

中国房地产估价师执业资格考试指定辅导教材

房地产估价相关知识

中国房地产估价师学会 编



中国物价出版社

中国房地产估价师执业资格考试指定辅导教材

房地产估价相关知识

主 编 艾建国

副主编 叶剑平 方建国

中国物价出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产估价相关知识/中国房地产估价师学会编. —北京:
中国物价出版社, 2001.4

中国房地产估价师执业资格考试指定辅导教材

ISBN 7 - 80155 - 226 - 1

I. 房… II. 中… III. 房地产—价格—评估—资格考试—
教材 IV. F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 18325 号

出版发行/中国物价出版社 (电话: 68020336 邮编: 100837)

地址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼)

经销/新华书店

印刷/河北〇五印刷厂

开本/850×1168 毫米 大 32 开 印张/10 字数/247 千字

版本/2001 年 4 月第 1 版 印次/2001 年 4 月第 1 次印刷

印数/10000 册

书号/ISBN 7 - 80155 - 226 - 1/F·177

定价/25.00 元

·版权所有 翻印必究·

中国房地产估价师执业资格考试 指定辅导教材编审委员会

名誉主任：	宋春华	周干峙		
主任：	谢家瑾			
副主任：	姚运德	沈建忠	侯浙珉	陆克华
	范勇	李竹成	柴强	刘洪玉
	董黎明	邬翊光	洪亚敏	李林
	薛洪江	张重光	刘佳胜	
委员：	张小宏	郑富仕	陶建明	季如进
	郎振亮	史贤英	刘锦红	李加林
	桂国杰	张国栋	张明华	廖俊平
	张协奎	艾建国	叶剑平	高向军
	孙仁先	杜鸣	徐俊达	姜万荣
	张其光	刘灿	张学勤	包宇
	倪吉信			

本书编写人员(以姓氏笔画为序)

毛 弘	方建国	戈国莲	王晓霞
艾建国	叶剑平	关安平	陈 玮
夏南新			

目 录

第一章 经济学基础知识	(1)
第一节 需求、供给与价格	(1)
第二节 消费者行为理论	(14)
第三节 供给理论	(21)
第四节 市场理论	(35)
第五节 生产要素价格与收入分配理论	(45)
复习思考题	(55)
第二章 金融基础知识	(57)
第一节 金融概述	(57)
第二节 金融机构	(70)
第三节 金融市场	(89)
复习思考题	(103)
第三章 保险基础知识	(105)
第一节 保险的概念、职能和种类	(105)
第二节 保险公司	(114)
第三节 我国的保险市场	(118)
复习思考题	(123)
第四章 证券基础知识	(124)

第一节 证券	(124)
第二节 股票	(129)
第三节 债券	(144)
第四节 投资基金证券	(149)
复习思考题	(156)
第五章 统计学基础知识	(157)
第一节 统计学概要	(157)
第二节 综合指标	(161)
第三节 时间序列	(166)
第四节 动态趋势与波动的测定	(168)
复习思考题	(177)
第六章 房地产会计基础知识	(179)
第一节 房地产会计概述	(179)
第二节 房地产开发企业资金筹集的会计核算	(183)
第三节 房地产开发企业主要资产的会计核算	(185)
第四节 房地产开发企业开发成本的核算	(188)
第五节 房地产开发企业经营收入及利润的核算	(192)
第六节 房地产开发企业财务报表及经济效益分析	(197)
复习思考题	(199)
第七章 城市规划基础知识	(201)
第一节 城市规划概述	(201)
第二节 城市总体规划	(212)
第三节 城市详细规划	(230)
复习思考题	(245)

第八章 建筑基础知识	(246)
第一节 建筑物的用途和分类	(246)
第二节 建筑设计基本知识	(249)
第三节 建筑工程图一般知识	(256)
第四节 建筑构造	(262)
第五节 建筑装饰材料	(270)
第六节 建筑设备	(277)
复习思考题	(287)
第九章 建筑工程概预算与房地产测量	(289)
第一节 建筑工程概预算一般知识	(289)
第二节 建筑工程概算的编制	(293)
第三节 建筑工程施工图预算的编制	(295)
第四节 建筑工程竣工结算与决算	(297)
第五节 房地产测量	(302)
复习思考题	(309)

第一章 经济学基础知识

相对于人类无止境的、日益增长的需求,资源的稀缺性表现为资源供给受有限资源的制约,人类没有足够的资源无限地生产和提供他们所需的各种物品和服务。从历史上看,需求无限和资源稀缺始终是人类社会固有的矛盾,因而,资源的稀缺性就成了经济学需要关注和进行研究的“经济问题”。另一方面,资源具有替代性,既定的资源往往具有多种可供选择的用途,不同的选择和安排会产生不同的经济效果。因此,“生产什么”、“如何生产”和“为谁生产”的问题构成了经济学的永恒主题和核心论题,即资源配置问题。萨缪尔森和诺德豪斯(中译本 1996)指出:“经济学研究社会如何使用稀缺资源来生产有价值的商品,并把它们在不同的人之间进行分配”,“其核心在于理解社会如何配置它的稀缺资源”。经济学分为微观经济学和宏观经济学,本书仅介绍微观经济学知识。微观经济学是以单个经济主体的经济行为作为研究对象,通过研究单个经济主体的经济行为和相应的经济变量单项数值的决定,来说明价格机制如何解决资源配置问题的经济学分支学科。由于微观经济学以市场经济条件下的产品价格和以货币表示的工资、利息、利润和地租等生产要素价格的决定为中心,因而微观经济理论又被统称为价格理论。

第一节 需求、供给与价格

一、需求理论

1. 需求、需求表与需求曲线

需求是指某个消费者(家庭)在某特定时期内和一定市场上,按某一价格愿意并且能够购买的某种商品或劳务的数量。应当注意的是,需求是与该商品销售价格所对应的消费者购买欲望和购买能力的统一。因此,在说到人们对某种商品的需求量时,必须同时明确与该需求量所对应的商品价格。

需求表是指以列表形式反映某种商品价格与该商品需求量之间关系的表格。把需求表的有关数据描绘在以需求量为横坐标、商品价格为纵坐标的平面坐标系上,得出表示某种商品价格与该商品需求量之间关系的曲线,即为需求曲线。

把某一商品所有个人需求加总,即把该商品每一价格对应的每个人的需求量相加,得出该商品市场上与每一价格对应的市场需求量,即为该商品的市场需求。由此形成的市场需求表 and 市场需求曲线,反映了该商品的市场需求状况。

2. 影响需求的因素与需求函数

在某种商品市场上,影响该商品市场需求的因素有:

①消费者偏好。反映消费者心理上对商品喜好程度的排序,从而影响对该商品的需求。

②消费者的收入水平。一般而言,当其他条件不变时,人们的收入水平越高,对商品的需求也越多。因此,消费者的收入水平和社会收入分配情况,对市场需求有重要影响。例如,我国现阶段商品住宅的售价与广大中低收入阶层家庭平均年收入的比远远大于6:1,因而严重制约了广大居民对商品住宅的需求。

③该商品本身的价格。大量经验事实揭示,商品的价格与其需求量之间存在相当稳定的负相关关系,即两者之间存在反向变动的关系。

④其他商品的价格。商品之间的关系有两种,一种为互补关系,另一种为替代关系。前者是指两种商品共同满足一种欲望,如汽车和汽油;后者是指两种商品可以相互代替来满足同一种欲望,

如大米和小麦。两种互补商品之间价格与需求呈反向变动,如汽油价格上涨将导致人们使用汽车的费用增加,从而引起人们对汽车的需求减少。而两种替代商品之间价格与需求呈同向变动,如小麦价格上涨,人们将减少对小麦的需求而增加对其替代商品大米的需求。

⑤消费者对该商品和其他商品未来价格的预期。消费者预料该商品价格将上涨时,会增加对该商品的购买量,或者预计其他商品价格上涨时,会增加对其替代商品的需求。

此外,还有一些其他因素影响商品的市场需求,如人口数量与结构的变动、政府鼓励或抑制消费的政策等。

将影响需求的各种因素作为自变量,将需求作为因变量,那么反映需求随这些影响因素变化而变化对应关系的数学表达式即为需求函数,它可表示为:

$$D = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n) \quad (1-1)$$

式中 D 表示需求, $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ 表示影响需求的因素, f 表示函数关系的记号。

设 Q_d 为人们对某商品的需求量, p 表示该商品的价格,除 p 之外,其他影响需求的因素都不变,则需求函数可表示为:

$$Q_d = f(p) \quad (1-2)$$

或

$$p = f^{-1}(Q_d) \quad (1-3)$$

式(1-3)中,符号 f^{-1} 表示为 f 的反函数。

3. 需求规律

需求规律是人们从大量经验资料中所观察到的商品价格与其需求量之间变化依存关系的规律。其基本内容是:在其他条件不变的情况下,某商品的需求量与价格之间成反方向变动,即需求量随商品本身价格的上升而减少,随商品本身价格的下降而增加,需求曲线是一条自左向右下方倾斜的曲线。需求规律在理论上可用

“替代效应”和“收入效应”的综合作用即“价格效应”来解释。所谓替代效应,是指由于商品的相对价格发生变化,消费者增加跌价商品的购买量以代替其价格相对上涨的商品的现象;而收入效应是指由于消费者的收入增加(或商品价格降低从而使消费者实际收入增加)而增加对商品的购买量的现象。但对某些商品而言,由于消费者收入增加后会改用其他品质较高的商品,反而减少对其需求,因而表现为收入负效应。

然而,需求规律反映的是一般商品的规律,但也有某些例外。例如,由于消费者出于追逐“高雅”的心理选择消费,产生了所谓的“炫耀效应”,以至出现商品的价格越高,需求量反而越大的现象。如消费群体对品牌高档商品的追求等。还有少数商品,当其价格下降后,由于收入负效应相当大,消费者实际收入提高引起对该商品需求减少的数量超过替代效应所引起的购买量的增加,导致事实上对该商品的需求量在其价格降低时反而减少,这类商品称为“吉芬商品”。以上特殊商品是不符合需求规律的例外。

4. 需求量的变化与需求的变化

需求量的变化是指在影响需求的其他因素不变的条件下,需求量在同一条需求曲线上随商品本身价格变化而发生的反方向变化。

需求的变化是指在商品本身价格不变的条件下,由于其他因素变化所引起的需求状况的变化。需求的变化表现为需求曲线的移动。

二、供给理论

1. 供给、供给表与供给曲线

供给是指厂商在一定市场上和某一特定时期内,与每一价格相对应,愿意并且能够供给的商品数量。

供给表是以列表形式反映某种商品价格与该商品供给量之间

关系的表格。把供给表的有关数据描绘在以供给量为横坐标、商品价格为纵坐标的平面坐标系上,得出表示某种商品价格与该商品供给量之间关系的曲线,即为供给曲线。

2. 影响供给的因素与供给函数

影响商品供给的主要因素有:

①考察的时间长短。商品供给情况与时间有关,尤其是生产周期较长的产品,如住宅等,如果考察的时间不同,供给量会有很大的差别。

②厂商从事生产的目标。在经济分析中,一般假定厂商的目标是实现利润最大化。但如果厂商以销售产量或以销售额最大化为目标,则供给曲线可能与以利润最大化为目标的厂商供给曲线有所不同。

③商品本身的价格。在影响某种商品供给的其他因素既定不变的条件下,该商品的价格与其供给量之间存在正相关关系,即两者之间存在同向变动的关系。

④其他商品的价格。当某种商品价格不变,而另一种商品价格上涨,则厂商将减少对该种商品的供给,增加对另一种商品的生产。

⑤生产技术的变动和生产要素的价格。由于技术进步,或由于任何原因引起生产要素价格下降,都将使单位产品的生产成本下降,从而使得与任一价格对应的供给量增加。

⑥政府的政策。政府主要通过计划、管制、税收、转移支付、货币政策等对国家经济发展进行宏观调控,并影响厂商的生产决策和消费者选择。如政府增加对某种产品的课税将使该产品售价提高,在一定条件下会通过需求的减少使供给减少;反之,如政府为刺激消费,降低商品税负或给予补贴,使商品价格降低而增加需求,从而使供给增加。

⑦厂商对未来的预期。厂商预料商品价格将上涨时会增加对

该商品的供给量,反之则减少对该商品的供给量。

将影响供给的各种因素作为自变量,将供给作为因变量,那么反映供给随这些影响因素变化而变化对应关系的数学表达式即为供给函数,它可表示为:

$$S = \Psi(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n) \quad (1-4)$$

式中 S 表示供给, $x_1, x_2, \dots, x_n$ 表示影响供给的因素,为表示函数关系的记号。

设 Q_s 为某种商品的供给量, p 表示该商品的价格,除 p 之外,其他影响供给的因素都不变,则供给函数可表示为:

$$Q_s = \Psi(p) \quad (1-5)$$

或

$$p = \Psi^{-1}(Q_s) \quad (1-6)$$

式(1-6)中,符号 Ψ^{-1} 表示为 Ψ 的反函数。

3. 供给规律

供给规律反映了商品本身价格与其供给量之间变化的依存关系。其基本内容是:在其他条件不变的情况下,商品的供给量与价格之间同向变动,即供给量随商品本身价格的上升而增加,随商品本身价格的下降而减少,供给曲线是一条自左向右上方倾斜的曲线。

4. 供给量的变化与供给的变化

供给量的变化是指在影响供给的其他因素不变的条件下,供给量在同一条供给曲线上随商品本身价格变化而发生的同方向变化。

供给的变化是指在商品本身价格不变的条件下,由于其他因素变化所引起的供给状况的变化。供给的变化表现为供给曲线的移动。

三、需求弹性与供给弹性

1. 需求弹性

需求弹性是指由于影响需求的诸因素发生变化后,需求量作出反应的程度。从理论上分析,可以对影响需求的任何变量的弹性进行考察,但由于其中一些因素难以量化,因此通常考察的为需求的价格弹性、需求的交叉价格弹性和需求的收入弹性。而需求的价格弹性具有代表性,因此我们仅讨论需求的价格弹性,并按通常习惯称之为需求弹性。

各种商品的需求弹性是不同的,通常用需求弹性系数来表示需求弹性的大小。需求弹性系数是需求量变动比率与价格变动比率的比值。以 E_d 表示需求弹性系数,以 $\Delta Q/Q$ 表示需求量变动的比率,以 $\Delta P/P$ 表示价格变动的比率,则需求弹性系数的一般公式为:

$$E_d = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad (1-7)$$

(1) 理解需求弹性和需求弹性系数的要点

①需求弹性是指价格变动所引起的需求量变动的程度,即需求量变动对价格变动的反应程度。价格是自变量,需求量是因变量。

②需求弹性系数是需求量变动比率与价格变动比率的比值,而不是需求量变动绝对量与价格变动绝对量的比值,这样可以排除计量单位的影响。

③需求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弹性系数大小并不一定相

同。

(2) 需求弹性的高低范围

各种商品的需求弹性不同,为了揭示某种商品及其在某一种价格的弹性高低,通常根据需求弹性系数绝对值的大小进行分类:

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),则需求曲线是一条与横轴垂直的线。此时称需求完全无弹性,或称需求弹性为零。

② $|E_d| = \infty$, 表明在价格既定的条件下,需求量可任意变动,需求曲线为一条与横轴平行的直线。此时称需求有完全弹性。

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,此时称需求富有弹性。

⑤ $1 > |E_d| > 0$, 在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,此时称需求缺乏弹性。

(3) 影响需求弹性的因素

① 商品的替代品数目和可替代程度。一般而言,如果某种商品的替代品数目很多,则该商品的需求很可能是富有弹性的。因为若该商品价格上涨(或下降),消费者就会减少(或增加)对该商品的购买量,而增加(或减少)对该商品替代品的购买量。因此,若把一种商品的范围限定得越窄,则它的替代品越多,需求弹性也越大。如某开发商新开发的多层砖混结构商品住宅,它的替代品则包括其他开发商新开发的各种各样的商品住宅(其他结构的多层、低层或高层商品住宅等),以及市场上流通的各种商品住宅;但若所指的商品是开发商新开发的商品住宅,则其替代品为市场上流

通的其他非新开发的商品住宅,所以前者的需求弹性大于后者。另一方面,如果某种商品有完全相近的替代品,则该商品的需求可能有完全弹性。如某开发商在某地段新开发的商品住宅,而其他多个开发商在该地段也有足够多的新开发出的类似商品住宅,则该开发商只能按既定价格卖出他所愿意出售的商品住宅,若他试图提高价格出售其商品住宅,则消费者会选择购买其他开发商新开发出的完全替代品。这从另一个角度阐述了房地产估价中的替代原理。

②消费者对某种商品的需求程度以及商品在消费者家庭预算中所占的比例。若商品是家庭生活的必需品,如柴、米、油、盐等,则它们的需求弹性通常很小,因为无论这些商品是否涨价,消费者都必须购买,而且它们在家庭开支中所占的比例也不大,因此它们价格的涨跌对每个家庭需求的影响都很小。若商品为奢侈品,则通常可有可无,因此需求弹性相对较大。同时,商品在消费者家庭预算支出中占的比例也影响到它们的需求弹性。对于那些占家庭支出比例较大的商品,如果它们的价格上涨,则对消费者的生活影响较大,因而需求量必然减少很多,所以它们的需求弹性也较大;反之则需求弹性相对较小。

③商品本身用途的多样性。某种商品的用途越多,其需求弹性越大。因为用途越多的商品,当其价格发生变化时,会从多种途径影响到对它的需求。

④商品的耐用程度。商品越是耐用,需求弹性越小。因为消费者一旦购买耐用品,即使它们的价格下降,消费者也不会在短期内重新购置。

⑤时间的长短。需求弹性是时间的函数,会随时间的变化而变化。一般而言,时间越长,消费者和厂商越容易找到新的替代品,因而需求也越有弹性。

(4)需求的点弹性系数