

摘 要

随着成都市经济的快速发展, 人民生活水平的提高, 房地产业在经济发展中所占的比重越来越大, 房地产业的发展和地方经济发展呈高度的正比例关系, 成都市房地产业受国家的宏观调控政策、金融环境和区域经济变化的影响, 在这样的经济环境中, 企业经营的战略决策对企业的发展犹为重要。在成都市房地产市场环境中, 小户型住宅的开发已经成为越来越多房地产企业的经营战略选择, 因此认真的分析宏观调控政策、研究房地产市场, 把握房地产业的发展趋势, 分析成都市房地产市场的变化, 对房地产企业开发小户型住宅考虑因素作出分析研究, 可以为房地产企业开发对小户型住宅提供一些参考, 也更有利于小户型住宅的开发在成都市房地产市场中更好的发展, 因此具有一定的现实意义。从这一目的出发, 本文对房地产企业的经营环境和经营战略进行了分析研究。这些分析研究包括:

(1) 房地产市场经营的环境现状分析, 包括国家的宏观调控政策分析和金融环境分析, 同时对成都市房地产业发展的历程进行分析;

(2) 成都市房地产市场需求、供应和供销现状分析, 市场调查方法和预测法分析成都市的房地产住宅市场的现状;

(3) 通过对房地产市场的调查分析和财务评价方法, 分析形成具有较强可操作性的小户型住宅经营战略;

(4) 通过对成都市 LHD 房地产公司开发的小户型商务公寓项目的分析, 从实际项目说明在成都市房地产市场环境中, 小户型住宅的经营战略是非常具有现实意义的。

关键词: 房地产行业; 房地产市场; 小户型住宅; 经营战略。

ABSTRACT

Along with the rapid developing of Chengdu economy, and the gradually increasing of people's standard of living, the proportion which is shared by the real estate industry in Chengdu market is becoming more and more, and the rapid developing in the estate industry is now driving economy developing more quickly. The real estate in the Chengdu is affected deeply by the change of the national policy and the finance, the real estate is also affected by the developing district economy. In the same, the strategy of the enterprises in the real estate market will seriously influence economy's health progressing, so it not only has theoretic meaning but also has realistic meaning to earnestly investigate and analyze the national macroeconomic situation and the real estate market. To grasp the development trend of the real estate market, to study the operating investment theories and the strategy for the enterprises, and to guide the real estate enterprises operate right. Aiming at the goal, the thesis made some pilot study in the operating investment theories and methods. those studying includes:

- (1) Analyzing the present operating investment situation in the real estate market, such as the exterior environment situation analysis, including the situation of the policy and the finance, developing trend analysis and the market chance analysis, and the real estate market run its course.
- (2) Combing the theoretic and the realism, using the methods of the marketing research and the marketing forecast to analyze the real estate market in Chengdu city, emphasis on the real estate supply and demanding.
- (3) According as the real estate market analyzing and the finance appraising, it is possible for the strategy of the real estate enterprises to exploiting the small type of flat
- (4) According to the analyzing the item of the Chengdu LHD real estate exploit small type of flat, we know it is feasible for the real estate enterprises to exploit small type of flat in the real estate market in Chengdu city, the strategy has realistic signification.

Key words: real estate industry; real estate market;
small type flat; the strategy of the exploiting;

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景

中国房地产业 20 年来的发展是潮起潮落。在国务院关于进一步深化城镇住房制度改革, 加快住房建设的决策部署下, 城镇住房制度改革取得了重大进展。通过住房制度的改革, 逐步建立了与社会主义市场经济体制相适应的住房制度。按照国家有关政策规定, 住房体系由三部分构成: 一是对高收入群体实行市场价的商品房供给; 二是对中低收入群体供应经济适用房; 三是对低收入群体供应廉租房。新的住房体制的核心是经济适用房。经济适用房主要是针对尚没有足够资金能力购买住房的消费群体。小户型住宅的开发由于满足了这一消费需求, 弥补了房地产市场中空白, 因此近两三年来开发小户型住宅成为了房地产企业经营战略的一个重要选择。

由于经济的高速发展, 市场潜在的需求剧增, 综合土地、商品房供应和市场需求的关联性, 房屋的空置面积减少, 房地产业持续快速发展。房地产业已经成为国民经济和人民生活不可或缺的一个部分, 据统计在全国每年 9% 左右的经济增长率中, 大约有 1.5%—2% 是由房地产业创造出来的。房地产业已成为了经济发展的支柱产业, 也是成都市经济快速发展的重要因素。

房地产业是进行房地产投资、开发、经营、管理、服务的综合性行业, 属于第三产业, 同时也是具有基础性、先导性、带动性和风险性的产业。房地产业的持续快速发展, 带动了钢材、水泥、机械、木材、玻璃等相关行业的发展, 形成了一些新的行业, 如物业管理、房地产评估等, 带动了与房地产业相关需求的增长, 物业管理同样也成为小户型开发的重要考虑因素。

自 2000 年以来与股市上资金急剧“缩水”形成鲜明对比的是房地产价格的一路攀高。特别是前两年来, 房价的涨幅达到了历史上涨幅度的最高, 成为社会关注的热点问题, 这势必将影响房地产市场持续健康的发展, 因此国家把房地产市场的调控作为加强和改善宏观调控的重要内容, 采取了一系列的政策措

施,严格控制房地产开发的信贷和加强土地的管理,提高房地产开发项目本金比例,控制城市拆迁规模,取消个人住房贷款优惠利率。2005 年国家对房地产宏观调控的 8 条政策出台后,开发商推迟商品房的上市时间,需求购买方捂紧钱袋持币观望,这样的局面有一点象经济学上的囚徒困境,市场的走势在双方的博弈中形势不明。在消费者持币观望的状态下,房地产开发商想了解购买者的心理状态和真实需求,消费者对房产需求和房屋户型上的需求又呈现了多样化的变化,开发商开发什么样户型的住宅才能满足不同层次消费者变化的需求,如何根据消费者的需求调整经营战略,也就有了一定的现实意义。

1.2 问题的提出

房地产行业在我国是一个较新的产业,该行业受国家宏观调控的政策影响较大,与房地产开发相关的各项法律法规不完善,产业的形成时间较短,土地的使用时间比较短,再加上在房地产业形成初期,土地是行政划拨,因此房地产业的发展还处在一个并不是完全市场化的情况下。总体而言房地产业发展是不成熟的,主要原因为:一是房地产开发企业数量多,资质低;二是房地产开发企业面临的市场竞争日益激烈;三是房地产开发企业的平均实力弱。房地产业是资金密集型企业,资金实力薄弱使企业在融资、土地储备、商品房积压等方面会存在问题;从企业管理内部而言,大多数房地产开发企业未建立现代企业管理制度,管理的不规范,导致出现了大量的房产纠纷问题:主要存在于工程质量问题、销售承诺的兑现问题和物业管理服务问题等等方面。

从经济理论上讲,房地产市场是一个市场的博弈,市场规则在变化中,市场的需求也在变动中。2003 年至 2005 年,成都市房地产市场上小户型住宅房曾经出现了良好的销售趋势,带动了开发商对小户型的投资力度,同时也带动了各种各样资金的投入,这也是房价快速上涨的两年。在国家的宏观调控政策下,在法律法规不完善,土地使用时间有限的情况下,企业如何在有效的土地使用年限时间内开发出满足不同的消费者需求的住宅,成为经营战略的一个方向问题。小户型住宅畅销,引起了开发商、投资者和消费者等多方面的关注。而在

房地产业领域对房地产业金融、评估等方面的研究内容较多，但是在住宅户型的研究和关注上较少，特别是小户型住宅的研究，近几年成都市小户型住宅项目的大量开发，开发小户型住宅成为开发商的一种经营战略的选择，对小户型住宅的策略研究具有了一定的现实意义。

1.3 研究内容和方法

小户型住宅开发由于满足了一定层次的消费需求，在成都市房地产市场上小户型住宅的开发的经营战略也就愈发重要，因此本文欲对成都市房地产行业开发商开发小户型住宅房的经营战略做一些有益的探讨。在对成都市房地产业市场的宏观政策环境和金融环境分析的基础上中，分析小户型住宅在房地产市场中的重要作用、不同的消费者需求、小户型住宅未来的发展利用等方面。采用所学的经济学理论方法如对比分析方法、SWOT 分析法、技术经济评价法和综合案例分析方法。通过分析和研究，希望能理性的、客观的预示发展小户型开发的必要性，明确在成都市房地产市场环境中开发小户型住宅是房地产企业的最佳的战略选择，同时也期望成都市房地产行业健康持续的发展。

1.4 研究意义和作用

通过对房地产业开发小户型住宅战略的分析和研究，房地产开发商在开发商品房住宅时，对小户型开发的经营战略作出理性的选择，能在小户型住宅开发中对小户型住宅的通风、采光、社区环境做综合考虑，完善项目的物业管理等方面服务，使小户型住宅的开发能更好的满足消费者的需求。

开发小户型住宅的经营战略在成都市的房地产市场扮演了愈来愈重要的角色，居住和投资的双重特点，满足了不同的消费需求，使小户型住宅开发的经营战略的存在和发展是必要和可行的。

第 2 章 成都市房地产业住宅市场分析

2.1 成都市房地产业发展环境分析

环境是一个预示可能影响企业未来产品和市场环境力量的预警系统。成都市房地产的发展是在国家的市场环境中，房地产市场由于土地使用时间的有限性，应该说房地产市场并不是完全的市场化，更多的受到国家的宏观调控政策、金融环境和经济发展的影响，对成都市房地产小户型住宅开发的战略分析研究，首先要了解行业所处的环境。

2.1.1 成都市房地产业发展的宏观控制政策分析

企业对经营战略作出选择时，首先必须了解企业所处的环境和所处环境正在发生的变化，这些变化将给企业带来更多的机会还是更多的威胁，企业管理者必须根据企业所处的环境调整战略。企业的经营环境分析包括：人口统计、社会文化、政治、法律、技术、宏观经济等因素。成都市房地产业小户型住宅开发的经营战略发展受我国的经济环境影响的，房地产市场在很大程度上受国家的政策影响，因此对房地产市场所处的环境的分析离不开国家的宏观调控政策和金融环境的分析。

对成都市房地产业的环境的状况的分析需要先回顾一下近几年房地产业的市场变化。2000 年以来，由于股市的低迷，银行存款利率较低，而房地产发展的强劲势头，吸引了大量的资金（包括国内、外的资金）投放在房地产业上，再加上购买个人住房贷款成本低，银行大量资金通过住房消费贷款也转化为房地产开发资金，这种局势导致房价上涨幅度过快，而地区的投资需求迅速扩大，投机炒作现象严重，投资和投机性购房同时加剧了房价的上涨。同时由于政策、市场信息不对称和不透明，虚假交易和虚假宣传等不正当方法人为的造成了市场的紧张，带来了短期内房价的快速上涨，房价在 2004 年上涨幅度达到了历史最高，成都市的房价也在 2004 年的下半年急剧上涨，市区房价的上涨幅度也达到了历年最高。

到了历年最高。

最近两年房价问题成为了政府和老百姓关注的热点,在这样的情况下,国家首先开始在宏观调控上对土地进行管理,2004 年 3 月 30 日,国土资源部下发了《关于继续开展经营性土地使用权招标拍卖挂牌出让情况执法监察工作的通知》(71 号令),通知要求各地严格执行经营性土地使用权招标拍卖挂牌出让制度,并在 2004 年 8 月 31 日前将历史遗留问题界定和处理完毕。土地在使用权拍卖过程中,开发商之间竞争激烈,地价往往被哄抬,成交价往往比起拍价高出很多,甚至翻倍,因而,开发商取得土地使用权的成本增加,房地产开发的成本也同样增加。土地的使用权拍卖,对经济实力中等及其以下的开发商是不利的。中小开发商有钱买不到地或无力支付大块宗地的使用权出让金的现象将会越来越多。在房地产业也容易形成垄断形式。成都较早实行了土地使用权“招拍挂”出让政策,历史遗留问题的界定和处理也在逐渐完善过程中。

2005 年成都市五城区共拍卖和挂牌转让(成交)土地 63 宗,4161.43 亩,其中住宅和商住用地 4096 亩,成交金额 116.9 亿元,平均每亩成交价 272.2 万元。而 2004 年,五城区拍卖土地成交 50 宗,其中住宅和商住用地 5168.3 亩,成交总金额 68.5 亿元,平均每亩单价 130.1 万元。由此可见土地供给总量上,2005 年比 2004 年有大幅度下降,主要表现为超大块土地减少,2004 成交的南部和黄地块和中海地块,占了相当大比例,2005 年没有了 1000 亩以上的超级地王,小块土地明显增多,平均每宗土地的面积大大减小,但成交总金额几乎翻了一翻,虽然土地单价在区位和内外条件上有很大的不可比性,但上涨了 109%,其幅度确也相当惊人。在这样的大环境下,2004 年下半年成都的房价迅速上升。

为了使房地产业平稳健康的发展,2005 年 3 月 26 日国务院办公厅下发《关于切实稳定住房价格的通知》,针对房价上涨过快的现象明确提出八点要求,简称为“国八条”:一是高度重视稳定住房价格;二是切实负起稳定住房价格的责任;三是大力调整住房供应结构,调整用地供应结构,增加普通商品房和经济住房土地供应,并督促建设;四是严格控制被动性住房需求,主要是控制拆迁

数量；五是正确引导居民合理消费需求；六是全面监测房地产市场运行；七是积极贯彻调控住房供求的各项政策措施；八是认真组织对稳定住房价格工作的督促检查。这八点要求从房价、土地供应、供应结构、拆迁、消费观点、市场监测、检查等多方面切入，涉及问题较多，但未做具体的细化条款，作为具体调控房价的施政纲领，对于楼市稳住房价，起到了一定的调控作用。在这样的宏观调控政策下，2005 年成都市的房地产市场是开发商和消费者均在关注市场的变化，成都市的房价涨幅也一定程度上开始趋缓。

由于房地产业的发展成为了地区经济发展的支柱产业，在地区财政收入中占了相当大的比例，虽然国家宏观调控政策大的方向和目标确定，但是房价只是上涨的幅度减缓，“国八条”虽然在政策上作出了房地产业发展的明确方向，但是未对条款细化，因此在 2005 年 5 月 11 日国务院又转发了建设部等 7 部门发出的《关于做好稳定住房价格工作的意见》，细化了宏观调控措施。内容为：

（1）强化规划调控，改善住房供应结构。优先审查、规划中低价位普通商品住房 and 经济适用住房建设项目，保证其项目选址。严格控制低密度、高档住房的建设；

（2）加大土地供应调控力度，严格土地管理。着重增加中低价位普通商品住房和经济适用住房建设用地供应量，继续停止别墅类用地供应，严格控制高档住房用地供应。依法制止“炒买炒卖”土地行为。对超过出让合同约定的动工开发日期满 1 年未动工开发的，征收土地闲置费；满 2 年未动工开发的，无偿收回土地使用权；

成都市开始清理土地闲置问题，响应国家的宏观调控政策，同时加大经济实用房的修建，并面向全社会公开购买经济实用房的政策，由于购买经济适用房的消费者在经济上的承受能力有限，国家金融机构在个人贷款上的不倾斜政策，使成都市的经济适用房处于尴尬局面。

（3）调整住房转让环节营业税政策，严格税收征管；

（4）加强房地产信贷管理，防范金融风险。加强对房地产开发贷款和个人

住房抵押贷款的信贷管理和风险提示, 调整和改善房地产贷款结构;

(5) 明确享受优惠政策普通住房标准, 合理引导住房建设与消费。对同时满足下列条件的中小套型、中低价位普通住房给予优惠政策支持: 住宅小区建筑容积率在 1.0 以上、单套建筑面积在 120 平方米以下、实际成交价格低于同级别土地上住房平均交易价格 1.2 倍以下, 允许单套建筑面积和价格标准在不超过 20% 的范围内浮动; 成都市也在此政策上制定了相应的政策要求。

(6) 加强经济适用住房建设, 严格实行政府指导价, 控制套型面积和销售对象。建设单位利润要控制在 3% 以内。完善廉租住房制度, 切实落实以财政预算安排为主、多渠道筹措廉租住房资金, 着力扩大廉租住房制度覆盖面, 加快解决最低收入家庭基本住房需要。城镇廉租住房制度建设情况要纳入省级人民政府对市(区)、县人民政府工作的目标责任制管理;

(7) 切实整顿和规范市场秩序, 严肃查处违法违规销售行为。禁止商品房预购人将购买的未竣工的预售商品房再行转让。在预售商品房竣工交付、预购人取得房屋所有权证之前, 不得为其办理转让等手续; 房屋所有权申请人与登记备案的预售合同载明的预购人不一致的, 不得为其办理房屋权属登记手续。实行实名制购房。对违法违规销售行为, 要公开曝光并依法严惩, 包括: 虚构买卖合同, 囤积房源; 发布不实价格和销售进度信息, 恶意哄抬房价, 诱骗消费者争购; 不履行开工时间、竣工时间、销售价格(位)和套型面积控制性项目建设要求。

(8) 加强市场监测, 完善市场信息披露制度。加强对房地产特别是商品住房市场运行情况的动态监测, 准确判断房价变动趋势。加强舆论引导, 增强政策透明度, 稳定市场心理预期, 促进市场理性发展。

对房地产市场宏观调控措施的进一步细化, 明确了严禁炒地、转让期房, 遏制投机炒作的行为; 同时鼓励支持普通百姓自住住房需求; 完善城镇廉租房制度, 保障低收入者住房需求。这些调控措施, 规范了房地产市场。特别是自 2005 年 6 月 1 日起, 国家调整住房转让环节营业税政策, 严格税收征管。个人

购买普通住房超过 2 年(含 2 年)转手交易的,销售时免征营业税;对个人购买非普通住房超过 2 年(含 2 年)转手交易的,销售时按其售房收入减去购买房屋的价款后的差额征收营业税。税收杠杆作用的利用,表明国家加大对个人购房转手交易税收调控力度,使投资和投机行为面临不小的资金压力,在一定程度上减少了房地产业发展中的投机行为。

由于房地产业已经成为地区经济的支柱产业,是地方财政的主要经济来源,在国家的宏观调控政策下,成都市的房价上涨幅度趋缓,但市场的发展变化也成为各方的关注焦点。

2.1.2 成都市房地产业发展的金融环境分析

房地产金融既包括政策性的房地产金融,也包括商业性的房地产金融;既包括对房地产供给方的融资和其它金融服务,也包括为房地产需求方提供的信贷和其它融资方式。现阶段房地产金融的特点是房地产金融主要以银行信贷为主,其它金融方式如上市融资、信托融资、债券融资以及基金融资等占的比重较小。在 1998 年以前,银行房地产信贷的主要对象是房地产开发企业,1998 年以后才扩展到个人住房消费信贷。房地产金融是以债权融资为主,股权融资所占的比例较小,融资格局较为单一。

银行信贷是房地产融资的主渠道,从房地产市场的运行过程及其资金链来看,房地产金融主要是由银行房地产信贷构成的,银行信贷贯穿于土地储备、交易、房地产开发和房产销售的整个过程,详见图 2-1。

商业银行的信贷几乎介入了房地产业运行的全过程,是房地产市场各种相关主体的主要资金提供者。自 1998 年起,各商业银行纷纷从不同的角度且以不同的方式介入住房金融市场竞争,在国家产业政策和人民银行金融调控政策的引导下,支持住房建设和住房消费,在品种创新、服务网络、服务质量等方面的竞争都日趋激烈。从近年来实际情况来看,用于房地产开发的银行信贷逐年上升。房地产开发贷款增长也明显高于同期全部金融机构贷款增长速度。房地产开发贷款在全部金融机构贷款中余额比在 3—4.2%。

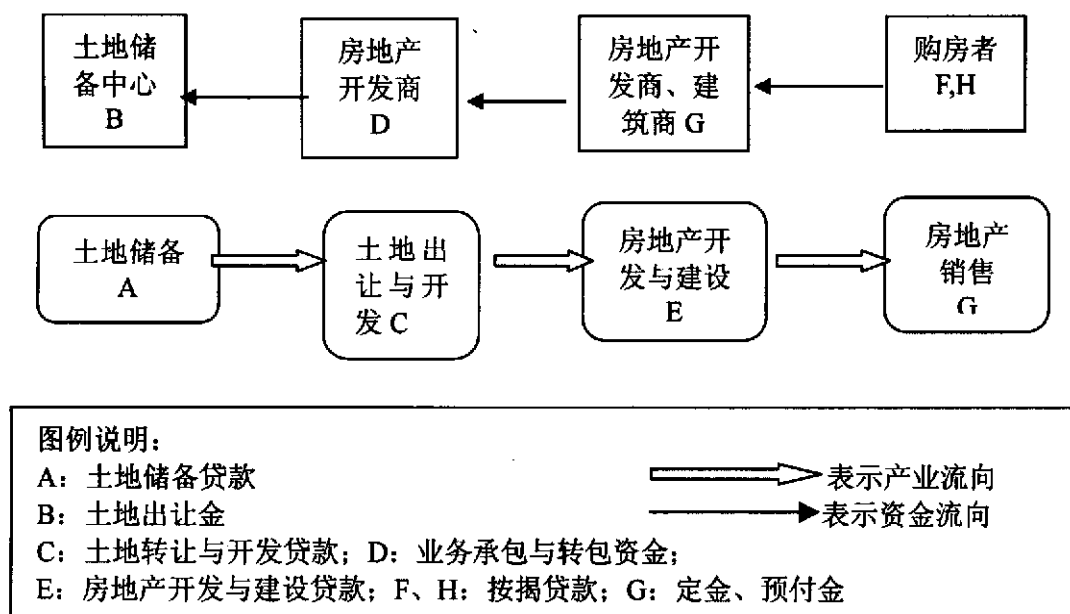


图 2-1 房地产市场运行及资金流程图

2003 年，实施中央银行 121 号文件以来，银行紧缩银根，房地产开发商通过银行贷款融资的难度更大，这对开发商的自有资金量和其他融资渠道提出了更高的要求。2004 年 10 月 29 日，中央银行实施“加息”，调整金融机构存贷款基准利率。加息政策出台后，对住宅市场影响很小，对资金需用量大的投资型物业影响较大。开发商方面：这两项金融政策使得开发商从银行取得贷款的要求更高，部分经济实力较差的开发商，如果其他融资渠道不畅，会有淘汰出局的风险。

政策上讲商业银行的自营个人住房贷款政策：将先行的住房贷款优惠利率水平回归到同期贷款利率水平，实行下限管理，下限利率水平为相应期限档次贷款基准利率的 0.9 倍，再就是对房地产价格上涨价格过快的地区，个人住房的首付比例由现行的 20% 提高到 30%。

成都市的金融环境受国家政策的影响，除中国光大银行成都分行不涉及房地产的个人贷款业务外，四大国有银行和股份制银行：如华夏银行成都分行、民生银行成都分行等均开展了房地产业务的个人贷款业务。各大银行也根据对房地

产开发商开发的房地产项目的相关数据的评议, 对项目提供一定数量的贷款。

在金融机构信贷的额度中, 房地产业所占的比例可由下表一览;

表 2-1 金融机构的信贷状况表

年份	发放的房地产开发 贷款余额 (亿元)		金融机构贷款余额 (亿元)		房地产贷款占金融 机构贷款之比%
	实际值	同比增长%	实际值	同比增长%	
1998	2680.07		86524.13		3.10
1999	2972.18	10.90	93734.3	8.33	3.17
2000	3281.38	10.40	99371.07	6.01	3.30
2001	4203.80	28.11	112314.7	13.03	3.74
2002	5353.62	27.35	131293.9	16.9	4.08
2003	6657.35	19.58	158996.2	21.1	4.19

注: 此表为全部金融机构, 本部分只统计银行直接对企业的房地产信贷, 不包括银行对个人的房地产信贷部分。

2.1.3 成都市房地产业投资发展现状分析

成都市房地产行业投资状况是伴随着成都市全社会固定资产投资的高速增长, 成都市房地产市场的投资一直以惊人的速度同样高速发展。房地产开发投资 1991 年仅为 3.1 亿元, 2003 年的投资金额已高达 245.4 亿元, 大约是 1991 年的 80 倍, 据成都市统计局提供的数据表明, 2004 全成都市 (包括郊区、市、县) 的房地产投资完成 255.56 亿万, 比 2003 年同期增长 26.2%。2005 年 1 至 4 月成都房地产开发完成投资 111.90 亿万, 其中房地产前期投资为 47.57 亿万。占房地产开发投资比比重由去年同期的 31.1% 提升到 42.5%。成都市 2005 年的楼市投资热度依然上涨。我们可以看出, 成都市房地产行业同样为资金流向的行业, 投资额在逐年增加。具体的投资发展现状见图 2-2。

成都房地产投资资金来源过去主要是国内资金, 而 2005 年投资资金开始呈现多元化, 内资完成投资 30.81 亿万元, 港澳台完成投资 9.87 亿万元, 外商完成投资 2.17 亿万元。即成都市的投资热和房价的快速上扬, 开始吸引外来资金的注入, 而受国家宏观调控继续紧缩房地产信贷政策的影响, 开发商也加大了

自筹资金力度，这表明成都市开发商整体资金实力开始明显增强，对金融业的依赖程度在下降。

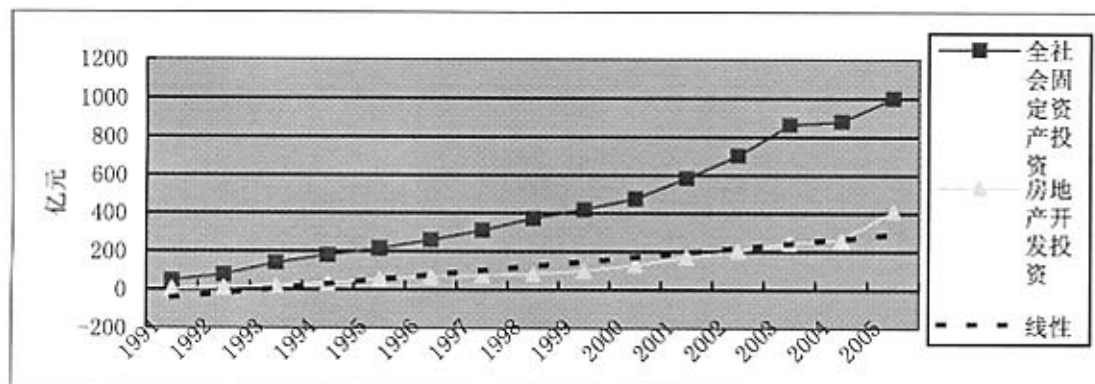


图 2-2 成都市年度全社会固定资产投资和房地产开发投资情况

2005 年商业地产继续成为投资热点。成都市的开发商继续看好房市，大量购置用地，2005 年 1-2 月购置土地的面积就达 94.79 万平方米，同比增长 32.5%，用于土地的费用高达 20.34 亿万元，拥有的开发土地存量已达到 501.42 平方米。成都拥有的可开发的土地存量已经达到 656.78 万平方米，折合土地面积为 9847 亩。这说明成都市房地产业是持续健康发展的。成都市房地产业投入的资金增长变化如图 2-3 所示。

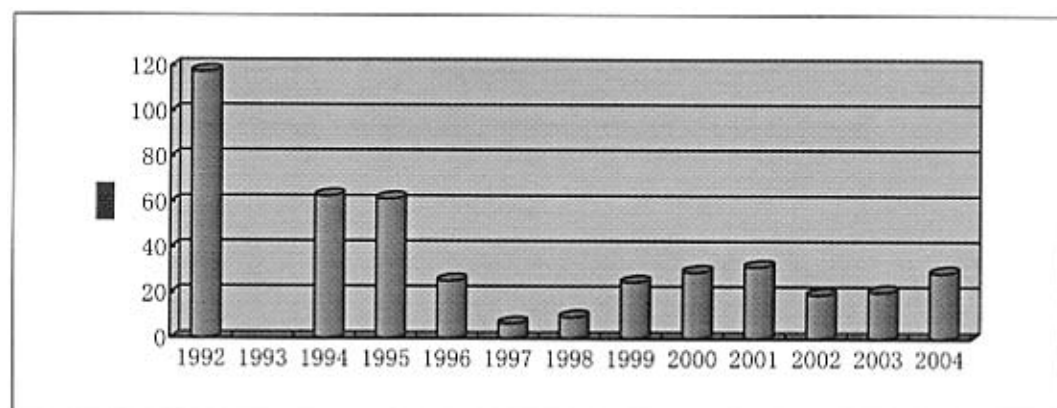


图 2-3 成都市年度房地产投资增速情况

在开发规模不断扩大的情况下，成都市空置商品房得到有效抑制，空置率得到有效控制。截至到 2004 年 12 月末，全市商品房空置面积为 153.18 万平米。空置期在一年内的待销房为 67.78 万平方米，空置期在一年到三年的滞销房为

64.54 万平方米。空置期在三年以上的积压房为 18.84 万平方米。住宅空置率下降。由于成都市的房价一路上扬，投资行为、投机行为和自住的需求加大，再加上成都周边地区的资金注入，逐步消化了以前的空置商品房。市场上的供应商品房的销势良好，也在一定程度上有效抑制了商品房的空置率，见图 2-4。

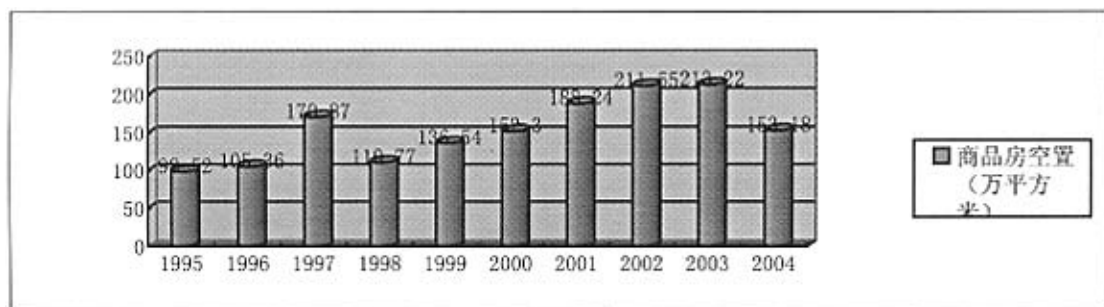


图 2-4 成都房地产商品房空置情况

成都市商品房的竣工面积呈下降趋势。2005 年一季度，成都商品房的竣工面积不足 100 万平方米，为 97.71 平方米，同比减少 46.4%，其中住宅为 81.07 平方米，竣工面积的减少导致可销售面积的同步减少，1-4 月商品房销售面积为 312.78 平方米，同比下降 10.9%，其中住宅为 274.46 万平方米，下降 15.2%。商品房预售面积为 267.95 万平方米，下降 6.4%，其中住宅为 235.98 万平方米，下降 10.8%。由于国家宏观调控政策的影响，成都市的开发商同样处于对市场的观望中，因此放慢了商品房在市场上的投放时间。

2.1.4 成都市房地产业发展历程

成都市房地产业的发展历程和我国房地产的发展是同步的，主要经历了以下几个阶段：

一是起步阶段：1978 年至 1991 年。在 1980 年 4 月，邓小平发表了关于建筑业和房地产业的谈话，此后全国开始了城镇住房制度的改革。1985 年开始城市经济体制改革，直接促使了真正意义上的房地产业的产生，并在 1988 年掀起了发展的小高潮；成都市的房地产行业开始也是从福利房的办理，逐步开始住房的商业化行为，形成房地产行业。

二是过热阶段。1992 年,由于邓小平同志的南巡讲话和党的十四大的召开,以及中共中央十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,以沿海大中城市为代表的房地产业迅速发展。同时外商对房地产业的投入增加了房地产业的投资来源,大批房地产项目争相上马,房地产价格飞速上涨,1992 年房地产开发投资的增长速度达到 117.6%,同期商品房的销售面积增长速度也分别达到了 41.8%和 55.9%。这一期间,商品房开发投资额同比增长 143.5%,新开工面积同比增长 136%。成都市房地产行业在这一时期的房价上快速上涨,很多商品房尚在蓝图制作中,就被炒卖一空,投机行为加剧了房价的上涨,房地产业的发展处于比较混乱的状态,成都市的土地主要以行政划拨形式,这也为以后房地产业的发展带来了遗留问题。

三是调整阶段。1993 年下半年,经济过热导致了通货膨胀,国家开始进行适度从紧的宏观调控,房地产业自然成为宏观调控的重点,从 1995 年开始,房地产业的投资虽然还在增长,但速度已大大下降,1994 年、1995 年和 1996 年,房地产业的开发投资增长率分别下降到 31.8%、23.3%和 21.5%,1997 年,房地产业开发投资增长率更是下降到-1.2%。成都市的房地产业在这一阶段比较明显的代表楼盘是成都市统一建设办公室开发的棕北小区楼盘和新加坡开发商开发的锦绣花园。调整阶段,成都市的房价处于平稳和回落状态,商品房的户型面积大小集中在 60 至 120 平方米的范围内。

四是复苏阶段。1998 年,在政府的鼓励和引导下,房地产市场明显转暖,98 年年房地产的开发投资同比增长就达到 13.7%。房地产业的投资开发增长率重新回升。特别是近几年房地产业的发展成为地方经济的发展支柱产业,成为地区财政的重要收入来源。在成都市房地产业市场中,一些本地的房产开发企业开始扮演重要角色,随之而来是外地房产开发商开始介入成都房地产市场,国内一些知名品牌企业如万科、华润、中海外、深长城、建信、万达、远大、钱江银通等纷纷登陆成都,凭借其原本就已形成的品牌效应、超大的开发规模为成都房产市场带来了新鲜空气,外来品牌带来的一些全新的开发理念和先

进的操作模式正在潜移默化地影响着成都房地产市场。形成了现在的多方并存格局。

2.2 成都市住宅房地产市场分析

成都市房地产市场的分析是调查市场情况，了解项目的背景资料，分析预测房地产未来实际收益的过程。市场分析是帮助开发企业了解房地产需求变化趋势，获取正确资料的主要方法。房地产开发项目一般要持续几年时间，了解房地产市场的需求变化、市场竞争力情况、预期获利程度，通过市场分析确定房地产价格策略，对住宅市场的分析对企业来讲就变得非常重要。小户型住宅的开发是在成都市的住宅房地产市场环境中，因此需要了解成都市房地产市场的供需变化、供销情况，了解房地产市场的预测方法。

成都市房地产市场的不断发展变化，促使了市场的细分，产生了小户型住宅的需求群体。小户型住宅的需求群体主要有两类，一是需要住房但尚没有足够的资金购买一步到位住房的需求者，二是指一些以投资为目的购买者，前者用于居住，后者用于出租。房地产市场的需求变化，可以用市场调查和市场预测的方法作出分析，市场调查和市场预测都是以市场为客体的市场研究活动，是获取信息，认识市场的手段，是制定各项市场营销决策的基础和依据。市场调查的目的既可以是制定经营目标和行动计划，也可以是总结经营活动的经验教训，市场预测是为了更好的把握将来，确定经营战略的选择。

2.2.1 房地产住宅市场调查方法

房地产住宅市场调查方法是以房地产住宅为特定对象，对相关市场信息进行系统的收集、整理、记录和分析，对房地产市场进行研究和预测，并最终为房地产项目提供决策服务的一种活动。房地产市场调查方法主要包括普查法、抽样调查法、直接调查法和间接调查法。

1. 普查法又称为全面调查，对调查对象总体包含的全部单位都进行调查。但是该调查方法的调查周期较长，成都市小户型住宅的调查，只有在对竞争对手有针对性的调查时，这种方法的使用才具有实际意义。

2. 抽样调查法是从调查对象的总体中,抽取有代表性的若干样本进行调查,并据以此从数量上推断总体的专门调查方法,这也是房地产市场中广泛使用的一种方法。抽样调查法要求抽选的样本必须是母体的浓缩,要能代表母体的特征,因此调查要有足够的容量和正确的抽取方法,才能将调查的误差降低到最低限度。抽样调查的组织方法主要分为:随机抽样和非随机抽样两种。

随机抽样包括简单随机抽样法、分层随机抽样法和分群随机取样法。成都市小户型住宅的抽样调查方法建议采用简单随机抽样方法来收集需求信息和做分析。在成都市东、西、南、北的各方向采用纯粹偶然的方法抽取样本,再将收集的数据利用统计数据软件做出相关性的分析。

非随机抽样按照调查的目的和要求,根据一定标准来选择样本

3. 直接调查法是市场调查的基本方法,有几种具体的方法:访谈调查、电话调查、邮函调查和留置问卷调查。

4. 间接调查法是调查人员不于被调查者正面接触,采用观察法、实验法来间接进行调查。

房地产市场分析是通过信息将房地产市场的参与者与房地产市场联系起来的一种活动,通过房地产市场信息的收集、分析和加工处理,寻找出内在的规律和含义,预测市场未来的发展趋势,根据市场信息的需求对象的不同,分析的内容和着重点有所不同,从开发商的角度来分析,房地产市场的分析有三个层面:一是对项目所在城市内总的房地产市场及各专业市场供需情况的总体分析;二是区域房地产市场的分析,侧重于市场供求分析。三是房地产项目的市场分析。

2.2.2 房地产市场需求量的预测方法

房地产市场预测方法是指运用科学的方法和手段,根据房地产市场调查所提供的信息资料,对房地产市场的未来和变化趋势进行测算和判断,来确定未来一段时期内房地产的走向、需求量、供给量以及相应的销售价格水平。房地产市场预测方法一般分为定性预测和定量预测。

房地产市场预测方法很多,相关分析法是比较可行的方法之一。相关分析法是分析住宅市场供求变化诸因素中两个相关变量间的因果关系,它主要是在定性分析的基础上找出事物发展的内在联系,确定自变量量和因变量间的函数关系,然后用回归方程来进行预测。小户型住宅需求量的预测方法可以用回归分析。

计算公式为: $y=a+bx$ (2-1)

式中:
$$a = \frac{\sum y_i - b \sum x_i}{n} \quad b = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}$$

其中: y -预测值;

x -自变量;

a, b -回归系数

2.2.3 房地产市场用地供给量的预测方法

在房地产市场信息中,供给量的数据对开发商来说是非常重要的。供给量的分析不仅要分析上市的供给量,还要分析准备上市的潜在供给量。上市的供给量通过市场调查的方法,潜在供给量可以利用土地供给量的资料来估算新增加的潜在市场的供给量。估算住宅潜在的市场供给量,可通过估算土地的出让面积来预测未来的市场供给量,土地供给预测可以用下述方法:

假定:

$$C1 = \text{规划城区的居住用地面积} - \text{已经开发城区的面积} - \text{已经出让土地面积} \quad (2-2)$$

$$C2 = \text{旧城改造过程中可供开发的土地面积} - \text{已改造的土地面积} \quad (2-3)$$

$$C3 = \text{工业等其他用地可做住宅用途的土地面积} \quad (2-4)$$

则:

$$\text{住宅市场潜在用地的土地供给量} = C1 + C2 + C3 \quad (2-5)$$

在预测土地的供给量的基础上,根据土地的规划就可以对供给量进行分析,包括房地产过去的走势、现在的存量和未来的供给,因此供给量的分析对开发商来说较为笼统,在进行小户型住宅开发决策时,还需要进行结构性分析,详

细了解项目所在区域范围内小户型住宅的供给情况，对区域内的小户型商品房的户型、面积、价位等特征进行综合分析。

2.3 成都市住宅房地产市场供应分析

成都市商品房的供给面积一直呈逐步上升态势。从房屋施工面积来分析，1995 年为 881.50 万平方米，经过 1997、1998 年的市场低迷作短暂调整后，1999-2000 年市场回升，年均增长率为 18.6%，2001-2003 年为高速增长阶段，年平均增长率高达 20.49%，特别是 2003 年的同比增长率为 22.44%。经 1999、2000 两年的缓慢回升后，2001-2004 年为高速发展阶段（见图 2-5）。2004 年住宅供应特征：城东的供应面积是最多的，达到 135.90 万平方米。城市南部住宅供应 121.30 万平方米，城市西和北面由于土地的供应影响，住宅供应面积大幅度减少，2005 年在国家宏观调控政策下，住宅供应面积减少。

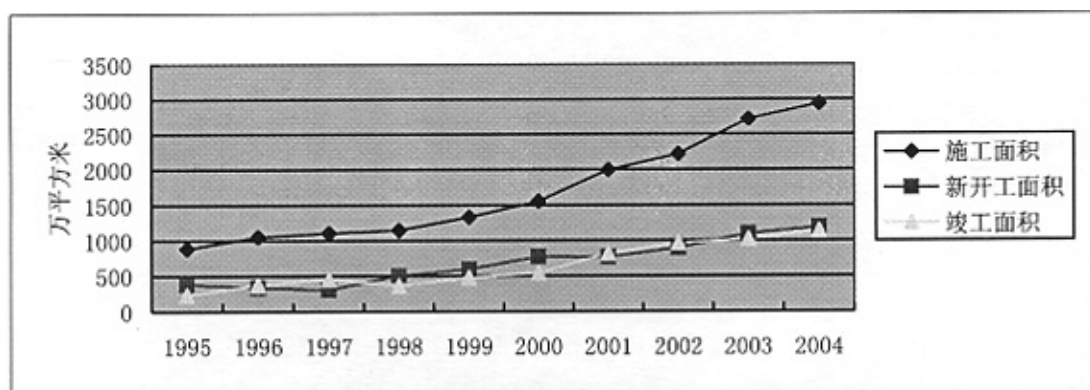


图 2-5 成都房地产开发及销售情况

2.4 成都市住宅房地产市场的供销平衡分析

成都市政府规划将城东建设成为城市副中心，打造中产城东，城东住宅市场供需两旺。随着工业的搬迁、沙河整治和道路交通基础设施的配套完善，越来越多的投资和置业者看好新城东的增值潜力和居住条件。由于该区域可供房地产开发的土地相对较多，土地成本相对较低，城东日渐成为成都市房地产开发的热点地区。区域住宅市场供需基本保持平衡，优质楼盘频频出现。

城南仍然是购房者倾向的住宅区域。城南累计供应住宅 86.40 万平方米，

销售 137.48 万平方米，供应缺口仍然较大。因开发格局已基本定型，住宅房地产开发逐渐向郊区延伸，在城南副中心区和神仙树区域，因“和记黄埔”和“上海绿地”两大外来地产商取得这大块土地，这将对住宅房地产供求和价格带来较大的影响。

受城东和城南发展的影响，加之住宅房地产开发土地匮乏，城西在 2004 年住宅房地产市场供应缺口很大，城西住宅市场供应缺口达到 123.74 万平方米，占全市住宅供应总缺口的 58%。良好的人居环境、完备的生活配套和成熟的区位优势，让城西这个传统的居住区至今仍然对住宅置业者有着强大的吸引力。城西的三环路以外出现了“迎宾大道 1 号”“学林雅苑”等较高端的别墅，也出现了“太逸·美景”和“普罗旺斯”这样中高端住宅。住宅开发从三环路以内逐渐向三环路外过渡，是成都住宅房地产开发的趋势，城西在这一过渡中走在了全市的前列。2005 年，中海地产在城西竞得的“地王”投入开发后，在一定程度上填补城西住宅供应的缺口，影响城西住宅市场的均价。

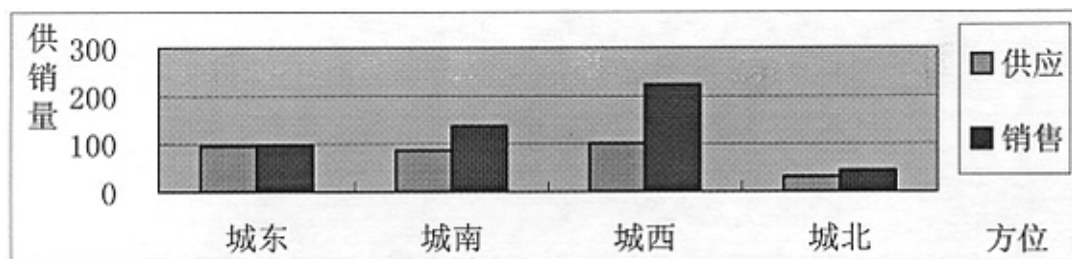


图 2-6 成都市各方位住宅供求状况比较图

城北住宅房地产市场表现平平，非住宅房地产市场发展迅速。从城市方位上分析，住宅房地产市场大致呈现东、南方向较热、西、北方向较冷的态势，成都市各方位住宅供求状况比较详见图 2-6。

成都市土地市场供应量总体缩小，且市区土地供应区域分布差异明显（规划新区土地供应量相对较大），郊区土地供应相对充足；市区住宅大盘较往年少；旧城改造带来的消费需求拉动住宅消费市场刚性增长；在住宅价格逐步上涨的过程中，投资者看中住宅的增值潜力，对住宅的投资较往年增多；担心住宅价格继续上涨，经济实力较强的第二次置业者提前实施购房计划，经济实力中等

的置业者也尽可能提前购房。住宅房地产价格,除了市场住宅供给相对短缺外,开发商土地成本增加、钢材等建筑材料涨价,增加了单位成本,也是成都住宅房地产价格稳步上涨的主要原因。

表 2-2 成都房地产业相关指标

	数额	同比增长率
固定资产投资(亿元)	767.64	26.5%
房地产业投资(亿元)	221.24	22.7%
土地购置面积(万平方米)	790.11	11.4%
土地购置费(亿元)	59.41	29.3%
商品房施工面积(万平方米)	2511.83	6.5%
其中:新开工面积(万平方米)	826.50	-18.3%
住宅施工面积(万平方米)	659.92	-66.4%
商品房竣工面积(万平方米)	481.62	-6.6%
其中:住宅(万平方米)	403.67	-14.5%
商品房销售面积(万平方米)	479.77	-6.6%
其中:住宅销售面积(万平方米)	446.92	-7.8%
商品房空置面积(万平方米)	144.97	-29.2%
一年及一年以上空置(万平方米)	76.72	3.5%

从成都住宅房地产市场的环境分析来看,主要呈现以下几个特点:

(1) 市中心至一环的中心城区,该区域住宅供应非常旺盛,;

(2) 内环至一环区域;由于该区域用于住宅开发的土地多来源于旧城改造的拆迁地和面积较小的开发余地,区域土地供应有限,该区域 2004 年住宅房地产销售非常旺盛,累计销售住宅房地产 127.02 万平方米。

(3) 一环至二环:该区域是住宅房地产开发相对成熟的区域,售累计达 122.09 万平方米。这表明该区域住宅消费消化了大量的存量住宅。二环至三环之间的区域是成都住宅房地产市场供求的主力环,很多住宅项目均处于这一区域,成为开发的热点环境。与二环路以内的区域相比较,该环境可供开发利用的土地虽然相对充足,但开发商在该区域取得土地的成本将会逐步增大,区域

住宅市场的开发将继续火热，竞争将更加激烈。

(4) 三环以外：三环以外土地丰富、地价相对较低，特别是在城东和城南城市副中心规划确立和进入实质性实施以来，该区域成为房地产开发的新热点区域，出现了“美洲花园”、“普罗旺斯”、“西城映画”等销售状况较好的楼盘和“卓锦城”这样的大盘，二环以外的地区和三环路内外进一步升温成为 2005 年和 2006 年住宅开发的热点环境。

2.5 成都市住宅房地产供销户型分析

成都住宅市场上面积在 60 平方米左右的小户型供销两旺，价格上涨迅猛，在房地产价格持续上涨，且预期看涨的市场背景下，相当数量的投资者纷纷投资小户型，投资者和自用小户型购房者一道，促进了小户型的兴旺。2004 年上半年，全市累计供给小户型住宅 28.34 万平方米，同比增长 22.16%，销售累计达 45.59 万平方米，同比增长 132.25%。下半年，小户型销售势头有所减缓，价格保持平稳。2005 年由于受国家宏观政策的调控，小户型住宅上市的速度趋缓，但规划中的小户型住宅商品房的供给量仍然在增加。

随着房价不断上涨，相同面积的住宅购房总价不断上涨。经济实力一般的家庭及那些拆迁被强制购房、且经济中等以下的家庭在购房时不得不考虑房屋总价因素。成都住宅市场上户型面积为 60 平方米左右，总价适中的实用型户型销售火爆。和购房者考虑房屋总价一样，开发商在房地产价格持续上涨后，开发住宅商品房时，也考虑怎样的购房总价区间容易得到大多数购房者的认可。在房价持续上涨的情况下，大户型（面积在 120—180 平方米及其以上的户型）的购房总价高，开发商销售这样的住房压力较大，资金的回收较慢，成都住宅房地产市场 120 平方米以上的住宅供应相应减少，该面积住宅供应市场缺口开始放大。

成都市区小户型项目开始主要分布在城南和市中心。由于旧城改造产生了大量的市中心小地块，小户型住宅项目开始上马，城南主要分布在川大（包括

华西医大校区)附近。随着小户型的畅销,小户型住宅主要分布由内环以内和二环至三环之间,二环至三环的小户型项目也逐渐增多。小户型开发项目多数为中小项目,但 400 户以上的也有逐渐增多的迹象。项目主力户型面积主要分布在 30—50 平方米之间,也有部分小户型项目的主力户型分布在 50—70 平米之间,取得了不错的销售效果。

而从国外房地产的发展来看在日本和欧洲一些国家,在七十年代末的时候 7 小户型占了新增加住宅的 50%,到了八十年代末的时候占了 65%,到了九十年代末的时候占了 80%,就是说整体户型平均面积标准是趋降,户型面积在向小发展。社会的发展,城市土地资源的紧缺,个人隐私的需求、个人独立倾向的发展等等,是小户型面积发展的重要原因。

总的来说近两年,成都住宅房地产市场的户型信息是:小户型住宅供销两旺;实用户型受到占较大份额的大众消费者欢迎;120 平方米以上的大户型市场供给有萎缩。小户型供销增长的幅度最大。小面积户型的畅销成为了近两年成都房地产市场的一个亮点。由于购房者中存在很多投资者(投机者),促使小户型的价格攀升速度很快,同时小户型住宅的每平方米的价格也比其他户型住宅的价格偏高,但是由于面积小,所以总价额相对较低,小户型住宅供销两旺,促使开发商开始调整开发的商品住宅户型的经验策略。小户型住宅房屋开始在房地产市场中扮演了越来越重要的角色。

第 3 章 发展小户型住宅的必要性分析

3.1 成都市小户型住宅房地产的发展历程

从 90 年代中后期开始,成都的小户型经历了从最初的安置型到今天人们追求时尚高雅、超越完美的个性化享受型,小户型的发展既是市场选择的结果,又是开发商不断迎合市场需求的结果。回顾成都市小户型的发展,最初的小户型住宅一般都是开发商利用一些不规则的面积设计的,这个时期的小户型多是在城区内见缝插针地运用一些小地块开发而且不得已地还利用这些小套型的单位作为楼盘的起价价位,结果销售状况却是出乎意料地好,这种占总面积不足 20% 的小套型房子每次出现都是早早地销售一空。但是这个时期的小户型住宅的小区环境根本就是一种有心无力的奢望。2001 年中期至 2002 年中期,小户型的市场开发量出现了惊人的飙升,小户型项目也步入一个较为成熟的发展阶段。“小户型大社区,通过良好的室外空间体现其居住的舒适性”的开发模式影响了这一时期的小户型开发。这时的小户型空间虽小,但可以依托周边成熟的大环境和社区本身完善的配套,让小户型业主享受大的活动空间。因此小户型住宅的市场开发量出现了惊人的飙升,小户型项目的开发也步入一个较为成熟的发展阶段。

目前尚没有一个明确的概念对小户型进行严格的界定,但有两种说法较为认可,一种是:一居室建筑面积在 30-40 平方米左右,二居室建筑面积在 50-60 平方米左右,三居室建筑面积在 70-80 平方米左右;另一种是:单指面积小的户型,主要指一居室。“小而不失居家必备,巧而不失布局合理”,则是小户型的最佳阐释。小户型的畅销除了小户型低总价特点外,还有包括位置、交通、投资回报率、户型等多因素的综合特征。

3.2 成都市小户型住宅市场需求分析

在对成都市小户型住宅的市场需求做分析前,有必要对需求状况做一次调

查，了解成都小户型的真实需求状况，根据市场调查结果分析如下：

(1) 户型面积需求：面积为 50-60 平方米左右的房子最受欢迎。消费者选择户型面积为 50-60 平方米左右的占到 68% 以上。虽然被调查者中的大部分处于单身、独居或未婚状态，但他们仍然提出希望能满足两个人的居住要求，因此选择二居室房屋多一些。而作为投资的考虑，主要选择建筑面积为 30 平方米至 50 平方米的房屋。

(2) 户型功能需求：房间功能必须趋向于齐全，小户型不能因为面积小而缺少一些功能，卫生间、厨房、阳台被 80% 的被调查者全选中，只有个别的调查者认为没有厨房可以接受，可以在集体食堂和小饭店就餐。可见，消费者比较接受肝胆俱全的“麻雀”型小户型。

(3) 装修需求：精装修是首选。在价格合适的情况下，消费者希望购买的小户型房子是精装修房，他们认为房子的总面积小，但装修程序照样是不会少的。另外，在付过首付款后，装修也可以计入总价享受按揭，省去一次性装修的总付款资金压力。

(4) 环境配套需求：附近有无商场最受关注。被调查者对生活配套的要求，首先选择的是商场，占到总数的 90% 多，其次是医院及其他配套，这与选择小户型人群的年轻化有关。

(5) 对邻居住户的要求：小户型的住户要“纯”。自己的左邻右舍应该是住家户，而不是办公和住家的杂和。而且最好是比较安静的住家户，因为提到小户型，人们往往觉得住的人群一定比较杂的，所以对于安静度的关注就十分强烈。

(6) 物管需求：小户型购买者物管服务要求较高，对日常服务追求清洁、时效。20 世纪 70 年代出生的这个群体，对于住宅的要求发生了微妙的变化，他们不再单纯用房屋的面积来衡量居住的舒适性。如果有固定的一笔钱用来买房，他们也许不再单纯追求较大面积，而会选择面积较小但品质很高的住宅，公共区域的清洁十分必要。

有了这样的需求调查,可对成都市小户型住宅的市场需求做如下分析:

(1) 消费心理的变化,是使消费面积趋小、小户型住宅畅销的重要原因。随着取消福利分房后个人购房时代的到来,购房心理由“一步到位”转变为“三步走”。一个时期以来,“一步到位”曾经是不不少人信奉的消费观念,总以为这辈子再不会买房了,在这种理念的引导下,面积是否足够大成了衡量商品房品质的主要指标之一。但现在百姓的消费习惯来看,换房频率已经从以前的 10 年换一次,提高到 10 年换 2 次甚至 3 次。这是个循环市场,总会有人经历第一次小单元的需要阶段。尤其那些收入稳定,渴望独立生活,但经济能力尚不能置业一步到位的年轻人,在单身或新婚后先在市中心交通便捷、环境成熟的居住区购买一室一厅或二室一厅的小户型商品房,待经济实力达到一定程度后,再根据情况买一套环境、地段、交通等俱佳的大户室甚至别墅。过渡性消费观念及家庭置业“三步曲”,令小户型很有市场。

(2) 消费者对住宅功能的认识趋于理性化;随着城市功能的发展,各种市政配套和生活服务设施会越来越完备,住宅的功能已经出现单纯化趋势,家庭将成为完全的私密空间,户型面积也将随之合理回归。以前的住宅具有较多的非住宅功能,会客、休闲活动都在家里。而随着会所功能的发达,人们的交流、活动都会移至公共空间。随着社会的发展,消费者已经开始逐步意识到:将来活动空间与住宅会有一个功能细分的过程。家就是家,是纯粹的居住功能,不需要大而全,不需要什么功能都满足。另外,从经济的角度看,有没有必要花钱将购买来的诺大的一块住房面积空置或闲置在那里,别的尚且不论,仅就每个月要缴交一笔按面积计价的物业管理费用就不划算了。

(3) 市场需求结构发生变化,将买房作为理财方式;个人购买和市场化逐步形成,在一个市场里面,或者在一个城市里面,不同层次的消费者能拿多少钱,他买一套住房要花多少钱?这点决定了市场的产品。我国经过多年的计划生育政策,家庭人口结构发生变化,家庭人口数量不断减少,已由多子女家庭向少子女或是无子女家庭靠拢,目前城市户均人口已下降至 3-4 人。置业者趋

向年轻化,市场主流购房群体的平均年龄正在从 35—45 岁向 25—35 过渡,而小户型是中等收入年轻人喜欢的房子。

现在在住宅建设的过程中,功能的齐全是非常重要的,包括社区的功能、配套的功能,和住宅居住环境的功能。由于材料技术的改进,可以满足在以前不能满足的需要。如今的小户型虽然户型小,但是功能很齐全、设备很完善,满足了生活的需要。小户型潜在的购买者大致可分为以下四类:

第一类是大学毕业生和外地的打工族。“衣、食、住、行”以住为先!随着福利分房的取消,绝大多数的单位都无法解决住房问题,对于刚踏上工作岗位的大学毕业生来说,解决住的问题,是迈进社会的第一道难题。那些外地来打工的“漂一族”,带着梦想来到城市,同时也背负着沉重的生活压力,现实与理想之间的差距,令他们疲惫、失落;他们在城市里奔波,也在不断地变换着居住地场所;他们生活在城市里,却始终无法融入到城市中,他们想成为城市的“主人”,成为其中的“一份子”,住房不仅仅是解决住的问题,而是一种心理上的“安慰”。小户型住宅的出现,满足了他们的需要。

第二类是单身白领和年轻夫妇。如今,在金融、IT、咨询等行业活跃着一大批高收入的年轻人,在无房户中占了相当大的比例。他们不仅没有赶上福利分房的末班车,而且缺乏足够的积蓄购买商品,然而他们却是最具独立意识和个性化的消费群体。这部分人往往以事业为重,又非常渴望有自己独立的空间,但收入不允许他们过多地投入,小户型是他们最佳的选择。另外,在当今社会里,由于种种原因出现了大量结婚但不想早生孩子的“丁克家庭”,这些年轻夫妇,收入稳定,观念新颖,为了避免与父母之间因生活习惯的差异造成摩擦,多选择单独居住,因为没有负担,因此在户型选择上,多倾向于新颖、时尚的小户型。

第三类是新兴而立。这部分人 30 出头,事业初成,是公司金领或私营企业主。他们经济实力较为雄厚,但工作紧张、繁忙,加班更属于“家常便饭”,时间的重要性对他们而言已经超过了金钱,买小户型是为寻求市区落脚点,方便

工作与生活。

第四类是以投资为目的的投资者。房产正在形成新的投资热点,买房可以认为是消费和投资的结合体。房产周期长,盈利空间大。一般情况下,房子的寿命在 60 年以上,投资住房不但赢得了产权,而且赢得至少 40 年以上盈利空间。目前,投资渠道较少,在选择投资渠道的时候,对于多数消费者而言,首先考虑的是投资的风险性,而不是回报率,购买小户型资金投入相对较小,经济压力较轻,对于购房用于出租来说是一种稳妥而长期的投资渠道。

目前成都市正在进行着大规模的城市旧城改造,拆迁户也成为购买小户型的一大主力。

综上所述:小户型的主力买家主要集中于年龄为 20-30 岁左右的青年消费者,事业型,生活观念、消费观念新颖;追求时尚与个性的消费群体成为不可忽视的人群。一套住房,在心理层面等同于自尊、独立、安全感;在现实层面则等同于投资意向、经济收益,而无论从哪种角度分析,小户型住宅商品房都成了生活中最坚挺的基础。因此非常有必要对成都市的小户型住宅的经营战略做分析研究。

3.3 成都市房地产企业开发小户型住宅的 SWOT 分析

成都市房地产企业开发小户型住宅是在国家的宏观调控环境下和金融环境中,成都市区域经济的环境特点,成都市房地产市场的细分,均将对开发企业经营战略的选择产生影响,既有机会也会带来威胁。对成都市小户型住宅发展的 SWOT 分析,可以看到发展小户型住宅是市场需求的必然结果,也是开发企业在成都市房地产市场的细分中,满足市场细分的经营战略的最佳选择。

我们知道能使企业在市场环境中发挥出来的竞争优势和其他与众不同的能力被称为优势,即指 SWOT 分析中的 S(strengths),安德鲁(Andrews)的解释是:企业与众不同的能力不仅仅是它能做什么;而是能把什么事情做得非常好。W(weaknesses)是指劣势即阻碍企业沿着某个方向发展的约束。O(opportunity)是指企业在外部和内部环境中所面临的潜在的机会,T(threats)是指对企业的

环境威胁。

从成都市房地产市场分析,发展小户型住宅能够满足没有住房但是又没有经济能力一次到位解决住房问题的消费群,同时也是一些小的投资者青睐的投资选择对象。小户型住宅作为过度性需求,一定程度上购买者的需求自然细化,而由于成都市的城市化扩大,小户型住宅满足了这一层次的消费需求,由于需求市场的扩大,因此导致近两三年来大量的小户型住宅开发项目上马。由于小户型住宅的畅销,这一细分市场给小户型住宅的开发企业带来了机会,经营和发展小户型住宅就成为了开发企业的一个重要的战略选择,特别是技术、资金、管理都比较成熟的企业进入了这一细分市场,但是面对大量的小户型住宅需求市场,将吸引更多的资金势力雄厚和技术力量成熟的企业进入这一细分市场,市场竞争也就更加激烈,引起的结果是开发企业在做销售定价时,将不得不面对和考虑这样竞争激烈的市场环境,为了销售出房屋,在对开发项目附近的小户型住宅市场价格作出调查和分析后,可能出现低价开盘上市,总体成交价格将会低于预期的价格,势必影响开发企业资金的回收,对企业的收益也会带来威胁。因小户型住宅的需求市场给房地产开发企业既带来了机会,同时由于竞争的加剧又面临着威胁。

成都市小户型住宅的畅销,相对大户型住宅来看,消费者选择小户型住宅有它的比较优势;

首先是低总价。小户型的购买群体是非常注重生活品质、居住质量的一个群体。然而,市场上普通的楼盘户型面积普遍较大,商品房的总价往往令他们感到高不可攀。而精品小户型虽然单价不低,但由于通过小面积很好地控制了总价,成为了买家的过渡选择和投资者的考虑对象。

其次是交通便利。成都市房地产市场上最初的小户型楼盘均处于较好的地理位置,交通方便,这是由于市区土地较贵,开发商拿到的土地面积较小和不规则,因此开发商在开发楼盘时就会考虑开发小户型住宅,现在由于小户型住宅的畅销,成都市二、三环路和三环路外小户型住宅的供应开始大量出现。一

般来讲距离公共汽车站近的小户型项目比较受欢迎。年轻的上班族正处于创业阶段，工作繁忙，又无力买车，对公共交通的依赖性比较大，这样的小户型能够更好地满足其需求。大户型住宅现在一般分布在二、三环路间，目前在向三环路外发展，那么交通尚在完善过程中，这对资金本来有限的消费者来说，购买车和养车也是一笔不小的开支。

再就是投资回报率高。购买小户型的客户基本可以分为投资型与自住型两类。对于投资型客户来说，最关心的就是投资回报率。由于小户型出租便宜，又可以用相对低的投入获得相对高的投资回报率，往往易受投资者青睐。如果购买大户型住宅，房屋出租对象有一定限制。对于自住型客户来说，小户型只是一个过渡性产品。在若干年后，有了更大、更舒适的房子后，小户型会或租或售，再加上成都市房地产尚处于持续健康的发展中，所以他们也会非常关心小户型的投资回报率，小户型房屋又具有保值的作用。

最后就是小户型住宅宜商宜住的特点。随着市场的完善和客户的成熟，户型也成为客户选择的一杆秤。宜商小户型项目周边商业氛围浓厚，户型总面积适中，有效降低了总价，另外起居室较大，可以自由方便地安排办公区。

但是小户型住宅的开发也存在局限性。首先是消费群有一定的限制。再就是小户型项目的持续畅销使得大批项目上马小户型住宅，也有一些滞销项目改造成小户型，小户型间的竞争加剧，从投资的角度来分析小户型的畅销中也存在一些潜在的危机，投资者看重的是资金的回报率，小户型的供应量增加，众多的投资者进入市场，势必引起租金的下滑，目前小户型的租金下滑趋势非常明显，成都市的南面就可以看到大量的小户型房屋出租现象，对投资回报势必受到影响，这也将影响小户型住宅的销售，因此值得房地产开发企业和投资者的关注。同时小户型住宅的畅销使房地产开发商看到市场和获取利润的机会，吸引了大量小户型住宅项目的上马，房地产企业间的竞争加剧，同时面临威胁。

房地产开发商开发小户型住宅的开发战略选择是对市场细分的结果，满足了一定层次消费者的需求。任何公司不论其规模如何，都必须在两个方面之一

是与众不同的，一是成本必须比竞争对手低，或者是它的产品具有独特的价值，促使消费者愿意为此付出高价。这种竞争性特征是企业生存的关键，而这种竞争性特征可以通过不同的方式获得：一是集中致力于一特定的细分市场，二是提供的产品完全不同于模仿性质的竞争产品，三是运用可选择的渠道和制造流程，四是采用选择性的价格政策和根本上截然不同的成本结构。小户型住宅的开发战略就是集中在细分市场的经营战略。也是企业随着时间的推移而逐渐积累的竞争优势。因此开发小户型住宅是房地产企业的战略目标的最佳选择。

3.4 成都市发展小户型住宅的社会影响分析

小户型住宅的建设项目能够改善住宅环境和住宿条件，从而提高了生活水平，同时将带动市政配套设施的建设，使道路、交通、绿化等配套设施得到改造，因此具有良好的环境效益。

小户型住宅的房地产细分市场，使企业寻找到了又一发展的空间，对地方经济的发展、企业的发展和相关行业的发展具有良好的经济效益。

成都市房地产企业开发小户型住宅的经营战略是成都市的房地产市场发展的必然选择，小户型住宅的可居住和可投资的特点，填补和满足了不同的需求，同时对成都市的经济发展有重要的影响，对区域经济的资源配置、合理和节约利用土地和其他资源有一定的积极意义。

第 4 章 成都市发展开发小户型的战略建议

4.1 成都市开发小户型住宅的现状问题分析

近几年成都市小户型住宅的供给量快速增加和在房地产市场中的畅销,开发企业相继跟风,大量上马小户型住宅项目,导致了大量问题的出现,首先是小户型的户型设计相对不合理,大走廊式高密度布局,这样的布局使采光通风、安全性和私密性都较差;户型设计不合理还主要突出表现在厨房、卫生间的摆放上,如厨、卫相对即卫生间对着厅或房且厨房也对着厅或房,厨房置于厅室或阳台上等;小户型的墙壁一般较薄,或门窗相对,致使“隔墙有耳”,在私密性上较差;电梯过少,有的一层达到 30 多户。

小户型住宅作为过渡性居所,几年后小户型购买者大多会二次置业,届时小户型社区将成为“流动的旅馆”,每天都会有人搬进搬出,小户型社区将面临人员流动、大社区如何管理等问题。小户型住宅有的既住且租,可能出现居家和办公混杂的局面,令真正的住户不胜其烦;最后就是由于小户型住宅的流动性可能会导致配套设施、社区环境、物业管理跟不上。

因此在开发小户型楼盘时,为了更好的满足小户型消费者的需求,应在户型设计、环境设施配套、物业等多方面完善和提高,同时也应作好小户型楼盘的定位,主要用于商住,尽可能将办公和商住划分开来。

4.2 小户型住宅户型设计优化和改进

随着城市化水平的提高、旧城改造的加快,市中心可供开发的土地,尤其是可供规模性开发的土地越来越少,许多小户型项目都是迫于地块规模的限制,为了尽快取得效益,采取“短、平、快”的操作模式而定位的。因此,这样的项目以单体建筑为主,规模小、配套少,为居住者提供的生活外延性服务较少,更谈不上环境景观,总的来讲小户型住宅的开发最好还是以规模化为主,规模化开发小户型项目具有以下几个优点:

(1) 规模的扩大, 开发商有足够地空间进行环境与景观的营造, 同时有针对性地为消费者提供必要的配套, 如休闲场所、体育设施、儿童活动空间等, 既满足了消费者多层次的需要, 又提升了项目的综合品质。

(2) 居住群体的扩大, 为配套设施的经营、使用提供了强力支撑, 既有利于配套设施的完善, 也有利于商业物业的租售。

(3) 产品种类、户型配比更为丰富, 扩大了购买群体。一方面降低了项目销售的风险, 另一方面也满足了不同层次消费者的需求。比如那些希望与父母临近居住的消费者, 便可以在同一个小区内选择一套 40-50 平米的小户型满足自己居住的需要, 再选择一套住房满足父母居住的需要, 既方便了两代人之间的照应, 又避免了由于生活观念差异带来的不便。

房地产项目的核心竞争力仍然是小户型住宅。一方面消费者的成熟, 令小户型的设计将越来越受到重视, 另一方面房地产市场存在的优胜劣汰原则挑战着建筑设计行业。小户型住宅在设计前首先要作好整体规划, 房型布局要紧凑而灵活, 减少户内消极空间的数量, 减少公共面积的分摊。在面积小的前提下, 要保障功能齐全, 厅、室、厨、卫、阳台等配套功能布局完善, 动静分离, 采光、透风、私密性是设计中要考虑到的问题。小户型住宅在户型、环境、社区文化、装修等方面的考虑都要有实质性的突破, 从结构设计入手, 将塔式结构为板式结构, 改变整体建筑造型, 并将通常一梯二户或二梯三户的板式住宅, 每户再一分为二, 形成一梯四户、一梯六户的小户型。这就既能减少走道面积, 提高得房率, 又能增加各户采光, 并能有效避免一梯几十户、“内廊式”的诸多弊端, 增加了住户的安全保障。

在户型结构设计方面将直套型设计为横套型, 提高住宅生态性。成都现有小户型大部分往往进深过长, 大都只能形成直套型的一房一厅, 以及暗卫、暗厨。且客厅采光不足, 不如卧室明亮。如果能将其改为并列式的横套, 同时缩短建筑进深, 则不仅能有效的控制总面积, 又能开设更多的窗户, 做到厅、卧、厨、卫全明, 增强居室自然通风采光和生态性能。如果在控制面积的情况

下增加一个生活阳台，为住户提供一个在家接触自然的机会，效果会更好。住宅的居住功能提升了产品的生命力，小户型建筑造型、功能完善、面积配比、得房率等方面极大地优化了品质。

在“麻雀虽小，五脏俱全”的基础上灵活设计存储空间。虽然目前成都目前大部分小户型都将厅室分开，形成了较好的动静分区，但在储存空间方面，一直是个弱项。建议充分利用空间，可采用类似“S”形、“弓”形和“工”形，以及勺子形、“山”字形等多种形式的隔断，以形成大小不同、厚薄不一的各类壁橱空间，既能增加分门别类的多种储存空间，又能节省占地，提高空间利用率。且又能保持分隔墙面的平整和完整，提高隐蔽性。

住宅设计的差异性、个性化特征越来越明显，户型设计须具有超前意识，不能只看眼前的市场主流，而要注重主导居住品位的设计方向。在环境设计方面，一些 10 多 20 亩的小项目景观绿化要牺牲大面积，因此地块小的项目可以向空间要绿化，空中生态花园为小户型住宅增色不少。

在确定进行小户型住宅商品房开发前，一定还要确定好地理位置的考虑，一般小户型的购买者大都因为楼盘的地理位置和交通的便利来选择的。

4.3 发展小户型住宅的定价策略

定价策略是房地产开发企业经营战略的重要组成部分，商品房的价格或服务水平的高低，直接影响企业的经营绩效。由于企业的定价策略要综合考虑定价目标、成本、需求和竞争状况等多方面因素，所以在成都市的房地产环境中，企业的定价有多方面的考虑因素。

企业定价一般会考虑成本、市场占有率、其它企业的反应和需求的价格弹性，当着重考虑某一因素时就会形成不同类型的定价策略。根据企业定价时考虑的着重点不同，企业定价策略可归为三大类：一是竞争导向定价策略；二是需求导向定价策略；三是成本导向定价策略；这三种定价策略的选择是在不同的考虑环境下，如何进行定价策略的选择，先了解一下各定价策略的趋向性和特点。

4.3.1 竞争导向定价策略

竞争导向定价策略是指房地产开发公司不是根据产品的成本或顾客的感受来确定价格,而是根据市场上竞争者的价格来制定价格的定价策略。竞争导向定价法包括三种:领导定价法、挑战定价法、随行就市定价法。

领导定价法是指处于房地产市场中的开发商依靠实力、声望和在行业的龙头作用,制定较高价位,获取高额利润。

挑战定价法的定价与市场领导者的定价稍低或低的较多,但产品的质量与之相近,这样的定价利润底,但可以扩大市场份额,提高知名度

随行就市定价法是指开发商按照行业中同类物业的平均现行价格水平来定价,在很大程度上是以竞争对手的价格为定价基础,市场比较法是随行就市定价法的具体操作方法。小户型商品住宅的定价可以采用市场比较法来确定销售的价格。首先要收集实例,包括地理位置、用途、售价、成交日期和建筑物状况和所处地区的交通、环境条件,最好能收集到实际成交价格。在搜集的实例基础上,选择用途、规模、建筑结构、交易类型等与需要定价的小户型商品住宅相当,这样可以建立价格的可比基础,再采用下列的比较公式来确定销售价格:

房地产的销售价格=比较实例房地产实际售价*交易情况修正系数*时间因素修正系数*区域因数修正系数*个别因数修正系数

其中交易情况、区域因数和个别因数的修正系数可采用 $100/100+X$ 的形式, X 的数值为比较实例价格因该因数而比需要定价的房产高或低的幅度。当比较实例在某项因数上比需要定价的房地产好,则 X 为正数,反之为负数。

时间因数的的修正系数的确定有两种方式,一是时间因数的的修正系数=估价时点的房地产价格指数/交易日期的房地产价格指数。房地产价格指数有定基价格指数和环比价格指数两种。二是时间因数的的修正系数=1+价格变动率。

通过各种修正后,每个比较实例都可以提供一个修正价格,所以最后在多

个修正价格的基础上通过算术平均法、加权平均法或其他方法综合出一个最终的比准价格，市场比较法可以用数学的方式处理外，同样需要考虑开发商的市场销售策略和政治、经济、社会等宏观环境的影响。

成都市小户型住宅的定价策略可以优先考虑选择竞争导向定价策略的市场比较法，既可以在理论上有数量经济的评估标准，又考虑了经济等环境因素。

4.3.2 成本导向定价策略

成本导向定价策略的定价者主要关心的是固定成本和变动成本，固定成本和变动成本的比例、企业可行的经济规模、与竞争对手相对的成本结构影响定价策略，如果固定成本相对变动成本在总成本中所占的比例较高，增加销售量将非常有益于收入的增加。

成本导向定价是以房产开发商开发总成本费用为中心来制定价格的方法。包括成本加成定价法和目标定价法。成本加成定价法是指房产开发商按照所开发的物业成本加上一定百分比的加成即一定比率的利润来制定销售价格，这是一种最基本常用的定价方法，但是忽视了消费者的需求、预期价值和竞争对手的状况。

目标定价法是根据估计的总销售收入和估计的销售量来制定价格的方法，因为价格的确定建立在估计的基础上，因此这种方法对成都市小户型住宅的定价是不可取的。

4.3.3 需求导向定价策略

需求导向定价策略要考虑很多因素，消费者的购买力和购买意愿，非价格竞争的实质，小户型住宅在消费者生活中的作用，竞争对手的价格、细分市场等。

一般小户型住宅的定价基于消费者对开发商的认知包括认知价值定价法和价值定价法。

认知价值定价法是房产开发商根据消费者对开发的楼盘的认知价值来制定价格的方法，如经过市场调查，分析人员发现顾客对开发商开发的商品房有

强烈的价值认知,即消费者认为该开放商开发的商品房有一流的质量,一流的服务,因此将价格定的高一些。

价值定价法的要求价格对消费者来说,代表着较低的价格,相同的质量,物美价廉。这两种方法在小户型住宅的定价上都可以综合考虑。

上述定价策略在小户型住宅商品房的发展中开发商会综合考虑,但是在成都市的房地产市场上,更多的采用渗透定价方法,即在项目进入市场的初期制定相对较低的价格,为了迅速建立巨大的市场份额实现规模经济来获得成本优势,这种定价的方式会带来较高的销售量,但销售获取的利润较低,随着小户型住宅的销售,开始将弹性定价策略和提高价格相结合,弹性定价策略就是将相同数量的相同产品向不同的消费者收取不同的价格,根据竞争情况和消费者意愿支付的价格调整价格,以使短期利润最大化并促进销售,这种方法一般要进行消费者的价值分析和竞争对手价格变动反应的记录分析,一般小户型住宅开发商在使用这种方法时,主要应根据房屋的朝向(南北向还是东西方向)、结构、布局、楼层和能否观看景致等多方面的因素制定不同的价格,同时随着销售时间的推移,价格有所变动,价格调整这种方法也利用了消费者买涨不买跌的心理。利用上述的方法可以提高销量,提高短期利润,以使短期利润最大化并促进了销售。

4.4 发展小户型住宅的营销策略选择

小户型住宅所在的房地产市场是房地产市场中的细分市场,根据细分市场是单一集中化还是市场覆盖的程度,采取不同的市场营销策略,即无差异市场营销、差异性市场营销和集中市场营销。无差异市场营销和差异性市场营销以整个市场为目标市场。小户型住宅可以选择差异性的市场营销策略,即通过对需求的不同特点,提供不同户型结构特点的住宅,通过广告媒介进行宣传,来适应各类购买者的差别需求。

具体的销售方式可以选择两种方式:一是由房地产开发企业直接组织销售部门进行销售,通过对相近物业的价格分析,对房屋面积、结构、朝向等因素

的分析确定销售价格，这种方式可以直接面对最终消费者，能具体了解市场的变动和不同的需求情况，便于总的管理，在销售费用上可以直接控制，一是委托销售代理公司全权代理房屋的销售，专业的房地产销售代理机构可以在广告、价格等多方面的因素全面考虑和综合管理营作，通过自己的销售渠道来销售住宅。

第5章 成都市 LHD 公司开发小户型住宅 的经济效果分析

5.1 成都市房地产企业开发小户型住宅的效益分析

进行小户型住宅的效益分析是因为成都市房地产企业开发小户型住宅也是一种项目的投资行为,是将资金投入到房地产开发、经营、管理和服务中,期望获得较高未来收益的经济行为。房地产开发项目的投资是现有资产的投入和支出,其投入资产的价值量均以现在值来表示或估算;投资有时间性,有收益也会有风险,投资行为的本质在于获取所期望的收益即项目的资本增值,包括时间收益和风险收益。

房地产投资获取收益的表现形式为现金流量收益、避税收入和销售收益,现金流量收益是拥有房地产的投资者因为经营房地产而获取的经营、租金收入中扣除各种支出后的余额,避税收入是因为提取房地产折旧而降低纳税基数而带来的收益,销售收益是房地产销售收入减去房地产开发经营成本后的差额,在三种收入中销售收益是最大的。

对小户型住宅的经济效益以考虑销售收益为主,对经济效益的分析在于分析全部投入的劳动耗费和产出的有用效果之间的关系,也就是投资项目的现金流量的分析,这是一种动态的财务分析方法,通常把投入和产出用货币表示,所有投入的货币支出(现金流出)和产出的货币收入(现金流入)的差,即为净现金流量,再就是净现值、内部收益率和投资回收期等项目财务指标的分析,在进行效益分析前,首先要清楚小户型住宅在开发中的资金投入和收益的构成。

5.1.1 房地产企业开发项目投入费用估算

房地产企业开发小户型住宅的项目总投入费用(即现金流出)包括:

1. 土地费用:土地的出让价款,即向政府交付的土地使用出让金和根据土地原有状况需要支付的拆迁补偿费、安置费、城市基础设施建设费和征地费。

土地征用和拆迁费，土地转让费，土地投资折价费；

2. 前期工程费，包括项目规划、设计、可行性研究费和三通一平费；

3. 基础设施建设费：是指建筑物 2 米以外和项目规划红线以内的各种管线和道路工程。费用包括供水、供电、道路、绿化、供气、排污、排洪、路灯、电讯、环卫等工程建设费用

4. 建安工程费：指建造房屋发生的建筑工程费用、设备采购和安装工程费

5. 公共配套设施建设费；

6. 开发间接费：如员工工资、办公费、周转房摊销、劳动保护费等

7. 管理费；

8. 财务费：企业为筹资发生的各种费用，如借款利息、融资代理费等

9. 销售费：房地产企业在销售房地产产品过程中发生的各项费用

10. 开发期间税费；

11. 不可预见费；

12. 其它费。

13. 经营资金

14. 项目总投资（包括开发产品成本、固定资产投资、经营资金）

其中要强调的是房地产项目资金来源和开发期间的税金，这两项在房地产的资金使用上影响较大。房地产项目资金来源的渠道有：资本金、银行贷款和预售收入。企业在资金筹措过程中向银行贷款均构成成本，一般由资本占用费、筹资费用、和机会成本构成。

对建设期借款利息进行估算时，还应该按照借款的条件不同分别计算，借款的条件包括：借款利率、借款期限和借款总额等；为了简化计算，假定借款当年使用，按照半年计息，其后按照全年计算，则每年的应计利息的计算公式为：

每年应计利息 = (年初借款本息累计 + 本年借款 / 2) * 利率

当企业归还银行的借款时，还款时利息的计算因为还款的方式不同而不同，

等额还本付息中，由于各年的本利和相等，但支付的本金数不等、利息数也不等，偿还的本金部分将逐年增多，支付的利息部分将逐年减少，等额还本付息的计算公式为：

$$A = \frac{Ic \cdot i \cdot (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

式中： A—每年的还本付息额 (5-1)

Ic—初始投资金借款本金之和

i—实际利率

n—贷款方要求的借款偿还时间

等额还本、利息照付是指偿还期内每年偿还的本金额是相等的，利息将随本金逐年偿还而减少，但是每年之间的本金和利息之和是不等的。

各年还本付息额计算公式：

$$At = Ic/n + Ic(1 - (t-1)/n)/i \quad (5-2)$$

式中： At—第 t 年还本付息额

每年支付的利息的计算公式为：

每年支付利息=年初借款累计*年利率

每年偿还的本金=Ic/n（等额）

房地产开发企业的纳税主要有：经营税金及附加、土地使用税、房产税、企业所得税和土地增值税。

5.1.2 房地产企业开发项目收入估算

房地产项目的主要收入（现金流入）包括房地产产品的销售收入、租金收入、土地转让收入、配套设施销售收入和自营收入几个部分。

其中：销售收入=房屋销售面积*房屋销售单价 (5-3)

租金收入=出租房屋建筑面积*房屋出租金单价

自营收入=营业额-商业营业成本-自营中的商业经营风险回报

同时房地产开发项目在销售和交易阶段要发生一些税费，这些费用不计

入投资与成本费用的构成，但是要在销售收入中扣减。需要扣减的税费包括：与房地产转让有关的税费：包含营业税（土地使用权转让以及销售建筑及其他土地附着物的营业税，营业税率为 5%）；城市建设维护费；教育费及附加；教育专项基金；防洪工程维护费；交易管理费；交易印花税费；土地增值税；企业所得税。

通过对项目现金流入和现金的分析，可以计算出净现金流，也就可以进行项目的财务赢利能力的分析

5.2 项目的财务赢利能力分析

房地产项目的财务赢利能力分析主要根据房地产项目的研究阶段和项目类型有选择的计算，对小户型住宅的分析主要选择下列评价指标：

1. 财务净现值（FNPV）：财务净现值是指按照项目投资者最低可接受的收益率或设定的基准收益率 i_c ，将房地产项目开发经营期内各期的净现金流量折现到开发期初的现值之和。其表达式为：

$$FNPV = \sum_{i=1}^n (CI - CO)_t (1+i)^{-t} \quad (5-4)$$

式中：

CI：第 t 年的现金流入量

CO：第 t 年的现金流出量

$(CI-CO)_t$ ：第 t 期的净现金流量

i ：设定的目标收益率

t ：开发项目的计算期 ($t=0, 1, 2, \dots, n$)

财务净现值大于或等于零的开发项目，在财务上是可以考虑接受的。

2. 财务的内部收益率（FIRR）：

小户型住宅开发项目的财务的内部收益率是在整个开发经营期内各期净现金流量现值累计等于零的折现率，其表达公式为：

$$\sum_{i=n}^n (CI - CO)_i (1 + FIRR)^{-i} = 0 \quad (5-5)$$

当财务的内部收益率（FIRR）大于基准收益率时，项目的盈利能力能满足最低要求，是可行的。

3. 投资回收期（Pt）

投资回收期是指以房地产项目的净收益抵偿总投资所需要的时间，一般以年表示，并从房地产开发期的起始年算起。

表达式为：

$$\sum_{i=1}^{Pt} (CI - CO)_i = 0 \quad (5-6)$$

其中 Pt 可以根据全部投资中累计净现金流量计算求得。

5.3 房地产项目的不确定性分析

房地产企业开发项目的效益分析是在确定情况下对项目所做的财务效益分析，是在预测的基础数据假定不变的情况下所做的分析，但是在实际中预测因素是可变和不确定的，因此有必要对项目的不确定因素分析，一般房地产项目的不确定因素包括：租售价格、土地费用、建安工程费、融资成本、投资收益等，对不确定分析包括临界点分析和敏感性分析两种

临界点的分析是对房地产的开发项目中的各变量（开发或销售、成本、销售利润等）进行综合分析的一种技术经济分析方法，而开发或销售量、成本、利润相互关系的分析可以通过数学模型来表示，这个模型除了业务量和利润外，都是常数，业务量和利润间建立了直接的函数关系，在业务量变动时估计其对利润的影响，在目标利润变动时，估计完成利润目标所需要的业务量水平，达到估计判断项目对市场需求变化的适应能力。

5.3.1 小户型住宅开发临界点分析方法及其数学模型

小户型住宅的开发经营成本与其它商品房的经营成本一样，按成本额与业务量的关系可以分为固定成本和变动成本两类，固定成本是在一定范围内不随业务量的变化而变化的相对稳定的成本，如土地使用费、固定资产折旧费等均

属固定成本费，变动成本是指那些随着业务数量的变化而变化的成本，如建安工程费、公共配套设施建设费、专家咨询费等属于变动成本费。当把成本分为固定成本和变动成本后，再将收入和利润加进来，开发量或销售量、成本和利润就可以统一为一个数学模型。开发量或销售量、成本和利润三者之间存在下面的关系：

$$\text{利润} = \text{销售收入} - \text{销售税金} - \text{总成本} \quad (5-7)$$

由于： 销售收入 = 单位售价 * 销量

$$\text{销售税金} = \text{销售收入} * \text{税率} = \text{单位销售价} * \text{销量} * \text{销售税率}$$

$$\text{总成本} = \text{变动成本} + \text{固定成本} = \text{单位变动成本} * \text{产量} + \text{固定成本}$$

假设产量和销量相同，则：

$$\begin{aligned} \text{利润} &= \text{单位售价} * \text{销量} - \text{单位售价} * \text{销量} * \text{销售税率} - \text{单位变动成本} * \text{销量} - \text{固定成本} \\ &= \text{单位售价} * \text{销量} * (1 - \text{销售税率}) - \text{单位变动成本} * \text{销量} - \text{固定成本} \end{aligned}$$

设：Z-利润；

P-单位售价；

Q-产（销）量；

r-销售税率；

Cv-单位变动成本

Cf-固定成本

则临界点分析的数学模型的公式可表示为：

$$Z = PQ(1-r) - CvQ - Cf \quad (5-8)$$

通常将单价、单位变动成本、固定成本、销售税率看作稳定的常量，销量和利润为两个自由变量，给定销量时，可直接计算出预期利润，给定目标利润时，可直接计算出应该达到的销量。临界点的分析可分为线形分析和非线形分析两种，线形分析和非线形分析均有一定的应用条件。临界点的线形分析方法基于下面的应用条件：房地产产品的总销售收入和生产总成本是房地产开发面积（或产品产量）的线形函数；房地产产品的生产量和销售量相等，即开发的

房地产能全部销售出去；房地产产品的固定成本和单位销售价格在产品销售期间保持不变；计算使用的数据是正常生产年度的数据

线形分析的基本计算公式：

$$\text{确定销量的计算公式: } Q = (Z + C_f) / (P(1-r) - C_v) \quad (5-9)$$

$$\text{确定单价的计算公式: } P = (Z + C_v * Q + C_f) / Q * (1-r) \quad (5-10)$$

$$\text{确定销售收入的计算公式: } S = QP = (Z + C_f) * P / (P(1-r) - C_v) \quad (5-11)$$

$$\text{确定单位变动成本的计算公式: } C_v = (PQ(1-r) - C_v - Z) / Q \quad (5-12)$$

$$\text{确定固定成本的计算公式: } C_f = PQ(1-r) - C_v Q - Z \quad (5-13)$$

确定税后利润时，考虑企业应该缴纳的所得税，应该计算扣除所得税后再计算预期利润，所得税是根据利润总额和所得税税率计算的，既不是固定成本，也不是变动成本。

将：

税后利润=利润总额（1-所得税税率）代入数学模型公式 5-8 中：

$$\text{则 税后利润 } Z_1 = (PQ(1-r) - C_v Q - C_f) (1-r_1)$$

r_1 ：所得税税率

临界点是企业所处的不亏损也不赢利的状态，在这一点上，开发商的利润为零，开发项目盈亏平衡，也可以根据上述数学公式确定在临界点的各项数值。

小户型住宅商品房的的开发商可以利用上述数学模型来确定和分析项目的可行性。

5.4 成都市 HLD 房地产开发企业简介

成都市 HLD 房地产开发有限公司成立于 1991 年，开发项目 30 余个，近 200 万平方米的房屋开发，曾获“省房地产开发最大规模 10 强”等多项荣誉称号。2005 年开发了知名楼盘—ROME 国际和金沙国际，并储备了大量土地，预计 2006 年将启动华西国际、金沙蜜地、武侯国际花园等 6 个项目。总开发面积将达到 70 万平方米。

成都市 HLD 房地产企业在开发项目上，根据地段、交通、配套设施等综

合因素的考虑, 2005 年开发的 ROME 国际定位为小户型商务公寓, 由于该项目满足了居住和投资的需求, 在国家的宏观调控环境中也较快的销售完, 因此在 2006 年开发的金沙蜜地楼盘将同样定位为小户型公寓。

5.5 成都市 HLD 房地产企业开发小户型住宅项目分析

5.5.1 成都市房 HLD 地产企业开发的小户型住宅项目概述和分析

1. 项目地理位置和现状

ROME 国际项目地处成都市人民中路, 该路段正在进行改造, 人民中路改造后将实行双向通车, 建设下穿隧道, 进行科学的分流车流, 地铁一号线出口也将建设在骡马市附近。另外, 根据成都市最新城市核心改造规划, 在规划确定 5.5 平方公里的范围内, ROME 国际正是位于该区域的 0.78 平方公里核心之中的核心繁华的骡马市商业圈, 即位居成都市的 CBD (Central Bussiness District) 商业区, 属于市中心的商业地带, 交通便利, 有多路公共汽车可以到达, 这就意味着, 骡马市这个成都传统商务圈的含金量, 将会得到一次全面的提升。

该项目所在的区域水、电、气、通讯和交通等公共设施配套都比较完善, 其所处的商业圈有多家大型的商业卖场汇聚, 有太平洋百货商场, 家乐福大卖场, 成百集团的永乐卖场, 能够轻松满足购物需求, 左临成都市第三人民医院, 商业区域已经成熟。

2. 项目建设规模和建设内容:

ROME 国际项目总规划面积 54276.94 平方米, 净用地为 6337.39 平方米, 其中建筑基础面积 3351.80 平方米, 占规划用地面积比例 51.27%, “总绿化地面积达到 1370 平方米, 占规划净用地面积比例 21%。

项目的建筑设计由基准方中设计事务所设计, 该项目的建筑高度为 20 层, 5 层为空中花园广场。物业管理公司为该集团下属的 LHD 物业管理公司。小户型公寓面积从 37.74 平方米到 67.39 平方米。该小户型住宅项目在空间的利用上设计合理, 布局巧妙, 同时空间上规划了空中花园广场, 提高了绿化率, 在定

位上能充分满足城市居家和办公要求。项目具体的开发方案见表 5-1

表 5-1 ROME 项目开发方案表

名称	单层面积	用途	备注
地下第一层	1832.07 平方米	地下商场	
地下第二层	1832.07 平方米	地下停车库	机动车位 280 辆不出售
第一层至第四层	18000 余平方米	精装小户型商务公寓	商务公寓出售
第五层	3500 余平方米	空中花园广场	
第六至第二十层	29112.10 平方米	精装小户型商务公寓	商务公寓出售

3. 市场环境分析

根据地理位置和所在的区域，该项目确定为高层建筑，以开发小户型商务住宅为主，在项目附近有一商业写字楼，钱江铂金时代写字楼，其项目的定价在每平方米 5400 元以上，在项目的北面也有一个由烂尾楼盘改成的小户型商业公寓，即时代凯悦小户型公寓，其定价与 ROME 国际项目定价相近，但是因为在原来的基础上改建后定位为小户型商务公寓开发，因此在户型和整体的设计上考虑上将略逊色于 ROME 国际项目。

由于在此地段的房地产开发企业均将经营策略大多定位为小户型的商务公寓，虽然可以预见在未来的发展中将会汇聚大量的商业性公司，但是因此竞争比较激烈，对房地产开发企业和投资者来讲，投资的收益会由于竞争的激烈将受到影响，项目的定价也将在对市场的分析中考虑这样的竞争因素，该项目定价为每平方米 4600 的起价，均价底于附近的小户型销售价，由于该项目进行销售的时间，也是国家开始进行宏观调控的时间，在 2005 年的 6 月 1 日后，由于国家宏观调控的具体方法没有出台，大多数消费者开始观望，因此会对小户型住宅的销售产生一定的影响。。

虽然国家宏观调控政策的影响，但是由于该项目的地段、交通和配套设施的诸多因素，还是成为消费者和投资者关注的焦点，在短短的时间内，小户型

商务公寓很快销售完。该项目于 2004 年 10 月左右开始建设，计划建设周期为 30 个月，在第一年开发期主要为办理上市销售的预售许可证等相关手续，在 2005 年的 2 月开始对外销售，预期销售期限为 24 个月

5.5.2 项目的经济分析

1. 成本分析：

土地出让金共计 8600 万元，其中含两亩的待征地，实际可利用的土地的出让金还要要高一些。前期工程费：工程前期需要办理各种手续、许可证，如报建费、办理占道费等，其中报建费约每建筑平方米 10 元，在项目立项后，还要进行招投标、可行性分析研究等，

公建配套费：由于该项目在定位上，群楼设计为商场，在中央空调、电梯、消防等项目上也有资金的投入。

不可预见费一般是按照工程费用的 5% 计算。

贷款额和利息：贷款额为 15000 万元，年利率为 6%，贷款期限计划为两年，利息为 1800 万元。具体的项目成本数据分析见项目投资成本估算表，详见表 5-2。

本项目共需要资金 22187.23 万元，其中自有资金 6000 万元，从银行贷款 15000 万元，不足资金可以由预售收入解决，缺口不大，在项目开始销售后，不仅可以收回投资还可以赢利，

2. 销售收入：

销售收入主要是小户型商务公寓出售后的收入，在项目的方案中第一层到第四层、第六层到第二十层的小户型商务公寓，按照小户型住宅销售的平均价格每平方米 5000 元计算，同时在预期的销售期销售完，项目的销售收入估算见表 5-3。根据成本和收入的数值可以知道，小户型商务公寓的开发经营策略一个可行的战略选择。

表 5-2 项目投资成本估算表

项目名称	金额 (万元)	均 价	说明
1.土地成本	8600		
1.1 土地出让金	8600		1584.47/建筑平方米
2.建安工程费	3800.65		
3.前期工程费	553.43		
3.1 筹建开办费	228.04		2*6%
3.2 规划勘探费	190.03		2*5%
3.3 其它	135		
4.基础设施配套费	2357.71		
4.1 供电工程	1173.64		
4.2 自来水	280.58		
4.3 煤气工程	289.21		
4.5 电信工程	123.28		
绿化工程	146		
其它	345		
5.公共建设配套费	870.39		
其中精装费	540		300/建筑平方米
6.不可预见费	809.10		(1+2+3+4+5) *5%
7.开发成本	16991.28		1+2++4+5+6
8 开发费用	5195.95		
8.1 管理费	1102.20		7.*3%
8.2 销售费	2293.75		
8.3 贷款利息	1800		
合计	22187.23		7.+8.

表 5-3 销售收入估算表

项目	回收期	合 计	备 注
小户型公寓		14264.929 万元	按照均价为每建筑平方米 5000 元计算
第一层至第四层		9000 .00 万元	按照每建筑平方米 5000 元计算
地下第一层商场		1465.664 万元	按照每建筑平方米 8000 元计算
停车位			280 个停车位不出售
销售收入合计		24730.594 万元	

5.5.3 项目的财务分析

1. 财务的内部收益率

财务的内部收益率是项目在整个计算期内各年净现金流量的现值累计之和等于零时的折现率，反映了项目资金使用的盈利水平的动态财务指标。其依据项目的现金流量表。ROME 国际项目的现金流量表见表 5-4。现金流量表按照季度来计算，从现金流量表的数据可以看出累计净现金值在 2206 年的第二季度开始为正值。

表 5-4 ROME 国际项目现金流量表

单位：万元

时间	现金流出	现金流入	当季 净现金流量	累计 净现金流量
2004 年前	-8600.00	0.0	-8600.00	-8600.00
2005 年一季度	-2043.3	0.0	-10643.30	-10643.30
2005 年二季度	-1843.3	+4078.3	+2235.00	-8408.3
2005 年三季度	-1735.5	+3420.6	+1685.1	-6723.3
2005 年四季度	-1735.5	+6416.8	+4681.3	-2041.9
2006 年一季度	-1735.5	+3680.7	+1945.2	-96.7
2006 年二季度	-1498.04	2378.06	+880.02	+783.32
2006 年三季度	-1498.04	2378.06	+880.02	+1663.34
2006 年四季度	-1498.04	2378.06	+880.02	+2543.36
2007 年一季度	-22187.23	+24730.594	+2543.36	+2543.36

2. 项目的投资回收期

投资回收期是指以房地产项目的净收益抵偿总投资所需要的时间，从房地产开发期的起始年算起，该小户型住宅的投资回收期约为 22 个月左右，也就是在项目的经营建设期，项目的投入资金就能在短时间内收回。

5.6 JS 国际花园概括

1. 项目介绍:

该房地产开发企业在开发 ROME 国际项目的同时,在羊西线蜀汉路南开发了以普通住宅为主的 JS 国际花园,户型面积在 92 平方米至 192 平方米,开发建筑面积 8000 平方米。

2. 地理位置和环境

JS 国际花园融合了川西民居特色的五层花园洋房。周边环境优美,积聚众多高档住宅区,距离西沿线餐饮娱乐区仅几百米可随时享受城市生活。这里紧邻国家森林公园,拥有新鲜空气,南邻体育公园,运动就在家门口。步行十分钟即可到达金沙遗址公园。

JS 国际花园项目紧邻羊西线,青羊大道,出城或进入市中心均十分快捷,周边配套比较完善,社区成熟,教育、医疗、购物均十分方便。该项目的周围有阳光金沙楼盘,定价和该项目价位相近。

JS 国际花园项目的大户型住宅的销售平均价格定位在每平方米 3600 元,由于和 ROME 国际项目是同一个开发企业开发,在同样的政策环境、金融环境和市场环境中,房地产开发企业分别根据地段将项目设计为不同的户型,面向不同的消费群,因此具有比较的意义。

3. JS 国际花园项目的财务分析

JS 国际花园项目的财务分析同样依赖于项目的现金流量表,详见表 5-5。从现金流量表可以看出累计净现金流量为正时即投入资金回收的时间比较长,从而投资回收期较长。

5.7 小户型住宅和普通住宅商品房的比较分析

小户型住宅和普通住宅商品房的比较通过小户型住宅开发和普通住宅商品房的基本经济数据对比,从两个项目的现金流量对比,可以看出小户型住宅明显比大户型住宅的资金投入回收期快,从财务的角度来看小户型住宅项目更好。两个项目的基础比较数据见表 5-6。

表 5-5 JS 国际花园现金流量表

单位：万元

时 间	现金流出	现金流入	当季 净现金流量	累计 净现金流量
2004 年二季度	-6378.26	0.0	-6378.26	-6378.26
2004 年三季度	-2854.54	0.0	-9232.8	-9232.8
2004 年四季度	-1972.8	+1685.9	-286.9	-9519.7
2005 年一季度	-2043.86	+5794.3	+3750.44	-5769.26
2005 年二季度	-2276.85	+4764.38	+2487.53	-3281.73
2005 年三季度	-2387.92	+3244.62	+856.7	-2425.03
2005 年四季度	-2241.5	+3870.62	+1629.12	-795.91
2006 年一季度	-2241.5	+3493.62	+1252.12	456.21
2006 年二季度	-2241.5	+3493.62	+1252.12	+1708.02
2006 年三季度	-24638.74	+26346.76	+1708.02	+1708.02

表 5-6 LHD 公司开发项目对比分析

序号	评价指标	单位	大户性住宅	小户型住宅	评价结果
1	开发的建筑面积	平方米	8000	6337.39	
2	销售期限	月	30 个月	24 个月	
3	投资费用	万元	24638.74	22187.23	
4	经营收入	万元	26346.76	24764.349	
5	销售费用	万元	3457.62	2293.75	
10	投资回收期	月	24 个月	22 个月	

结 论

从根本上讲，房地产企业开发小户型住宅的经营战略要对房地产项目所涉及的市场环境做出调查分析和研究，结合小户型住宅的居住和投资的特点，再进一步针对开发的项目进行系统的盈利分析，在此基础上才可以能够预测项目的经营战略与现实相符合。从这一目的出发，本文的分析研究得到以下的结论：

1. 通过对房地产市场的经营环境和市场的机会分析可以看出，房地产行业在未来的发展中竞争将更为激烈，但总体是保持发展的良好态势，小户型住宅的经营开发战略在成都市的房地产市场上是可行和必要的，未来也有较好的发展机遇
2. 成都市房地产企业的经营策划可以通过潜在的投资机会和开发项目进行市场调查和市场预测，对项目的开发投入和销售收入作出分析。
3. 通过对成都市 LHD 房地产开发企业开发的具有代表性的小户型住宅商务公寓的分析，地段、位置、交通和周边环境的分析，项目投资和收入的分析，现金流量的分析，和大户型住宅的比较分析，可以明确房地产开发企业对小户型住宅商品房的经营战略是一种好的战略选择，小户型住宅的经营战略是和现实相符合的，具有良好的经济和社会效益。

致 谢

首先，衷心感谢西南交通大学经济管理学院各位领导和老师，是他们多年来以无私的奉献精神和一流的教学、科研水平向我们耐心细致地教授了工商管理各个方面的知识和实践技巧，使我获益匪浅。近三年来的研究生学习，对我的管理思想、经济思想以及人生观、价值观都有着重大而深远的影响，所学的一切将使我终身受益。

在此，尤其要感谢我的导师杨季美老师，她以丰富的学识和实践经验对我本次论文做了精心指导，并在写作过程中不断的给予鼓励、支持和帮助，精心指导我做了大量实践调查和分析论证工作，并提供了丰富翔实的参考资料。

最后，还要感谢单位同事及家人，在工作、生活上给与了极大帮助和照顾，是他们坚强的后盾，使我顺利地完成了攻读硕士阶段的学习和毕业论文写作。

参 考 文 献

1. 建设部. 房地产开发项目经济评价方法
2. 刘秋雁. 房地产投资分析. 东北财经大学出版社. 2003
3. 丁芸 谭善勇. 房地产投资分析与决策. 中国建筑工业出版社. 2005
4. 刘洪玉. 房地产开发经营与管理. 中国物价出版社. 2003
5. 郑华. 房地产市场分析方法. 电子工业出版社. 2003
6. 俞明轩 丰雷. 房地产投资分析. 中国人民大学出版社 2002
7. 邢亚平. 房地产开发经营管理. 经济科学出版社. 2002
8. 贾世平. 房地产项目全程策划. 广东经济出版社. 2002
9. 叶剑平. 房地产市场营销. 中国人民大学出版社 2000
10. 刘正山. 房地产投资分析. 东北财经大学出版社. 2000
11. 吕萍. 房地产开发与经营. 中国人民大学出版社 2000
12. 龙胜平. 房地产金融与投资. 高等教育出版社. 1999
13. 潘蜀健. 房地产项目投资. 中国建筑工业出版社 1999
14. 王全民. 房地产经济学 东北财经大学出版社 2002
15. 张建坤 黄安永 房地产市场学 东南大学出版社 1994
16. 许乐群 房地产投资项目分析 中国建筑出版社 1997
17. 杜海鹏 房地产投资风险和防范 经济科学出版社 1998
18. 沈振闻 房地产投资理论和实务 中国物价出版社 1998
19. 潘蜀健 彭雅雅 房地产投资分析 高等教育出版社 1997
20. 宋国防 贾湖 工程经济学天津大学出版社 2000
21. 谢经荣 殷红 王玉玫 房地产金融 中国人民大学出版社 2002
22. [美] 亚历克斯. 米勒. 战略管理. 经济管理出版社. 2004
23. [美] 保罗. 萨缪尔森 威廉 诺德豪斯. 经济学 华夏出版社. 1999
24. 威廉姆. B 布鲁格曼. 杰夫瑞. D. 费雪 房地产金融与投资 东北财金大学出

版社 2000

25. [美] 盖伦 E 格里尔. 迈克尔. 法雷尔: 房地产投资决策分析 上海人民出版社 1997
 26. [美] JAMES F. STONER EDWAD FREEMAN DANIEL A GILBERT UR.
MANAGEMENT 华夏出版社. 2001
 27. [美] 彼得. 钦洛伊 房地产投资盈利技巧 中国经济出版社 1992
 28. [英] P. 邦尔尼 D. 卡德曼 房地产开发中的风险、不确定性和决策 科学出版社 1991
 29. [美] 罗纳德. S. 史密福特 顾客关系管理 中国经济出版社 2002
 30. 迈克尔. 波特 竞争优势 陈小悦 华夏出版社
 31. [美] CHARLESH WURZEBACH ;MIKE E MILES; SUSANNE ETHRIDGE
CANNON. MODERN REAL ESTATE. JOHN WELEY&SONS. INC
 32. Gilbere, F. W. Young. J. A, o. Neal, C. R. Buyer-seller Ralationships in
JiT Purchasing Environment Journal of Business Research. 范
VoL:29. Iss. 2, 1994
 33. Adelman, leoradrd. Evaluating Decision Support and Expert Systems.
New york wiley
 34. Simon Majaro Marketing. 中国人民大学出版社 1997
 35. Bacon, terry R Selling to Major Auounts tools .Techniques and
practical Solution for sales Managers AMACOM, January
 36. Wutrzech, Charles H: looking at Non-U. S. Real Estate Review; New York
1991
 37. Lamaute, Denise; Investing in Commerical Real Estate Black
Enterprise Jun 1986
 38. Fraaskamp, A: Identification and Delineation of Real Estate Market
Research Rea Estate Issues; Spring/Summer 1985
-

-
39. Boykin James H; Why Real Estate Projects Fail Real Estate Review;Spring 1985
40. Case Bradford;Quigley JohnM: The Dynamics of Real Estate Prices
The Review of Economics and Statistics; Cambridge Feb 1991
-