进一步上涨的预

期，从而又吸引了新的买者——这些人一般只是想通过买卖牟利，而对资产本身的使用及其盈利能力并不感兴趣。随着价格的上涨，常常是预期的逆转和价格的暴跌，由此通常导致金融危机。

历史上曾出现过多次资产或商品的“泡沫”现象，最著名之一的是17世纪30年代发生在荷兰的“郁金香疯狂”。当时荷兰各阶层的人将其资产换成现金投资于郁金香。一个从前不值几文的郁金香球茎，竟然达到与“一辆新马车、两匹马和一整套马具”等值的地步。在事后来看来，人们当然觉得这是一件很愚蠢的事。但在当时，人人都认为不马上加入这个市场才是真正的大傻瓜。

在现代市场经济下，像郁金香之类的东西已难以出现过热和引发泡沫经济，但是股票和房地产却容易出现“泡沫”，而且其影响和造成的危害更大，甚至可以说“泡沫”是房地产的易发症。房地产“泡沫”表现为地价、房价人为地、不合理地持续上涨，且其上涨速度远远超过了整个经济的增长速度。在房地产中，最容易出现“泡沫”的，第一是土地，其次是楼花（期房），第三是新建成的商品房。存量旧房一般难以出现“泡沫”。

房地产“泡沫”的形成原因有多种，归结起来主要有两个：一是群体的非理性预期，二是过度的投机炒作。此两者有时相辅相成。其中，对房地产价格看涨的共同预期是形成房地产“泡沫”的基础。

群体的非理性预期和过度的投机炒作，一开始通常不会空穴来风，有其一定的客观条件和环境，即有诱因、借口、利好消息等。在这些诱因、借口、利好消息的作用下，房地产价格开始大幅度上涨，一部分人在短时间内迅速发财致富，使人觉得赚钱很容易。在“羊群心理”、“从众心理”的作用下，人们纷纷购买，再加上大肆炒作，更助长了人们的投机心理，以致发展到疯狂地抢购、追涨——“越贵越买，越买越贵”。在“泡沫”的形成过程中，几乎所有的参与者都能赚钱，所以，房地产价格的每一次上涨都会诱使更多的人加入。

有许多学者认为，“泡沫”的形成是因为人类的心理在作怪。

市场中的参与者并不是每一位都很理智，所以在特定环境下形成了市场总体也不理智的现象。在市场上升的时候，人们的贪心使其失去理智。价格攀升得越高，人们越是觉得值得投资。就是这个普遍而又根深蒂固的想法，造成了市场的“泡沫”。

可将房地产需求归纳为4类：(1)消费性需求。它是购买或承租房地产后直接用于生活或生产。(2)投资性需求。它多是购买房地产后用于出租。(3)投机性需求。投机是指不是为了使用而是为了再出售(或再购买)而暂时购买(或出售)商品，以期从价格变化中获利的行为。所以，投机性需求是为卖而买所产生的需求，特别是发生在投机者对未来的房地产价格看涨时而现在购买房地产，甚至出现疯狂的抢购、囤积居奇。(4)盲目性需求。这是购买者自己都不清楚是为了何种目的而购买房地产，大多是出于一种冲动，看到别人在纷纷购买，自己也“跟风”购买。

投资性需求、投机性需求和盲目性需求最终都要回归到消费性需求上来，否则就会成为虚假需求。虚假需求使房地产价格脱离其市场基础价值，导致的房地产“泡沫”就像现实中的“泡沫”一样，不可能长期维持下去，迟早要破灭。因为“泡沫”造成的高价格不可能长期维持下去，除非有无数个后继者加入这个市场。

房地产“泡沫”有许多危害：(1)与其他资产的“泡沫”一样，会腐蚀人们的创业敬业精神，使人们不安心于正业，梦想不劳而获的暴富。(2)房地产“泡沫”形成过程中造成的高房价，会使广大工薪阶层望房兴叹，欲靠工资收入购买住房的梦想破灭，从而会对政府产生不满情绪，对社会的稳定不利。(3)房地产“泡沫”破灭后，房地产价值急剧“缩水”，大量的房地产抵押贷款得不到偿还，产生大量“半拉子”工程，积压大量资金，直接拖累金融，导致金融危机，企业倒闭，工人失业，使国家面临严重的经济萧条。(4)房地产“泡沫”破灭后，最后一批持有“泡沫房地产”的投资者和投机者损失惨重，特别是使广大中低收入的抵押贷款购房者成为“负资产者”，苦