

房 地 产 合 同 实 务 全 书



房 地 产 合 同 实 务 全 书

FANG DI CHAN HE TONG SHI WU QUAN SHU

顾问 江 平 主编 刘家琛

中国物资出版社

房地产合同实务全书

(中册)

顾问 江 平
主编 刘家琛

中国物资出版社

目 录

第三编 房地产合同相关法律制度篇

第二十章 房地产交易与市场营销	(1019)
第一节 房地产市场营销概述	(1019)
一、房地产市场主要特征	(1019)
二、房地产市场供求	(1022)
三、房地产市场营销策略	(1028)
第二节 房地产市场分析	(1031)
一、房地产产品与市场特性	(1031)
二、房地产市场营销环境	(1035)
三、消费者市场分析	(1054)
第三节 房地产市场调研与产品定位策略	(1064)
一、房地产市场的调查与研究	(1064)
二、市场营销信息系统的建立	(1075)
三、房地产市场细分	(1080)
四、选择目标市场与产品定位	(1085)
第四节 房地产产品开发与定价策略	(1090)
一、房地产产品开发策略	(1091)
二、房地产产品开发决策的原则	(1103)
三、房地产定价方法	(1104)
四、房地产定价策略	(1111)

第五节 房地产营销渠道与促销组合策略	(1117)
一、房地产营销渠道策略	(1117)
二、促销组合策略的概念	(1124)
三、房地产广告策略	(1126)
四、房地产公共关系与销售促进策略	(1142)
五、房地产人员推销管理	(1145)
六、房地产推销技巧	(1152)
第六节 房地产营销计划	(1166)
一、房地产营销计划的内容	(1166)
二、市场营销计划的执行	(1169)
三、案例：“京顶大厦”营销计划书	(1171)
第七节 房地产交易	(1186)
一、房地产交易概述	(1186)
二、房地产转让	(1197)
三、商品房预售	(1202)
四、房地产抵押	(1205)
五、房屋租赁	(1213)
六、房地产评估制度	(1227)
第八节 房地产交易与市场营销知识问答	(1231)
第二十一章 房地产社会化服务（上）——中介服务	(1293)
第一节 中介服务机构	(1293)
一、中介服务机构的概念	(1293)
二、房地产中介机构的设立条件和程序	(1294)
三、房地产价格评估人员的资格认证	(1295)
第二节 房地产经纪的法律规定	(1296)
一、房地产经纪活动	(1296)
二、房地产经纪人	(1297)
三、房地产经纪行为的管理	(1297)
第三节 房地产估价的法律规定	(1298)
一、房地产估价的必要性及其意义	(1298)
二、房地产估价管理制度	(1299)
第四节 房地产公证和律师的法律服务	(1302)
一、房地产公证	(1302)
二、房地产律师的法律服务	(1303)
第二十二章 房地产社会化服务（下）——物业管理	(1305)
第一节 物业管理法律制度	(1305)
一、物业管理概述	(1305)
二、物业管理机构	(1311)

三、住宅小区管理	(1314)
四、高层楼宇的管理	(1318)
五、房屋维修管理	(1321)
六、房屋设备管理	(1325)
七、物业综合管理	(1327)
第二节 物业与物业经营	(1329)
一、物业及物业性质	(1329)
二、物业市场	(1333)
三、物业经营	(1338)
第三节 服务业与服务经济	(1343)
一、服务经济的基本概念	(1344)
二、服务竞争与服务质量	(1346)
三、服务成本、利润、价格和经济效益	(1348)
四、经济服务化	(1351)
第四节 物业公司	(1353)
一、物业公司的设置	(1353)
二、物业公司的管理模式	(1355)
第五节 物业经营企业的主要活动	(1373)
一、住宅区的管理与服务	(1373)
二、高层楼宇、商业铺面等单项物业的管理与服务	(1375)
三、物业租赁	(1377)
四、房屋维修	(1391)
第六节 物业经营企业的财务安排	(1395)
一、物业经营企业的经济收入	(1395)
二、物业经营企业的资金筹措与融资决策	(1401)
三、物业经营项目的投资决策	(1414)
四、物业经营企业的财务管理	(1422)
第七节 物业价值与价格评估	(1435)
一、物业的价值与价格	(1435)
二、物业价格评估	(1439)
三、物业评估方法	(1443)
第八节 住宅小区的管理与服务	(1448)
一、房地产综合开发与住宅小区管理	(1448)
二、住宅小区管理的主要模式与管理内容	(1449)
三、住宅小区管理工作的达标考核	(1454)
四、住宅小区管理的法制建设	(1457)
第九节 香港的楼宇、屋村管理	(1461)
一、香港楼宇、屋村管理体制的形成	(1461)

二、香港楼宇、屋村管理的职责	(1462)
三、香港楼宇、屋村管理的财务安排	(1465)
四、香港楼宇、屋村管理的法制化	(1469)
五、香港楼宇、屋村管理的人员培训	(1475)
第十节 房地产社会化服务知识问答	(1477)
第二十三章 房地产行政管理	(1515)
第一节 房地产行政管理总论	(1515)
一、房地产行政管理概述	(1515)
二、房地产行政管理的方法和手段	(1519)
三、房地产行政管理体制与机构设置	(1521)
第二节 地产行政管理	(1525)
一、城市地产的行政管理及其管理原则	(1526)
二、城市土地国有化及土地有偿使用原则	(1529)
三、土地的经营及使用管理	(1531)
第三节 房产行政管理	(1535)
一、国有房产的管理	(1536)
二、单位自有房产的管理	(1540)
三、私有房产的管理	(1542)
四、城市异产毗连房产管理	(1546)
第四节 房地产开发与建设管理	(1547)
一、房地产开发建设管理的有关内容	(1547)
二、开发规划管理	(1549)
三、房地产开发项目管理	(1553)
四、住宅建设资金管理	(1562)
第五节 房地产产权及权属登记	(1565)
一、房地产产权的基本概念	(1565)
二、房地产权属登记	(1583)
三、房地产权属的审查与确认	(1593)
四、房地产产籍与产籍管理	(1608)
五、房地产产权档案管理	(1626)
六、房地产测绘	(1646)
七、现代技术在房地产产权产籍管理中的应用	(1662)
第六节 房地产的使用管理	(1677)
一、房屋交换管理	(1677)
二、房屋调整管理	(1679)
三、住宅小区的使用综合管理	(1681)
第七节 房屋质量管理	(1685)
一、房屋完损等级及完好率	(1686)

二、城市危险房屋的管理	(1687)
第八节 房地产市场管理	(1688)
一、房地产市场	(1688)
二、房地产市场管理	(1691)
三、房地产市场交易秩序的管理	(1694)
四、房地产买卖与租赁管理	(1696)
第九节 房地产市场价格管理	(1701)
一、房地产市场价格管理的意义及原则	(1701)
二、房地产价格及土地价格的构成	(1703)
三、房地产价格管理的内容和管理方法	(1704)
四、房地产税收管理的特征及意义	(1707)
五、房地产税收管理的内容	(1709)
第十节 房地产行业管理	(1712)
一、房地产行业管理的涵义及作用	(1712)
二、房地产行业管理的内容	(1713)
三、房地产行业协会	(1717)

第二十章 房地产交易与市场营销

第一节 房地产市场营销概述

一、房地产市场主要特征

(一) 房地产市场主要特征

1. 价格的多样性

由于房地产产品的单件性很明显,没有统一的规格、标准,不同的房地产产品存在很大差别。如果把地理位置、建造成本、规格、质量及折旧程度等因素都考虑在内,即使本身没有多大区别的房地产产品,在价格上也往往会形成较大的差别。因此,房地产产品很难像一般商品那样进行规范化的统一定价,价格多种多样,千差万别是十分正常的现象。

2. 房地产市场供求的反经济循环性

房地产市场行情的兴衰与经济形势密切相关,在经济不景气时,人们为避免货币贬值而购买房地产进行投资保值,会导致资金从工商业部门流入房地产业。相反,在经济繁荣时期,各个行业部门形势看好,对游资都有较强的吸引力,投入房地产业的资金比例下降。此趋向在发育比较成熟的房地产市场上表现得尤为明显。

3. 房地产价格的层次性

房地产产品往往价值较大,买方一次性购买有时比较困难,卖方一次性出售也不是非常容易。为了克服一次性大额交易的局限性,出现了一次性出售、分期出售、部门出售等多种交换形式,因此形成了多种层次的房地产产品价格。在房地产市场上,这种多层次的价格体系是由房地产产品的特殊性决定的。

4. 房地产市场的双重属性

一方面,房地产产品是最基本的生活消费品,是衣、食、住、行中缺一不可的重要组成部分;另一方面,房地产产品又是必不可少的生产资料,构成企业固定资产的一个大项。因此房地产市场兼容了生产资料市场和消费资料市场的特点,这种双重属性决定了房地产业对国民经济全局的重大影响,使其成为国民经济体系中一个重要的支柱产业。

5. 房地产市场是不充分市场

一般而言,房地产市场是一个次市场或称准市场。首先,在房地产市场上,信息是

缺乏的、不充分的和非对称的。在房地产交易中,大多数买主对物业的类型、位置、规格、年代等情况或许非常了解,但对交易中所涉及的法律条文、城市规划条例、赋税规定等细节却不甚清楚。由于交易双方数量有限,竞价过程不充分,成交价往往不能反映成交物业的真实价值。其次,由于房地产品具有位置固定性、价格特殊性等特性,不同的产品之间差别较大,具有单件性和不可比性,因此与完全自由竞争市场所要求的商品同质相差甚远。再次,由于房地产投资金额较大,回收期较长,风险较高,所以并不是每个投资者都能轻易介入房地产经营。同样,房地产市场上交易各方自由进出也是不容易的。最后,物业的固定性和差异性使得出售者或出租者具有垄断地位,在大多数情形下,房地产市场都是一个卖方市场。由于上述原因,房地产市场与完全自由竞争市场的要求相差甚远,是一个不充分市场。

6. 房地产市场不同于股票市场

首先,从投资风险来看,房地产市场的风险小于股票市场。这是因为股票市场价格对各种政治、经济和心理因素都非常敏感,受外在因素的影响较大。同时,内在因素的影响也是十分重要的,公司经营管理水平的高低决定了股票市价的升降,公司破产则意味着股票持有人蒙受巨大损失。而物业则是一项固定的、相对永久的财产,一方面在租户丧失支付能力时,投资者可以及时收回房屋,另一方面在公司破产停止支付房租以后,物业投资者可以把房屋收回再转租给其他公司,他所损失的只是部分应付房租和新租户到来之前房屋的空置。因此,一家公司破产对其股票投资者而言是灾难性的,而对其物业投资者来说则只是变换了房租交纳人。另外,股票市场无论对某个地区的宏观经济趋势,还是对该地区经济状况的短期波动都十分敏感,是经济形势变动的“晴雨表”;而房地产市场却不同,它对某个地区的宏观经济趋势十分敏感,但对该地区经济形势的短期波动却不敏感。从房地产业的增长指数与整个经济增长指数之间的关系来看,在经济繁荣时期,租金上涨幅度低于整个经济增长幅度;在经济衰退时期,租金降低幅度也低于整个经济下降水平。其次,从市场流动性来看,股票交易往往在很短的时间内即可完成,而房地产交易通常需要较长的时间才能完成,房地产市场的流动性明显低于股票市场。再次,从交易成本来看,由于房地产交易比较复杂,周期较长,买卖双方在整个合同期内需要付出较高的交易成本;相反,股票交易的成本只是占交易额一定比例的佣金,交易成本较低。最后,从管理费用来看,物业管理者为保证物业的正常使用,要支付维修费和保险费等支出,这些费用一般要高于企业管理操作股票所支出的费用。但是,房地产投资者的日常开支与精力支出却相对较低,不必像股票投资者那样,既要关注各种消息,又要进行基本分析与技术分析。

(二) 地产市场

1. 地产市场的内涵

现实的、完整的地产具有土地本身和土地资本双重涵义。由此出发,地产市场既是一般意义上的土地市场,流通主体是土地的使用权;同时又包括土地资本市场,流通的主体是土地资本。两者共同构成地产市场的内涵。在地产市场上,土地资本的转让与土地使用权的让渡是同时进行的,二者交织在一起,不可分割。

地产市场的交易人主要有土地所有者、承租人(或转租人)、发展商。其中,土地

所有者是以土地作为投资资本,转让土地使用权;土地承租人将获得的土地使用权转让给其他承租人,也可以直接转让给发展商;发展商获得土地使用权后进行开发经营。

2. 地产市场的特征

作为社会主义市场经济体制的一个重要组成部分,我国的地产市场主要有以下三个特征:

(1) 垄断性。由于土地是一种有限的自然资源,一旦某些土地为某些人所占有,就容易形成对该块土地的垄断。土地所有制的性质决定了这种垄断的性质。在资本主义土地私有制下,对土地的垄断是一种私人的垄断,土地所有者借此获取高额垄断性的级差地租;在社会主义制度下,土地归国家所有,土地所有权始终掌握在国家手中,地产市场上交易的只是土地使用权,对土地的垄断是一种代表人民整体利益的国家垄断。二者有本质的不同。

(2) 竞争性。我国地产市场在土地所有权上具有垄断性特征,同时在土地使用权的交易中又具有竞争性特征,二者是兼容的。在地产市场上,参与交易的买卖双方都不是单一的,因而在买方之间和卖方之间都必然存在着竞争关系。例如,土地承租人为了从国家那里获得土地使用权会展开竞争;土地承租人在转让土地使用权时也会展开竞争;物业发展商在获取土地使用权时更是存在竞争。应当明确,这种竞争是在国家垄断土地所有权前提下,针对土地使用权而展开的一种不完全的竞争,在一定程度上或在某些方面要受到国家的限制。

(3) 计划性。在我国地产市场上,国家作为土地所有者和全体劳动人民利益的代表,不仅直接参加地产经营活动,而且对地产市场进行计划调节、行政管理、法律监督和统筹规则,并采取措施保证地产市场的正常运行。

3. 地产经营的模式

我国地产市场尚在开发过程中,有关地产经营的模式仍在继续探索,通过近年的实践,未来的中国土地市场将是一个由土地所有权交易市场、土地所有权出让市场及土地使用权转让市场所组成的市场体系。各类市场具有不同的内容和特征。

(1) 土地所有权交易市场。属于一级市场,其内容是,国家根据经济发展的需要征用农村集体的土地改变为国有土地,故又称征地市场;此外还包括集体之间的土地买卖。这种市场交易的特征是买卖成交后买方同时获得土地所有权和使用权。对征地市场而言,土地交易直接由国家垄断,不允许其他单位和个人介入。

(2) 土地使用权出让市场又称批租市场,或二级市场。国家采取协议、招标、拍卖等形式按一定的要求将土地使用权出让给企事业单位和个人。它的基本特征是买方获得的只是一定年限的土地使用权,所支付的土地价格是“租赁价格”。批租市场也是一种垄断竞争型的市场,一方面国家对土地出让的数量、条件、年限、价格具有垄断作用,易调控;另一方面,土地需求者又可运用各种竞争手段获得土地使用权,发挥了市场竞争机制的作用。

(3) 土地使用权转让市场。这是土地使用权在土地使用者之间转让的交易场所、即三级市场。其特点为交易的结果是土地使用权的横向流动,由于交易最大、涉及面广、经济法律关系十分复杂,必须有健全的管理体制和法规才能引导市场进入正常轨道,以

利交易双方的公平竞争。所以土地使用权转让市场又是一种有管理的竞争型地产市场。

要使中国的地产市场形成一个完善的体系,必须使我国土地使用制度的改革与国家经济体制改革的目标一致,同时还要有相应的法律法规,加强土地市场经营管理机构和中介机构的建设。

(三) 房地产市场

房地产市场,从狭义来讲是指房屋本身的交易,也称房产市场;从广义而言,物业还包括房屋占用的土地,故通称房地产市场。房地产市场是包括物业开发市场、物业劳务市场、物业资金市场和物业交易市场在内的市场体系,是有关物业开发、生产、经营、流通和消费的内在运行机制。

在社会主义市场经济条件下,物业本身也具有商品的属性。因此,物业商品必须通过房产市场上的交换行为,才能实现其价值。而且这种交换必然是遵循商品流通的一般规律。房产市场是我国统一市场体系的一个有机组成部分。

物业商品既有与其他商品相同的共性,也有与其他商品不同的特性。因此,作为由多种市场因素按照一定的结合方式而组成的综合体,房地产市场既有一般商品市场的共性,又有其自身的特殊性。其具体表现在其他章节叙述。

二、房地产市场供求

(一) 房地产市场需求

1. 需求特征

房地产需求主要是指对房产和地产的消费需求。由于房地产本身的一些特性,因而决定了房地产需求同一般的物质资料需求相比具有以下不同的特征:

(1) 昂贵性。实现房地产市场需求需要巨额资金,其昂贵程度是一般物质资料所不能比拟的。一般而言,房地产品在生产过程中投资巨大,造价高,工期长,再加上房地产市场长期存在的需求大于供给的矛盾,更加剧了房地产的昂贵性。

(2) 排它性。房地产的固定性和耐用性使得物业一旦被购置、租赁之后,就会长期保持这种从属状态,从而排斥了他人对该产品的需求,这一特征无疑加剧了房地产供不应求的局面。

(3) 间断性。人们对房地产的需求一旦得到满足后,要间隔很长一段时间才有可能产生新的需求。至于时间间隔的长短,不仅取决于房地产品的使用年限,还取决于人口、经济、消费水平等多种因素。但间断性并不排除需求总量的上升性,房地产需求量是连续的、大量的,呈现间隔上升变化趋势。

(4) 多样性。经济的发展推动着社会文化的进步,当人们的居住水平逐步提高之后,体现在房地产的需求上,就是日趋追求美观舒适,对房屋功能、式样、造型等提出多样化的要求,从而迫使从事房地产生产和开发的人员尽力使自己的产品不断地更新变化。这种趋势实际上增大了房地产生产难度。

(5) 引致性。房地产的消费需求是一种引致需求,这一点在它作为生产消费资料时表现得非常明显。例如,由于面包生产量的扩大,需要种植更多小麦,从而会需要更多的耕地,用于扩大小麦种植面积。由于商业的日趋繁荣,需要更多的物业作为商业设施,从而会扩大对该类地产及商贸大楼等的需求。房地产需求是由其他需求中派生出来的。

2. 需求价格弹性和收入弹性

(1) 需求价格弹性

所谓需求价格弹性,是指商品价格每变动1%所引起的需求量变动的百分比,它等于需求量变动的百分比除以价格变动的百分比。一般而言,商品的市场需求曲线形状因商品或市场的不同而有差别,而且各种市场需求曲线在价格的敏感性上不一致。对有些商品来说,价格的很小变动就会引起需求量的很大变动;而对另一些商品来说,价格的很大变动却只会引起需求量的很小变动。需求的价格弹性反映的正是需求量对价格变动的敏感程度,由于需求量和价格变化通常总是反方向的,即价格增加,需求减少;价格下降,需求增加。因此,尽管需求价格弹性系数一般为负数,在实际应用中却不考虑负号。假设 P 代表价格, Q_D 代表需求量, ΔP 表示某种商品的价格变动, ΔQ_D 表示该种商品需求量的变动。那么,需求价格弹性公式为

$$E_P = - \frac{\Delta Q_D / Q_D}{\Delta P / P} = - \frac{\Delta Q_D}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_D} \quad (20-1)$$

需求价格弹性大于1,说明这种商品富有弹性;需求价格弹性小于1,说明这种商品缺乏弹性。

物业的需求价格弹性一般较小,物业需求量对租金变化反应迟钝。物业需求价格弹性的大小主要取决于以下几个因素:(1) 物业作为一种投入品,其需求价格弹性取决于其产出品的需求价格弹性。例如,用于种粮食的耕地的需求价格弹性较低,而用于建造商业用房土地的需求价格弹性可能稍高一些。(2) 物业的需求价格弹性取决于物业本身的可替代性。一般而言,可替代性较高的商品,其需求价格弹性也较高,反之则相反。从土地来看,它不仅在总量上有限,而且位置固定,无法替代;从建筑物来看,物业的固定性使其所处位置日益重要,各项物业由于所处位置不同,因而可替代性较差;土地和建筑物结合在一起,使这种非替代性更加明显。因此,物业的需求价格弹性较一般商品低一些。(3) 物业本身的容纳性与物业的需求价格弹性成正比。如房租上涨过多会导致居民紧缩住房面积。(4) 租金在租产的经营总支出中所占的比重亦是决定物业需求价格弹性大小的一个重要因素,二者之间成正向变动关系。

(2) 需求收入弹性

一般情况下,某种商品需求量的变动和价格变动是反方向的,即价格的上升会导致商品需求量的下降。但是,收入的增长却会增加对商品的需求。需求收入弹性是指收入水平每变动1%所引起的商品需求量变动的百分比。它等于需求量变动的百分比除以收入变动的百分比。需求收入弹性反映的是需求量对收入水平变动的敏感程度,假设 M 代表收入, Q_D 代表需求量, ΔM 表示收入的变化量, ΔQ_D 表示需求量的变动。那么,需求收入弹性公式为

$$E_M = \frac{\Delta Q_D}{Q_D} \bigg/ \frac{\Delta M}{M} = \frac{\Delta Q_D}{\Delta M} \cdot \frac{M}{Q} \quad (20-2)$$

由于收入增加时,人们对商品的需求也会增加,所以商品需求收入弹性总是正的。在房地产市场上,人们的可支配收入水平是决定物业需求量大小的重要因素,即个人可支配收入增加会导致社会总需求和对物业需求的增加。这使物业的需求收入弹性为较高的正值。

物业的需求收入弹性是一个具有重要参考价值的指标。需求收入弹性大的物业,投资风险较大,获取较高利润的可能性也大;需求收入弹性低的物业,投资风险较小,利润也不会太高。风险与报酬成正比。

例如,某地区有甲、乙两项物业各 5000m²,两项物业的需求收入弹性分别为 $E_{\text{甲}} = 2$ 和 $E_{\text{乙}} = 0.5$ 。如果收入水平提高 10% 和下降 8%,对甲、乙两项物业的需求计算如下:

(1) 收入水平提高 10% 时,由 (20.2) 式可以推出

$$\Delta Q_{\text{甲}} = E_{\text{甲}} \cdot \frac{\Delta M}{M} \cdot Q_{\text{甲}} = 2 \times 10\% \times 5000 = 1000 \text{ (m}^2\text{)}$$

$$\Delta Q_{\text{乙}} = E_{\text{乙}} \cdot \frac{\Delta M}{M} \cdot Q_{\text{乙}} = 0.5 \times 10\% \times 5000 = 250 \text{ (m}^2\text{)}$$

(2) 收入水平下降 8% 时:

$$\Delta Q_{\text{甲}} = 2 \times (-8\%) \times 5000 = -800 \text{ (m}^2\text{)}$$

$$\Delta Q_{\text{乙}} = 0.5 \times (-8\%) \times 5000 = -200 \text{ (m}^2\text{)}$$

从上例可以看出,甲物业需求收入弹性大于乙物业,在收入水平提高时,甲物业需求量的增加大大高于乙物业;在收入水平下降时,甲物业需求量的减少也显著超过乙物业。因此,投资于甲物业的利润可能高于乙物业,相应地风险也较大。

(二) 房地产市场供给

1. 影响供给的主要因素

物业供给是指在一定的价格水平(租金或预期利润)下物业所有者所能提供的物业数量。一般而言,原有可出租物业的供给量取决于租户的退租量、经营活动的预期利润及租金水平;新建物业的供给量则取决于预期利润水平。除此之外,影响房地产供给总量和结构的因素还有:(1) 物业的开发费用,如土地费用、原材料费用与工资费用;(2) 物业投资者以往的利润水平及对房地产业发展前景的估计;(3) 物业开发经营的税款;(4) 物业所处地区公共设施的配套所需费用;(5) 物业开发的筹资能力和融资成本;(6) 原有物业的闲置程度或可出让程度;(7) 国家有关经济法规、政策条例及管理办法的变化等。

2. 供给价格弹性

所谓供给价格弹性,是指商品价格每变动 1% 所引起的供给量变动的百分比。它反映供给量对于价格变动的敏感程度。设 P 代表价格, Q_s 代表供给量, ΔP 表示某种商品的价格变动, ΔQ_s 表示该种商品供给量的变动,那么,供给价格弹性如下:

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{Q_s} \bigg/ \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_s} \quad (20-3)$$

供给价格弹性大于1,说明这种商品的供给富有弹性;供给价格弹性小于1,说明这种商品的供给缺乏弹性。

物业的供给价格弹性视不同情况而发生变化:(1)原有物业的短期供给价格弹性较低。一般而言,当物业租金上涨时,租户在短期内通常不会减少他们所承租的空间,尤其是公司只有在其业务减少或利润下降时才会有减少承租空间的考虑。所以,可供出租或再出租的原有物业在短期内供给量变动对租金变动的反应并不敏感。(2)新建物业的短期供给弹性也较低。因为新建物业从决定开发到完工可供出租,需要很长一段时间,在这段时间内,市场上的物业供给量无法变化,因而短期供给弹性较低。(3)发展商的逐利活动使物业供给在短期内可能富有弹性。例如,在经济繁荣时期,对物业的需求高涨,发展商为了获取较高的价格,会故意拖延销售;在经济衰退时期,对物业的需求低落,发展商会采取抢先抛售或预售的办法,以减少不必要的损失。这些做法都使物业供给在短期内富有弹性。(4)从物业的长期供给弹性来看,以土地为主的物业价值较低,长期供给弹性小,如农业物业;以建筑物为主的物业价值较高,长期供给弹性大,如商业物业;容易获得政府规划部门批准的物业较有弹性;不易改变用途的物业供给缺乏弹性。

(三) 房地产市场的运行机制

1. 物业的供求与价格

房地产市场的运行状况要通过房地产的价格和租金表现出来。房地产产品的价格是由市场供求关系决定的,租金是使用物业的价格,是在一定时期内根据物业的供求状况确定的。

由于以土地为主的物业和以建筑物为主的物业有所不同,所以供给曲线、需求曲线的形状及其变化也不同。以土地为主的物业由于价值较低,供给弹性、需求弹性都较小,供求曲线的形状起伏不大,几乎成垂直、水平状态。而以建筑物为主的物业由于价值较高,需求弹性较小,供给弹性却相对大一些,因此其需求曲线起伏不大,变化平缓,供给曲线的形状却相对倾斜。具体如图20-1和20-2所示。

在房地产市场上,物业的供给曲线与需求曲线的交点决定了瞬时的均衡价格水平 P_0 ,交点 E_0 是均衡点, Q_0 为均衡状态下的供给量(需求量)。由于供求曲线随着各种因素的作用在不断变动,从而原有的均衡状态被打破,形成一系列新的均衡点 $E_1, E_2, \dots, E_n$,产生一系列新的均衡价格 $P_1, P_2, \dots, P_n$,由 $P_0, P_1, P_2, \dots, P_n$ 构成的曲线即是物业价格水平变动的趋势线。由此可见,物业供给曲线和需求曲线的频繁变动,决定了物业价格水平的变动趋势。这一点和一般商品是相同的。

2. 房地产市场的运行机制

房地产市场的运行机制包括房地产市场的主体、客体、市场信号、中介机构及管理机构等一系列要素,这些要素有机地协调、组织起来,才能实现房地产市场的功能。房地产市场的兴旺发达与供求、价格、利率、利润、成本以及竞争等市场机制的作用是密切相关的,其中供求机制、竞争机制和风险机制是最重要的组成部分。

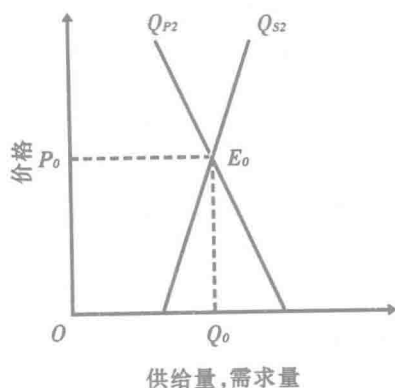


图 20-1 以土地为主的物业供求曲线图

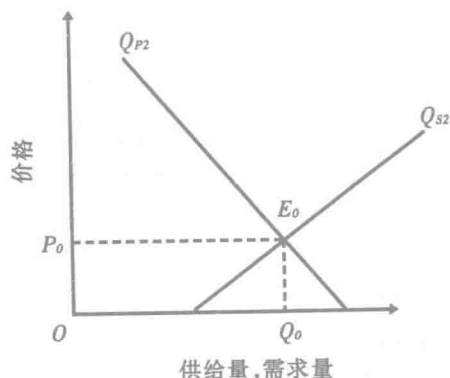


图 20-2 以建筑物为主的物业供求曲线图

(1) 供求机制

市场机制是通过市场上供求关系的变化带动市场的运行,即供求状况会影响市场价格围绕生产价格上下波动,价格是调节房地产市场的核心。在房地产市场上,买卖双方在市场上的地位是平等的,不存在任何一方的强买强卖;买卖双方在遵纪守法的前提下,根据市场信号调节供给或需求,不受其他非市场因素的制约;不存在买方市场或卖方市场,供需基本平衡。

我国房地产市场跟国外相比价格偏低,但跟我国的经济发展水平相比却又有些偏高。尤其沿海某些地区,炒风日盛,哄抬价格,房价与市场供求及消费者的购买能力严重脱节。在房地产业的初始阶段,这种现象是很难避免的。从未来前景来看,我国社会经济的持续繁荣使居民收入水平不断上升,居民购置物业的经济实力不断增加;住宅、工业用房、商业用房、旅馆、办公楼宅等需求量日益增加。投资经营房地产能获得较高的盈利,这无疑会大大刺激房地产投资的积极性,促进房地产业的迅速发展。

(2) 竞争机制

一个完善、规范化的房地产市场,供求、价格、利率的变动,都是通过竞争来实现的。房地产的交易既包括买方之间的竞争和卖方之间的竞争,同时也包括买卖双方之间的竞争。在一个竞争性的房地产市场上,存在数量众多的买主和卖主,买卖双方的行为由市场信号来决定,市场信息对买卖双方是充分的、公平的,不存在人为的市场壁垒等。

(3) 风险机制

房地产是一个预期利润丰厚的产业,根据风险同酬的原则,必然也存在很大的风险。在房地产市场上,买卖双方必须对利益和风险作出正确的衡量,并据以调节自己的行为。只有对风险有正确的认识和估计,才能依据市场供求法则,更好地参与市场竞争。

供求机制、竞争机制和风险机制三者是互相制约、相辅相成的,它们共同构成房地产市场运行机制的有机部分。我国房地产市场发育还不成熟,不断完善、健全合理的市场体系,为房地产市场的良性运行以及房地产资源的有效配置提供充分的保证,是深化

改革中一项十分紧迫的任务。

(四) 我国住房市场需求状况

住房是人类最基本的生活资料和生存空间。我国是世界头号人口大国, 11 亿城乡居民对住房的巨大需求, 使住房交易成为房地产最大的市场。

研究市场的需求, 必须充分考虑我国的国情。一方面, 众多的人口、较低的居住水平, 构成了住房消费巨大的缺口, 因此在相当长的时期内, 我国住房将一直保持供不应求的状态; 另一方面, 我国又是经济发展水平较低的发展中国家, 受人均收入、价格等因素的制约, 在很大程度上影响了住房水平的提高。由于不同的发展阶段有不同的住房需求标准, 在分析市场需求时, 还要应用阶段论的观点, 切忌生搬国外的经验。

我国住房消费在房改以前, 长期处于非市场性状况中, 即住房并不作为个人、家庭的生活消费资料直接进入市场, 而是由国家统一分配。这种分配方式不但没有很好地解决住房的需求与供给之间的矛盾, 反而使之进一步加剧。目前, 全国城镇仍有无房户和困难户 600 万户, 其中人均居住面积在 2m^2 以下的特困户有 50 万户。城镇人均居住面积 1992 年约为 7.3m^2 , 离“住得下, 分得开”并有适当活动场所的小康水平(人均 8m^2) 已相差不远。然而与发达国家的人均住房水平 ($30\sim 40\text{m}^2/\text{人}$) 相比, 还有很大的差距。另外, 我国是人口大国, 由于人口基数大, 城市化水平每提高 1 个百分点, 就意味着增加 120 万城市人口, 如果每人平均按居住面积 8m^2 (相当于建筑面积 16m^2) 计算, 就要修建住房 0.2亿 m^2 。到公元 2000 年, 据建设部门的预测, 全国城市化水平将达到 30% 左右, 城镇人口将达到 3.6 亿人, 比 1992 年增加 1.3 亿人, 按以上标准计算, 需新建住宅 21亿 m^2 。在短期内要完成这一目标, 无疑是一项十分艰巨的任务。同时, 也表明我国是有广阔的住房消费市场。

从我国现有的情况来看, 住房供给的提高既有其不利的限制条件, 也有其有利因素。其限制条件主要包括: 第一, 我国经济发展水平决定了投入住房建设的资金量很有限; 第二, 建筑业技术水平较低, 生产能力有限; 第三, 与房地产业相关的建材、制造能源、冶金、化工等行业不可能满足住房高速发展的需求。以上限制条件使得要想迅速提高住房的供给量绝不是件容易的事情。我国住房供给的有利面主要是住房制度的改革, 调动了国家、地方、企业和个人建房的积极性, 从而加快了住房建设的速度。即使是一些住房问题十分突出的大城市, 近年通过旧城改造和新区开发, 也逐渐缓解了住房紧张的问题。例如, 我国城区房屋改造较好的上海市和天津市, 就是在旧城的基础上, 通过改造旧房, 建成了许多功能齐全的居民小区、高层住宅, 既解决了广大居民的住房问题, 使人均居住面积上升到 $6\sim 7\text{m}^2$, 又为城市的现代化打下了坚实的基础。

因此, 如何利用有利因素, 消除限制条件, 最大限度地发挥我国住房生产的潜力是重要的研究课题。这一课题的研究好坏, 关系到居民生活、国民经济的好坏, 关系到住房消费需求引导和诱发作用的发挥好坏。

三、房地产市场营销策略

在房地产市场上,营销活动非常复杂,经营房地产虽然预期利润比较丰厚,但也存在相当大的风险。因此,营销人员必须采取正确的市场营销策略,在市场分析、财务、定价、广告、营销渠道等方面做好充分的准备,营销活动才能有更大的取胜机会。

(一) 房地产市场营销策略分析

在制定房地产市场营销策略之前,必须对房地产市场的一般状况进行了解、分析,大致从以下几个方面入手:

1. 搜集整理分析有关资料

首先,掌握相关资料,拥有充分的信息数量和质量,以及选择信息的处理方法,是进行房地产市场分析的前提条件,如果信息不完备,就无法全面准确地分析市场状况及变动趋势;其次,由于房地产市场行情是不断变化的。因此必须随时随地注意实际资料的积累,跟上市场变动的步伐。

所需搜集的资料主要有以下四类:第一,整个国民经济走势。例如,随着宏观经济稳中渐进,外商投资增长和非国有经济成分的快速发展、商业用房、办公用房需求量稳步增长,普通住宅市场必会渐有起色。第二,地区性基本统计资料,包括该地区的人均国民生产总值、居民可支配收入、社会阶层结构、工业化程度、都市化程度、基础设施状况、毗邻地区的有关统计资料等。例如:从当前区位上看,重庆由于升格优势,深圳由于地理优势,各类物业将继续看好;内地的主要城市由于低价位影响,普通住宅市场会活跃趋升;上海由于政府干预力度加大,普通住宅价格将继续下调,成交量会稳步攀升。第三,市场经济性资料,包括历年房地产市场变动情况、房地产公司经营状况、房地产收益变动情况等。第四,市场技术性资料,包括以技术分析手段绘制的各种图表,如房地产交易量变动情况表、房地产价格指数变动情况表(参见表20-1)、市场价格趋势图等。

表 20-1 CREI 中房指数 (1997 年 1 季度)

基期: 1994 年 4 季度, 基值: 100

物业 城市	住宅		办公用房		商服用户		厂房仓库		城市指数		各地承办单位
	指数	升降	指数	升降	指数	升降	指数	升降	指数	升降	
北京	839	↑ 1	1531	↓ 13	2189	↓ 2	301	—	1090	↓ 2	中房北京指数理事会
上海	808	↓ 2	1308	↓ 24	—	—	—	—	889	↓ 4	中房集团上海总公司
天津	417	↑ 2	1296	↓ 20	783	—	290	—	561	↓ 1	天津房地产咨询服务公司