



全国高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材

房地产 市场调查与预测



徐小慧 主编
瞿理铜 万建国 副主编



科学出版社
www.sciencep.com

全国高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材

房地产市场调查与预测

徐小慧 主 编

瞿理铜 万建国 副主编

贺清云 朱 翔 主 审

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书以提高房地产市场调查与预测实践教学、培养学生职业活动能力为宗旨,全面、系统地介绍了高职房地产专业必需的房地产市场调查与预测的基本理论和方法,并插入了大量的案例、实训和练习,以便学生对房地产市场调查与预测基本知识的理解、掌握和灵活运用。全书共11章,包括房地产市场概论、房地产市场调查的基本原理、房地产市场调查的内容、房地产市场调查方法与技术、房地产市场调查问卷的设计、房地产市场调查资料处理与分析、房地产市场预测的基本理论、定性预测方法、时间序列预测法、回归分析预测法和房地产市场调查报告。

本书可作为高职高专院校房地产专业及相关专业的教材或教学参考书,也可作为从事房地产市场研究的社会人士的参考资料和培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

房地产市场调查与预测/徐小慧 主编. —北京:科学出版社, 2009

(全国高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材)

ISBN 978-7-03-025349-1

I. 房… II. 徐… III. ①房地产—市场—调查—高等学校:技术学校—教材②房地产—市场—预测—高等学校:技术学校—教材 IV. F293.35

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第149559号

责任编辑:彭明兰 / 责任校对:赵燕

责任印制:吕春珉 / 封面设计:曹来

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2009年11月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2009年11月第一次印刷 印张:17

印数:1-3 000 字数:414 000

定价:27.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换<环伟>)

销售部电话:010-62134988 编辑部电话:010-62132124 (VA03)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

“以房地产开发工作过程为导向，基于职业岗位能力要求”
的房地产经营与估价专业课程体系建设与教材

编写委员会

主 任 吴 泽

副主任 薛朝晖 滕永健

委 员（按姓氏笔画排序）

王志梅 王雪梅 刘福玲 李伟华

肖景文 杨 洁 杨陈慧 林 澜

卓坚红 卓维松 易忠诚 徐小慧

栾淑梅 麻晓芳 尉胜伟 滕永健

薛朝晖

序

我国房地产业从20世纪80年代末开始兴起,经过近三十年来的高速发展,已经成为国民经济的支柱产业之一。随着我国经济社会的发展、居民收入水平的提高、城镇化进程的加快以及改善性住房市场的兴起,房地产市场需求总量不断攀升,房地产业也在不断蓬勃发展。高速增长房地产行业催生了诸如房地产全程策划、房地产开发建设、房地产估价、房地产经纪、房地产咨询、房地产营销、售后服务和物业管理等业务,高等职业院校开设的房地产经营与估价专业就是在这样一个背景下形成的新专业。产业的高速发展需要大量专业人才作支撑,这为房地产经营与估价专业的毕业生提供了广阔的就业前景。但由于我国房地产专业教育起步较晚,房地产经营与估价专业的发展定位、课程体系设置等方面还不够成熟,各高校普遍反映缺乏质量高、内容适宜、能满足高职高专人才培养目标和要求、体现新的学科研究成果以及提高学生实践技能的系列教材。基于此,我们组织了全国25家高职高专院校的老师,共同开发了“全国高职高专房地产经营与估价专业系列规划教材”。

本套教材是以房地产经营与估价专业作为研究对象,在国家示范建设院校温州职业技术学院列入国家示范重点建设的房地产经营与估价专业的课程标准基础上,结合国家社会科学基金“十一五”规划课题“以就业为导向的职业教育教学理论与实践研究”的子课题“以就业为导向的高等职业教育房地产专业教学整体解决方案的研究”,强调专业教学过程与职业工作过程以及职业发展的一致性,形成的以就业为导向的基于房地产开发工作过程的课程体系为主要内容的高等职业教育房地产经营与估价专业教学整体解决方案。该方案充分体现了教育部有关职业教育改革与发展的指导思想。为了细化该方案,本套教材编写委员会和子课题组于2008年5月和9月先后两次分别在温州和北京召开了全国高职高专房地产经营与估价专业课程建设研讨会,就以工作过程为导向的课程体系改革模式,以项目主导任务引领的课程内容的教材形式,从职业要求与岗位能力的分析、人才培养的目标与模式、课程体系的整合优化、教材

的创新开发方式等不同角度进行了深入研讨和分析,确定了17门课程的教材编写大纲,并针对各门课程的性质、任务和类型,确定编写思路和编写模式。参与本套教材编写的教师既有丰富的教学经验,又有丰富的房地产实践经历,对房地产专业工作过程理解透彻。

本套教材的特点是体系完整、重点突出、配套性好,整套教材为一个完整的知识与技能体系,体现了房地产经营与估价专业“以就业为导向,以能力为本位,以岗位需求和职业能力标准为依据,以促进学生的职业发展生涯为目标”这一指导思想,体现了现代职业教育的发展趋势。在内容上尽量结合生产和工作实际进行编写,做到整套教材编写内容上衔接有序,图文并茂,力求体现我国在房地产行业的先进理念和现实做法,具有较强的可读性和可操作性。

鉴于房地产业是当前市场经济中最为活跃的分子之一,房地产专业是一个正在发展的开放性新兴专业,因而专业内涵处于一个不断更新、变化的动态过程,房地产专业定位和专业建设的调整和完善还将持续很长时间。因此,我们也恳切地希望广大同仁能对我们的工作提出宝贵的意见和建议,愿本套教材的出版能够为充满生机的房地产专业教育和蓬勃发展的房地产业贡献一份力量。

编写指导委员会主任: 吴泽

2009年10月

随着房地产业及房地产市场的不断发展,市场调查与预测在房地产市场营销中变得越来越重要。当前正处于“顾客(customers)、竞争(competition)和变化(change)”的“3C”时代,这一时代的特征决定了信息获取、传递和提炼对企业生存和发展的重要意义,它是现代企业获得生命和活力的源泉。而获取信息的最佳途径就是市场调研。

对于房地产企业来说,市场调研尤为重要。并且,房地产市场自身的特殊性,注定了房地产市场调查具有不同于一般市场调查的特征。由于房产是不动产,具有居住和经营双重功能,因此,房产消费最终还是一种投资行为,房产既可作为消费品,又可作为投资品。同时,房地产供给的有限性、位置的固定性和品质的差异性,决定了房地产市场的不完全性。所以,房地产市场调研比一般市场调研更加复杂。

在现代市场经济条件下,企业运营环境不断发生变化,既给企业带来了发展机遇,又带来了生存的威胁。房地产市场调研对于房地产开发企业来说主要具有以下两方面的意义:首先,房地产行业作为资金密集型行业,项目运作资金动辄上千万元甚至上亿元,丝毫马虎都可能导致严重后果。通过市场调查研究,可以使房地产开发商对现有市场充分了解,对产品及营销策略进行评估,不断发现新的市场机会,解决面临的问题,规避市场风险。其次,消费者的需求是不断变化的,通过及时的市场调查,可以掌握消费者的意向和动态,了解消费者对房屋的需求及现有房屋使用人的意见,以寻找房地产开发的最佳市场切入点,从而不断开拓新的市场,提高市场占有率。

那么,作为房地产经营与估价专业的学生,应当能够把房地产专业理论知识和实践结合起来,在理论中分析实践,在实践中锤炼理论,培养实战技能,真正做到零距离上岗。根据以往该专业毕业生就业后的反馈意见,无论是从事房地产的营销、策划还是估价,首要任务就是进行市场调查和预测。毕业生进入房地产企业后的见习阶段,主要也是做市场调研。可见,在校学习期间,学好房地产市场调查和

预测这门课程并进行房地产市场调查实训是必需的。

迄今为止，尽管市场上有为数不少的市场调研著述，但关于房地产市场调查与预测的专业书籍却极少。本书全面、系统地介绍了高职房地产经营与估价专业必需的房地产市场调查与预测的基本理论和方法，并插入了大量的案例、实训和练习，以便学生对房地产市场调查与预测基本知识的理解、掌握和灵活运用。

湖南工程职业技术学院徐小慧负责全书的统筹、修改、定稿工作，并编写第1、7、11单元；湖南师范大学瞿理铜编写第2、8单元；广西建设职业技术学院万建国编写第4、9单元；湖南财经高等专科学校袁彩云编写第3、10单元；广州康大职业技术学院左文进编写第6单元；华夏柏欣（北京）经营管理顾问有限公司黄爱珍编写第5单元。参编人员既有具有多年从事房地产专业教学实践的专职教师，也有房地产企业的一线工作人员。湖南师范大学贺清云教授和朱翔教授主审本书时，提出了宝贵的意见，在此作者对他们表示诚挚的谢意。

本书在编写过程中，参阅了大量的文献资料，在此谨向相关作者表示衷心的感谢，并对他们的辛勤工作表示由衷的敬意。

鉴于编者学识水平有限，且时间紧迫，本书难免存在疏忽之处，敬请读者批评指正。

序 前 言

单元1 房地产市场概论	1
1.1 房地产市场的概念与分类	2
1.1.1 房地产市场的概念	2
1.1.2 房地产市场的构成要素	3
1.1.3 房地产市场的分类	3
1.1.4 房地产市场体系	4
1.2 房地产市场的特征与作用	5
1.2.1 房地产市场的流通方式	5
1.2.2 房地产市场的特征	6
1.2.3 房地产市场的作用	8
小 结	10
思考与练习题	11
相关链接	11
单元2 房地产市场调查的基本原理	12
2.1 概 述	13
2.1.1 房地产市场调查的概念	13
2.1.2 房地产市场调查的必要性	13
2.1.3 房地产市场调查的特征	14
2.2 房地产市场调查的原则和程序	15
2.2.1 房地产市场调查的基本原则	15
2.2.2 房地产市场调查的程序	16
2.2.3 房地产市场调查的内容	18

2.3 房地产市场调查的类型	19
2.3.1 按市场调查主体进行分类	19
2.3.2 按市场调查的范围分类	20
2.3.3 按市场调查的功能分类	20
2.4 房地产市场调查方案设计	22
2.4.1 房地产市场调查方案设计概述	22
2.4.2 房地产市场调查方案的内容	23
小 结	26
思考与练习题	27
 单元3 房地产市场调查的内容	 28
3.1 房地产市场环境调查	29
3.1.1 政治法律环境调查	29
3.1.2 经济环境调查	30
3.1.3 社会文化环境调查	32
3.1.4 科学技术发展调查	33
3.2 房地产市场需求和消费行为调查	34
3.2.1 房地产市场需求容量调查	34
3.2.2 房地产消费者和消费者行为调查	35
3.2.3 房地产市场的需求指标	40
3.3 房地产市场供给和竞争情况调查	42
3.3.1 房地产市场供给调查	42
3.3.2 房地产市场竞争情况调查	43
3.3.3 房地产市场的供给指标	47
3.4 房地产市场营销因素调查	49
3.4.1 房地产产品调查	49
3.4.2 房地产价格调查	50
3.4.3 房地产销售渠道调查	52
3.4.4 房地产促销调查	54
小 结	55
思考与练习题	56
相关链接	56
 单元4 房地产市场调查方法与技术	 57
4.1 概 述	58
4.1.1 房地产市场调查资料的来源	58
4.1.2 房地产市场调查方法的选择	59
4.2 文案调查法	60
4.2.1 文案调查法的概念及优缺点	60

4.2.2 文案调查的资料来源	61
4.2.3 文案调查的程序	62
4.3 观察调查法	65
4.3.1 观察调查法的概念	65
4.3.2 观察调查法的类型	66
4.3.3 观察调查法的优缺点	66
4.3.4 观察调查法适用范围	67
4.4 网络调查法	68
4.4.1 网络调查法及其特点	68
4.4.2 网络调查的常用方法	69
4.4.3 网络调查的技巧	70
4.5 询问调查法	71
4.5.1 面谈调查法	71
4.5.2 电话调查	72
4.5.3 邮寄调查	73
4.6 问卷调查法	75
4.6.1 问卷调查的含义和特点	75
4.6.2 问卷调查的适用范围	76
4.7 抽样调查技术	78
4.7.1 抽样调查的含义及相关术语	78
4.7.2 抽样调查的特点	79
4.7.3 抽样调查的适用范围	80
4.7.4 抽样设计	80
小 结	90
思考与练习题	91
相关链接	91
 单元5 房地产市场调查问卷的设计	 92
5.1 概 述	93
5.1.1 房地产市场调查问卷的含义	93
5.1.2 房地产市场调查问卷的基本结构	95
5.1.3 房地产市场调查问卷的内容	97
5.1.4 房地产市场调查问卷设计的基本要求	99
5.2 房地产调查问卷设计的程序和操作实务	102
5.2.1 房地产市场调查问卷设计的程序	102
5.2.2 房地产市场调查问卷设计的操作实务	103
小 结	122
思考与练习题	122

单元6 房地产市场调查资料处理与分析	124
6.1 概 述	125
6.1.1 资料的处理与分析的概念	125
6.1.2 资料的处理与分析的作用	125
6.2 房地产市场调查资料的处理	126
6.2.1 资料的审核与编辑	127
6.2.2 资料的编码与录入	128
6.3 房地产市场调查数据统计分析	129
6.3.1 描述性统计分析	129
6.3.2 解析性统计分析	133
6.4 常用统计分析软件介绍	137
6.4.1 统计分析软件之一——Excel	137
6.4.2 统计分析软件之二——SPSS	139
6.4.3 统计分析实例	142
小 结	145
思考与练习题	145
单元7 房地产市场预测的基本理论	146
7.1 房地产市场预测的概念及作用	147
7.1.1 房地产市场预测的概念	147
7.1.2 房地产市场预测的作用	148
7.1.3 房地产市场预测的种类	149
7.2 房地产市场预测的基本原理和要求	150
7.2.1 房地产市场预测的基本原理	151
7.2.2 房地产市场预测的基本要求	152
7.3 房地产市场预测的内容和程序	153
7.3.1 房地产市场预测的内容	153
7.3.2 房地产市场预测的程序	156
7.3.3 房地产市场预测的方法	158
小 结	162
思考与练习题	163
相关链接	163
单元8 定性预测方法	164
8.1 概 述	165
8.1.1 定性预测方法的概念	165
8.1.2 定性预测方法的分类	165

8.1.3 定性预测方法的适用性	166
8.2 集合意见法	167
8.2.1 集合意见法概述	167
8.2.2 集合意见法预测步骤	167
8.2.3 集合意见法的应用	168
8.3 专家预测法	169
8.3.1 专家会议法	169
8.3.2 头脑风暴法	170
8.3.3 德尔菲法	172
8.4 类推法	175
8.4.1 类推法的概念和特点	175
8.4.2 类推法的类型	176
8.4.3 类推预测法的应用	177
小 结	177
思考与练习题	178

单元9 时间序列预测法

179

9.1 概 述	180
9.1.1 时间序列的概念	180
9.1.2 时间序列的种类	181
9.1.3 时间序列的编制原则	182
9.1.4 时间序列预测法的概念	183
9.1.5 时间序列预测法的步骤	183
9.2 平均数预测法	184
9.2.1 简单平均法	184
9.2.2 加权平均法	185
9.2.3 移动平均数法	185
9.3 指数平滑法	188
9.3.1 指数平滑法的含义和特点	188
9.3.2 一次指数平滑法的测算步骤	189
9.4 趋势外推法	190
9.4.1 直线趋势外推法	191
9.4.2 曲线趋势延伸法	193
9.5 季节指数法	196
9.5.1 季节变动和季节指数法	196
9.5.2 按季节平均法	196
小 结	198
思考与练习题	198

单元10 回归分析预测法	200
10.1 概 述	201
10.1.1 回归分析预测法的含义	201
10.1.2 回归分析预测法的分类	201
10.1.3 回归分析预测法的基本步骤	202
10.2 一元线性回归分析预测法	203
10.2.1 一元线性回归模型	203
10.2.2 最小二乘法参数估计	203
10.2.3 一元线性回归模型的检验	205
10.2.4 应用一元线性回归模型进行房地产市场预测	208
10.3 多元线性回归分析预测法	209
10.3.1 多元线性回归模型	209
10.3.2 最小二乘法参数估计	209
10.3.3 多元线性回归模型的检验	211
10.3.4 应用多元线性回归模型进行房地产市场预测	213
小 结	214
思考与练习题	215
相关链接	216
 单元11 房地产市场调查报告	 217
11.1 概 述	218
11.1.1 市场调查报告的作用	218
11.1.2 市场调查报告的特点	219
11.1.3 市场调查报告的结构	220
11.2 房地产市场调查报告的撰写	223
11.2.1 市场调查报告的内容	223
11.2.2 市场调查报告编写的原则	227
11.2.3 市场调查报告的撰写技巧	228
11.2.4 市场调查报告编写的步骤	229
11.3 房地产市场调查的汇报与后续工作	248
11.3.1 房地产市场调查的汇报	249
11.3.2 房地产市场调查的后续工作	250
小 结	252
思考与练习题	253
 主要参考文献	 254

单元 1 房地产市场概论

教学目标

1. 理解并掌握房地产市场的概念
2. 了解房地产市场的分类
3. 熟悉房地产市场的特征和房地产市场的流通方式

1.1 房地产市场的概念与分类

改革开放30年来,我国房地产业快速发展,取得了巨大成就。房地产市场作为房地产经济运行的基础和依托,也是社会主义市场体系的重要组成部分,由于房地产商品独特的特点,房地产市场也具有自己鲜明的特征。

1.1.1 房地产市场的概念

1. 市场

市场是社会生产分工和商品交换的产物,是连接商品生产者与商品消费者的桥梁。市场有四种含义:一是指商品交换的场所;二是指买卖双方共同决定商品、劳务的价格和交易数量的机制;三是指商品交换关系的总和;四是指资源配置的一种手段,与计划手段相对应。

市场的形成必须具备以下三个基本要素。

(1) 市场的客体

市场的客体是指存在着可供交换的商品,包括有形货物或无形服务。

(2) 市场的主体

市场的主体是指存在着能够提供商品和服务的卖方以及具有购买欲望和购买能力的买方。

(3) 价格

商品的交换价格必须符合买卖双方的利益要求,使买卖双方都能接受。

2. 房地产市场

房地产是一种特殊的商品,也称不动产,固定性是其与其他类型商品的重大区别。虽然土地和地上建筑物不能移动,但它可以被个人或单位所占有、使用和收益,因此也就产生了这种房地产权益的交易行为。

房地产市场有狭义和广义两层含义。从狭义上说,房地产市场指房地产交易的场所;从广义上说,房地产市场指整个社会房地产交换关系的总和,是房地产开发建设、经营、管理、服务和消费的内在运行机制。它将房地产的生产、流通与消费等各个环节联系在一起,从而实现房地产的价值。

房地产市场是房地产经济运行的基础和依托,是整个社会主义市场体系中的重要组

成部分，也是一个活跃的、具有显著特性的专门市场。

1.1.2 房地产市场的构成要素

与一般市场相同，房地产市场也是由市场主体、市场客体及价格等市场要素构成。

1. 必须有一定量的房地产商品

房地产商品是构成房地产交易活动的客体，也是房地产市场交易的对象。既有有形的房地产商品，如房屋、土地；也有无形的房地产商品，如中介服务、物业管理服务等。市场上需要有相当数量的、不同品质、不同类型的房屋商品，供开发建设的土地及相应的从事房屋建筑、装修和交易的劳务服务等，供人们选择使用和交换。

2. 必须有一定的房地产购买力

房地产价值得以实现的必要条件是具有支付能力的房地产需求，没有支付能力的需求不是有效的市场需求。人们对房地产商品总是有需求，但是因为房地产价值量大，只有当人们的收入水平提高到一定程度，才具有购买能力。

3. 必须有参加交易活动的当事人

参与房地产交易活动的当事人也就是房地产市场的主体，主要是房地产市场中的买卖双方以及为其提供支持和服务的人员和机构，这些参与者分别涉及房地产的开发建设过程、交易过程和使用过程。具体包括房地产生产经营者和中介服务者（市场供应主体）、房地产消费使用者（市场需求主体），以及房地产评估人员、法律工作者、测绘人员、市场管理人员和金融机构等。

1.1.3 房地产市场的分类

根据划分标准和角度的不同，可以将房地产市场分为不同的类型。现主要介绍以下几种分类。

1. 按照交易的客体划分

(1) 土地（地产）市场

即以城市土地的使用权和征用农地的所有权、使用权为交易对象的市场。

(2) 房屋（房产）市场

即以房产为表现形式的“房地结合”的市场，交易对象为房屋所有权和相应的土地使用权。

土地市场和房屋市场属于实体类房地产市场。