

FANGDICHANXIANGMUTOUZI

(第二版)

房地产项目投资

陈琳 潘蜀健 编著

中国建筑工业出版社

房地产项目投资

(第二版)

陈琳 潘蜀健 编著

中国建筑工程出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产项目投资/陈琳,潘蜀健编著.—2版.—北京:
中国建筑工业出版社,2004
ISBN 978-7-112-06230-0

I. 房... II. ①陈...②潘... III. 房地产—投资
IV. F293.30

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 106693 号

房地产项目投资
(第二版)

陈琳 潘蜀健 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)
各地新华书店、建筑书店经销
北京市书林印刷有限公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 36 $\frac{3}{4}$ 字数: 894 千字
2004 年 2 月第二版 2008 年 7 月第八次印刷
印数: 15201—16700 册 定价: 57.00 元

ISBN 978-7-112-06230-0
(12244)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题,可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本书全面系统地论述了房地产项目投资全过程应当研究和分析的主要问题及操作方法。全书共十四章，主要包括房地产项目投资策划、投资环境分析、市场调查与预测、投资费用估算、资金筹措、经济效益评价、可行性研究与财务评价、项目后评价、社会评价及投资分析的计算机处理等内容。

本书是一本既有一定理论深度，又具实用性的专著。它既可提供给专业研究人员参考，也可作为大专院校师生教学用书，还可提供给房地产开发商、投资商、银行信贷部门及政府有关部门等，用做进行房地产项目可行性研究、项目评估以及项目审核的工具书。

* * *

责任编辑：孙玉珍 向建国

责任设计：崔兰萍

责任校对：黄 燕

作者简介

陈琳 广州大学经济与管理学院教授，房地产研究所所长。广东省房地产业协会学术专家委员会委员，广州市房地产业协会常务理事与专家委员会委员。主要从事房地产经济与管理、城市管理等领域研究，主持过多项建设部以及省、市研究课题，公开发表论文 50 余篇，出版著作 5 部。

联系方式：E-mail: chenlin229@yahoo.com.cn

潘蜀健 原广州大学经济管理学院院长、教授。建设部高等工程管理学科专业指导委员会第二、三、四届委员。现任北京师范大学珠海分校教授委员会委员、教授。广东省人民政府参事。广州市人民政府决策咨询专家委员会委员。广州市规划委员会委员。广州市房地产学会副会长。公开发表论文 70 余篇，出版著作 10 部。

第二版前言

《房地产项目投资》一书自1999年5月公开出版以来,以其清晰的理论架构和密切联系实际的可适用性受到广大读者的欢迎。不仅许多高等院校以本书为相关专业的大学本科教材,许多单位以本书作房地产有关从业人员的专业培训教材,也有些院校以本书作研究生的专业教材,近期一些使用单位纷纷来函索要新书,也有不少读者对新版的修订提出了许多宝贵意见。在此我们对广大读者的厚爱与关心深表谢意。

在广大读者和中国建筑工业出版社的鼓励下,结合自身这几年来的教学、科研与工程实践的心得与体会,我们着手编著了本书的第二版。与第一版相比,本版主要在如下方面有所改进:

依据现行政策,更新与完善了第五章有关房地产投资估算与房地产税费的内容。

依据专业需要,加强了市场调研、项目策划、财务评价、项目控制(尤其是项目成本控制)的内容;财务评价方法紧密结合国家和行业最新颁布的标准,并同时给出了一整套更具操作性的房地产项目可行性研究方法。

更新并丰富了房地产项目财务评价与可行性研究的案例。

《房地产项目投资》(第二版)由广州大学经济与管理学院陈琳统筹并撰写第二、四、五、七、八、十二、十三章;由广州大学经济与管理学院潘蜀健撰写第一、三、六、九、十、十一章。第十四章(案例)由陈琳、潘蜀健、谭建辉与高凌霄共同完成。本书修编过程一直受到广州大学有关部门及中国建筑工业出版社向建国编辑的关注与支持,同时怡高物业服务(广州)有限公司与广东控股有限公司在本书编写过程中也给予极大帮助,在此一并深深致谢。

目 录

第一章 房地产项目投资概论	1	四、项目促销策划	66
第一节 投资的基本概念	1	第五节 案例——广州市琶洲储备用地	
一、投资要素与投资分类	1	土地开发可行性研究与经营策	
二、投资特性	3	划投标书	70
第二节 市场与房地产市场	4	一、指导思想	70
一、市场与市场机制	4	二、主要工作内容	70
二、房地产市场	7	三、工作进度及工作流程	72
第三节 房地产项目投资	11	第三章 房地产项目投资环境分析	79
一、项目及项目周期	11	第一节 投资环境概论	79
二、房地产项目投资	17	一、投资环境	79
第二章 房地产项目投资策划	21	二、投资环境的分类	79
第一节 房地产项目前期策划	21	第二节 房地产项目投资环境	
一、前期策划过程及其主要		要素	80
工作	21	一、社会环境要素	80
二、投资机会研究与项目构思	23	二、政治环境要素	81
三、项目规划、目标设计	24	三、文化环境要素	81
四、方案策划	24	四、经济环境要素	81
第二节 房地产项目可行性研究	24	五、法律环境要素	82
一、可行性研究的作用	25	六、自然环境要素	82
二、可行性研究的工作阶段	25	七、基础设施环境要素	82
三、可行性研究报告编制的		第三节 房地产项目投资环境	
步骤	27	评价	83
四、可行性研究报告的内容	28	一、投资环境评价的原则和	
五、可行性研究报告编制依据和		标准	83
要求	31	二、投资环境评价方法	84
第三节 房地产项目投资计划	33	第四节 投资环境评价案例——	
一、项目计划概述	33	某房地产开发项目地块评价...	
二、项目计划编制程序	35		91
三、项目计划编制方法	37	第四章 房地产项目投资市场调查与	
第四节 房地产项目营销策划	42	预测	102
一、项目营销与营销策划	42	第一节 房地产市场调查概述	102
二、项目营销渠道策划	45	一、房地产市场调查概念	102
三、项目营销价格策划	55	二、市场调查的作用	102

三、市场调查的一般原则	103	二、建设项目总投资构成	153
第二节 房地产市场调查程序	105	三、建设项目投资估算方法	154
一、准备阶段	105	四、建设项目总成本费用构成	161
二、实施阶段	107	第二节 房地产项目投资成本费用	
三、分析和总结阶段	108	的构成与估算	163
第三节 房地产市场调查研究的		一、房地产项目投资与成本费用	
主要内容	110	构成	163
一、市场环境调研	110	二、房地产项目投资与成本费用	
二、消费者调研	111	估算	164
三、竞争楼盘调研	111	第三节 房地产项目经营税费	180
四、竞争对手调研	115	一、房地产项目经营税费主要	
第四节 房地产市场调查方法		税种	180
分类	115	二、广州市房地产有关税费	
一、按调查目的分类	115	一览表	185
二、按调查范围和对象分类	117	第四节 房地产项目投资估算	
三、按调查资料的来源分类	119	资料	191
四、按调查结果的性质分类	124	第六章 房地产项目投资资金筹措	216
第五节 调查问卷设计	125	第一节 资金筹措概论	216
一、调查问卷设计概述	125	一、筹资与筹资方式	216
二、问卷设计的原则	125	二、筹资原则	219
三、调查问卷的一般结构	126	第二节 房地产金融	220
四、调查问卷的提问形式	127	一、金融市场	220
五、问卷设计中应注意的几个		二、房地产金融市场	220
问题	129	三、房地产金融机构	222
第六节 调查资料的整理与		第三节 房地产经营资金筹措	225
统计分析	130	一、银行借贷	225
一、资料整理	130	二、短期借贷	229
二、常用统计表	132	三、中长期筹资	231
三、常用统计图	135	第四节 资金成本与筹资决策	233
第七节 房地产市场预测	138	一、资金成本	233
一、房地产市场预测的概念	138	二、杠杆效应	236
二、房地产市场预测的内容和		三、财务风险与筹资决策	241
步骤	138	第五节 项目融资	242
三、房地产市场预测方法	141	一、项目融资的内涵及特点	242
附录: 调查问卷示例	145	二、项目融资组织	243
第五章 房地产项目投资费用估算	152	三、项目融资风险及风险评价	246
第一节 建设项目投资估算	152	第六节 案例——中意广场房地产开发	
一、建设项目投资估算的作用与		项目资金筹措方案分析	248
阶段划分	152		

一、计算该项目单项资金成本率·····	249	三、财务评价的依据·····	289
二、计算该项目综合资金成本率		四、财务评价的基本原理·····	290
R ·····	250	五、财务评价的基础数据和基本	
三、计算该项目财务杠杆系数···	250	财务报表·····	290
四、财务比率分析·····	251	六、财务评价指标体系·····	291
第七章 房地产项目投资经济效益评		第二节 项目财务评价的辅助性报	
价方法 ·····	252	表及分析·····	293
第一节 投资经济效益与投资经济效益		一、销（租）售收入测算表·····	293
评价 ·····	252	二、投资计划与资金筹措表·····	295
一、投资经济效益·····	252	三、借款还本付息表的编制和指标	
二、投资经济效益的分类·····	252	计算·····	298
三、投资经济效益的评价原则···	253	第三节 损益表与静态盈利分析 ···	306
四、投资经济效益的评价指标···	254	一、一般建设项目损益表·····	306
第二节 房地产项目投资经济效益的		二、房地产投资项目损益表·····	309
静态评价 ·····	255	第四节 现金流量表与动态盈利	
一、投资收益率法·····	255	分析·····	313
二、投资回收期法·····	256	一、财务现金流量表编制与分析的	
三、追加投资效果评价法·····	258	有关概念·····	313
四、最小费用法·····	259	二、一般建设项目财务现金流量	
第三节 房地产项目投资经济效益的		表的编制与分析·····	314
动态评价 ·····	260	三、房地产投资项目财务现金流量	
一、净现值法（NPV 法）·····	260	表的编制与分析·····	319
二、内部收益率法（IRR 法）·····	263	第五节 资金来源与运用表及资金	
三、现值比较法（PW 法）和年		平衡分析·····	323
成本比较法（AC 法）·····	265	一、一般建设项目的资金来源与运	
四、年等值比较法（AW 法）···	269	用表及资金平衡分析·····	323
五、全寿命费用分析法·····	271	二、房地产投资项目资金来源与运	
六、成本效用分析法·····	272	用表·····	326
第四节 房地产项目投资经济效益的		第六节 资产负债表及清偿能力	
不确定性分析 ·····	274	分析·····	327
一、盈亏平衡分析·····	275	一、资产负债表的构成和内容···	328
二、敏感性分析·····	281	二、清偿能力分析·····	330
三、概率分析·····	285	第七节 财务评价案例 ·····	333
第八章 房地产项目财务评价 ·····	288	案例一 某一般建设项目财务评价	
第一节 财务评价概述 ·····	288	案例·····	333
一、财务评价的含义和作用·····	288	一、项目概况·····	333
二、财务评价的原则·····	289	二、项目财务预测数据·····	334
		三、项目财务评价·····	342
		案例二 某住宅小区房地产项目	

财务评价案例	349	二、项目控制的内容和依据	434
一、项目基本情况	349	三、项目控制的工作程序	436
二、项目规划设计	349	第三节 房地产项目投资控制	437
三、项目开发方案策划	353	一、项目投资控制原则	437
四、项目投资估算与资金筹措	358	二、项目投资控制程序	438
五、项目销售收入与租赁收入的 测算(含相关税金的估算)	363	三、项目投资控制方法	439
六、项目财务评价	371	第四节 房地产项目进度控制	446
七、项目不确定性分析	378	一、项目进度控制概述	446
八、项目财务评价结论	382	二、项目进度控制计划	447
案例三 某商业大厦房地产项目财务 评价案例	384	三、项目进度计划的编制	450
一、项目概述	384	四、项目进度计划的修订	451
二、项目投资估算与资金筹措	387	第五节 房地产项目质量控制	453
三、项目销售与租赁收入测算	392	一、项目质量与项目质量的形成 过程	453
四、借款还本付息分析	396	二、项目质量控制	455
五、项目销售与租赁税金及附加 测算	396	三、项目质量控制方法	457
六、项目财务评价	396	四、项目工程质量检查与质量等级 评定	459
七、项目不确定性分析	398	五、项目验收和移交	461
八、项目财务评价结论	408	第十一章 房地产项目投资社会评价	464
第九章 房地产项目投资风险分析	410	第一节 社会评价概论	464
第一节 投资风险概述	410	一、社会发展与社会发展观	464
一、风险与投资风险	410	二、社会分析与投资项目社会 评价	465
二、投资风险的种类	411	第二节 项目投资社会评价	466
三、投资风险的度量	412	一、项目投资社会评价的特点	466
四、房地产项目投资风险	415	二、项目投资社会评价的原则	467
第二节 房地产项目投资风险防范与 控制	417	三、项目投资社会评价的内容	468
一、投资风险防范	417	第三节 房地产项目投资社会评价	471
二、投资风险控制	424	一、房地产项目投资社会评价的 内容	471
第十章 房地产投资项目控制	430	二、房地产项目投资社会评价的 程序	476
第一节 管理控制原理	430	三、房地产项目投资社会评价 方法	478
一、控制的目的是控制过程	430	第十二章 房地产项目投资后评价	485
二、有效控制的必要条件	431	第一节 项目投资后评价概论	485
三、控制系统	431		
四、控制技术	433		
第二节 项目控制	434		
一、项目控制系统	434		

一、项目投资后评价的内涵	485	一、操作系统平台	498
二、项目投资后评价的特征	485	二、硬件平台	498
三、项目投资后评价的组织	486	三、系统开发工具	499
第二节 项目投资后评价的内容和评价程序	486	第二节 系统的总体结构设计	499
一、世界银行投资贷款项目后评价的主要内容	486	一、系统分析	499
二、项目投资后评价的评价程序	487	二、系统设计	500
第三节 房地产项目投资后评价的内容、指标和评价方法 ..	489	第三节 系统的构成、实现和操作	502
一、房地产项目投资后评价的内容	489	一、系统构成的基本情况	502
二、房地产项目投资后评价指标 ..	490	二、系统实现的功能特点与操作流程	506
三、房地产项目投资后评价的分析方法	496	第四节 系统的发展前景	508
第十三章 房地产项目投资分析的计算机处理——房地产项目投资分析系统	498	一、专家系统方向	508
第一节 系统运行的软硬件环境 ..	498	二、系统集成方向	508
		第十四章 白云地块项目房地产开发可行性研究(案例)	509
		附录 房地产开发项目经济评价方法	550
		主要参考文献	576

第一章 房地产项目投资概论

第一节 投资的基本概念

一、投资要素与投资分类

(一) 投资要素

投资是指投资者为了获取未来的收益将资金、土地、设备、物质、技术等生产要素投入社会再生产过程的经济活动和经济行为。投资行为是社会经济发展的基本推动力。投资主体、投资客体、投资目标、投资方式构成了投资行为的四项基本要素。

1. 投资主体

投资主体即投资者，是指组织投资活动，筹集和提供投资资金、进行投资决策并实施投资的行为主体。凡是具有相对独立的投资决策权、拥有投资所形成资产所有权或经营权，同时承担投资风险的经济主体均可成为投资主体。一个严格意义上的投资主体须具备如下四项基本条件。

(1) 有相对独立的投资决策权。即可以独立自主地决定是否投资，采用何种形式投资、投资规模多大等一系列战略性问题。

(2) 能自行筹措并自主运用投资资金。尽管投资资金的来源有多种渠道，但无论这些资金形成于何处，均应当是由投资主体自身设法筹集到的。而且在运用投资资金时，有着充分的自主权，以监督控制和实施投资活动。

(3) 拥有对投资所形成资产的所有权与经营权。即投资主体应当是投资直接成果（资产）的权益主体。

(4) 承担投资风险并享有投资收益。投资主体必须首先是投资活动的责任主体，要承担因投资失败而导致的风险，也享受因投资成功而获取的收益。

2. 投资客体

投资客体即投资对象、目标或标的物。既包括房屋、土地、厂房、设备等实物（有形）资产；也包括期货、股票、债券等金融资产；还有商标、专利等无形资产。

3. 投资目标

投资目标是指投资活动要达到的目的和投资者的投资动机。每一项投资活动，都是特定的投资主体在一定的环境条件下为追求某种特定的目的而形成的。投资动机的内在的、主观的影响因素，并对投资实施起决定作用的主体便是投资主体。而环境条件则是影响投资活动的客观外在因素。投资目标既取决于投资主体的动机，又受制于投资环境条件。但就一般意义而言，投资目标通常表现为反映经济利益的，以资本的回收和增值为表象的盈利性目的；反映社会效益的，以社会综合效益为表象的社会性目的；反映环境效益的，以投资环境的改善为表象的环境性目的。显然，盈利性目的是投资行为的动力源，是最基本的

投资目标。

4. 投资方式

投资方式是投资过程的运行方式，或投资活动的运行方式，通常可分为直接投资和间接投资两类。直接投资是指把资金直接投入建设项目，形成实物资产（房屋、设备、建筑地块等）或投入社会生产经营活动（商业、开发等）的投资；间接投资是指通过购置有价证券（期货、债券、股票等）进行的投资。

(二) 投资的经济实质及分类

投资的经济实质就是资金的运动。如图 1-1 所示，投入经济活动过程中的资金，随着经济活动的进行，依次进入准备、生产、销售三个阶段，表现为储备资金、生产资金和成品资金三种形态，随着商品的销售而实现资金的回收及增值。



图 1-1 投资资金的运动过程

如上所述，投资是一个复杂的经济活动过程。按不同的分类要求和分类标准，可划分为不同的投资类型。

1. 按投资主体分类

按投资主体的不同，可分为国家投资、企业投资及个人投资三类。国家投资是由国家财政通过投资拨款、投资贷款和基本建设基金的形式实施的投资；企业投资是由企业作为投资主体，自筹资金实施的投资；个人投资是指由个人自筹资金实施的投资。

2. 按投资客体分类

(1) 按投资客体的性质不同，可分为实物投资、金融投资与无形资产投资三类。实物投资是指以厂房、机械、设备、土地、房屋等有形实物资产作投资对象的投资；金融投资是指以股票、债券资产作投资对象的投资；无形资产投资是指以商标、商誉、专利等无形资产作投资对象的投资。

(2) 按投资客体的经济性质不同，又可划分为固定资产投资和流动资产投资两类。固定资产是指在社会再生产过程中，可供较长时间反复使用，并在其使用过程中基本不改变其原有实物形态的劳动资料或其他物质资料。形成固定资产的投资均为固定资产投资；流动资产是指在企业的生产经营过程中，经常改变其存在状态的资金，用于流动资产的投资称为流动资产投资。

(3) 固定资产投资按其使用用途可划分为生产性建设和非生产性建设两类。生产性建设投资是指形成新的生产能力的投资，如矿井建设投资，厂房、设备投资等；非生产性建设投资是指住房、医院等公益性、福利性项目投资。

(4) 生产性建设投资的固定资产，按其形式和内容，又可划分为基本建设投资、更新

改造投资和其他固定资产投资三类。基本建设是指以扩大生产能力为主要目的的工程建设及有关工作。包括新建、扩建、迁建和恢复；更新改造是指对原有设备和设施进行的更新和技术改造，包括设备更新改造，生产工艺改革，建筑物修整与改造，市政设施改造等；其他固定资产投资是指按国家规定不纳入基本建设和更新改造计划的固定资产投资，如简易建筑和零星固定资产的投资。

3. 按投资形式分类

按投资形式分为直接投资和间接投资两类。直接投资是指将资金直接投入项目的建设或购置以形成固定资产和流动资产的投资，是增加或改善实物资产的投资；间接投资是投资者通过购买有价证券，以获取一定收益的投资。

4. 按风险程度分类

按投资风险程度可分为一般投资和风险投资两类。风险投资是指具有很高投资风险的一类投资。投资者在选择高风险项目投资的基本条件就是足够高的预期收益率。而且风险程度越大，要求的作为风险补偿的报酬就越高。

5. 按投资项目的内容分类

按投资项目的具体内容，可划分为：矿山投资、林业投资、市政建设投资、工业项目投资、房地产投资等若干种类。

二、投资特性

投资是形成资产的经济活动，与一般社会经济活动相比，具有鲜明的特性。

（一）资源消耗巨大

任何一个项目的投资过程，同时也是这个项目的资源消耗和占用过程。尤其是固定资产投资，需要占用比其他经济活动多得多的原材料、劳动力和劳动时间。而随着这些资源的消耗，是巨额的资金的占用，投资者在整个投资建设过程中，必须逐期、不断地投入大量货币资金。因而资源条件的是否齐备、资金来源的是否充裕，历来是投资者在考虑项目投资决策时，首先要研究的问题。

（二）投资期间漫长

固定资产的投资过程往往需要相当长的时间。在项目实施前，就需进行长时间的投资机会研究与以市场调查、方案设计、效益评价为核心内容的可行性研究；在投资实施时则要历经规划设计、施工建设、设备安装、调试运行等必不可少的过程；即使是投资项目建成以后，也要经历漫长的生产经营期方能收回投资。时间一长，项目所面临的市场环境、政策环境以及生产技术条件均有可能发生变化。因而，投资者不得不谨慎小心，在投资决策时要考虑各种变化趋势，立足于充足的信息资料和科学的预测。

（三）环境因素复杂

市场经济条件下的投资活动，不仅以其投资经济活动改变投资主体及其相关联的经济地位及经济形势，而且无可避免地受到社会的、经济的、市场的乃至科学技术等各方面的影响和制约。首先，任何一个项目的投资都处于一特定的环境条件之中，任何投资者都不可能完全依赖自身的力量提供全部的资源要素，整个投资过程实际上是许多不同经济组织协作劳动的过程；另外，项目投资建成后，进入市场流通领域，势必受制于市场环境，受到消费者及竞争对手的影响。因而环境的调查与研究始终是投资者最为关心的环节，构成项目投资前期的重要工作内容。

（四）风险客观存在

投资决策所依赖的条件和依据，虽然是经过大量调查与分析的结论，但这些研究成果毕竟是一种预测与估计。预测并不等于现实，随着时间的改变，未可预料的变化在所难免，因素条件的变化有可能使投资者的收益低于预期收益，甚至相差甚远，人们称这种投资收益与预期收益的差异为投资风险。显然，投资量越大，投资期限越长，投资风险越大。客观存在的投资风险促使投资者在决策时要慎重考虑各种风险因素，尽可能地防范与规避风险。

第二节 市场与房地产市场

一、市场与市场机制

（一）市场

市场是商品经济的产物。人类社会自从出现了社会分工和生产资料、劳动产品的私有制，商品的生产和交换便应运而生，于是便出现了市场。市场是商品交换关系的总和。

在研究市场形态时，通常把它分为四类：完全竞争市场、垄断性竞争市场、寡头垄断市场及完全垄断市场。完全竞争市场是指完全由市场机制起作用的市场，惟有在完全竞争的市场上，价格、需求与供给的经济学关系法则才能完美、真实地表现。一个完全竞争市场，必须具备如下四项基本特征：①信息充分；②商品同质；③自由进入；④足够的交易数量。在完全竞争的市场，任何人都不能左右或控制商品的价格。本节讨论的市场机制问题，便是完全竞争市场条件下的经济规律。

（二）市场的作用

商品经济下的市场，对于社会经济的存在及发展，具有极其重要的地位与作用。

1. 是联结社会生产和需要的纽带

在市场经济条件下，企业既是商品的生产者，也是商品的经营者。只有通过市场才能推销自己的产品。也只有通过市场，才能了解顾客的需求，生产适销对路的产品。市场把产品的生产与消费紧紧地联系在一起。

2. 是调节供求关系的重要手段

在商品生产关系中，具有独立经济利益的商品生产者在商品的交换、分配、竞争中发生关系和联系。无数的商品生产者在社会再生产过程中构成一个互相联系又互相制约的庞大网络。各种商品的交换都要受到需求与供给的影响。商品交换的运行，惟有通过市场的协调机制（市场机制）才能实现。这种协调机制，最终是通过市场交换的价格才得以实现的。价值规律通过市场，既调节需求，又调节供给，对整个商品经济的运行，起着重要的协调与引导作用。

3. 是竞争的场所

优胜劣汰的竞争，是商品经济必然存在的机制，是社会发展的源动力。从表面上看，竞争源于商品生产者生存的本能和追逐更大利润的热情，但其本质却来源于技术进步。市场为企业参与竞争提供了场所。企业只有进入市场、研究市场，才能参与竞争，才能在竞争过程中不断地改进自己、完善自己、壮大自己。

4. 是再生产过程实现的必要条件

任何商品生产得以维系、实现再生产的必要条件就是其生产过程中的生产资料和劳动消耗必须即时得到补偿,而补偿的重要途径便是交换。因而,为商品交换提供场所和机会的市场,实际上也构成了社会再生产实现的必要条件。

(三) 市场机制

市场机制就是价值规律作用的机制,即市场机体内的价格、供给、需求与竞争等要素互为因果、互相影响的过程和结果。在完全市场竞争条件下,价值规律的作用必然通过作为商品经济运行基本模式的市场体现出来。生产为市场的需要而进行,交换在市场中完成,市场成为生产与消费之间的纽带和桥梁。价值规律对商品经济生产、交换、分配、消费的调节作用,就是通过市场而实现的。因而,市场机制是商品经济运行的基本机制,直接引导经济运行的是市场机制。市场的核心是交换,而交换受制于需求与供给。有了需求,又有了供给,便产生了交换。为了深刻地认识市场机制的作用过程,有必要研究经济学中两个基本命题,即需求与供给问题。

1. 需求法则与需求曲线

需求是指在某段时间里,在一定的选择范围中,人们愿意而能够购买的商品数量。在商品交易过程中,消费者的消费决策是建立在两套基本价格水准上的。即卖方提供的市场价格与买方确认相对价值的所谓需求价格。显然,只有消费者认为商品的价值(需求价格)符合其市场价格时,才会发生交易行为。

(1) 需求法则。需求法则是经济学中一个十分重要的法则。它说明在其他因素不变的情况下,一物的价格与需求数量间存在负的相关关系。即任何产品的价格提高,必然会促使消费者减少消费或寻找该产品的替代品,从而降低需求量。

(2) 需求曲线。若以商品的销售单价 P (元/件) 为纵坐标,销售量(需求量) Q (件) 为横坐标,需求法则可描述为图 1-2 所示的一条曲线(D)。这是一条向下倾斜(负斜率)的曲线。即某一商品较低的价格可能引起消费者更多的消费或吸引新的消费者,从而增加该商品的需求。

(3) 影响需求的其他因素。需求曲线描述的是在其他情况不变时,需求与价格的关系。但影响商品需求的因素并不仅仅是价格。除了价格外,尚有消费者偏好、收入,相关产品价格,消费者对未来价格与收入的预测,政府税收与政策,以及商品的质量、性能及其他属性等等。

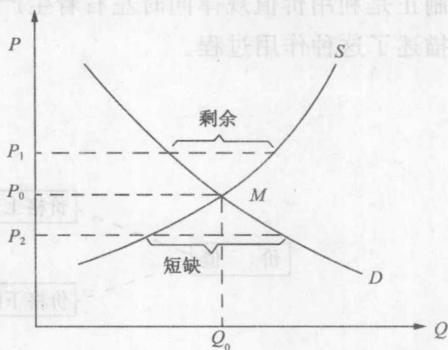


图 1-2 需求和供给曲线

偏好是指消费者由于文化、习俗、社会地位及性格、年龄、性别的不同,对商品价值判断上的差异;收入的多少将直接影响消费需求。相关产品价格的变化是影响替代消费的关键因素;未来消费或收入变化的预测结果将会直接刺激目前的消费,从而影响需求。政府税收、财政补贴或其他经济政策将会直接影响商品价格或消费者消费能力,自然也导致需求的变化;此外,商品自身所具备的质量、性能及其他属性(如住宅的地理位置)也是影响需求的重要因素。

2. 供给法则与供给曲线

供给是指在一定的时间内，在某些条件下由卖主提供的商品数量。在市场经济条件下，商品的生产者必须借助市场销售其产品而获利，否则他就无法负担生产与经营成本，难以继。因而，市场的销售价格便成为商品生产者从事商品生产的重要因素。

(1) 供给法则。供给法则说明，在其他条件不变时，商品的供给与其市场价格间存在正的相关关系。即任何产品价格的提高，必将刺激生产者扩大生产或吸引新的生产者，从而增加供给。

(2) 供给曲线。供给法则同样可描述为图 1-2 所示的一条曲线 (S)，这是一条向上倾斜 (正斜率) 的曲线。它表示，某商品价格的上升将会刺激生产，从而提高供应量。

(3) 影响供给的其他因素。影响商品供给的因素除了价格外，尚有生产技术、成本、其他相关产品价格，成本变化预测，以及税收、补贴、产业政策等。

技术是现代工业发展的脊梁，技术进步直接影响产品的生产成本和生产效率，从而影响供给；成本的变化直接影响利润，从而决定着生产者提供的商品量；其他相关产品价格的变化会影响厂商生产热情的转移从而影响供给；成本变化趋势的预测结果将直接影响生产者转产，从而影响供给；政府的税收、补贴及其产业政策均从某一方面影响着现有的或潜在的商品生产者的生产热情，从而影响供给。

3. 市场均衡

供给和需求共同决定着价格和数量，从而使市场达到均衡。均衡意味着所有变化的力量是平衡的。如图 1-2 所示的 S 曲线与 D 曲线相交处 (M 点)。供应量与需求量正好相等 (Q_0)，市场既没有积压，也没有短缺。然而，由于市场条件的变化，这种均衡的理想状态是不可能长期维持不变的。因而，视市场的均衡为一种结果不如视其为一种过程。市场机制正是利用价值规律同时左右着生产和消费，力图达到供应与需求的均衡。图 1-3 很形象地描述了这种作用过程。

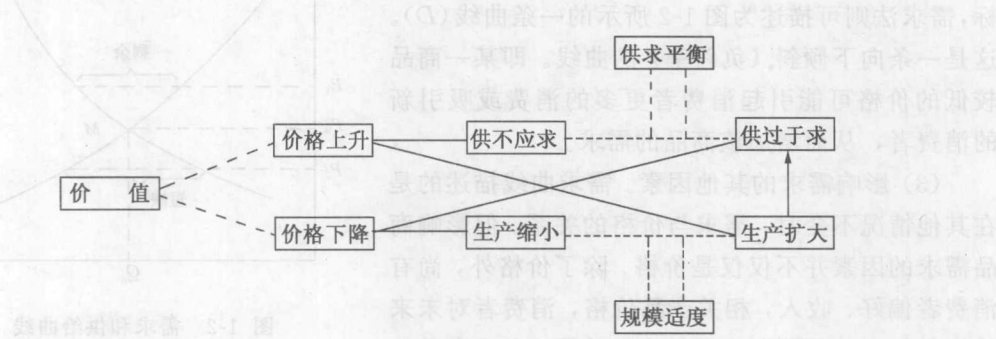


图 1-3 市场机制作用过程示意图

由图 1-3 可看出市场机体内部价格变化、供求变化、生产规模变化三者间的内在联系。从其中任一点出发，都可以得到一个合乎逻辑的、实现均衡的循环。在这个循环过程中，市场机制的作用达到了两个目的。

(1) 个别生产者生产商品的劳动耗费只有社会必要劳动时间的部分才会得到社会承认。在市场交换中，只承认商品的差别，不承认生产条件的差别。这就是优胜劣汰的竞争机制得以实现的保证。