

高等职业院校房地产类规划教材

微信扫码 数字资源完美呈现

- 微课视频
- 课件PPT
- 案例拓展
- 在线答题

房地产 概论 (第4版)

主 编 ◎ 费文美 赵本宇
副主编 ◎ 谭 莉 陈 倩



辽宁大学出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

房地产概论 / 费文美, 赵本宇主编. —4 版. —成都: 西南交通大学出版社, 2020.9
高等职业技术学院房地产类规划教材
ISBN 978-7-5643-7540-9

I. ①房… II. ①费… ②赵… III. ①房地产—高等职业教育—教材 IV. ①F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 155795 号

高等职业技术学院房地产类规划教材

Fangdichan Gailun (Di 4 Ban)

房地产概论

(第 4 版)

主编 费文美 赵本宇

责任编辑	杨 勇
封面设计	何东琳设计工作室
出版发行	西南交通大学出版社 (四川省成都市金牛区二环路北一段 111 号 西南交通大学创新大厦 21 楼)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网 址	http://www.xnjdcbs.com
印 刷	成都蜀通印务有限责任公司
成品尺寸	185 mm×260 mm
印 张	10
字 数	227 千
版 次	2020 年 9 月第 4 版
印 次	2020 年 9 月第 12 次
书 号	ISBN 978-7-5643-7540-9
定 价	32.00 元

课件咨询电话: 028-81435775

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

== 第 4 版 前 言 ==

《房地产概论》是为了适应高职高专房地产类专业教学改革需要而编写的。通过参照房地产行业销售、调研、策划等多个岗位标准，调研、参考房地产企业一线专家的实践经验，编者进行了第4版教材的编写，增加了建筑、策划的基础知识，强化了对学生实践技能的培养。学生通过本课程的学习，可以掌握房地产行业的基本理论和房地产开发各个环节的基本方法与基本技能，完善房地产方面的知识结构体系，增强房地产行业各岗位的操作能力。所以，本教材对于普及房地产行业基础知识和房地产开发流程管理的基本方法与操作技能是十分重要的。

本书具有以下特点：

1. 本书的基本构架是站在甲方的角度，按照房地产开发流程的顺序安排章节，编写思路为概述—建筑基础知识—基本理论与基本制度—房地产开发—房地产市场营销—房地产交易，从而方便读者对房地产开发流程的整体把握和理解。

2. 在教材内容的处理上，本书凸显高职高专教材的特点，弱化理论知识，强化案例分析，注重学生的实践操作技能的培养。

本书由重庆建筑科技学院教师费文美、赵本宇担任主编，负责统稿；周正辉担任主审，谭莉、陈倩担任副主编；易居中国综合服务部副总蒲彤彤、中原地产人力资源部培训部经理李欣负责全书提纲的确定；其他参编人员有张海念、李益、郝海彤、陈雨、何峰、李本里、韩华丽、尹爱飞等。

在编写本书的过程中，编者参考了大量的文献和资料，在此对相关作者表示深深的谢意。由于编者水平所限、时间仓促，本书不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见。

编 者

2020年5月

==第 3 版 前 言==

《房地产概论》是为了适应高职高专房地产类专业教学改革需要而编写的。学生通过本课程的学习，可以掌握房地产行业的基本理论和房地产开发各个环节的基本方法和基本技能，完善房地产方面的知识结构体系，增强房地产行业各岗位的操作能力。所以，本教材对于普及房地产行业基础知识和房地产开发流程管理的基本方法和操作技能是十分重要的。

本书的特点：

1. 本书的基本构架是站在甲方的角度，按照房地产开发流程的顺序安排章节，编写思路为概述—基本理论与基本制度—房地产开发—房地产市场—房地产市场营销—房地产交易，从而方便读者对房地产开发流程的整体把握和理解。

2. 在教材内容的处理上，本书凸显高职高专教材的特点，弱化理论知识，强化案例分析，注重学生的实践操作技能的培养。

本书由重庆房地产职业学院教师赵本宇、费文美担任主编，负责统稿；周正辉担任主审，汪良、张海念、杨娜担任副主编，易居中国综合服务部副总蒲彤彤、中原地产人力资源部培训部经理李欣负责全书提纲的确定，参编人员有：郝海彤、陈雨、何峰、李本里、韩华丽、尹爱飞等。

本书在编写过程中参考了大量的资料，编者对资料的作者表示深深的谢意。由于编者水平所限、时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见。

编 者

2015 年 6 月

== 第 2 版 前 言 ==

房地产类专业随着我国房地产热而成为热门专业，各高校该类专业的招生情况都比较喜人。《房地产概论》是为了适应高职高专房地产类专业教学改革需要，由重庆房地产职业学院组织编写的校企开发教材。本课程一书定位于培养学生掌握房地产行业的基本理论和房地产开发环节的基本方法和基本技能，使学生将理论阐述与实际问题分析相结合，以提高学生的岗位实践能力。

与国内同类教材相比，本教材独特之处在于：

1. 内容新，本书大多取材于 2010 年以后房地产企业发生的事件，紧扣房地产行业的最新动态。
2. 图表多，本课程给应该掌握的重要内容配置图表，有助于提高教材的易学性和可读性。
3. 案例和材料多，本课程搜集了许多第一手案例和材料，其中一些是微型案例，这些案例绝大部分是房地产企业在实践中积累的。

本书的编写以重视基础、强调实用为原则，以扩大学生的视野、提高学生学习的兴趣和培养学生的分析能力和技能为目的。本书可作为高职高专房地产类等专业的教材，也可供房地产企业岗位培训、函授教育用书，还可供从业人员自学参考。

本书由晏旖嫔、赵本宇担任主编，负责统稿修改。王军民和龙湖集团 U 城项目总监陈臻共同担任主审，负责全书提纲的确定及终审工作。各章执笔人为：赵本宇编写第 1 章；王军民编写第 2 章；周建武、高洁编写第 3 章；叶昌建编写第 4 章；晏旖嫔、叶昌建编写第 5 章；晏旖嫔、华文编写第 6 章；晏旖嫔、刘沙沙、张桔山（中国水利水电集团工程项目部）编写第 7 章。

本书在编写过程中参考了相关的文献、书籍及互联网上相关资料，借鉴了国内外房地产专家、学者的最新研究成果，在此向原作者表达深深的谢意。由于编者编写时间和水平所限，书中难免有不妥之处，恳请广大师生和读者批评指正，以便进一步修改和完善。

晏旖嫔

2013 年 7 月于重庆房地产职业学院

==第 1 版 前 言==

《房地产概论》是为了适应高职高专房地产类专业教学改革需要，由重庆房地产职业学院组织编写的校企合作教材。通过本课程的学习，学生可掌握房地产行业的基本理论和房地产开发各个环节的基本方法和基本技能，完善房地产方面的知识结构体系，增强房地产行业各岗位的操作能力。所以，本教材对于普及房地产行业基础知识和房地产开发流程管理的基本方法和操作技能是十分重要的。

本书的特点：

1. 本书的基本构架是站在甲方的角度，按照房地产开发流程的顺序安排章节，编写思路为：概述—法律法规—项目投资—企业构建—项目运营管理—项目成本管理—项目管理—项目外包管理—企业绩效管理—物业管理。从而方便读者对房地产开发流程的整体把握和理解。

2. 在教材内容的处理上，本书凸显高职高专教材的特点，弱化理论知识，强化案例分析，注重学生的实践操作技能的培养。

本书由赵本宇担任主编，负责统稿。钱燕和九鼎房产总经理严强共同担任主审，负责全书提纲的确定。赵本宇编写第 1 章、第 3 章、第 4 章、第 8 章；郝海彤编写第 5 章、第 6 章、第 9 章；王伟编写第 2 章和第 7 章。参编人员有：张海念、陈雨、何峰等。

本书编写过程中，特别感谢矫培民教授给予的指导和帮助。

在编写本书的过程中，编者参考了大量的资料，在此对资料的作者表示深深的谢意。由于编者水平所限、时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见。

编 者

2010 年 7 月

目*录

第一章 房地产概述	1
第一节 房地产的概念	5
第二节 房地产的构成	6
第三节 房地产的特性	8
第四节 房地产的分类	11
第五节 房地产发展历程简介	15
第二章 建筑基础知识	24
第一节 建筑概述	24
第二节 建筑构造	29
第三节 建筑设备	31
第四节 建筑识图与建筑面积计算	34
第三章 房地产法律法规和基本制度	46
第一节 房地产法律、制度与政策概述	49
第二节 房地产基本制度	53
第四章 房地产开发	68
第一节 房地产开发概述	71
第二节 房地产开发程序	76
第三节 房地产开发项目规划设计	83
第五章 房地产市场营销	97
第一节 房地产市场	99
第二节 房地产营销	111

第六章 房地产交易	128
第一节 房地产交易概述	129
第二节 房地产交易准备	130
第三节 一手房交易	133
第四节 二手房交易	145
参考文献	151



房地产概论（第4版）
在线答题

第一章

房地产概述



第一章课件 PPT

学习目标

通过本章的学习，了解房地产发展的基本历程，熟悉房地产的基本类型，掌握房地产的基本概念和房地产的特征，形成对房地产的基本认识。

知识目标

1. 房地产的概念。
2. 房地产的特征。
3. 房地产的类型。
4. 房地产发展历程。

能力目标

1. 会根据房地产的基本特征分析房地产的基本现象。
2. 能形成对我国房地产发展历程的基本认识。

案例导读

中国房地产十五年发展报告

中国房地产 TOP10 研究组自 2004 年开展中国房地产百强企业研究以来，已持续进行了 15 年。15 年来，百强企业研究成果作为衡量企业实力的准绳，见证了行业的成长，也得到社会各界的广泛认可和大力支持。越来越多的房地产企业参与到百强研究当中，研究成果在金融机构名单制管理、上市公司市场认证等资本市场领域及政府合作领域得到了广泛应用，也得到了国内外主流媒体的密切关注和持续深入的宣传报道。近 300 家国内主流媒体进行了 5 万多次的深度报道，电视台、纸媒、网络媒体等国内外知名媒体累计报道近 7 万条。

值此中国房地产百强企业研究十五周年之际，感谢积极参与的房地产开发企业、广大金融机构和媒体，祝愿中国房地产行业越来越好。随着中国房地产行业步入新时代发展阶段，我们也将继续为行业创造价值，用专业研究助力百强企业不断做大做强，促进中国房地产行业的健康发展。

一、春华秋实十五载：成长·贡献·分化

1. 精准把握行业发展节奏，百强企业顺势而为引领行业前行

2003—2017年，GDP增长5倍，全国商品房销售额从7956亿元扩大至13.37万亿元，增长了15.8倍；百强企业销售额从1113亿元增长到6.4万亿元，增长了56.3倍；龙头房企销售额从60多亿元到突破5000亿元；百强企业市场份额从14.0%提升为47.7%，TOP10企业市场份额从2.2%提升为24%。

时势造英雄，百强企业是站在时代浪尖的弄潮儿。1998—2003年，抓住制度红利敢于做第一批吃螃蟹的房企，成为行业的探路人和先行者；2004—2008年，识别城镇化巨大机遇并稳健扩张的房企，实现全国布局并迅速做大规模；2009—2014年，宽松的货币政策刺激了房地产市场高歌猛进，借此契机加大资金储备和杠杆的房企青云直上，千亿房企诞生；2015年至今，把握结构性机遇顺势而为的房企，在白热化竞争中脱颖而出甚至弯道超车。

华南和华东区域百强企业占比达到64%，主力军团地位显现。百强企业十五年淘汰率达80%，抓住市场机遇发展铸就百强企业稳固地位。

2. 紧跟城镇化推进步伐，百强企业与城市共成长

百强企业与城镇化同步发展，形成“城市深耕—区域深耕—全国化扩张—聚焦城市群”的布局脉络，15年来，千亿代表企业布局城市由5个增长到80个。百强企业15年深耕不辍，在重点城市积淀影响力，2017年在25个重点城市市场地位前五的企业之中，平均有79%属于百强企业，为持续发展提供不竭动力。

3. 以居住改变中国为使命，百强企业持续引领行业产品变革创新

15年来，百强企业销售面积市场份额逐年攀升，2017年占比达到全国商品房销售面积的29.4%，15年累计销售房屋建筑面积25.4亿平方米，占过去15年全国商品房销售面积总量的17.4%，共提供住房约2540万套，满足了人民日益增长的美好居住需求。另一方面，百强企业由满足基本的住房需求转向提升住房品质和改善人居环境的升级换代，产品打造最初以大盘开发、产品思维为主，系列化产品带动全国住宅产品水平的迅速提升。随着人们消费水平提升，人居观念及价值不断升级，百强房企提供的住宅产品功能向“以人为本”不断进化，核心表现为向“客户思维”“用户思维”的升级。

4. 金融制度改革创造机遇，资本扩张加速百强企业发展进程

截至2017年，百强企业中上市企业占比已达59%，较2003年增加了12个百分点，上市房企已成为百强企业的中流砥柱；其中，前30企业100%为上市公司，较2003年增加20个百分点。行业领先房企均已借助金融改革制度下的资本力量，实现了企业规模的大幅提升。

15 年来，百强房企累计通过上市、增发、配股募集资金近 7 000 亿元，通过发行国内信用债及海外债募集资金超 1.7 万亿元，为企业实现快速跨区域拓展与业绩提升提供持续动力。

5. 革新管控模式增强内生动力，提质增效驱动百强企业跨越发展

15 年来，中国房地产百强企业从内部管理体系入手进行管控管理机制创新，持续挖掘内生动力，从根本上提升运营效率和效益，实现企业的快速发展。一方面，围绕市场形势和企业规模、发展阶段革新管控模式，内部挖潜推动效率效益最大化；另一方面，从职业经理人向“合伙人”机制演变，2018 年百强企业中 48 家企业实行合伙人机制，持续构建百强企业发展自驱力。

二、砥砺迈入新时代：升级·创新·谋变

1. 增量市场空间仍足够大，行业优胜劣汰趋势将加剧

未来几年增量市场仍将保持相对高位，至少仍有年均 12 亿平方米以上的开发规模，市场空间仍然足够大；未来 3~5 年，中国房地产行业集中度将加速提升，超 30 家千亿以上规模企业将成为增量市场的主要角逐者；预计到 2020 年，中国房地产企业数量锐减，房地产市场将变成规模巨鳄们的激烈角逐场地，千亿以上规模企业数量将超 30 家，其中，将至少包括 3 家万亿以上企业、11 家 3 000 亿~10 000 亿企业、16 家 1 000 亿~3 000 亿企业。如图 1.1 所示。

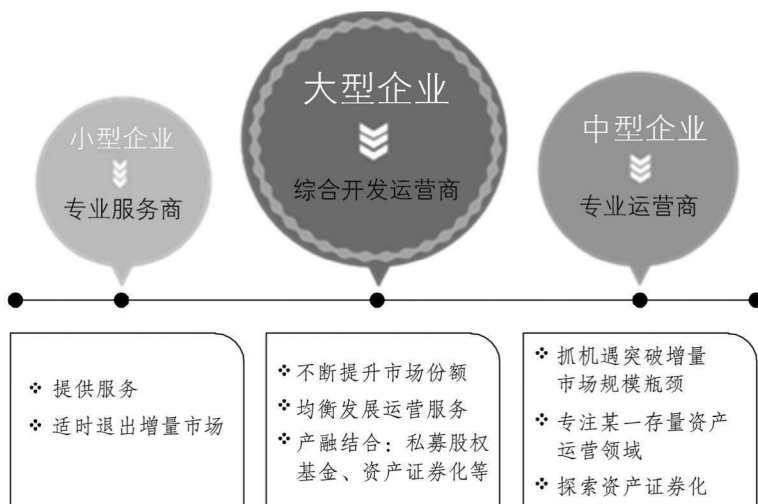


图 1.1 中国不同规模房企发展路径分化示意图

2. 存量市场将成为新战场，集合优势资源、另辟蹊径将成为部分房企的选择

对比国外，中国存量房市场潜力巨大。美国进入存量房时代已久，二手房市场已绝对占领市场，2016 年美国二手房交易额近 6 万亿元，是新房开发销售额的 9 倍，租赁市场容量高达 5.19 万亿元，租赁人口占比 35%；日本自 1985 年起存量房市场开始明显占据主导地位，新房市场波动性加大，整体处于下行阶段，二手房交易规模为 0.4 万亿元，租赁人口占比为 27.2%；而中国二手房交易规模仅是新房开发销售市场的 25%。

未来，不同规模房企的发展路径将呈现出以下分化趋势：大型房企或专注于新房开发销售，继续提升增量市场份额，或转型综合开发运营商，双市场通杀，同时深化金融资本模式，实现产融结合。中型房企在继续提升新房开发销售规模的同时，依据自身资源积累和核心优势重点提升房地产某一细分领域的运营能力，充分利用资产证券化盘活存量资产。小型房企受规模、实力等因素的限制，将逐渐退出新房开发销售业务，围绕存量房市场转型为服务商，提供物业服务等。

3. 专业化运营是存量资产盘活根基，快速提高运营能力是突围关键

中国城市已经陆续步入由增量发展到存量更新的转型期，有大量的存量资产还没有发挥其价值，长租公寓、商业零售、办公楼、养老医疗等领域均有较大的发展空间。其中，根据中国指数研究院的测算，2016年中国租赁市场规模为1.38万亿元，租赁人口占比为13%，市场规模和人口占比均远低于美国等发达国家，未来发展空间巨大。

聚焦不同层级城市的核心地段，获取优质的存量资产项目；根据实际情况，选择合适的运营模式切入并快速抢占份额。具备资金实力的大型房企，可选择重资产模式下“持有+运营”“持有+托管”或“持有+净出租”模式，拓展存量资产领域；而部分资金实力较弱的房企可采用轻资产模式，输出“开发+运营”服务或只输出运营服务，减少前期资金沉淀，有效提高市场份额。

4. 房地产资本逻辑向存量价值运营转变，资产证券化将驶入快车道

未来，随着存量资产的价值不断崛起，尤其是“租购并举”住房制度的持续推进，房地产资产证券化将进入快速发展通道，其中CMBS、类REITs等资产证券化产品发展前景值得期待：房地产私募股权基金与CMBS/类REITs/REITs等资产证券化产品优化组合的“私募+REITs”模式，可以帮助房企打通房地产融投管退的完整闭环，适于具有开发运营、资产管理等综合实力的大型房企。转型REITs的房企需要及早储备各类存量细分领域的优质收益性不动产，并培育专业运营能力，争取在某个或几个细分运营领域拔得头筹，成功转型以REITs运作为主的不动产运营商。

5. 满足新时代下美好生活需要，“大破大立”升级高品质服务

中国向服务业经济时代转型，围绕美好生活的高品质服务市场领域机遇大，房企首先应彻底扭转粗放增长的发展逻辑，以工匠精神打造美好生活场景；其次，大中小型房企应明确定位，资金实力强、服务水平高或具备较强资源整合能力、具有较强抗风险能力的房企才适合转向服务领域进行拼杀；中小型房企可依据已积累的资源或专业化经营优势，选择某一个或少数服务领域打造核心竞争力，并通过长期专业化运营最终实现盈利，继而成为新的业务增长极。

（资料来源：大数据周刊 2018 中国房地产十五年发展报告；<http://www.bigdatamag.cn/yyal/3103.jhtml>。）

第一节 房地产的概念

一、房地产

房地产是一个复杂的综合的概念，从具体的实物来看，它由建筑物和土地构成。土地又分为已经开发和未经开发的土地，建筑物需要依附土地存在，与土地紧密结合。建筑物包括房屋和构筑物两大类。

房地产是房产和地产的统称，是房屋与土地在经济方面的商品体现。房地产是指土地、建筑物及固着在土地、建筑物上不可分离的部分及其附带的各种权益。房地产由于其自己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。有三种存在的形态：土地、建筑物、房地合一。

房地产无论是从商品，还是从财产或权利的角度，有一点都是相通的，那就是房地产是一个由房屋（房产）和土地（地产）所组成的综合物——可以说，房屋与土地反映着房地产在物质方面的属性和形态，而房产与地产则是房地产在经济方面以商品形式的体现。也就是说，房地产就其构成形式来看，主要是分为房屋（含与房屋相关的其他建筑物、构筑物、附属设施）财产及其与房屋相关的土地财产，以及独立的土地财产两大类，即通常所称的房产和地产。

归结起来讲：房地产是指土地和定着于土地之上的永久性的建筑物、构筑物、附属设置，以及包括水、矿藏、森林等在内的自然资源，还包括与上述物质有关的权益及由此所衍生的权利。即房地产是商品，是财产，也是权利。

二、物 业

“物业”一词来源于对英语“Estate”或“Property”的翻译，最早出现在我国香港，其本义是指单元性房地产。随着物业管理的推广和普及，“物业”一词也广泛地被我国内地所接受，并且其含义基本类似。例如，建设部物业管理主管部门及各地区物业管理的有关条例中，对物业的解释大多为“物业，是指住宅区内各类房屋及相配套的公用设施、设备及公共场地”，“居住物业，是指住宅以及相关的公共设施”，“物业是指已建成并投入使用的各类房屋及与之相配套的设备、设施和场地”等。由此可见，物业主要包括 3 个部分：① 已建成并具有使用功能的各类供居住和非居住的建筑物；② 与这些建筑物相配套的设备 and 设施；③ 相关的场地及内部非主干道。

在国际上，“物业”作为通用的习惯词汇，与房地产、不动产表达的是同一个概念。而在我国特定的环境下，物业与房地产并不等同。房地产是指形成于生产、流通、消费的整个过程中的房地产产品，是土地及其定着于土地之上的建筑物、构筑物和其他附属物在自然形态和经济形态下的总称；而“物业”则是指进入消费领域的房地产产品，从房地产全寿命管理的角度而言是进入“售后服务”的房地产。结合我国的具体情况，一般我们可以把物业定义为：已建成并经竣工验收投入使用的各类具有使用功能的建筑物与其配套设施、附属设备设施以及相关的场地。

第二节 房地产的构成

由于房地产是一个由房屋（房产）和土地（地产）所组成的综合物，房屋与土地反映着房地产在物质方面的属性和形态，而房产与地产又是房地产在经济方面以商品形式的体现。因此，房地产的构成就应该从物质和经济两个方面进行分析。

一、物质形态构成

房地产的物质主体主要是土地（建筑地块）、房屋（建筑物）和房屋附属设备三个部分。

（一）土地（建筑地块）

土地原本是自然资源，是一个由气候、地貌、岩石、土壤、植物（被）和水文等组成的自然综合体，从空间上它是一个垂直的系统。根据我国 1982 年《宪法》规定，在中华人民共和国境内城市土地归国家所有，农村土地采取集体所有制，城市郊区土地除法律规定属于国家所有的以外，一般属于集体所有。

（二）房屋（建筑物）

房屋是指由基础、墙、顶、门、窗构成，能够遮风避雨，供人在内居住、工作、学习、娱乐、储藏物品或进行其他活动的空间场所。作为房地产实物形态的房屋是建筑物的一种，是一个综合的概念。

第一，从房屋建筑学的角度，房屋是指有承重支柱、顶盖和围护墙体，有使用价值的正规建筑物。

第二，从其物质构成要素角度，房屋主要由以下四个方面构成：① 房屋建筑材料。包括钢材、水泥、木材、砖瓦、塑料、玻璃、轻质材料等。② 房屋建筑地基。包括宅基

地。③房屋内设施。包括水、电、煤、卫生、空调、取暖设备。④房屋外部环境。包括地理位置、道路交通、文化娱乐、生活服务。

第三，从其基本社会经济功能角度，房屋又是三种社会经济功能的综合体：①生活功能。通过房屋建筑物的面积、质量满足生活功能。②社交功能。通过合理的房屋结构布局以及邻里单位的设计与建设实现其社交功能。③心理功能。通过家庭关系，满足人们心理需要功能。

（三）房屋附属设备

房屋附属设备，是对房屋建筑内部附属的和相关的公用、市政、配套的各类设备、设施的简称。房屋附属设备是否齐全、档次的高低、服务质量的差异已成为房屋建筑质量、造价的集中表现，是确定房屋使用功能的主要指标之一。各类设备的正常运行，是向住（用）户提供良好的生产、工作、学习和生活环境的主要物质基础。

房屋附属设备的种类繁多，功能各异，随着建筑技术、相关产业不断发展以及经济水平的不断提高，功能更加完善的新型产品和设施还在不断地涌现。现代民用建筑房屋的附属设备主要分为两大类：房屋建筑设备和房屋建筑电气工程设备。

房屋建筑设备主要包括：给水设备；排水设备；热水供应设备；消防设备；卫生与厨房设备；供暖、供冷、通风设备；燃气设备。

房屋建筑电气工程设备主要包括：供电及照明设备；弱电设备；电梯设备；防雷设备。

二、经济形态构成

房地产在经济形态方面的构成就是房地产产权及其权属关系，即以所有权为核心，以占有、使用、收益、处分四大权能为载体的房地产经济、法律关系。相同的房地产物质（用途、结构、地段、朝向、户型等），在不同的所有制关系或不同的产权关系下，房地产的财产份额、经济上的分配关系和利益的取得差异是完全不同的。

房地产上述固有的物质形态和经济形态的构成，也就决定了当房地产作为商品在进行交易、转让时的特殊性，即房地产作为不动产，与一般商品所不同的重要方面就表现在“物流”与“权属流”的结合。所谓房地产“物流”是指房地产实物形态的流转，即“房屋+土地+附属设施、配套设施”的流转；所谓房地产“权属流”是指房地产产权形态的流转，即以房地产权证所代表的房地产产权流转。也就是说，房地产权利人要想最终获得某宗房地产及其与之相应的权利，就必须在获得房地产实物的同时获得政府指定的权威主管部门对该宗房地产权属的确认和相应的权属证书。因此，房地产商品的交易确切地来讲有两种表现形态，一种是房屋、土地及其附属设施、配套设施的商品实物形态，另一种是以权属证书形式所表现的产权形态。只有这两种形态的配套交易，才能构成房地产的合法交易，房地产的相关权益也才能够得到实现。以上即构成了与一般商品交易所不同的房地产交易的特殊性。

第三节 房地产的特性

一、位置的不可移动性

房地产位置的不可移动性也被称为房地产位置的固定性。具体表现为：① 土地是不可移动的；② 人们对土地的投入也是不可移动的，水渠、管道、电缆、道路等都是土地（熟地）的组成部分，离开土地它便不成其为对土地的投入；③ 房屋是建筑在一定的土地之上的，房屋建筑物在一般情况下是不可移动的。当然，国内外都有过将古建筑物“整幢搬走”的例子，但这种“移动”并非等同于“可移动”，只是将原建筑物“拆开”后，易地照原样重建，而且这种移动的耗资量是相当巨大的，除了极少数国家重点保护的文物古建筑，一般是不会这样做的。换言之，房地产的交易，只能是通过法定契约的方式对产权进行交易。所谓房地产为不动产也正是源于房地产在位置上的不可移动性。

房地产位置的不可移动性，要求房地产所处的区位必须对于开发商、投资者、置业人或承租人具有吸引力，也就是说，能使开发商通过开发投资获得适当的开发利润，使投资者、置业人能获取合理而稳定的经常性收益，使承租人能够方便地开展其经营活动以赚取正常的经营利润并具有支付租金的能力，或使承租人能够得到舒适的环境与方便的通达条件。此外房地产价值的高低，在很大程度上取决于该房地产所处地区的增值潜力。因此，无论是对于居住置业，还是投资置业，在房地产业都有一句话：“The first is location. The second is location. The third is location too.”其中“location”就是“地段”，就是“区位”。这是房地产不同于一般商品的特点之一。

二、产品的独一无二性（异质性）

房地产作为商品不同于一般商品的第二个特点是它的异质性，即世界上没有两宗完全相同的房地产。在科学技术高度发达的今天，市场上绝大部分商品都是多样化、标准化的。从食品、服装到各种商品，尽管每一种商品都有不同的规格、尺寸、款式、口味、功能等，但它们中的任何一种都存在着相当数量单位的完全一样，因为它们是批量生产的产物。然而，市场上绝对不存在完全相同的两宗物业。首先，土地由于受地理位置、区域环境的控制不可能相同，即使在同一城市，甚至同一社区内，也很难找到两块品质完全相同的地块。至于建筑物，其品质就更是各异了，不仅在外形尺寸、年代、风格、建筑标准上各不相同，即使是上述因素都相同的建筑物，它们也会由于内部附属设施、街景区位、物业管理等因素的差异而有所不同，甚至在同一住宅区内的相同住宅，不同的朝向和层次差异也是很大的。

由于房地产的异质性，从理论上讲每一单位面积的房地产的价格都可以是不一样的，而且这种区别最终将反映在两栋建筑物的租金水平和出租率等方面都会有很大的差异。

因此房地产市场较其他商品市场具有更多的中介经纪服务行为。

三、外部性

在现实经济生活中，生产者或消费者往往会在经济活动中给第三者带来附加的服务或损害，而这些服务是无偿的，损害也是得不到任何补偿的，福利经济学称之为“外部性”。房地产由于其较多的公共物品的特点，使其生产和消费必然对他人产生各种外部的影响，这样也就需要由政府通过法规及相关的经济手段对房地产的投资、开发、经营及其占有、使用、收益和处分加以调控。并且，任何房地产一旦建成，较长时期内就不易改变。因此，与一般商品相比较，房地产的生产和消费与周围环境之间更容易发生相互影响。这些影响都使得房地产会因外部环境的改善而增值，也会因外部环境的恶化而形成价值损失，既容易对周围环境形成不同的影响，也容易受到周边各种环境的制约或促进，包括各种政策、法律、制度的影响。

四、保值增值性

土地的不可移动性使得土地具有聚集资本的能力，因此，对同一块土地连续追加投资可以形成资本的积累，从而实现土地增值。房地产的增值性是一种规律性现象。地产升值，房产同样也有升值。一般来说会因房地产需求的增加、土地资源的有限性、基础设施的改善等原因而使价格上涨，价值增加。当然，房地产升值不是直线式的，短期内，房地产的价格是上下波动的，但从长期看，房地产价格无疑是不断上升的。此外，一般商品随其使用价值的消耗，价值也逐渐随载体的消亡而消亡，而房地产的使用价值不仅不因时间的流逝而消亡，相反由于其稀缺性却可以保值甚至增值。同时政府在道路、公园、博物馆等公共设施方面投资的不断追加，能显著地提高附近房地产的价值，而使该处房地产能从周边社区环境的改善中获得利益。

五、效用的多样性

土地，既是人类社会重要的生产资料，又是人类赖以生存的空间。除可以作为农、林、牧、渔等第一性生产资料外，还可以作为城市、工厂、商业、交通、旅游、科技、教育、卫生、体育、公共绿化等用地。随着社会生产力的发展，土地の利用也是在不断发生变化的。

对于房屋建筑物而言则体现在效用上的多层次性。如居住房屋在其效用，同时具备生存资料、享受资料和发展资料三个不同层次的内容。居住房屋的数量和质量，决定其生存、享受和发展等效用的程度。质量好的房屋还有观瞻的功能和美化环境的作用。

另外，从房地产参加经济活动与经营活动的角度来看，它具有多重经济身份的特点：