



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

房地产开发与营销

FANGDICHANKAIFAYUYINGXIAO

■ 主编 黄国辉



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

FANGDICHANKAIFAYUYINGXIAO

面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

房地产开发与营销

FANG DI CHAN KAI FA YU YING XIAO

黄国辉 主 编

王小伟 任晓芳 魏 荣 副主编

刘 源 参 编

内 容 简 介

本书共有 10 个项目,主要介绍了房地产概论、房地产开发企业、房地产开发项目可行性研究、房地产开发项目策划、房地产开发项目规划设计、房地产开发项目的前期工作、房地产开发项目资金筹集、房地产开发项目建设管理、房地产营销管理、房地产销售管理。全书内容丰富、体例新颖,具有很强的实用性。

本书可作为高等院校房地产类专业的教学用书,也可作为房地产开发经营、房屋中介、物业管理等相关人员的参考用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

房地产开发与营销/黄国辉主编. —北京:北京理工大学出版社,2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5640 - 5510 - 3

I. ①房… II. ①黄… III. ①房地产开发-高等学校-教材 ②房地产市场-市场营销学-高等学校-教材 IV. ①F293. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 003712 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / [http://www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京紫瑞利印刷有限公司

开 本 / 787 毫米×960 毫米 1/16

印 张 / 15. 5

字 数 / 299 千字

版 次 / 2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 34. 00 元

责任编辑 / 张慧峰

责任校对 / 杨 露

责任印制 / 边心超

对本书内容有任何疑问及建议,请与本书编委会联系。邮箱:bitdayi@sina. com

图书出现印装质量问题,请与本社市场部联系,电话:(010)68944990

出版 说明

Publisher's Note

房地产业是我国经济建设和发展中的重要组成部分,是拉动国民经济持续增长的主导产业之一,是 GDP 增长的直接推动力。房地产业作为一个新兴的产业,在开发、经营、管理、销售和服务各个环节都急需大量应用型人才。加强房地产类高等教育,对促进房地产行业的发展、提高房地产行业人才的质量等都会起到很大的作用。

房地产类高等教育的目标是培养掌握房地产基本理论知识,具备岗位职业能力,从事房地产项目策划、咨询、估价、开发、经营管理等技术服务及相关管理工作的高级技术应用型专门人才。加强高等教育专业教材的建设,对于保证高等教育教学的标准与规格,突出高等教育教学的特色有着非常重要的现实意义。为充分发挥高等教育在房地产开发领域的作用,更好地为行业服务,培养具有较强实际操作能力的应用型人才,北京理工大学出版社在对房地产行业进行充分调查分析和论证的基础上,邀请国内部分高等院校老师和具有丰富实践经验的工程师、技术人员组成编写组,严格依据相应的教学大纲,编写了这套面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果系列教材。

本系列教材按照突出应用性、实践性的原则组织课程结构和教学内容,注重教学方法和手段相结合,强调对学生实践能力的培养。教材内容以必需、够用为度,专业知识强调针对性与实用性。另外,本系列教材旨在培养房地产行业的应用型人才,较好地处理了基础课与专业课、理论教学与实践教学、统一要求与体现特色以及传授知识、培养能力与加强素质教育之间的关系。

教材建设是高等院校教育改革的一项基础性工程,同时也是一个不断推陈出新的过程。要真正做到出精品教材,出特色教材,一方面需要编者的努力,另一方面也需要读者提出宝贵的意见和建议。我们深切希望本系列教材的出版能够推动我国高等院校房地产类专业教育事业的发展,并对我国高等院校房地产类专业教材的改革起到积极、有效的推动作用,为培养房地产行业的高级人才做出贡献。

北京理工大学出版社

前言

PREFACE

房地产开发是指通过多种资源的组合利用而为人类提供生产生活空间,并改变人类生存环境的活动;房地产营销是指房地产开发商为实现预期目标,确定实现目标的战略和策略,并有意识、有计划加以实施的经济活动。房地产开发与房地产营销是两项相互独立又相互联系的经济活动,一般将其视为一个整体。

“房地产开发与营销”是一门综合性应用学科,是运用现代经营管理原理讨论房地产运动规律并探讨以较小代价取得较好房地产开发利用效益或效果的科学经营方法的学科。要掌握好本学科的知识,首先应注重以经济学理论和现代经营管理理论为基础和指导,并将相关理论灵活运用到房地产开发与营销过程中,同时也应注重理论联系实践,分析研究房地产开发与营销的特点和运动规律。

本教材在内容体系上充分体现了高等教育项目化教学的需要,不仅传授给学生理论知识和操作技能,更重要的是培养他们的职业能力。教材各项目前均设置了“能力目标”和“知识要点”,给学生学习和老师教学作出了引导;在各项目后面设置了“项目小结”和“思考与练习”,“项目小结”以学习重点为框架,对各项目知识作了精要的点评,“思考与练习”以简答题的形式,从更深的层次给学生以思考、复习的要点;从而构建了一个“以项目为主线、教师为引导、学生为主体”的教学过程,使学生在在学习过程中能主动参与、自主协作、探索创新,学完后具备一定的分析问题和解决问题的能力。

教材编写过程中,参考了大量的著作及资料,在此向原著作者表示最诚挚的谢意。同时教材的出版得到了北京理工大学出版社各位编辑的大力支持,在此一并表示感谢!

本教材虽经推敲核证,但限于编者的专业水平和实践经验,书中仍难免有疏漏或不妥之处,恳请广大读者指正。

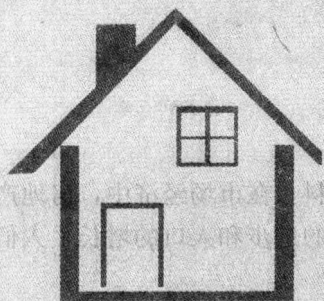
编者

目录

CONTENTS

项目 1 房地产概论	(1)
1-1 房地产	(2)
1-2 房地产业	(5)
1-3 房地产市场	(8)
1-4 房地产开发与经营	(15)
项目 2 房地产开发企业	(23)
2-1 房地产开发企业概述	(24)
2-2 房地产企业人员与组织	(32)
2-3 房地产企业经营与管理	(40)
项目 3 房地产开发项目可行性研究	(48)
3-1 可行性研究概述	(49)
3-2 房地产市场调查	(53)
3-3 房地产开发项目投资估算与收入估算	(63)
3-4 房地产开发项目财务评价	(68)
项目 4 房地产开发项目策划	(88)
4-1 房地产开发项目策划概述	(89)
4-2 房地产开发项目策划内容	(91)
4-3 房地产开发项目市场细分	(93)
4-4 房地产开发项目定位	(96)
4-5 房地产开发项目主题策划	(101)
项目 5 房地产开发项目规划设计	(105)
5-1 房地产开发项目规划设计基本理念	(106)
5-2 房地产开发项目规划设计指标	(106)
5-3 房地产开发项目规划设计内容	(108)

项目 6 房地产开发项目的前期工作	(119)
6-1 城市规划基础知识	(120)
6-2 土地使用权的获取	(124)
6-3 房屋拆迁、补偿与安置	(131)
6-4 开发项目立项与报批	(137)
6-5 房地产开发项目招标	(138)
6-6 施工许可证的申领	(141)
项目 7 房地产开发项目资金筹集	(144)
7-1 房地产开发项目资金筹集概述	(145)
7-2 房地产开发项目资金筹集的方式及方案选择	(146)
7-3 房地产开发贷款的风险管理	(148)
项目 8 房地产开发项目建设管理	(150)
8-1 房地产开发项目建设管理概述	(151)
8-2 房地产开发项目质量管理	(152)
8-3 房地产开发项目进度控制管理	(156)
8-4 房地产开发项目成本管理	(167)
8-5 房地产开发项目合同管理	(170)
8-6 房地产开发项目安全管理	(172)
项目 9 房地产营销管理	(177)
9-1 房地产营销渠道	(178)
9-2 房地产价格	(181)
9-3 房地产市场营销计划	(188)
9-4 房地产市场营销组织	(194)
9-5 房地产市场营销执行与控制	(200)
项目 10 房地产销售管理	(216)
10-1 房地产销售准备	(217)
10-2 房地产销售流程	(223)
10-3 房地产销售实施	(225)
10-4 房地产销售技巧	(229)
10-5 房地产促销管理	(236)
参考文献	(242)



项目 1

房地产概论

能力目标



通过本项目的学习，掌握房地产、房地产业、房地产市场等的基本概念、类型与特征，熟悉房地产业的现状与发展趋势，了解房地产开发与经营及其相互关系。

知识要点



1. 房地产的概念、分类及特征。
2. 房地产业的内容、特征及发展。
3. 房地产市场的分类、特征及其运行机制。
4. 房地产开发与经营的分类、特征及其相互关系。

1-1 房 地 产

房地产是一种稀缺的资源、重要的生产要素和基本的生活资料。在市场经济中，房地产还是一种商品，是人们良好的投资对象。随着经济的发展、社会的进步和人口的增长，人们对房地产的需求会日益增加。

一、房地产的概念

房地产是指土地及固着在土地之上的建筑物和其他附属物的总称。房地产由于自身的特点即位置的固定性和不可移动性，在经济学上又被称为不动产。其有土地、建筑物、房地合一三种存在状态。在房地产拍卖中，其拍卖标的也有三种存在形态，即土地（或土地使用权）、建筑物和房地合一状态下的物质实体及其权益。

土地是指地球表面具有固定位置的空间客体，一般是指地面、地面以上和地面以下的一定空间范围。

建筑物是指人工建筑而成，由建筑材料、建筑构配件和设备等组成的整体物。建筑物可分为房屋和构筑物两大类。房屋是指能够遮风避雨并供人居住、生产、储藏物品或进行其他活动的工程建筑；构筑物则是除房屋以外的工程建筑，人们一般不直接在内进行生产和生活。现实生活中有时狭义地将建筑物特指为房屋。

其他附属物是指为提高房地产的使用价值或功能而建造的附属物体，包括种植在土地上的花草、树木，人工建造的假山、抽水井，埋设在地下的管线、设施等附属物体。

二、房地产的分类

对房地产进行分类的标准很多，根据不同的标准分类会有不同的分类结果。具体分类见表1-1所示。

表 1-1 房地产的分类

划分方式	类 别
按开发程度划分	(1) 生地，是指不具有城市基础设施的土地，如农地、荒地。 (2) 毛地，是指具有一定城市基础设施，但地上有待拆迁房屋的土地。 (3) 熟地，是指具有完善的城市基础设施、土地平整、能直接在其上进行房屋建设的土地。 (4) 在建工程，是指地上建筑物已开始建设但尚未建成、不具备使用条件的房地产。该房地产不一定正在建设，也可能停工了多年。 (5) 现房，是指地上建筑已建成、可直接使用的房地产

续表

划分方式	类 别
按用途划分	(1) 居住房地产, 包括普通住宅、高档公寓、别墅等。 (2) 商业房地产, 包括百货商场、购物中心、超级市场、批发市场等。 (3) 办公房地产, 包括商务办公楼、政府办公楼等。 (4) 旅馆房地产, 包括饭店、酒店、宾馆、旅店、招待所、度假村等。 (5) 餐饮房地产, 包括酒楼、美食城、餐馆、快餐店等。 (6) 娱乐房地产, 包括游乐场、娱乐城、俱乐部、夜总会、影剧院、高尔夫球场等。 (7) 工业和仓储房地产, 包括工业厂房、仓库等。 (8) 农用房地产, 包括农地、农场、林场、牧地等。 (9) 特殊用途房地产, 包括医院、学校、教堂、寺院、墓地等。 (10) 综合房地产, 是指具有两种或两种以上用途的房地产
按是否产生收益划分	(1) 收益性房地产, 是指能直接产生租赁或者其他经济收益的房地产, 包括商店、商务办公楼、公寓、旅馆、餐馆、影剧院、游乐场、加油站、厂房、农地等。 (2) 非收益性房地产, 是指不能直接产生经济收益的房地产, 如私人宅邸、未开发的土地、政府办公楼、教堂、寺院等
按经营使用方式划分	(1) 出售型房地产。 (2) 出租型房地产。 (3) 营业型房地产。 (4) 自用型房地产

三、房地产的特征

房地产与其他经济物品相比, 具有许多不同点, 而这些不同点又取决于房地产的特有属性。

1. 位置的固定性和不可移动性

由于房地产必须定着在一定的土地上, 因此具有空间上的不可移动性, 使得房地产的利用具有鲜明的地域特点。每一处房地产所处的位置直接关系到其利用价值。所谓位置不仅指房地产的自然区位, 也指房地产所处的经济与社会关系的网络。因此, 任何房地产都是独一无二的。

2. 使用长期性

若土地不会毁损, 投资者在其上所拥有的权益通常在 40 年以上, 而且拥有该权益的期限还可以依法延长; 地上建筑物及其附属物 also 具有很好的耐久性。因此, 房地产具有寿命周

期长的特点。

3. 独特性（异质性）

由于房地位置固定加上不同区位的自然、社会、经济条件各不相同，建筑物在式样、朝向、规模、装饰、设备等方面千差万别，以及使用过程中的老化或翻新改造所造成的特征变化不同，使房地产成为一种典型的异质商品或差异化商品，因此，可以说没有完全相同的两宗房地产。

4. 适应性

房地产收益是在使用过程中产生的。适应性是为了适应市场环境的变化，投资者对房地产使用功能的方便程度进行调整。置业投资者可以及时调整房地产的使用功能，使之既适合房地产市场的需求特征，又能增加置业投资的收益。

按照租户的意见及时调整房地产的使用功能可以极大地提高对租户的吸引力。对置业投资者来说，如果其投资的房地产适应性很差，则意味着它面临着较大的投资风险。因此，投资者一般很重视房地产的适应性。

5. 投资与消费的双重性

房地产可以作为一种生产要素用于生产消费，也可以用于生活消费，但由于房地产的固定性、耐久性及稀缺性，使之也成为一种重要的投资品。虽然房地产的变现能力较差，流动性较低，但在通货膨胀情况下，投资房地产比投资其他资产更具保值功能。

6. 政策影响性

由于房地产在社会经济活动中的重要地位，各国政府均对房地产市场倍加关注，经常会有新的政策、法规措施出台，以调整房地产开发建设、交易和使用过程中的法律关系和经济利益关系。而房地产不可移动等特性的存在，使房地产很难避免这些政策调整所带来的影响。

7. 不易变现性

由于房地产有着巨大的价值，以及不可移动性和独一无二性，使得同一宗房地产的买卖并不频繁，一旦需要买卖，要花费相当长的时间来寻找合适的买者并进行讨价还价。因此，当急需资金或有其他特殊情况时，不易将房地产变成现款。

8. 外部性

房地产的价值既与其本身的状况有直接关系，又受其周围房地产利用及环境变动的影响，称为溢出效应或外部性。

9. 易受限制性

政府对房地产的限制一般通过下列四种特权来实现。

(1) 管制。政府为增进公众安全、健康、道德和一般福利，可以直接限制某些房地产的使用，如通过城市规划对土地用途、建筑高度、容积率、建筑密度、绿地率等作出规定。

(2) 征收。为了公共利益的需要，国家可以征收国有土地上单位和个人的房屋，并依法给予拆迁补偿，维护被征收人的合法权益；征收个人住宅的，还应当保障被征收人的居住条件，具体办法由国务院规定。

(3) 征税。政府为了提高财政收入，可以对房地产征税或提高房地产税收。

(4) 充公。政府可以在房地产业主死亡或消灭而无继承人或亲属的情况下，无偿收回房地产。

另外，房地产因不可移动及不可隐藏，所以逃避不了未来制度、政策变化的影响。这一点不仅说明了房地产投资的风险性，而且也说明了政府制定长远房地产政策的重要性。

1-2 房地产业

一、房地产业的概念

房地产业是指从事房地产投资、开发、经营、物业管理和房屋中介服务的总称。房地产业与房地产有紧密的联系。如果房地产作为一种产品，那么房地产业就是从事房地产这种产品生产经营活动的行业。

我国政府于2003年重新划分三个产业，具体划分为：第一产业包括农、林、牧、渔业；第二产业包括采矿业，制造业，电力、燃气及水的生产和供应业，建筑业；第三产业包括除第一、第二产业以外的其他行业。由此可见，房地产业属于第三产业。

二、房地产业的内容

(1) 国有土地使用权出让。

(2) 房地产投资开发业，主要包括国有土地征收、拆迁安置、委托规划设计、组织开发建设，及对旧城区的改造或开发。

(3) 地产经营，主要包括土地使用权转让、租赁和抵押。

(4) 房产经营，主要包括房屋的买卖、租赁、抵押等。

(5) 房地产金融，主要包括房地产信贷、保险、投资等。

(6) 房地产中介服务，主要包括房地产咨询、估价、经纪、律师业务、公正等。

(7) 物业管理，主要包括房屋及公共设施、设备的保养、维修，并为使用者提供安全、卫生以及优美的环境。

(8) 房地产市场的调控和管理,即建立房地产市场、资金市场、技术市场、劳务市场、信息市场,制定合理的房地产价格,建立和健全房地产法规,以实现国家对房地产市场的宏观调控。

三、房地产业的基本特征

1. 基础性

由于人们的生活和休息、各行各业开展生产和业务活动都离不开房地产。因此,房地产既是人们生活的重要基础条件,也是社会经济发展的重要基础条件。显而易见,房地产业对于整个社会具有重要的基础性作用。

2. 统一性和系统性

由于房地产的生产、流通、经营、消费直至服务管理的全过程都属于房地产业的范畴,因此房地产开发的全过程是一项系统工程,每一个环节都影响着房地产开发的经济效益、社会效益和环境效益。

3. 高利润性

房地产业是一个高利润的产业。多年来,每当社会经济兴旺发展的时候,房地产业就更为兴旺,其利润要高于社会平均利润,甚至要高得多。而当经济萧条时期,房地产业就可能出现大幅度的亏损。

4. 先导性

人们居住条件的日益改善要靠房地产不断地增加数量和提高标准与质量。但房地产的开发建设要耗用较长的时间,需要超前进行。因此,要发展社会经济和各行各业,改善人民的生活,必须超前发展房地产。

5. 预警性

房地产业不但灵敏度很高,而且预警性也很高。房地产业这个特点的主要表现是:在国民经济走向繁荣发展之前,它往往会率先超前发展;当国民经济发生衰退和萧条之前,它往往最先受到冲击,所以它具有明显的预警作用。

6. 高关联性

随着社会生产的发展,每个行业都成为社会经济密不可分的组成部分,互相依赖,互相促进。每个行业的发展,都会对其他相关行业产生程度不同的带动作用,房地产业也具有这样的关联作用。与其他行业相比,房地产业与其他行业的关联性往往更大一些。

四、房地产业在国民经济中的作用和地位

房地产业与国民经济两者相互依存、相互促进。一方面,房地产业的发展受到国民经济

的制约,国民经济发展水平决定房地产业的发展水平;另一方面,房地产业的发展又能促进国民经济的持续、快速、健康发展。因此,房地产业在国民经济中占有重要的地位。

其主要作用表现在以下几个方面:

(1) 为国民经济发展提供重要的物质条件。房地产是国民经济发展的基本生产要素,任何行业的发展都离不开房地产。

(2) 能带动相关产业和国民经济的发展。房地产业与许多产业部门都存在着比较密切的关系。房地产业的振兴、发展,势必将推动其他相关产业的发展,如建筑、建材、建筑设备、建筑机械、冶金、化工、仪表等行业,还可带动交通运输、邮电、通信、商业服务、金融保险等行业的发展。

(3) 加快旧城改造和城市基础设施建设,改变落后的城市面貌。

(4) 有利于深化住房制度的改革,调整消费结构。随着我国住房制度改革的进一步深化和人民生活水平的提高,人们对住房的需求显著提高。大力发展房地产业,将有利于人们改善居住条件,创造安逸舒适的生产、生活条件。

(5) 有利于增加政府财税收入。房地产业是高附加值、高回报率的产业,它的利润要高于社会平均利润。在房地产开发和销售时,政府可以通过采取适当的立法措施和有效的运作,回收政府应得的土地收益和合理税费,因此,政府增加了一笔较大的资金。另外,房地产是一种使用年限很长的商品,从投入使用到使用期完结的一个长时期内,可以多次进入市场买卖或租赁,政府通过交易税、租赁税、契税、财产税、遗产税等税种,还可以连续不断地取得大量的税收。

(6) 有利于扩大城乡就业。房地产业不仅是资金密集、技术密集和知识密集型专业,而且也是劳动力密集型专业。房地产业本身的就业容量大,再加上能促进其他相关产业的繁荣,从而在促进就业方面具有显著的作用。

(7) 有利于改善投资环境。随着经济的不断发展,近年来我国各个城市为了吸引国内外的投资者到当地来投资,都大力进行了基础设施建设、相应的生产和生活设施的建设,在这些改善投资环境的举措中,相当大的比重是通过房地产业来完成的。

(8) 有利于推进城市的综合开发。近年来,我国提出了实行“综合开发、配套建设”的方针,由房地产业来统筹安排,保证这一方针的贯彻实施,不断提高我国城市的综合开发率。

五、我国房地产业的现状和发展趋势

目前,经过数轮调控,房地产业正值经济调整周期的下行区间。对于不少地区而言,房地产业乃是支柱产业,其变化趋势直接关乎地方税收及财政收入。因此,房地产现状及发展趋势值得关注。

我国房地产业大抵起步于 20 世纪 90 年代初期,当时各地开发商屈指可数。2000 年后,不少地方房地产业异军突起,一跃成为地方支柱产业。回观房地产业发展轨迹,有以下四个特点:一是房地产投资规模大。表现为房地产投资额占固定资产投资额比重大和房地产投资额增速快。二是房地产项目功能齐全。房地产开发项目集生活居住、商贸、服务于一体。三是新兴集镇房地产市场逐渐红火。随着社会主义新农村建设进程的加快,城市周边乡镇房地产开发正逐步兴起。四是房地产业对地方财政贡献大。房地产业与地方税收及地方财政收入有着“一荣俱荣,一损俱损”的紧密关联。

然而,在持续趋紧的宏观调控政策作用下,当下房地产业发展又面临着严峻的现实问题。一是从房地产市场的地位和影响来看。首先,房地产企业优势地位受到挑战。房地产开发项目不再一枝独秀,业内同质化竞争日益激烈;其次,房地产市场销售份额走低;再次,外来房地产公司逐步占据主导地位。二是从土地供给和开发能力来看。土地供应量、土地开发量、商品房上市量和有土地储备的房地产企业均呈减少趋势。随着地价不断上涨和市场逐步规范,以及国家对房地产宏观政策调整和银根不断收紧,许多规模较小的房地产企业由于资金不足、管理跟不上等原因,开发能力逐渐萎缩。三是从对地方税收的贡献来看,房地产税收增幅放缓。更为不利的是,房地产税收后劲不足。

由此可见,未来房地产业发展趋势不容乐观。房地产业作为地方支柱产业,政府必然要推出一系列“救市”措施,来保证其稳步发展。房地产作为国人财产性收入的重要组成部分,必然要保持增值;加之宏观调控的目的不是打压而是稳定房地产业并促其健康发展,因而,面对房地产业发展的不利形势,国家仍会通过宏观政策的调控来保证其健康有序发展。

1-3 房地产市场

一、房地产市场的概念

市场是社会生产分工和商品交换的产物,是经济主体进行经济活动的场所,是维系商品经济的纽带。市场有广义和狭义之分。广义的市场是指交易活动发生的过程和经济主体之间的各种经济关系的总和。狭义的市场是指经济主体进行经济活动的场所,如超市、商场、证券交易所等。

房地产市场是指从事房地产买卖、租赁、抵押、典当等交易活动的场所以及一切交易途径和形式。房地产经济学中对房地产市场的定义,则是当前潜在的房地产买者和卖者,以及当前的房地产交易活动。一个完整的房地产市场是由市场主体、客体、价格、资金、运行机制等因素构成的一个系统。

项目1 房地产概论

市场主体是指房地产市场上的行为人，即房地产市场上的供求双方。供给方开发、建设或经营房地产的目的，是通过出售或出租而获得收益或利润；需求方则通过提供货币给供应方，而获得房地产商品。房地产市场的主体可以是政府、事业单位、房地产开发商，也可以是外国政府、外商、个人等。

市场客体是指房地产市场交易的对象，是房地产交易存在的基本条件。房地产市场客体主要包括房产商品和地产商品。作为市场，需要有相当数量的不同品质、不同类型的房屋产品供人们选择和交换。此外，货币资金虽然不是房地产商品，但它也是房地产市场的客体。

二、房地产市场的类型

房地产市场是多种类型房地产市场的有机统一整体，是个复杂的市场体系。有多种房地产市场划分方法，具体的房地产市场类型见表1-2。

表 1-2 房地产市场的类型

划分方式	类 型
按市场 客体划分	按照房地产市场客体的不同，房地产市场可以分为土地市场、房产市场、房屋中介服务市场、房地产金融市场、物业管理市场等
按市场层次划分	(1) 一级市场，是指政府出让国有土地使用权，具有国家垄断经营的性质。 (2) 二级市场，是指房地产开发商出售商品房的行为，具有经营性质。 (3) 三级市场，指购买商品房的消费者将商品房再行转让的行为，也包括房屋的租赁行为，具有消费和经营性质
按交易 形式划分	房地产交易包括房地产买卖、房地产租赁和房地产抵押。因此，按照房地产交易形式可分为房地产的买卖市场、租赁市场和抵押市场
按用途划分	按照房地产的用途可以将房地产市场分为住宅市场、写字楼市场、商业物业市场、工业物业市场等。每一类又可以进一步分为高、中、低三个档次
按功能划分	(1) 房产市场，是指一切以房屋为标的物的权益过渡行为。通过买卖和租赁两种交换形式，将房屋出售或出租出去，从而形成了房屋买卖市场和房屋租赁市场。 (2) 地产市场，即土地使用市场。主要指国家对城镇土地使用权的有偿出让和获得土地使用权的土地使用者，对经过开发的土地的使用权所进行的有偿转让。 (3) 房地产金融市场，通过房地产专业银行和其他银行等金融机构，通过信贷、发行股票和证券开发房地产储蓄业务和资金融通业务而形成的市场。 (4) 房地产劳务市场，是指为房地产开发、经营、管理、服务活动提供劳务的市场。 (5) 房地产信息技术市场，是指为各类房地产业务提供中介、技术咨询、房地产交易、行业情况预测分析及国内外有关资料的市场

三、房地产市场的特征

房地产市场的主要特征可归纳为以下几点：

1. 权益交易

由于房地产具有不可移动性，因此房地产交易流通的对象实际上是附着在每一宗具体房地产上的权益，而不仅仅是具体的建筑物。这种权益可以是所有权，也可以是部分所有权或其他权益。这种权益一般有明确的界定，因而具有排他性。这些权益或单独交易或联合在一起交易，在房地产市场上就表现为不同类型、不同性质的交易行为。房地产交易只有完成了权益转移手续才可告一段落。由于房地产市场的特殊性，加之其交易数额巨大，各国均制定相应法规来规范房地产权益交易，实现对房地产交易的管理。

2. 地域性

房地产作为不动产所具有的不可移动性，决定了在房地产市场上不存在房地产商品物质实体的转移。在房地产市场上，由于房地产商品自身的不可移动性，不同供需圈的房地产难以互相替代，在不同的地区之间难以形成统一的市场竞争，通常只能在特定的区域内展开竞争，从而使房地产市场的竞争受到一定的限制，因而难以形成统一的市场竞争和市场价格。房地产商品只能就地开发建设，就地使用和消费。

3. 不完全竞争性

通常，一个完全竞争的市场必须具备这样一些条件：商品同质，可以互相替代；某一商品的卖主和买主人数众多，且随时自由进出市场，谁也不能单独影响价格，人们只是价格的接受者；信息充分，传播畅通。但房地产市场均不具备这些条件。

由于房地产商品具有不同于一般商品的一系列特性，因此，多项因素引起房地产市场的竞争没有一般商品市场的竞争那么广泛和自由。房地产市场不是一个完全竞争的市场，而是一个垄断竞争的市场。

由于房地产商品是异质的，或者说是唯一的，因此，某一房地产的买主和卖主都不可是众多的。一项房地产只有一个卖主，消费者欲购买或租赁这项房地产就只有面对这个卖主，没有其他选择。同样，房地产卖主的选择也是有限的。房地产往往是针对某一类型的消费者而开发的，只适应这一类型消费者的需求。在房地产市场上买主和卖主的机会都不是均等的，两者都没有充分的选择权，因此，在房地产市场上个别卖主或买主对房地产交易价格往往会起很大的作用。

4. 投机性

由于房地产开发周期比较长，因而在市场供不应求时，供给的增加需要相当长的时间。