



鸭题库  
YaTiKu.Com

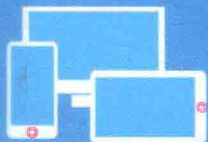
全国经济专业技术资格考试辅导用书

# 中级经济师

## 房地产经济专业知识与实务

中级经济师考试辅导用书编写组 编

让您用 **30%**的时间 掌握 **80%**的知识



鸭题库考试软件

立体化复习 多平台互动

- 随身携带 学逸结合
- 海量题库 题题精编
- 查错补缺 逐个突破
- 考讯同步 免费升级
- 笔记分享 交流互动
- 云端系统 科学记忆



中山大学出版社  
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

全国经济专业技术资格考试辅导用书

# 中级经济师

zhongji jingjishi

## 房地产经济专业知识与实务

fangdichan jingji zhuanyezhi shi yu shi wu

中级经济师考试辅导用书编写组 编

让您用 30% 的时间 掌握 80% 的知识



中山大学出版社  
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

中级经济师·房地产经济专业知识与实务 / 中级经济师考试辅导用书编写组编. — 广州: 中山大学出版社, 2015. 8

ISBN 978-7-306-05224-7

I. ①中… II. ①中… III. ①房地产经济学—资格考试—自学参考资料  
IV. ①F293.30

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 043273 号

---

出版人: 徐 劲

责任编辑: 曾育林 廉 锋

封面设计: 张 敏

责任校对: 陈 芳

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020-84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020-84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020-84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: [zdcbs@mail.sysu.edu.cn](mailto:zdcbs@mail.sysu.edu.cn)

印 刷 者: 虎彩印艺股份有限公司

规 格: 787 mm × 1092 mm 1/16 11.5 印张 273 千字

版次印次: 2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 18.00 元

---

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

## 前 言

房地产经济在我国经济中占有主导地位。我国是一个人口众多的发展中国家，伴随人口的增长，各种基本设施需求，尤其是住房需求，也在相应地增加。住宅市场需求与供给结构不匹配，导致出现严重的供不应求的现象。人均住房面积小、住房设施简陋、住房情况复杂、没有安全保障，是大部分人面临的住房现状。而这归根究底就是房地产的问题。

《中级经济师·房地产经济专业知识与实务》以我国人力资源和社会保障部人事考试中心颁布的《房地产经济专业知识与实务》（中级）考试大纲为依据，在研究该考试命题特点及解题规律的基础上编写而成。全书共分为十一章，分别介绍了房地产经济基本理论、房地产征收征用、建设用地使用制度、房地产市场调研、房地产开发项目前期策划、房地产投资项目可行性研究、房地产开发项目管理、房地产估价、房地产市场营销、物业管理、房地产金融等方面的知识，由此对房地产经济在当今社会的作用与地位进行了深入的剖析。

本书通过基础知识的掌握以及考试过程中的能力培养，对内容进行科学编排，实现基本功与应试技巧相结合；准确地突出重点，归纳难点，提炼考点，以表格的形式系统化、条理化地整理、构建出清晰的知识框架，使应试者能轻轻松松地通过考试。

参加本书编写的人员有刘陈、苏笑玲、丘泽容、曾倩、张敏、李肖婷。

由于编者水平有限，书中难免存在错漏，恳请广大读者在使用过程中提出宝贵的意见。

# 目 录

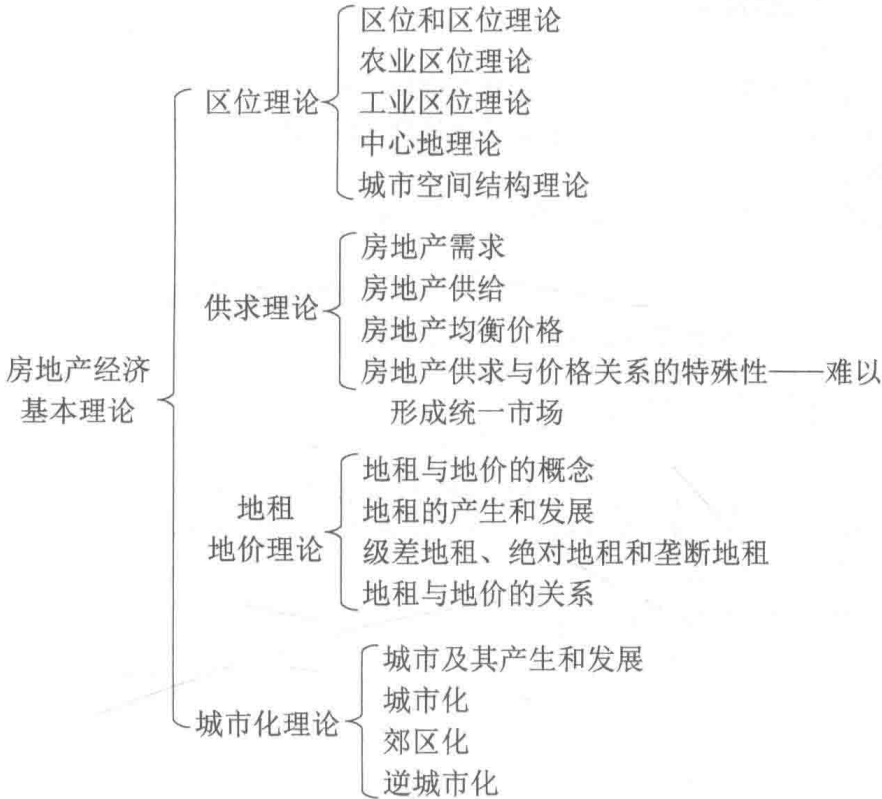
<b>第一章 房地产经济基本理论</b> .....	1
第一节 区位理论 .....	1
第二节 供求理论 .....	7
第三节 地租地价理论 .....	10
第四节 城市化理论 .....	11
<b>第二章 房地产征收征用</b> .....	15
第一节 房地产征收征用概述 .....	15
第二节 房地产征收的前提条件 .....	17
第三节 国有土地上房屋征收与补偿 .....	17
第四节 集体土地征收与补偿 .....	20
<b>第三章 建设用地使用制度</b> .....	25
第一节 建设用地概述 .....	26
第二节 国有建设用地使用权划拨和有偿使用 .....	28
第三节 国有建设用地使用权转让 .....	35
第四节 国有建设用地使用权出租 .....	36
第五节 国有建设用地使用权抵押 .....	38
第六节 国有建设用地使用权收回和终止 .....	41
第七节 闲置国有建设用地处置 .....	41
第八节 集体建设用地使用制度 .....	43
<b>第四章 房地产市场调研</b> .....	45
第一节 房地产市场调研概述 .....	45
第二节 房地产市场调研的内容 .....	48
第三节 房地产市场调研的主要方法 .....	51
第四节 房地产市场调研问卷设计 .....	55
第五节 房地产市场调研报告 .....	56
<b>第五章 房地产开发项目前期策划</b> .....	58
第一节 房地产开发项目前期策划概述 .....	59

第二节	房地产开发项目的市场定位 .....	60
第三节	房地产开发项目的项目定位 .....	62
第四节	房地产开发项目的产品定位 .....	63
第五节	房地产开发项目前期策划报告 .....	65
<b>第六章</b>	<b>房地产投资项目可行性研究 .....</b>	<b>66</b>
第一节	房地产投资概述 .....	67
第二节	资金的时间价值及等值计算 .....	69
第三节	房地产投资项目的现金流量 .....	77
第四节	房地产投资项目的财务报表 .....	79
第五节	房地产投资项目经济评价指标和方法 .....	82
第六节	房地产投资项目不确定性分析 .....	86
第七节	房地产投资项目方案比选 .....	93
第八节	房地产投资项目可行性研究报告 .....	96
<b>第七章</b>	<b>房地产开发项目管理 .....</b>	<b>99</b>
第一节	房地产开发项目管理概述 .....	100
第二节	房地产开发项目勘察、设计管理 .....	101
第三节	房地产开发项目工程招标 .....	105
第四节	房地产开发项目合同管理 .....	107
第五节	房地产开发项目实施控制 .....	109
第六节	房地产开发项目竣工验收和决算 .....	112
<b>第八章</b>	<b>房地产估价 .....</b>	<b>115</b>
第一节	房地产估价概述 .....	116
第二节	房地产估价的市场法 .....	117
第三节	房地产估价的收益法 .....	122
第四节	房地产估价的成本法 .....	126
第五节	房地产估价的假设开发法 .....	130
第六节	房地产估价报告 .....	132
<b>第九章</b>	<b>房地产市场营销 .....</b>	<b>134</b>
第一节	房地产市场营销概述 .....	134
第二节	房地产渠道策略 .....	136
第三节	房地产价格策略 .....	138

第四节	房地产促销策略	142
第五节	房地产市场营销方案	146
<b>第十章</b>	<b>物业管理</b>	<b>147</b>
第一节	业主和业主大会	148
第二节	临时管理规约和管理规约	153
第三节	物业服务企业	155
第四节	物业管理招标投标	157
第五节	物业服务合同	160
第六节	物业服务收费	161
第七节	住宅专项维修资金	163
<b>第十一章</b>	<b>房地产金融</b>	<b>166</b>
第一节	房地产金融概述	166
第二节	房地产金融业务	167
第三节	个人住房贷款	171
第四节	房地产抵押贷款	173
<b>参考文献</b>		<b>176</b>

# 第一章 房地产经济基本理论

## 本章知识体系



## 第一节 区位理论

### 一、区位和区位理论

#### (一) 区位的含义

区位是指某一事物与其他事物在空间方位和距离上的关系，具体可标示为一定的空间坐标。

区位除了解释为某一事物的空间几何位置，还强调自然地理要素和人类经济、社会活动之间的关系在空间位置上的反映。

房地产最大的特点是位置不可移动。评判一宗房地产的好坏，考虑的重要因素之一是其区位。



## 【重点难点】企业、个人等主体在进行区位选择时考虑的因素

- (1) 区位周边的空间环境特性。
- (2) 通达性。
- (3) 互赖性。
- (4) 排斥性。
- (5) 成本费用。

## (二) 区位的特征

### 1. 综合性

- (1) 自然区位：天文区位、自然地理区位。
- (2) 社会区位：经济地理区位、文化地理区位、政治地理区位。

### 2. 确定性：方位、距离

### 3. 层次性：大位置、小位置、地址、微位置

### 4. 历史性

- (1) 地理环境的变化以及经济环境的变化引起区位的历史变迁。
- (2) 区位的历史性是城市迁移兴衰的重要原因。

## (三) 房地产区位的含义

### 1. 概念

房地产区位是指一宗房地产与其他房地产或者事物在空间方位和距离上的关系。

### 2. 要素：位置、交通（通达性）、外部配套设施、周围环境和景观

#### (1) 要素一：位置。

坐落——所在的具体地点。

方位——方向和位置。

与相关场所的距离——与市中心、火车站、工作地等场所的距离的远近。

临街（路）状况——是不是临街，是一面临街还是两面临街。

朝向——正门或房间窗户正对的方向。

楼层——所在的楼层。

#### (2) 要素二：交通（通达性）。

可及性：从外到达该房地产——“进来”的方便程度。

便捷性：从该房地产去往其他地方——“出去”的方便程度。

#### (3) 要素三：外部配套设施。

基础设施：道路、供水、供电、供气、供热、通讯等（必需条件）。

公共服务设施：教育、医疗、文化、体育、商业服务、邮电、市政公用设施等（锦上添花的条件）。

#### (4) 要素四：周围环境和景观。

主要包括自然环境、人文环境、景观。

## 【重点难点】位置与区位的关系

房地产不可移动，其位置固定不变。

区位由四个要素构成，四要素中的任一要素发生变化，意味着房地产区位发生变化。

#### (四) 区位理论的概念

##### 1. 概念

区位理论是研究人类经济行为的空间区位选择及空间区位内经济活动优化组合的理论（如何在空间上选址、布局与组合的经济活动）。

##### 2. 四大区位理论

- (1) 农业区位理论——在城市周围农业区位如何布局。
- (2) 工业区位理论——工业企业如何布局。
- (3) 中心地理论——城市之间如何布局。
- (4) 城市空间结构理论——城市内部各用地功能如何布局。

## 二、农业区位理论

### (一) 杜能“孤立国”理论的前提

- (1) “孤立国”是一个天然均质的大平原，只有一个城市。
- (2) 城市是其农产品的唯一销售市场，而农村则靠该城市供给工业品。
- (3) 运输工具只有马车。
- (4) 农产品的运输成本与其重量和从产地到消费市场的距离成正比。
- (5) 经营者以获取最大经济收益为目的，并根据市场供求关系调整其经营品种。

### (二) 杜能农业区位理论的主要内容

- (1) 农业经营的产品和经营方式，由市场上农产品的销售价格 ( $V$ ) 决定。
- (2) 农产品的销售成本为生产成本 ( $E$ ) 和运输成本 ( $T$ ) 之和 ( $E + T$ )。
- (3) 经营者追求利润 ( $P$ ) 最大化。
- (4) 经营者的利润： $P = V - (E + T)$
- (5) 销售价格 ( $V$ ) 和生产成本 ( $E$ ) 是常数 ( $K$ )。
- (6) 利润最大化的唯一办法是将运费压缩为最小。
- (7) 利润加上运费，价格减去生产成本，为常数，即： $P + T = V - E = K$

**【核心内容】**通过合理的农业生产布局使农业的运费最低，就能实现最大利润

### (三) 杜能农业区位理论的结论

杜能在 1826 年出版的《孤立国同农业和国民经济的关系》（简称《孤立国》）中提出了六种耕作制度，即著名的“杜能圈”（农业以城市为中心呈同心圆分布）。

- (1) 自由农作区，生产易腐难运的农产品。
- (2) 林业区，主要生产木材。
- (3) 轮栽农作区，主要生产粮食。
- (4) 谷草农作区，提供谷物与畜产品。
- (5) 三圃农作区，即本区的土地  $1/3$  用来种黑麦， $1/3$  用来种燕麦，其余  $1/3$  休闲。
- (6) 畜牧业区，主要发展畜牧业。

#### (四) “杜能圈”的修正模型

(1) 考虑河流的影响——水运费与陆运费的成本差异，导致农作物轮作制将沿着河流两岸延伸至边界。

(2) 考虑其他城市的影响——各城市根据实力形成各自的市场范围，形成竞争，使“杜能圈”变形。

### 三、工业区位理论

#### (一) 韦伯工业区位理论的假设条件

- (1) 研究的对象是一个均质国家或地区，只考虑经济因素。
- (2) 工业原料、燃料地点固定且已知。
- (3) 工业产品的消费地和范围已知，且需求量不变。
- (4) 劳动力供给为已知，不能流动，供给充裕。
- (5) 运输成本是重量和距离的函数。
- (6) 讨论同一产品的生产和销售问题。

#### (二) 以运输指向的工业区位分析

- (1) 运费的大小主要取决于运输距离和货物重量。
  - (2) 主要考虑原材料的运费和制成品的运费。
  - (3) 工业原料分类：遍布性原料（可就地取材）和限地性原料（必须要运输）。
- 结论：工业企业应选择在原料和制成品二者的总运费最小的地方。

#### 【重点难点】原料指数

原料指数 = 限地性原料总重量 ÷ 制成品总重量

一般使用遍布性原料的指数为 0，纯原料的指数为 1，失重性原料的指数大于 1。原料指数越大，生产厂应选在离原料产地越近的地方；原料指数越小，生产厂应选在离市场越近的地方。

#### (三) 劳工成本影响工业区位趋向的分析（工业区位的第一次变形）

- (1) 工业企业的选址追求运输成本与劳工成本总和的最低。
- (2) 如工厂迁移引起的原料和制成品运费的增加，小于节省的劳动力费用，则会迁移。

#### (四) 集聚与分散因素影响工业区位趋向的分析（工业区位的第二次变形）（图 1-1）

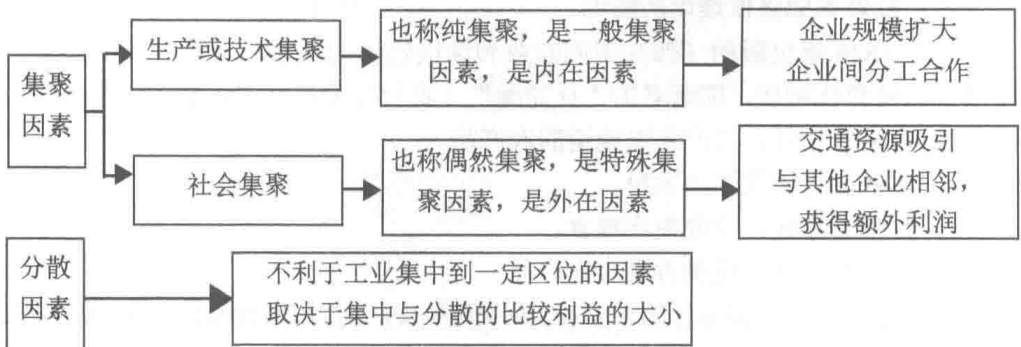


图 1-1 集聚与分散因素影响工业区位趋向的分析

## 四、中心地理论

### (一) 基本概念

(1) 中心地是指区域内向其周围地域提供各种货物和服务的中心城市或中心居民点。

(2) 中心地职能是指由中心地提供的商品和服务。

(3) 中心性是指一个中心地对周围地区的影响程度，或者中心地职能的空间作用大小。

(4) 需求门槛是指中心地能维持供应某种商品和劳务所需的最低购买力和服务水平。

(5) 商品销售范围是指消费者为获取商品和服务所希望通达的最远路程，或指中心地提供商品和劳务的最大销售距离和服务半径。

### (二) 克里斯塔勒中心地理论的假设条件

(1) 研究的区域是一个均质平原，人口均匀分布，居民收入水平和消费方式一致。

(2) 交通费用与距离成正比。

(3) 厂商和消费者均为经济人。

(4) 货物可自由流动，不受任何关税与非关税壁垒的限制。

### (三) 克里斯塔勒中心地理论的结论——六边形市场

(1) 各厂商的销售范围为圆形。

(2) 新厂商的自由进入，使各厂商的销售范围越来越小，直到能维持最低收入水平的门槛为止。

(3) 厂商的圆形范围重叠区域，以无差别线划分给不同的厂商。

(4) 形成六边形的市场区域，详见图 1-2。

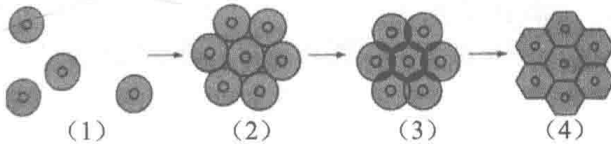


图 1-2 六边形市场区域的形成过程

### (四) 克里斯塔勒市场等级序列——多种商品与不同档次 (图 1-3)

(1) 高级商服中心提供高、中、低级的商品和服务。

(2) 中级商服中心提供中、低级的商品和服务。

(3) 低级商服中心提供低级的商品和服务。

(4) 需求门槛和服务范围由高到低、由大到小。

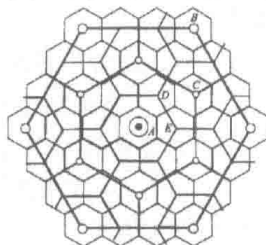


图 1-3 克里斯塔勒市场等级体系

## 【归纳总结】三种区位理论的实质与前提假设

### 1. 农业区位理论

(1) 实质：在城市周围农业区位布局的原则。

(2) 假设：只有一个城市，且是“孤立国”；运输工具只有马车；“孤立国”环境均质，且与外部隔绝；农产品的运费、重量与从产地到消费市场的距离成正比；经营者以获取最大经济收益为目的。

### 2. 工业区位理论

(1) 实质：找出工业产品成本最低、利润最大的位置，作为配置工业企业的依据。

(2) 假设：均质国家或地区，只考虑经济因素；工业原料、燃料地点固定且已知；工业产品的消费地和范围已知，且需求量不变；劳动力不能流动，价格已知，供给充裕；运费是重量和距离的函数；讨论同一产品。

### 3. 中心地理论

(1) 实质：找出城市的分布规律。

(2) 假设：均质平原与无差异性的居民，交通费用与距离成正比，厂商和消费者均为经济人，货物可自由流动。

## 五、城市空间结构理论

### (一) 同心圆理论（由伯吉斯与巴布科克总结）

(1) 内涵：伯吉斯基于生态学的入侵和承继概念来解释城市土地利用在空间上的排列形态。例如，中心商务区、过渡地带、工人住宅区、高收入阶层住宅区、通勤人士住宅区。

(2) 结论：城市各功能用地以中心区为核心，自内向外环状扩展。

(3) 修正：巴布科克考虑到交通轴线的辐射作用，将理论修正为星状环形模式。

### (二) 扇形理论（由霍伊特创立）

各类城市用地趋向于沿主要交通线路和沿自然障碍物最少的方向由市中心向市郊呈扇形发展。

### (三) 多核心理论（由麦肯齐提出，哈里斯、乌尔曼发展）

(1) 内容：一个城市内会出现多个商业中心，其中一个主要商业区为城市核心，其余为次核心；随着城市规模的扩大，新的极核中心随之产生。

(2) 多核心理论的理论基础：基于地租地价理论，支付租金能力高的产业位于城市中心。

### (四) 中心商务区土地利用模式（由墨菲、万斯提出）

#### 【重点难点】两项指标和一个概念

$$\text{中心商务高度指标 (CBHI)} = \frac{\text{中心商务区建筑面积总和}}{\text{总建筑基底面积}}$$

$$\text{中心商务强度指标 (CBII)} = \frac{\text{中心商务用地建筑面积总和}}{\text{总建筑面积}} \times 100\%$$

$CBHI > 1$ ,  $CBII > 50\%$  的区域被界定为 CBD。

赫伯特和卡特还提出中心商务建筑面积指数比率 (CBI) 的概念。

## （五）商业区区位选择指向特征

### 1. 单一的消费指向性

- （1）最大限度地接近或方便消费者前来购物。
- （2）工业、农业需要考虑原料、市场、自然环境等。

### 2. 空间关系的外部性

- （1）集聚和关联。
- （2）这是一种以消费者为纽带的外部性关系。

### 3. 地价是商业区位的重要因素

权衡商业效益与地价的关系是商业区位选择中极为重要的因素。

### 4. 商业区位选择的理性目标是消费者最大剩余效用与商家最大利润之间的平衡

- （1）消费者追求最大剩余效用。
- （2）商家追求最大利润。
- （3）双方通过博弈获得平衡。

#### 【重点难点】关于消费者的剩余效用

剩余效用 = (购物效用 + 体验效用) - (购物成本 + 交通成本 + 时间机会成本)

体验效用是消费者在购物过程中，除了获得购物效用外的其他方面的效用，如环境、服务带来的愉悦。

## （六）城市空间结构对区位的影响（表 1-1）

表 1-1 城市空间结构对区位的影响

影 响	内 容
城市土地利用分布和中心地体系决定区位的土地成本、效益和市场地域	由用地付租能力和用地效益两个方面的原因决定
城市功能分区的土地利用主导功能决定了区位的优劣和未来发展	各个功能区都有其主导功能。如在工业区虽然也允许建设一些娱乐、商业设施，但由于其主导功能的限制，娱乐、商业设施的区位选择空间和发展规模都会受到限制
城市空间结构的重构和演变影响区位格局变化和时序选择	随着城市的发展，出现了郊区化、逆城市化的趋势，城市空间结构也随之发生变化，从而改变了城市功能区位的中间格局及其土地利用的时序选择

## 第二节 供求理论

### 一、房地产需求

#### （一）房地产需求的含义

房地产需求是指消费者在某一特定的时间内，在每一价格水平下，对某种房地产所愿意并且能够购买（或承租）的数量。

房地产市场需求是指在一定时间内、一定价格水平下和一定市场上所有的消费者对某种房地产愿意并能够购买的数量，即市场需求是所有的消费者需求的总和。

### 【重点难点】需求的两个条件（缺一不可）

- （1）消费者愿意购买，即有购买的欲望。
- （2）消费者能够购买，即有支付能力（需求与需要的区别所在）。

### （二）决定房地产需求量的因素

（1）因素一：房地产的价格水平（反相关）。

一般情况下是反相关，即价格上涨，需求减少。特例是炫耀性物品和吉芬物品（生活必需品），越贵需求越大。

（2）因素二：消费者的收入水平（正相关）。  
收入增加，需求增加；收入减少，需求减少。

（3）因素三：消费者的偏好。  
对某种商品偏好增强时，需求增加。

（4）因素四：相关物品的价格水平（替代品和互补品）。  
替代品——需求反向变化（如商品房与经济适用房）。  
互补品——需求同向变化（如住宅与配套设施）。

（5）因素五：消费者对未来的预期。  
买涨不买跌。

### （三）房地产需求曲线

#### 1. 需求曲线的性质

- （1）一般商品的需求量与价格呈逆相关关系，是向下的曲线。
- （2）价格上升，需求减少；价格下降，需求增加。

#### 2. 需求曲线的变动

- （1）沿需求曲线的变动——价格发生变化。
- （2）需求曲线的平移——价格以外的因素发生变化。

## 二、房地产供给

### （一）房地产供给的含义

房地产供给是指房地产开发商和拥有者在某一特定的时间内，在每一价格（或租金）水平下，对某种房地产所愿意并且能够提供出售（或出租）的数量。

房地产市场供给是指在一定时间内、一定价格水平下和一定市场上，所有开发商和拥有者对某种房地产所愿意并且能够提供的数量，即所有开发商和拥有者供给的总和。

$$\text{房地产潜在供给量} = \text{存量} - \text{灭失量} - \text{转换为其他种类房地产量} \\ + \text{其他种类房地产转换为该种房地产量} + \text{新开发量}$$

### 【重点难点】形成供给的条件

- (1) 愿意供给。
- (2) 有能力供给。

### (二) 决定房地产供给量的因素

- (1) 该种房地产价格水平——正相关。
- (2) 该种房地产开发建设成本——反相关。
- (3) 该种房地产开发技术水平——正相关。
- (4) 房地产开发商对未来的预期——看好市场，减少当期供给（捂盘）；对未来悲观，增加当期供给。

### (三) 房地产供给缺乏弹性

- (1) 土地总量不可增加（总量限制）。
- (2) 政府独家垄断建设用地使用权出让市场（供给受政府控制）。
- (3) 房地产开发周期较长（反应需要时间）。
- (4) 房地产不可移动性（房地产不能在地区间调剂余缺）。

### (四) 房地产供给曲线（图 1-4）



图 1-4 房地产供给曲线

#### 1. 供给曲线的性质

- (1) 房地产供给量 ( $Q$ ) 与价格 ( $P$ ) 之间正相关，曲线向上。
- (2) 价格上升，供给增加；价格下降，供给减少。

#### 2. 供给曲线的变动

- (1) 沿供给曲线的变动——价格发生变化。
- (2) 供给曲线的平移——价格以外的因素发生变化。

### 三、房地产均衡价格（图 1-5）

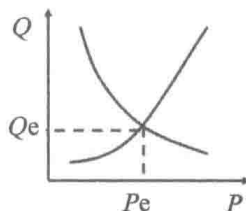


图 1-5 房地产均衡价格曲线



### 1. 内涵

均衡价格是指商品的需求价格与供给价格相一致时的价格。

### 2. 供给不变时

- (1) 需求增加, 则价格上涨。
- (2) 需求减少, 则价格下跌。

### 3. 需求不变时

- (1) 供给增加, 则价格下降。
- (2) 供给减少, 则价格上涨。

## 四、房地产供求与价格关系的特殊性——难以形成统一市场

在理论上可把房地产供求状况分为四类市场: ①全国房地产总的供求状况; ②本地区房地产总的供求状况; ③全国同类房地产的供求状况; ④本地区同类房地产的供求状况。

决定某一房地产价格水平高低的供求状况, 主要指本地区同类房地产的供求状况。

## 第三节 地租地价理论

### 一、地租与地价的概念

地租是指土地所有者凭借土地所有权向土地使用者让渡土地使用权时索取的超额利润。

地价是指土地所有者向土地需求者让渡所有权时获得的一次性货币收入, 是买卖土地的价格。

我国土地属于国家所有, 地价是指一定年限内使用权的价格; 国家出让土地使用权时获得的一次性货币收入, 其本质是一次性收取的若干年的地租。

### 二、地租的产生和发展 (表 1-2)

表 1-2 地租的产生和发展

地 租	主要形式
奴隶制地租	劳役地租
封建制地租	前期以实物为主, 后期出现了货币地租
资本主义地租	货币地租
社会主义地租	仍然存在地租, 反映国家、集体和个人三者在本利益一致的前提下, 对土地收益的分配关系