

《房地产开发与经营》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年03月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787562942924

编辑推荐

近年来，我国的房地产行业飞速发展，已成为国民经济的支柱产业。房地产行业实践性强，在发展过程中，房地产领域的热点、重点问题频出，基于开发实践的房地产相关理论也逐步深化。

然而，当前的许多房地产教材都不能很好地适应这种变化，也难以满足高校应用型人才培养的需求。本书按“理论够用、重在实用、突出应用”的原则编写，既克服了部分教材内容过于宽泛、针对性不强的缺点，也避免了有些教材理论性过强、专业知识过于深奥的不足。本书以房地产开发的一般程序为内在逻辑，深入浅出地介绍了房地产开发的有关理论和实践，层次分明、重点突出，特别强调了知识的实用性，并通过紧密结合房地产发展的现状和实例，提高对学生的实践指导性。此外，还通过适当探讨房地产领域的一些热点、重点问题，以培养学生的创新性。

本书第2版系根据第1版出版以来我国房地产市场的发展状况，对第1版内容进行大幅度修订而成的。同时，在编写方式上，第2版每章开头都列出了本章课前预习要点，在每章*后一节则设置了本章课外学习建议，包括课外阅读材料、本章课外理论研究及实践调研选题，有利于促进学生自主学习并为学生的自主学习提供方向与指导。此外，每章*后还设计有课堂讨论，有利于推动教师开展启发式、探究式教学，积极培养具有创新精神的应用型人才。

本书配套有多媒体教学课件。

内容简介

《房地产开发与经营（第2版）/高等学校土建类专业应用型本科“十二五”规划教材》较系统地介绍了房地产开发与经营全过程的理论与实践，主要包括导论（房地产开发基础知识）、房地产开发项目策划、房地产开发项目可行性研究、房地产开发用地取得、房地产开发项目融资、房地产开发项目管理、房地产开发项目产品租售经营、房地产物业服务共8个部分。

《房地产开发与经营（第2版）/高等学校土建类专业应用型本科“十二五”规划教材》可作为高等院校工程管理、工程造价、土木工程、建筑学、城市规划等土建类专业的相关课程教材，同时亦可供广大房地产从业人员以及有关人员自学参考。

目录

1 导论

1.1 房地产与房地产开发

1.1.1 房地产

1.1.2 房地产开发

1.2 房地产开发企业

1.2.1 房地产开发企业的设立

1.2.2 房地产开发企业的资质管理

1.2.3 房地产开发企业的分类

1.2.4 房地产开发企业的组织机构设置和人才结构

1.3 房地产开发程序

1.3.1 传统工程项目建设程序

1.3.2 普通房地产项目开发流程

1.4 房地产业

1.4.1 房地产业的含义

1.4.2 房地产业在国民经济中的地位

1.4.3 房地产业与国民经济关系的一般规律

1.4.4 我国房地产业的发展现状及发展前景

1.5 房地产开发经营税收

1.5.1 我国现行房地产税收制度

1.5.2 我国现行房地产税收种类

1.6 本章课外学习建议

1.6.1 课外阅读材料

1.6.2 本章课外理论研究选题

1.6.3 本章课外实践调研选题

2 房地产开发项目策划

2.1 房地产开发项目策划概述

2.1.1 房地产开发项目策划的内涵

2.1.2 房地产开发项目策划的主要内容及分类

2.1.3 房地产开发项目策划的工作流程

2.2 房地产开发项目市场调研与目标市场的选择

2.2.1 房地产开发项目市场调研与分析的含义及作用

2.2.2 房地产开发项目市场调研与分析的主要内容

2.2.3 房地产开发项目市场调查的主要途径和方法

2.2.4 房地产开发项目市场调查的主要程序

2.2.5 房地产开发项目市场调查分析报告

2.2.6 房地产开发项目市场细分

2.2.7 房地产开发项目目标市场的选择

2.3 房地产开发项目区位分析与选择

2.3.1 区位的含义及区位效益的实质

2.3.2 影响房地产开发项目区位的因素

2.3.3 房地产开发项目区位选择的原则

2.3.4 不同类型房地产项目对区位选择的要求

2.4 房地产开发项目时机分析与选择

2.4.1 房地产投资时机

2.4.2 房地产周期

2.5 房地产开发项目定位

2.5.1 房地产开发项目定位概述

2.5.2 房地产开发项目产品定位

2.5.3 房地产开发项目客户定位

2.5.4 房地产开发项目形象定位

2.5.5 房地产开发项目品牌定位

2.6 本章课外学习建议

2.6.1 课外阅读材料

2.6.2 本章课外理论研究选题

2.6.3 本章课外实践调研选题

3 房地产开发项目可行性研究

3.1 概述

3.1.1 可行性研究的作用

3.1.2 可行性研究的内容

3.1.3 可行性研究的阶段

3.1.4 可行性研究的步骤

3.2 房地产开发项目费用测算

3.2.1 房地产开发项目费用的构成

3.2.2

房地产开发项目费用的测算方法3.3 房地产开发项目经济评价3.3.1 财务评价3.3.2
国民经济评价3.4 房地产开发投资风险与不确定性分析3.4.1
房地产开发投资主要的风险因素.....4 房地产开发用地取得5 房地产开发项目融资6
房地产开发项目管理7 房地产开发项目产品租售经营8 房地产物业服务附录
[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

2.2.2.4项目所在区域环境状况调研与分析

区域环境调研与分析是对项目所在区域的城市规划、景观、交通、人口构成、商业圈、公建配套与生活服务设施等区位条件进行分析，对项目地块所具有的区位价值进行判断。具体包括：

(1) 结合项目所在城市的总体规划，分析项目的区域定位、功能定位、开发现状及未来定位。

(2) 进行区域的交通条件研究。

(3) 对影响区域发展的其他因素和条件进行研究，如历史因素、文化因素、发展水平等。

(4) 对区域内房地产的总体价格水平与供求关系进行分析。

(5) 对竞争对手进行调研与分析，包括竞争对手的经营管理水平、资源状况、市场竞争地位、产品地理位置、种类、开发规模、产品品质、成本、价格、营销水平、销售状况、物业服务水平、创新能力与发展新产品的动向等。

2.2.2.5项目基本情况调研与分析

项目的基本情况即项目所处的微观环境。项目的微观环境调研又称为项目开发条件分析，其目的是分析项目自身的开发条件及发展状况，对项目自身价值提升的可能性与途径进行分析，同时为以后的市场定位做准备。具体包括：

(1) 对项目的用地现状及开发条件进行分析

宗地基本状况资料包括宗地界址、面积、土地附着物分布、权属、地形、地貌、水文地质条件、项目历史与现状资料、项目合作开发条件、土地获得成本、用地规划条件、与项目有关的投资及开发经营税费政策等。

(2) 对项目所在地的周边环境进行分析

项目所在地的周边环境主要指地块周围的物质和非物质的生活配套情况，包括水、电、气、通信等市政配套，公园、学校、医院、邮局、银行、超市、体育场馆、集贸市场等生活配套情况，以及空气、卫生、景观等生态环境，还包括由人口数量和素质所折射出来的人文环境等。

通过对以上数据和信息的收集，对当前整体市场状况进行描述，对未来行业趋势进行定性预测，对具体项目进行分析

评估，协助制定开发决策。2.2.2.4项目所在区域环境状况调研与分析 区域环境调研与分析是对项目所在区域的城市规划、景观、交通、人口构成、商业圈、公建配套与生活服务设施等区位条件进行分析，对项目地块所具有的区位价值进行判断。具体包括：(1

) 结合项目所在城市的总体规划，分析项目的区域定位、功能定位、开发现状及未来定位。(2) 进行区域的交通条件研究。(3) 对影响区域发展的其他因素和条件进行研究，如历史因素、文化因素、发展水平等。

(4) 对区域内房地产的总体价格水平与供求关系进行分析。(5) 对竞争对手进行调研与分析，包括竞争对手的经营管理水平、资源状况、市场竞争地位、产品地理位置、种类、开发规模、产品品质、成本、价格、营销水平、销售状况、物业服务水平、创新能力与发展新产品的动向等。

2.2.2.5项目基本情况调研与分析 项目的基本情况即项目所处的微观环境。项目的微观环境调研又称为项目开发条件分析，其目的是分析项目自身的开发条件及发展状况，对项目自身价值提升的可能性与途径进行分析，同时为以后的市场定位做准备。具体包括：(1) 对项目的用地现状及开发条件进行分析 宗地基本状况资料包括宗地界址、面积、土地附着物分布、权属、地形、地貌、水文地质条件、项目历史与现状资料、项目合作开发条件、土地获得成本、用地规划条件、与项目有关的投资及开发经营税费政策等。(2) 对项目所在地的周边环境进行分析 项目所在地的周边环境主要指地块周围的物质和非物质的生活配套情况，包括水、电、气、通信等市政配套，公园、学校、医院、邮局、银行、超市、体育场馆、集贸市场等生活配套情况，以及空气、卫生、景观等生态环境，还包括由人口数量和素质所折射出来的人文环境等。通过对以上数据和信息的收集，对当前整体市场状况进行描述，对未来行业趋势进行定性预测，对具体项目进行分析评估，协助制定开发决策。

2.2.3房地产开发项目市场调查的主要途径和方法 房地产开发项目市场调查需要了解大量可靠、真实和全面的资料，而资料的来源主要是收集二手资料和一手资料。二手资料是为了其他目的而收集的资料或其他项目已经收集到的资料，而一手资料则是为当前的项目或特定的目的而收集的原始信息。房地产市场调查人员开始时总是要收集二手资料，如所在城市以及项目微观区域市场的社会经济、城市规划、土地出让、房地产平均销售价格、消费能力、购房者需求等方面的资料，从而来判断所关心的问题是否部分或全部解决了。二手资料是房地产市场调查的起点，其优点是成本低，可立即使用；但由于其时间跨度往往较长以及针对性不强等原因，使得所收集的二手资料往往信息不够准确、不可靠、不完整或已经过时，甚至还会存在一些错误。这时，市场调查人员就需要花费时间和精力去收集准确性更高、更具有针对性的一手资料。

[显示全部信息](#)

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)