

注册执业资格考试考点一本通系列



全国**房地产估价师**执业资格考试

考点一本通

房地产估价 相关知识

注册执业资格考试考点一本通编写组 编写

超值赠送

环球网校学习卡 40元

一考通在线试题下载 40元

中国建材工业出版社

全国房地产估价师执业资格考试考点一本通

房地产估价相关知识

注册执业资格考试考点一本通编写组 编写

中国建材工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

全国房地产估价师执业资格考试考点一本通. 房地产
估价相关知识/注册执业资格考试考点一本通编写组编
写. —北京:中国建材工业出版社, 2007. 5

ISBN 978-7-80227-264-4

I. 全... II. 注... III. 房地产—价格—评估—中国
—资格考核—自学参考资料 IV. F299.233.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 043190 号

全国房地产估价师执业资格考试考点一本通 房地产估价相关知识 注册执业资格考试考点一本通编写组 编写

出版发行:中国建材工业出版社

地 址:北京市西城区车公庄大街 6 号

经 销:全国各地新华书店经销

印 刷:北京通州京华印刷制版厂

开 本:787mm×1092mm 1/32

印 张:13

字 数:337 千字

版 次:2007 年 5 月第 1 版

印 次:2007 年 5 月第 1 次

书 号:ISBN 978-7-80227-264-4

定 价:60.00 元(全四册)

网上书店:www.jccbs.com.cn

本书如出现印装质量问题,由我社发行部负责调换。电话:(010)88386906

对本书内容有任何疑问及建议,请与本书责编联系。邮箱:111652@vip.sina.com

前 言

随着执业资格制度的日益完善,执业资格考试也逐步呈现出种类不断增多、参考人数不断增加、考试难度不断增大、竞争越来越激烈的特点。为了帮助考生在激烈的竞争中胜出,顺利通过各种注册执业资格考试,我们特组织了国内一批具有高理论水平的资深专家、教授,以及一些多次参与执业资格考试培训辅导、具有丰富命题经验的教师组成了编写委员会。在成功推出《全国注册执业资格考试指定用书配套辅导系列教材》和《一考通命题预测试卷系列》之后,应广大读者的强烈要求,又专门成立了注册执业资格考试考点一本通专家组,编写了“考点一本通系列”丛书。

本书是“考点一本通系列”之《全国房地产估价师执业资格考试考点一本通》。本书共有四分册,分别为《房地产基本制度与政策》、《房地产估价理论与方法》、《房地产开发经营与管理》和《房地产估价相关知识》。其主要特色有:

1. 严格按照最新的全国房地产估价师执业资格考试大纲的要求编写,既突出考试重点又兼顾命题所涉及的知识面。

2. 本套丛书是由国内众多资深的注册工程师、高级工程师以及众多专家学者博采众长,融合提炼,共同打造的精品图书,内容极具权威性。

3. 汇集了考试大纲所涉及的所有重点内容,考生可快速查阅全部考核点,在解答习题时使用更是得心应手。

4. 一考通在线(www.yikaotong.com)将随时为考生提供各种配套资料作为本套丛书的补充,使考生能及时获取各种考试资料。

本系列丛书由一批具有丰富注册执业资格考试研究、命题

等经验的专家学者精心编写,主要编写人员有:白鸽、罗玉娟、吴志武、杨静琳、杜海龙等,其他参编人员有郑大勇、瞿义勇、王景文、刘超、刘亚祯、胡立光、卜永军、陈爱莲、杜翠霞、韩晓芳、冀珍英、梁贺、彭顺、秦付良、孙燕鹏、唐海彬、王建龙、文丽华、王可、吴成英、岳永铭、张彦宁、赵红杰、钟建明、刘岩、沈杏、杜兰芝、崔岩、黄泰山、吴丽娜、王刚领、徐晶、孙森、武志华、罗宏春、杨小方、莫骄等,在此向这些作者表示衷心的感谢!

为了给广大考生提供更好、更全面的帮助,“一考通在线”(www. yikaotong. com)还携手“环球职业教育在线”(www. edu24ol. com)共同推出了购书赠卡活动。凡购买本年度考试新书者均可免费获取一张超值学习卡,凭此卡考生可免费享受环球职业教育在线提供的40元超值网上辅导服务和一考通在线40元的试题下载服务。更多增值服务,敬请登陆网站查询。

相信我们的努力,一定能给您带来好运,助您顺利通过考试。

注册执业资格考试考点一本通编写组

目 录

第一章 经济学知识	(1)
考点一:需求和需求变化	(1)
考点二:供给与供给的变化	(1)
考点三:弹性理论	(1)
考点四:市场均衡	(3)
考点五:效用	(3)
考点六:无差异曲线分析	(3)
考点七:消费者均衡	(4)
考点八:生产理论	(4)
考点九:成本理论	(5)
考点十:完全竞争市场上价格与产量的决定	(5)
考点十一:对几种市场结构的评价	(6)
考点十二:生产要素的需求与供给	(7)
考点十三:竞争市场与竞争要素之间的关系	(7)
考点十四:工资、利息、地租和利润	(8)
考点十五:社会收入分配平均程度的衡量	(8)
考点十六:市场失灵	(9)
考点十七:微观经济政策	(9)
考点十八:国民收入核算体系	(9)
考点十九:总需求与总供给	(9)
考点二十:消费、投资与乘数理论	(10)
考点二十一:宏观经济政策目标	(10)
第二章 金融知识	(11)
考点一:金融与货币	(11)

考点二:信用	(11)
考点三:金融活动	(12)
考点四:金融工具	(13)
考点五:几种主要的金融工具	(13)
考点六:中央银行	(14)
考点七:商业银行	(15)
考点八:政策性银行	(15)
考点九:非银行金融机构	(16)
考点十:货币供给层次	(16)
考点十一:中国的货币体系	(17)
考点十二:通货膨胀与通货紧缩	(17)
考点十三:货币政策及货币政策工具	(18)
考点十四:商业银行负债业务	(18)
考点十五:商业银行资产业务	(19)
考点十六:商业银行中间业务	(19)
考点十七:金融信托投资业务	(20)
考点十八:金融市场的含义、要素和分类	(20)
考点十九:长、短期资金市场	(20)
考点二十:外汇市场	(21)

第三章 保险知识 (22)

考点一:保险的概念与形成的条件	(22)
考点二:保险的职能	(22)
考点三:保险的种类	(23)
考点四:保险的基本原则	(24)
考点五:保险合同	(24)
考点六:保险公司	(25)

第四章 证券知识 (27)

考点一:证券的分类和特征	(27)
--------------	------

考点二:证券市场	(27)
考点三:普通股	(28)
考点四:优先股	(28)
考点五:普通股票按投资主体的分类和特种股票	(28)
考点六:股票应载明的内容	(29)
考点七:股票的基本特征	(29)
考点八:股票与股份、股份制	(30)
考点九:股票与认股权证、股单	(31)
考点十:债券的概念和特征	(32)
考点十一:债券的分类	(32)
考点十二:投资基金与投资基金证券	(33)
考点十三:投资基金证券与股票、债券的区别	(33)
考点十四:投资基金类别	(34)
考点十五:投资基金的特点	(35)
第五章 拍卖知识	(36)
考点一:拍卖的概念	(36)
考点二:拍卖的特征	(36)
考点三:拍卖的基本原则	(37)
考点四:拍卖活动的类型	(37)
考点五:拍卖规则	(38)
考点六:拍卖委托	(38)
考点七:拍卖的佣金、价款结算与标的交割	(39)
考点八:强制拍卖	(39)
考点九:房地产拍卖	(40)
第六章 统计知识	(42)
考点一:统计的基本概念	(42)
考点二:统计资料的搜集和整理	(42)
考点三:综合指标	(43)

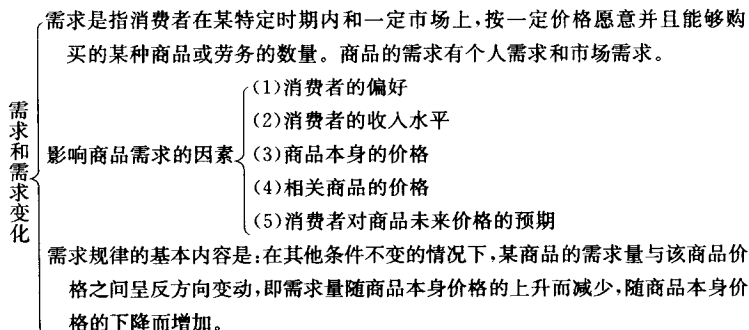
考点四:时间序列	(44)
考点五:动态趋势与波动的测定	(45)
第七章 会计知识	(47)
考点一:会计概述	(47)
考点二:会计假设	(47)
考点三:会计核算的一般原则	(48)
考点四:会计要素与会计恒等式	(48)
考点五:会计基本核算方法	(49)
考点六:会计报表	(50)
第八章 城市规划	(51)
考点一:城市规划概述	(51)
考点二:城市规划体系	(52)
考点三:城市规划管理系统	(52)
考点四:城市总体规划	(53)
考点五:城市分区规划	(54)
考点六:城市用地分类及评价	(54)
考点七:城市详细规划	(55)
考点八:控制性详细规划	(55)
考点九:修建性详细规划	(56)
考点十:城市居住区规划	(56)
考点十一:居住区规划的技术经济分析	(57)
第九章 建筑工程知识	(58)
考点一:建筑分类	(58)
考点二:建筑制图的基本规定	(60)
考点三:建筑施工图	(60)
考点四:结构施工图	(61)
考点五:通风施工图和电气施工图	(62)
考点六:建筑设计	(62)

考点七:建筑等级	(63)
考点八:建筑的组成	(64)
考点九:地基、基础与地下室	(64)
考点十:墙	(65)
考点十一:柱、梁、板	(66)
考点十二:楼、地面	(66)
考点十三:楼梯、电梯	(67)
考点十四:屋顶	(67)
考点十五:门窗	(67)
考点十六:变形缝	(68)
第十章 工程造价知识	(69)
考点一:工程项目的划分	(69)
考点二:工程造价计价与控制的基本原理和方法	(69)
考点四:建筑安装工程费用的构成	(70)
考点五:预备费、建设期贷款利息与固定资产投资	
方向调节税	(71)
考点六:工程量清单计价方法	(72)
考点七:工程量计算	(73)
考点八:建筑面积的计算	(73)
考点九:工程建设定额	(74)
第十一章 房地产测绘知识	(75)
考点一:房地产测绘的内涵	(75)
考点二:房地产测绘的特点	(75)
考点三:房地产测绘的精度要求	(76)
考点四:房地产图	(77)
考点五:房产图分类	(77)
考点六:房地产面积测算	(78)

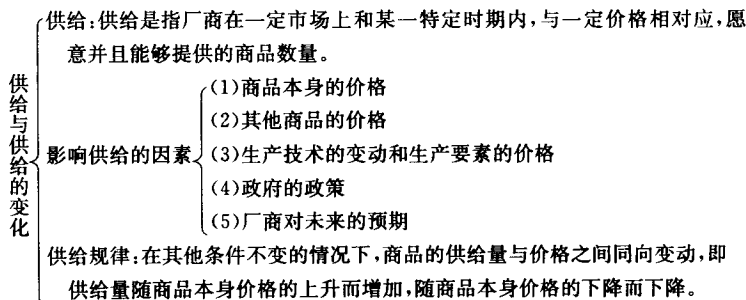
第十二章 法律知识	(80)
考点一:法的概说	(80)
考点二:民法的概念和基本原则	(81)
考点三:民事法律关系	(81)
考点四:自然人、法人和合伙	(82)
考点五:民事法律行为	(83)
考点六:代理	(84)
考点七:诉讼时效	(85)
考点八:合同法概述	(86)

第一章 经济学知识

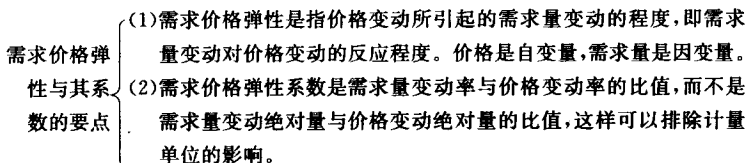
考点一：需求和需求变化



考点二：供给与供给的变化



考点三：弹性理论



需求价格弹性与其系数的要点	(3)需求价格弹性系数的数值可以是正值,也可以是负值,这取决于有关两个变量的变动方向。若它们同方向变动,则 E_d 为正值;反之, E_d 为负值。实际运用时,为方便起见一般都取其计算值的绝对值, E_d 的绝对值表示变动程度的大小。
	(4)同一条需求曲线上不同点的需求价格弹性系数大小并不一定相同
需求价格弹性的分类范围	(1) $ E_d =0$,表明无论价格如何变动,需求量都固定不变,始终有 $\Delta Q=0$ 。如以价格为纵坐标,需求量为横坐标(以下同),则需求曲线是一条垂直于横轴的直线。此时称需求完全无弹性,或称需求价格弹性为零。
	(2) $ E_d =\infty$,表明在价格既定的条件下,需求量可任意变动,需求曲线为一条平行于横轴的直线。此时称需求有完全价格弹性。
需求价格弹性的分类范围	(3) $ E_d =1$,表明价格每提高(或降低)一定比率,则需求量相应减少(或增加)相同的比率,其特征为 PQ 的乘积为定值,需求曲线为一条正双曲线,此时称需求为单一价格弹性。
	(4) $ E_d >1$,表明价格每提高(或降低)一定比率,则需求量相应减少(或增加)更大的比率,需求曲线比较平坦,此时称需求富有价格弹性。
	(5) $1> E_d >0$,表明需求量变动比率的绝对值小于价格变动比率的绝对值,需求曲线比较陡峭,此时称需求缺乏价格弹性。
供给价格弹性及其系数的要点	(1)供给价格弹性是指价格变动所引起的供给量变动的程度,即供给量变动对价格变动的反应程度。价格是自变量,供给量是因变量。
	(2)供给价格弹性系数是供给量变动率与价格变动率的比值,而不是供给量变动绝对量与价格变动绝对量的比值。
供给价格弹性的分类	(3)供给价格弹性系数的数值一般都为正值,反映了供给量与价格同方向变动的供给规律, E_s 的值表示变动程度的大小。
	(4)同一条供给曲线上不同点的供给价格弹性系数大小并不一定相同。
供给价格弹性的分类	(1) $E_s=0$,这表明无论价格如何变动,供给量都固定不变,始终有 $\Delta Q=0$ 。如以价格为纵坐标,供给量为横坐标(以下同),则供给曲线是一条与垂直于横轴的直线。此时称供给完全无弹性,或称供给价格弹性为零。
	(2) $E_s=\infty$,表明在价格既定的条件下,供给量可任意变动,供给曲线为一条平行于横轴的直线。此时称供给价格弹性无穷大,或称供给有完全弹性。

供给价格弹性的分类

- (3) $E_s = 1$, 表明价格每提高(或降低)一定比率, 则供给量相应增加(或减少)相同比率, 此时称供给为单一弹性。对于点弹性而言, 则表明过该点作供给曲线的切线必通过坐标原点。若供给曲线是以坐标原点为起始点的一条直线, 则该供给曲线上任一点的价格弹性系数都是 1。
- (4) $E_s > 1$, 这表明价格每提高(或降低)一定比率, 则供给量相应增加(或减少)更大的比率, 供给曲线比较平坦, 此时称供给富有弹性。
- (5) $1 > E_s > 0$, 在表明供给量变动率的绝对值小于价格变动比率的绝对值, 供给曲线比较陡峭, 此时称供给缺乏弹性。

考点四: 市场均衡

市场均衡

概念: 假定某种商品的需求状况和供给状况是已知和既定不变的, 由于需求和供给在市场竞争中的共同作用, 使消费者愿意购买的数量与厂商愿意供给的数量恰好相等, 价格也不再变动的趋势, 此时达到均衡。

- 供需对均衡的影响 { (1) 若供给不变, 需求变化是由于价格以外其他因素变化引起的。
(2) 若需求不变, 供给变化是由于价格以外其他因素变化引起的。

考点五: 效用

效用

定义: 效用是消费者在消费某种商品时所获得的心理满足程度。

- 度量理论 { 基数效用论
序数效用论

- 边际效用分析 { (1) 总效用是指消费一定数量商品所获得的总的满足程度。
(2) 边际效用是指消费某种商品每增加一个单位所获得的总效用的增加。

边际效用递减规律: 随着消费者在一定时期内对某种商品消费量的增加, 从每增加一个单位商品的消费中所获得的效用增量呈递减的趋势, 这种现象被称为边际效用递减规律。

考点六: 无差异曲线分析

无差异曲线分析

边际替代率: 边际替代率是指在保持消费者效用不变的前提下, 增加某种商品一单位的消费量所要减少的另一种商品的数量。

预算线: 也称为消费可能线或家庭预算线, 是指假定商品的价格和消费者预期用于购买商品的支出是既定的, 消费者能购买的商品所有可能数量组成的集合。

考点七:消费者均衡

消费者均衡	概念	消费者均衡是指消费者在既定的收入状况下,将货币合理花费于各种消费品的组合,使消费者获得了最大的效用总量,此时消费者不再改变其购买各种消费品的数量,即消费者的决策行为已达到均衡状态
	边际效用分析法	求解公式: $\max U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_m)$ s. t. $\sum_{j=1}^m P_j X_j = M$
	无差异曲线分析法	求解公式: $MRS_{xy} = MU_x / MU_y = P_x / P_y$

考点八:生产理论

生产理论	生产与生产函数	生产:生产是指厂商把各种生产要素作为投入品进行组合并转化成产品的过程。一般将生产中各种资源投入概括为劳动、土地、资本、技术以及管理者才能等,统称为生产要素。 生产函数:生产函数是指在既定的生产技术条件下,对各种生产要素一定数量的组合与产品量大产出量之间依存关系的数学描述。它的一般表达式为: $TP = P(Q_1, Q_2, \dots, Q_m)$
	可变比例与边际收益递减规律	总产量:是指一定量的可变要素投入与固定要素投入组合所生产的全部产量。 平均产量:指每单位可变要素平均生产的产量。 边际产量:指可变生产要素每增加一个单位所增加的产量。 边际收益递减规律: 边际收益递减规律也称边际产量递减规律,是指在技术水平不变的条件下,若其他要素固定不变,而不断增加某种可变要素的投入,开始会使总产量递增;当可变生产要素增加到一定程度后,虽然总产量继续增加,但增加的产量逐渐递减;超过一定界限继续增加可变要素的投入,将使总产量减少。即可变生产要素投入增加所引起的产量(或收益)的变化可以分为产量递增、边际产量递减、总产量减少三个阶段。

等产量曲线:两种生产要素投入的不同数量组合所能获得相同产量的生产函数曲线。

边际技术替代率:边际技术替代率是指在等产量曲线上两种生产要素相互替代的比率。表示增加一单位某种生产要素(如 L)的投入量所能替代的另一种生产要素(如 K)的数量,称为要素 L 替代要素 K 的边际技术替代率。

等成本线:等成本线又称企业预算线,是指在生产要素价格既定的条件下,生产者以一定的费用支出所能购买的两种生产要素所有可能数量组合的集合。

厂商均衡条件:厂商均衡的条件为:花费单位货币购买的生产要素所得的边际产量均相等,此时厂商的成本支出一定时可获得最大产量,或者产量一定时成本支出最小。即在要素价格既定的条件下,等产量曲线与等成本线的切点为满足厂商均衡和条件的点。

考点九:成本理论

经济成本:是指厂商生产经营活动中所适用的各种生产要素的支出总和,称为“经济成本”。经济成本除了会计成本,还包括未计入会计成本中的厂商自有生产要素的报酬。

- 成本分析
- (1)总成本(TC)是指厂商在一定时期内生产一定量产品所需的成本总和,它随产量的增加而增加。短期总成本(STC)可以分为固定成本(FC)和可变成本(VC)。
 - (2)平均成本(AC)是指生产单位产品所需的成本。平均成本有短期平均成本(SAC)和长期平均成本(LAC)。
 - (3)边际成本(MC)是指厂商每增加一单位产量所增加的总成本,边际成本有短期边际成本(SMC)和长期边际成本(LMC)。

考点十:完全竞争市场上价格与产量的决定

- 完全市场竞争必备的四个条件
- (1)市场上有足够多的生产者和消费者
 - (2)市场上的产品是同质的
 - (3)资源完全是自由的
 - (4)市场信息是完全畅通的

完全竞争市场上的短期均衡:在短期,完全竞争市场厂商均衡的条件是边际收益等于边际成本。

完全竞争市场上的长期均衡:在长期,通过完全市场竞争,将使整个行业达到供求平衡,单个厂商既不可能继续获得超额利润,也不可能继续出现亏损。长期均衡点就是收支相抵点,各厂商只能获得正常利润。

考点十一：对几种市场结构的评价

完全竞争市场	完全竞争市场。主要优点有：一是可以实现社会的供给与需求相等，从而实现资源最优配置；二是厂商在实现利润最大化的同时承担的成本最少，因而最有效率；三是厂商长期均衡时平均成本最低因而产品价格也最低，故对消费者有利。主要缺点有：一是各厂商平均成本最低并非社会成本最低；二是产品同质的假设，无法满足消费者丰富多彩的多种需求；三是单个厂商的创新成果容易很快地被竞争者效仿，不利于激励创新和技术进步
完全垄断市场	完全垄断市场。主要优点有：一是可以激励垄断厂商为维护其垄断地位而进行各种创新；二是适合于某些规模经济十分显著的产品生产，一方面垄断厂商大规模生产可能降低由多个小规模厂商生产的单位产品平均成本，另一方面政府往往对这些行业的产品价格实行管制，因而可能以较低的价格给消费者提供更多产品。主要缺点有：一是政府对垄断行业纯粹垄断地位的政策保护不能形成激励创新机制，从而进一步导致垄断厂商生产经营的低效率；二是在成本状况完全相同的状况下，垄断与完全竞争相比将导致较高的价格和较少的产量，降低生产资源的利用效率
垄断竞争市场	垄断竞争市场。主要优点有：一是消费者可以获得有差别的产品，从而更广泛地满足不同消费者多样化的需求；二是有利于激励厂商从各方面进行创新。主要缺点有：一是厂商的平均成本和产品销售价格较高，资源存在一定程度的浪费，但与完全垄断市场相比，产量要高而价格要低；二是垄断竞争市场的销售成本主要是广告成本增加
寡头垄断市场	寡头垄断市场。主要优点有：一是可以实现规模经济，从而降低成本提高经济效益；二是更有利于创新，而这种创新与垄断竞争厂商那种局部和个别的产品和技术创新有所不同，它是整个生产过程的创新和科学技术的进步，因而更有效率。主要缺点有：各寡头之间的勾结往往会抬高产品价格，从而损害消费者利益和降低社会经济福利