

第 1 章

市场与房地产市场

学习目标

1. 了解市场的概念；
2. 了解房地产及房地产市场的概念；
3. 掌握房地产的特征及房地产市场的特征。

技能要求

1. 能够举例说明房地产的各种特征；
2. 收集有关房地产市场的信息。

1.1 市场

1.1.1 市场的概念

市场是商品经济特有的经济范畴，是一种以商品交换为内容的经济联系形式。市场的基本经济内容是商品供求和商品买卖。市场的形成必须具备下列基本条件：存在可供交换的商品（包括有形的货物和无形的服务）；存在着提供商品的卖方和具有购买欲望与购买能力的买方；具备买卖双方都能接受的交易价格、行为规范及其他条件（如场所、信息、储运、保管、信用、保险、资金渠道、服务等）。只有具备这些条件，才能实现商品的让渡，形成有意义的现实的市场。而这样一些形成市场的现实条件，就成为企业市场营销活动的最基本的制约因素。

市场就其空间形式和经济关系等方面而言，可以从经济学和营销学两个角度对市场进行分析。

1.1.1.1 从经济学的角度分析

1. 市场是商品交换的场所 亦即买主和卖主发生作用的地点或地区，这是从空间形式来考察市场，市场就是一个地理的概念，如沈阳市场、国内市场、国际市场等。我国古代《易经》中指出：“日中为市，致天下之民，聚天下之物，交易而退，各得其所。”
2. 市场是指某种或某类商品需求的总和 商品需求是通过买主体现出来的，因而也可以说，市场是某一产品所有现实买主和潜在买主所组成的群体。当人们说“北京的房地产市场很大”时，显然不是指房地产交易场所，而是指北京对房地产的市场需求量很大，现实的、潜在的买主很多。
3. 市场是买主、卖主力量的集合，是商品供求双方的力量相互作用的总和 这一含义是从商品供求关系的角度提出来的，反映的是“作为供求机制”的市场。“买方市场”、“卖方市场”这些名词反映了供求力量的相对强度，反映了交易力量的不同状况。在买方市场条件下，商品的供给量大大超过商品的需求量，整个市场对买方有利，价格下降，服务质量要求高，顾客支配着销售关系；而在卖方市场条件下，商品需求量大于供给量，市场商品匮乏，品种不全，价格看涨，改善服务态度缺乏动力，由卖方支配着市场销售关系，整个市场对卖方有利。
4. 市场是指商品流通领域，它所反映的是商品流通全局，是交换关系的总和 这是一个“社会整体市场”，也是通常所说的“广义市场”。按照这一含义的理解，首先，市场是商品使用价值和价值及其外化形式—商品和货币的关系；其次，它反映商品所有者（卖方）和货币所有者（买方）之间的关系；最后，现代商品经济的重要特征就是客观经济职能的形成，这一职能应由政府来行使，这就形成了企业、消费者和政府三要素的市场主体结构，市场所反映的经济关系就表现为三类主体的相互关系。这些关系及其性质支配着经济运行过程。

1.1.1.2 从营销学的角度分析

市场的上述四种含义对企业的市场营销活动均具有重要意义。任何企业对其产品的市场需求、销往的地区和场所、市场的供求状况以及与企业产品有关的当事人都必须考虑，必须兼

顾各方的经济利益,协调彼此间的各种关系。但作为营销市场,却具有特定的含义,即从营销的角度看待市场,市场是指具有购买欲望和购买能力的消费者。它包含三个主要因素,即有某种需要的人、有满足这种需要的购买能力和购买欲望,用公式来表示就是:

市场 = 人口 + 购买力 + 购买欲望

1. 人口 人口是构成市场最基本的条件,也是首要条件。凡是有人居住的地方,就有各种各样的物质和精神方面的需求,从而才可能有市场,没有人就不存在市场。

2. 购买力 购买力是消费者支付货币、购买商品或劳务的能力。消费者购买力是由消费者的收入决定的。有支付能力的需求才是有意义的市场。所以,购买力是构成营销市场的又一个重要因素,是实现购买的物质基础。

3. 购买欲望 购买欲望是指消费者购买商品的动机、愿望或要求,是消费者把潜在购买力变成现实购买力的重要条件,因而也是构成市场的基本因素。人口再多,购买力水平再高,如果对某种商品没有需求的动机,没有购买商品的欲望,也形成不了购买行为,这个商品市场实际上也就不存在。从这个意义上讲,购买欲望是决定市场容量最权威的因素。

总之,市场容量的大小,完全受上述三个因素的制约,只有当这三个因素一个不少地有机结合时,才能使观念上的市场变为现实市场,才能决定市场的规模和容量。例如,一个国家或地区人口众多,但收入很低,购买能力有限,则不能构成容量很大的市场。又如,购买力虽然很大,但人口很少,也不能成为很大的市场。只有人口既多,购买力又高,才能成为一个有潜力的大市场,但是,如果产品不适合需要,不能引起人们的购买欲望,对销售者来说,仍然不能成为现实的市场,所以,市场是上述三个因素的统一,三者既相互联系,又相互制约,缺一不可。

1.1.2 市场的类型

根据不同的分类方法,可以将市场分为不同的类型,并根据不同类型市场消费者的需求特点,制定不同的营销策略。

1.1.2.1 根据市场范围划分

根据市场范围,可以把市场划分为区域市场、国内市场和国际市场。商品在地区范围内流通形成区域市场,区域市场一般是在经济区域的基础上形成的。区域市场又可分为本地市场和外地市场、城市市场和农村市场、沿海市场和内陆及民族地区市场等。国内市场则是在主权国家的范围内建立起来的。国际市场是在国际分工的基础上形成的商品在世界范围内流通的市场。

1.1.2.2 根据市场客体划分

市场客体即进入市场流通的物质。随着商品经济的发展,按市场客体确认的市场类型是一个历史过程。在商品经济发展的初级阶段,产品的商品化使得物质产品首先进入市场,从而形成商品市场。商品市场是由生产资料市场和生活资料市场构成的。在商品生产发展的第二阶段,实现了要素商品化,从而形成了劳动力市场、房地产市场、金融市场、资本市场等。在商品经济发展的第三阶段,实现了财产的社会化,生产力得到了较快的发展,财产社会化大大丰富了资本市场的内容,其范围和机制都发生了显著的变化。生产力的极大发展使得技术和信息成为市场的重要内容,技术市场和信息市场也应运而生。

1.1.2.3 根据市场状况划分

根据市场状况,可以把市场分为买方市场和卖方市场。市场状况是由市场供求关系决定的,在商品供不应求的条件下,卖方把持市场主动权,由此形成卖方市场;在供求大体平衡或供大于求的条件下,买方具有市场主动权,从而形成了买方市场。

1.1.2.4 根据竞争程度划分

根据竞争程度,可以把市场分为完全竞争市场、完全垄断市场、寡头垄断市场和不完全垄断市场。完全竞争市场是指一个行业中有非常多的独立生产者,他们都以相同的方式向市场提

供同类的、标准化的产品。这种完全竞争市场的例子并不多见，最接近的例子是粮食、棉花、西瓜、大白菜等农副产品市场。完全垄断市场是指一个行业只有一家企业，或一种产品只有一个销售者或生产者，没有或基本没有别的替代者，如电力公司、自来水公司等。寡头垄断市场是指一种产品在拥有大量消费者或用户的情况下，由少数几家大企业控制了绝大部分生产量和销售量，剩下的一小部分则由众多小企业去经营，如手表、电视机、电冰箱等。不完全垄断市场是指一个行业中许多企业生产和销售同一种商品，每一个企业的产量或销量只占总需求量的一小部分，如食品、服装、百货、化妆品等。

1.2 房地产市场

1.2.1 房地产

1.2.1.1 房地产的概念

在我国所谓房地产，是指土地、建筑物及固着在土地、建筑物上不可分离的部分和附着于其上的各种权益（权利）的总和。这些固着在土地、建筑物上不可分离的部分，主要包括为提高房地产的使用价值而种植在土地上的花草、树木或人工建造的花园、假山；为提高建筑物的使用功能而安装在建筑物上的水、暖、电、卫生、通风、通信、电梯、消防等设备。它们往往可以被看做是土地或建筑物的构成部分。因此，房地产本质上包括土地和建筑物及附着于其上的权益两大部分。房地产由于其位置固定、不可移动，通常又被称为不动产。

房地产主要有三种存在形态。

1. 单纯的土地 如一块无建筑物的城市空地。对于房地产产业来说，土地主要是指地球外壳的陆地表面及其地上空间和地下空间，其范围可以从纵、横两个方面考察。在横的方面，土地本为连绵无限之物，无所谓范围，但人们可以用人为方法划分。一宗土地的范围即为该宗土地的疆界所围绕的面积。在纵的方面，土地可分为地面、地面以上空间和地面以下的空间。从理论上讲，一宗土地的地面以上空间是指从地球表层的该宗土地的边界向上扩展到一定高度的天空空间，其地面以下空间则是指从地球表层的该宗土地的边界呈锥形而向下延伸到地心的地下空间。

土地是重要的生产要素，“劳动是财富之父，土地是财富之母”。土地是财富的源泉，也是其他类型房地产产品中重要的组成部分。宪法规定我国现行的土地所有制为社会主义土地公有制，具有社会主义全民所有制和社会主义劳动群众集体所有制两种形式。城市土地属于国家所有，农村和城市郊区的土地，除由法律规定属于国家所有的以外，属于集体所有。

土地可分为未开发土地和已开发土地两种情况。一般分为非建设用地和建设用地，前者基本属于农村用地，后者通常属于城市用地，当然在一定条件下前者可以向后者转化。从投资的角度来说，城市土地或规划中可以转化为城市用地的农村土地是房地产投资者关注的焦点。

2. 单纯的建筑物 建筑物虽然必须建造在土地之上，但在某些特定情况下需把它单独看待。建筑物是指人工建筑而成的物体，包括房屋和构筑物两大类。房屋是指能够遮风避雨并供人居住、工作、娱乐、储藏物品、纪念或进行其他活动的工程建筑物，一般由基础、墙、门窗、柱和屋顶等重要构件组成。构筑物则是指除房屋以外的工程建筑物，人们一般不直接在内进行生产和生活活动，如桥梁、水井、隧道、水坝、烟囱、水塔、道路等。住宅、房屋及建筑物是不同的概念。住宅是指人们的居住用房，是房屋中的一种。房屋不仅包括居住用房，而且包括厂房、仓库和商业、服务、文化、教育、办公、医疗、体育等用房。建筑物的范围更广，不仅包括房屋还包括房屋以外的其他建筑，如码头、船坞、油库、水塔、烟囱、围墙等。

3. 房地合一，即房地产 土地与建筑物合为一体时，是房地产的完整实物形态。即把建筑物和其坐落的土地作为一个整体来考虑。房地产在物质形态上总是表现为房依地建、地为房载、房地不可分离，因此，在理论上可以对建筑物和土地分开讨论，在实践中也可以对土地进行单独营销。但是，房地产营销通常是指房地合一时的营销，此时必须综合考虑上述提到的各种因素。

在我国,就房地产开发经营来说,附着于土地和建筑物上的房地产权益包括土地使用权和房屋所有权以及在其上设置的其他项权利,如抵押权、典权等。

综上所述,我国房地产的整体概念如图 1-1 所示。

图 1-1 房地产的整体概念

1.2.1.2 房地产的特征

在房地产市场营销过程中,必须考虑房地产的基本特征。或者说,房地产的特征正是房地产市场营销存在的理由。概括地说,与其他一般商品相比,房地产具有以下主要特征。

1. 不可移动性 房地产最重要的一个特性是其位置的固定性或不可移动性。每一宗土地都有其固定的位置,不可移动,这一特性使土地利用形态受到位置的严格限制。建筑物由于固着于土地上,所以也是不可移动的。因此,位置对房地产投资具有重要意义,所谓“房地产的价值就在于其位置”就说明了这一点。投资者在进行一项房地产投资时,必须重视对房地产的宏观区位和具体位置的调查研究,房地产所处的区位必须对开发商、物业投资者和使用者都具有吸引力。

房地产的位置有自然地理位置与社会经济地理位置之别。虽然房地产的自然地理位置固定不变,但其社会经济地理位置却经常在变动。这种变动可以由以下原因引起:① 城市规划的制定或修改;② 交通建设的发展或改变;③ 其他建设的发展等。当房地产的位置由劣变优时,其价格会上升;反之,价格则会下跌。房地产投资者应重视对房地产所处位置的研究,尤其应重视对其社会经济地理位置的现状和发展变化的研究。

2. 差异性 市场上不可能有两宗完全相同的房地产。一宗土地由于受区位和周围环境的影响不可能与另一宗土地完全相同,即使两处的建筑物一模一样,但由于其坐落的位置不同,周围环境也不相同,这两宗房地产实质上也是不相同的。因此,出现同一房地产的大量供给是不可能的。同时也应注意到,业主和使用者也不希望他所拥有或承租的房地产与附近的某一房地产雷同。因为具有特色的房地产,特别是某一城市的标志性建筑,对扩大业主和租客的知名度,增强其在公众中的信誉,有着重要作用。总之,每一宗房地产在房地产市场中的地位和价值不可能完全一样。从这个意义上来讲,固定位置上的房地产不可能像一般商品那样通过重复生产来满足消费者对同一产品的需求。房地产商品一旦交易成功,就意味着别的需求者只能另寻他途。差异性说明房地产市场交易的空间和时间都受到限制。

3. 升值性 由于土地资源的不可再生性和土地投资的积累性,房地产商品呈现出一般商品所没有的特征,即随着使用时间的延续,房地产特别是土地的价格非但不会降低,反而会保值、增值。这是房地产商品的根本特征,也是人们对房地产投资情有独钟的基本原因。首先,从较长的时间序列来看,房地产的保值、增值说明了一定量的房地产商品所代表的社会实际购买力长期递增的客观趋势;其次,由于我国的土地使用权大多是有限的,因此,对土地使用权的所有人而言,在土地使用权的出让年限终了时,该土地的价格将降为零;最后,房地产的保值、增值主要是由土地决定的,因为对于建筑物而言,其价值的转移与一般商品没有什么不同,只不过价值量比一般商品大、转移时间比一般商品长而已。

房地产商品的升值性特征,使房地产既可以作为消费品使用,又可以作为投资物看待。房地产商品作为消费品和投资品的目标市场不同,所要求的营销策略也会有所差异。

4. 长期使用性 这是房地产与一般商品的另一个根本区别。房地产商品长期性的特点,主要表现在开发建设的长期性和使用消费的长期性方面。土地的利用价值永不会消失,这种特性称为不可毁灭性或恒久性。土地的这种特性,可为其占有者带来连续不断的收益。建筑物一经建成,其耐用年限通常可达数十年甚至上百年。因此,作为一种商品,房地产具有长期使用性或具有较高的耐用性。房地产可为人类提供较长一段时间的房屋服务流量,满足消费者对房屋的消费需求。但值得注意的是,我国房地产的长期使用性受到了有限期的土地使用权的制约。根据我国现行的土地使用制度,公司、企业、其他组织和个人通过政府出让方式

取得的土地使用权,是有一定使用期限的土地使用权,其土地使用权在使用年限内可以转让、出租、抵押或者用于其他经济活动。但土地使用期满,土地及其地上的建筑物、其他附着物所有权应由国家收回。国家规定的土地使用权一次出让最高年限根据土地用途不同而不同。居住用地为70年;工业用地为50年;教育、科技、文化、卫生、体育用地为50年;商业、旅游、娱乐用地为40年;综合用地或者其他用地为50年。

5. 昂贵性 房地产商品的价值量,无论从单位价值看,还是从总体价值看,都远远高于一般商品,每平方米房屋或土地的价格少则数百元,多则数千元或数万元。而一套住宅的价格可以从数十万元到数百万元,一个开发小区的价值量则可以是数千万元或数亿元。房地产价值量之所以大,主要是由房地产资源的有限性和资金投入的巨额性决定的。从房地产资源的有限性看,土地的不可再生性决定了土地资源自然供给的刚性和房地产供给在一定条件下的相对有限性。同时,房地产的开发建设往往受到用途、容积率、建筑密度等规划指标的限制,这些限制也在一定程度上决定了房地产供给的相对有限性。从房地产开发建设所需要投入的资金量看,其数额之大,并不是一般商品的生产所能比拟的。

6. 双重性 房地产双重性的特点体现在房地产商品消费与投资的双重性和价值构成的双重性两个方面。一方面,土地资源的稀缺性决定了房地产商品的供给弹性较小;另一方面,人口的不断增长以及社会经济的发展使人们对房地产商品的要求日益提高,从而对房地产商品的需求不断上涨。因此,从长期看,房地产商品所代表的社会购买力是不断提高的,房地产商品具有投资和消费的双重特征。同时,对于房地产商品的所有者来说,既可用于自己消费,又可用于出租,这本身也具有双重性的特征。

从房地产商品的价值构成看,房地产商品在物质形态上是由土地和建筑物有机构成的,在价值形态上也同样如此。甚至可以说,不同地段的房地产商品之所以价值截然不同,就是因为处于不同的地理位置,或者说是由其土地价值决定的。

房地产商品双重性的这一特征,要求在进行营销时必须充分考虑由地理位置而决定的土地价值对房地产商品效用发挥的影响。

7. 敏感性 房地产的敏感性体现在对周围其他房地产和社区环境的敏感性。房地产的价格不仅与其本身的用途等有直接的关系,而且往往还取决于其周围其他房地产的状况。例如,在一幢住宅楼旁边兴建一座工厂,可导致该住宅楼的价值下降;反之,如其旁边兴建一个绿化公园,则可使其价格上升。房地产深受周围社区环境影响,不能脱离周围的社区环境而单独存在。政府在道路、公园、学校、博物馆等公共设施方面的投资,能显著地提高附近房地产的价值。从过去的经验来看,能准确预测到政府大型公共设施的投资建设并在其附近预先投资的房地产开发商,都获得了巨大的经济效益。反之,周围社区环境的衰退,必然降低房地产的价值。如上海因浦东的定位,浦西的商务地位下降,写字楼市场受到冲击。沈阳地铁的开发建设,提升了线路两侧的商品房价格。

1.2.1.3 房地产的类型

房地产营销的客体是具体的房地产。而不同类别的房地产,由于具有不同的特性和不同的目标市场,所使用的营销策略也具有相当大的差别。在房地产营销过程中,可以按用途、实物形态以及开发程度对房地产进行分类。

1. 按房地产用途分类 房地产按其用途分类,主要可分为居住用房地产、工商用房地产和其他用途房地产。

居住用房地产是指各种直接为居住使用的房地产,如普通住宅、高档住宅、别墅、廉价租屋以及集体宿舍等。

工商用房地产按其具体用途,又可进一步划分为办公用房地产、贸易用房地产以及工业用房地产。其中,办公用房地产主要包括商务写字楼、政府办公楼等;贸易用房地产包括商业用房地产、旅店用房地产、餐饮用房地产、金融用房地产以及娱乐用房地产;工业用房地产则

包括各类工厂、车间、手工作坊、发电厂、仓库以及油库等。

除上述两种用途外，将其余房地产都归入其他用途房地产一类。也就是说，其他用途房地产仍可进一步划分为农业用房地产、公共设施用房地产以及军用房地产等。

2. 按房地产实物形态分类 按实物形态对房地产进行分类，主要是根据房地产的地理位置、建筑结构、建筑层数、建筑标准以及新旧程度等标准进行划分。

按房地产所处的地理位置，房地产可以划分为城市中心、城市边缘、城市郊区以及农村等房地产；按建筑结构，房地产（房屋建筑）可分为钢结构、钢筋混凝土结构、混合结构、砖结构、木结构和其他结构；按建筑层数，房地产可分为低层、多层以及高层建筑；按建筑标准，房地产可分为豪华、中等以及一般三个标准；按新旧程度，房地产可分为新建造和旧有两类。此外，居住用房地产的实物形态还可进一步按其房型和外在形态划分，如按房型可分为一室户、二室户、三室户以及四室户等，按外在形态可以分为公寓住宅以及别墅等。

3. 按房地产开发程度分类 按开发程度房地产可分为生地、毛地、熟地、在建房地产以及竣工房地产等。其中，生地是指不具有城市基础设施的土地（如荒地、农地）；毛地是指虽然具有一定的城市基础设施，但地上具有待拆迁及安置旧建筑物的土地；熟地是指已经经过“七通一平”（通水、通电、通路、通邮、通讯、通暖气、通天燃气或煤气、平整土地）具有完善的城市基础设施，能够直接在其上面进行房屋建造的土地；在建房地产是指地上建筑物尚未完全建成，还没有达到交付使用条件的房地产；竣工房地产则是指地上建筑物已经建成，可以直接使用的房地产，它可能是新的，也可能是旧的或经过装修改造的。

1.2.2 房地产市场

1.2.2.1 房地产市场的概念

同其他商品一样，房地产作为商品也只有通过市场进行出售或出租，才能最终转移到消费者手中，实现其价值和使用价值，房地产市场也因此成为社会主义市场体系中一个重要组成部分。

房地产市场又称不动产市场，与市场的含义相对应，房地产市场也可以从经济学和营销学两个角度进行定义。从经济学角度看，狭义的理解是指房地产交换的场所；广义的理解是指房地产交换关系的总和，是房地产开发、建设、经营、管理、服务和消费的内在运行机制。它将房地产的开发、建设、流通与消费等各个环节联系在一起，从而实现房地产的价值。房地产市场具有市场的一般特征，而作为市场的子系统，它是由房地产经济系统的存在所决定的，并且在房地产经济活动中起着媒介作用。也就是说，房地产市场是房地产商品交换过程的统一，是连接房地产开发、建设、经营、管理、服务和消费的桥梁，是实现房地产商品价值和使用价值的经济过程。

从基本构成要素看，房地产市场是由主体、客体和中介构成的。房地产市场的主体是指房地产市场上的行为人，即房地产商品的供求双方。其中，供应方通过对市场提供房地产商品而获取货币。即供应方开发、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；需求方则通过向供应方提供货币而从供应方手中取得房地产商品。房地产市场的客体是指房地产市场交易的对象，主要包括房产商品和地产商品。在我国，地产商品主要是指土地使用权。作为市场，需要有相当数量不同品质不同类型的房屋商品、供开发建设的土地以及相应的服务，供人们选择使用和交换。此外，货币资金虽然不是房地产实体商品，但也是房地产市场的客体。房地产市场中介是指从事房地产交易活动或促成房地产交易发生的中介机构，主要包括交易中介和融资中介。交易中介是指房地产经销商、代理商、经纪人、房地产信托公司、信托投资公司以及房地产交易所等；融资中介是指为房地产的供应和需求提供资金的金融机构，如住宅储蓄银行、住房合作社以及各类商业银行等。

从房地产经济运行的角度看，市场主体、客体和中介缺一不可。但是，从营销学角度看，市场主体中的需求方是交易形成的关键。从这个意义上说，房地产市场是由那些对房地产具有

特定需要或欲望,而且愿意并能够通过交换来满足这种特定需要或欲望的全部潜在顾客群的集合。

1.2.2.2 房地产市场的特征

房地产市场的特征是由房地产商品的特殊性所决定的。一般商品同类同质可以相互替代,但房地产商品是不可以替代的。一般商品生产有统一的标准和规格、市场信息充分、各品牌可以相互比较,信息传播畅通,但房地产市场信息复杂、隐蔽,房地产权益被各种政策、法规所约束,一般消费者难以区别。因此,房地产市场是一个特殊的市场。

房地产市场具有以下特征。

1. 房地产市场是房地产权益交易的市场 与一般商品不同,在房地产市场上交易的是相关房地产的权益,而不是房地产实物本身。这些权益包括房屋所有权、土地使用权或与其相关的其他项权益(包括占有权、使用权、收益权和处分权)。这些权益具有明确的界定,有一定的排他性,单项权益或多项权益组合形成了不同性质的、复杂的交易行为,从而形成各种不同内容的房地产市场,如转让市场或交易市场、租赁市场等。

房地产市场交易形式也与一般商品有所不同,呈现出交易形式的多样性。多样化的交易方式则使房地产的变现能力大大增强,拓展了融资渠道,降低了投资风险。除了普通的租售方式外,拍卖、抵押、典当、股份化、证券化、互换等房地产交易方式的出现,既使权利人有多种选择机会,又能形成多样化的房地产价格序列,便于房地产价格评估与价格监控。

2. 房地产市场是典型的区域性市场 首先房地产商品是不可移动的,具有典型的区域性。其次,其区域性不仅表现在建筑风格、文化环境、生活习惯上,而且表现在区域经济水平、土地资源特点、城市基础设施、生活环境等方面上。因此,房地产权益交换的价格绝不仅仅是针对建筑物本身,更多的是上述各方面在房地产市场中的综合评价。同品质的同一用途的建筑物即使在同一城市甚至同一条街道上都是不可替代的。

3. 房地产市场的统一性 房地产市场的统一性表现在以下三个方面。

一是房地产市场是房产市场与地产市场的统一体。房地产市场是房产市场与地产市场的有机结合体,两者各具独立的内容,但又有密不可分的联系。首先,在实物形态上,房依地建,地为房载,两者不可分离;其次,在权属关系上,土地使用权往往依附于地上建筑物的所有权之中,土地使用权伴随着房屋所有权的转移而转移;最后,在价格构成上,土地使用权转让的价格往往包含在房屋建筑物价格之中。

二是房地产市场是有形市场与无形市场的统一体。房地产市场是有形的房地产商品和无形的房地产商品的统一体。有形的房地产商品是指房地产商品实体,如住宅、办公楼、商场以及工业用房等;无形的房地产商品是指房地产服务,包括房地产开发项目的规划设计、房地产市场研究、房地产价格评估、房地产营销、房地产咨询以及房地产信息的收集和提供等。因此,房地产市场不仅包括有形房地产商品的出售或出租,也包括无形房地产商品,即劳务的交换。

三是房地产市场是投资品市场和消费品市场的统一体。房地产不仅是人们赖以生存的基本生活资料,同时具有保值增值性,可以作为投资的手段。这种特性决定了房地产市场具有投资品市场和消费品市场的双重性。

4. 房地产市场供给的稀缺性 由于土地是不可再生的稀缺性资源,房产也必然是相对稀缺的(因为如上所述房产与地产的统一性)。因此,从根本上来说,房地产市场是一个供给稀缺的市场。随着社会实践的发展,经济增长和城市化使城市人口激增,这样不论从生产角度来说,还是从生活角度来说,对土地的需求量都在日益增加。但是,土地的供给数量基本上是个恒定的常量,这就产生了供给有限和需求增加之间的矛盾,在中国这一矛盾更加尖锐,亟待妥善解决。

5. 房地产市场是不完全竞争市场 一个完全竞争的市场必须具备三个条件: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；信息充分，传播畅通。但房地产市场不具备上述三个条件。

房地产商品是绝对异质的，互相不可替代。两幢房子建筑材料、设计都可以一样，但所处的地理位置绝对不可能一样。即使是两套朝向、楼层、结构等都完全一样的居室单位，在买主看来也是完全不同、不可替代的两项商品。由于房地产商品是异质的，或者说是惟一的，所以某一房地产的卖主和买主都不可能是众多的。一项房地产只有一个卖主，其他任何人都不可能提供同样的房地产。买主欲购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十分有限的。某一项房地产往往只适应少数几个买主的要求，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，因而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。

房地产市场是一个专业化的复杂市场，人们进行房地产交易时必须求助于各种各样的专业人员和机构。这些专业人士通常是律师、房地产估价师、房地产营销人员及掌握建筑工程和房地产税收知识的专业人员。聘请专业人士需要支付费用，专业人士需花费一定时间来完成任务。这些都降低了房地产市场转手交易的频率。

房地产是高价商品，房地产的权属转移必须按法定的程序履行各项手续，除房地产产权人的变更外，还有相关的权利、义务、责任和利益等经济关系的转移行为。为了保护有关当事人的利益，各国政府都立法管理房地产买卖及租赁活动的行为。另一方面，为保护市场的有效供给，抑制不合理的市场需求，国家需要采取强有力的干预措施，通过规划、价格、税收等宏观管理手段，引导和调控市场。因此，房地产交易活动在某些环节是受到政府严格限制的，房地产市场是受国家严格控制的不完全开放的市场。

缺乏信息是房地产市场的又一特征。许多房地产交易和定价是私下进行的，很大程度上取决于交易当事人的相互关系。因此，这种成交价往往不能反映所成交的房地产的真实价值。由于房地产交易信息不易获得，房地产市场因而不易形成竞争性的市场结构。完全竞争市场与房地产市场的比较，见表 1-1。

综上所述，房地产市场是一个不完全竞争市场，有其特殊的市场规律。

表 1-1 完全竞争市场与房地产市场的比较

比较项目	完全竞争市场	房地产市场
买卖双方数量	众多	极少
市场主体产品知识化程度	知识化程度高	知识化程度参差不齐
交易难易	交易简单容易	交易难
产品间的可替代性	可替代	不可替代
产品的移动性	可移动	不可移动
购买规模和频率	小而高	大而低
政府干预	少	多
价格变动	明朗	不清晰

6. 房地产市场的变化具有周期性 房地产业和国民经济一样也具有周期性，其变化的基本规律是：繁荣、衰退、萧条、复苏四个阶段。房地产市场繁荣时空置率低，租金和价格上升，开工面积、销售面积、土地出让面积增加，市场供应不断加大，市场需求增加，房地产企业利润提高。但由于房地产开发周期较长，随着市场需求的降低，市场供应不断增加，供过于求的状况必将产生，空置率上升从而导致租金和价格下调，开发面积减少，市场进入调整期。随着开发量的减少，价格的下调，需求将被刺激起来，吸引许多投资者（包括投机者）及大众消费者入市，消化市场供应，房地产市场调整结束，开始进入复苏期和繁荣期。

1.2.2.3 房地产市场的类型

从识别和把握房地产宏观市场环境的角度出发，可以按照地域、房地产的用途、等级及交易

形式与目的等标准，对房地产市场进行分类。

1. 按地域范围划分 房地产的不可移动性，决定了房地产市场是区域性市场。人们认识和把握房地产市场的状况，也多从地域的概念开始。因此，按地域范围对房地产市场进行划分，是房地产市场划分的主要方式之一。地域所包括的范围可大可小，最常见的是按城市划分，例如北京房地产市场、上海房地产市场、深圳房地产市场、沈阳房地产市场等。对于比较大的城市，其城市内部各区域间的房地产市场往往存在较大差异。因此，常常还要按照城市内的某一个具体区域划分，但一般来说，市场所包括的地域范围越大，其研究的深度就越浅，研究成果对房地产投资者的实际意义也就越小。

2. 按房地产的用途和等级划分 由于不同房地产类型间从投资决策到规划设计、工程建设及面向客户的类型等方面均存在较大差异。因此按照房地产用途分类，可将其分解为若干子市场如居住物业市场（含普通住宅市场、别墅市场、公寓市场等）、商业物业市场（写字楼市场、商场或店铺市场、酒店市场等）、工业物业市场（标准工业厂房市场、高新技术产业用房市场、研究与发展用房市场等）、特殊物业市场、土地市场（各种类型用地市场）等。根据市场研究的需要，有时还可以进一步按物业的档次或等级细分，如甲级写字楼市场、乙级写字楼市场等。

3. 按房地产交易形式划分 按照《中华人民共和国房地产管理法》的规定，房地产交易包括房地产转让、房地产抵押和房屋租赁。由于同一时期、同一地域范围内，某种特定类型房地产的不同交易形式具有明显的特殊性，因此，依不同房地产交易方式，将新建成的房地产商品划分为销售（含预售）、租赁（含预租）和抵押等子市场，针对存量房屋的交易划分为租赁、转让、抵押、保险等子市场。

4. 按房地产购买者目的划分 买家购买房地产的目的主要有自用和投资两类。自用型购买者将房地产作为一种耐用消费品，目的在于满足自身生活或生产活动对入住空间的需要，其购买行为主要受购买者自身特点、偏好等方面的影响。投资型购买者将房地产作为一种投资工具，目的在于将所购的房地产出租经营或转售，并从中获得收益和收回投资，其购买行为主要受房地产投资收益水平、其他类型投资工具的收益水平以及市场内使用者的需求特点、趋势和偏好等因素的影响。根据购买者目的不同，可以将房地产市场分为自用市场和投资市场。

5. 按房地产开发、销售与消费过程特点划分 房地产市场分为土地市场（一级市场）、房地产增量市场（二级市场）和房地产存量市场（三级市场），见表 1-2。在我国，一级土地市场的交易发生在投资者与政府之间，是一种典型的资源垄断市场和国家垄断市场，房地产经纪人除了给投资者或政府提供投资咨询外，难以参与市场运作。二级市场是新建商品房销售及土地使用权转让市场。三级市场则是存量房交易的市场，是消费者之间的交易活动。

表 1-2 房地产市场层次结构划分

市场层次	一级市场	二级市场	三级市场
市场主体	国家或地方政府	各房地产公司	用户
市场特点	垄断竞争型	竞争型	竞争型
经营内容	总体规划设计用途、征地、拆迁、招投标地价	综合开发	房地产转让
经营方式	国有期限拍卖、招标或逐年收取	国出卖或出租已开发的	转让或出租其建筑物
价格决定	土地使用费	土地或连同其建筑物	
	国垄断价格	国价值价格	剩余年限的价格

此外，房地产市场还有其他一些划分方式。例如，按照房地产商品化程度，将房地产市场划分为商品房交易市场、经济适用房交易市场和公有房屋租赁市场等。当然，还可以从不同角

度对房地产进行划分。表 1-3 是综合各种划分标准对房地产市场的分类。

表 1-3 房地产市场的分类

划分依据市场类型

用途 居住、写字楼、商业用房、工业厂房仓储、特殊用途等房地产市场

表现形式 房产市场、地产市场、劳动力市场、资金市场、信息市场

供需行情 卖方市场、买方市场

供货方式 现房市场、期房市场

权益转让方式 买卖市场、租赁市场、抵押市场、典当市场

区域范围 全国、区域、大城市、中小城市等房地产市场

交易场所 有形市场、无形市场

交易关系 交易主体、交易客体和交易行为

市场层次 一级市场、二级市场、三级市场

市场主体 消费房地产市场、投资房地产市场

1.3 中国房地产市场发展状况

1.3.1 中国房地产市场发展历程

中国房地产经济发展的目标模式是建立以市场机制运行为主、辅以政府宏观调控与法制监督的成熟的房地产市场。房地产市场是否发育成熟及其成熟度对房地产价格的形式与监控、市场主体的经济行为有很大的制约作用。因此，客观地分析房地产市场的发展现状对于未来房地产投资、交易与房地产业政策制定有重要的参考作用。

中国房地产市场产生于 19 世纪末 20 世纪初，随着社会变革和商品经济的萌芽而开始成长。大体来说，中国房地产市场的发展经历了以下四个阶段。

1.3.1.1 萌芽阶段（1845~1949 年）

1840 年以前，土地和房屋作为生活和生产的基本条件是财富的主要代表，能够出租、典当、抵押和买卖，土地租佃和买卖有中介人、契约、地保等完整的约定俗成的手续和方法。但是这些活动都被约束在封建经济结构框架内，没有能够形成独立的行业。随着不平等的屈辱条约《中英南京条约》签订后，列强在广州、上海、厦门、福州、宁波等口岸获得了通商权，并各自划分了租界。它们在租界内进行土地和房屋的建设 and 经营活动，出现了专业性的外商房地产公司，逐步形成了较为独立的房地产业，房地产市场开始萌芽。20 世纪 20 年代后，外国资本加大对房地产的投资，房地产业开始走向垄断并与金融业相结合，在社会经济中显示了一定的地位。此时专业性的华资房地产公司也相继成立，到 20 世纪 30 年代，专业性的华资房地产公司有 20 多家。但华资房地产公司规模小，起步晚，外资公司占主导地位，在这一阶段房地产市场从租界开始萌芽，房地产业主要集中于沿海的大城市，内陆城市的房地产业则较为沉寂。

1.3.1.2 休眠阶段（1949~1979 年）

新中国成立以后，我国实行的是计划经济体制，推行了国有土地无偿划拨使用和房屋非商品化政策。房地产不能作为商品自由流通，房地产市场逐步萎缩。需要土地和房屋的单位或部门，不是在市场进行交易购买，而是向政府提出申请。由此形成了政府无偿、无期限划拨土地的体制。政府也通过无偿拨款由单位自己建设工作用房和职工住宅，并以行政办法分配给职工，这样就形成了政府投资、住房实行福利分配的体制。这 30 年的时间，房地产开发活动一直没有停止，存量房地产积累量巨大。这一阶段，房地产市场处于休眠状态，对社会经济造成了严重的负面影响：① 土地资源浪费严重，黑市交易大量存在。土地由国家无偿无期限划拨给单位后，土地实际上为部门和单位所有，形成了谁占地谁所有，谁用地多谁就获利多，因此土地浪费现象严重。由于缺乏有效的市场机制，土地资源不能流向高效率的地方，使其配置效率极为低下，黑市交易也大量泛滥，屡禁不止。② 房地产投资渠道单一，来源

不足。政府包揽了房地产的建设和分配，集体和个人无权也没有动力去进行房地产的投资和开发。单一的国家无偿拨款形式，远远满足不了房地产市场发展，阻碍了人们生活水平的改善。

1.3.1.3 复苏阶段（1979~1991年）

1978年，我国确立了改革开放和以经济建设为中心的基本方针，各个方面都围绕经济体制改革探索着改革的途径。以此为契机，我国房地产市场开始复苏和发展。1980年，全国城市规划工作会议把对城镇土地征收使用费列入议事日程，并在深圳、广州、抚顺等城市开始收取城市土地使用费，规定土地使用年限。1984年5月，政府工作报告指出，城市住宅建设，要进一步推行商品化试点，开展房地产经营业务，允许按照土地在城市所处的位置、使用价值征收使用费和税。确立了土地的收益性和有偿性观点，为土地进入市场奠定了政策基础，促进了房地产市场的复苏和发展。1988年4月，七届人大一次会议修改的宪法规定“土地使用权可以依照法律的规定转让”，《土地管理法》也作了相应修改，为房地产市场的发展提供了法律依据。深圳、广州、上海、厦门、福州等城市先后开始实行土地使用权有偿出让、转让给房地产开发公司和其他土地所有者，有的甚至向外商转让，房地产市场得到了较快恢复。1984年12月，国家计委、统计局、标准局等有关部门颁发《国民经济行业分类标准和代码》，将房地产业列为独立行业。1989年，由于治理整顿和其他各种因素的影响，房地产市场受到较大影响，大幅回落。1990年《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》和《外商投资开发经营成片土地暂行管理办法》的发布，改善了投资环境，增强了外商在中国投资的信心。1991年逐渐开始回升，并接近1988年的水平。国民经济宏观调整政策取得了显著成效，带动了房地产市场的发展。

1.3.1.4 快速发展阶段（1992年至今）

1992年邓小平南巡讲话成为我国房地产发展的一个历史转折点。我国加快对外开放的力度和步伐，房地产业作为第三产业成为国家培育的重点，房地产市场在有利的政治、经济条件下迅速发展：① 房地产投资快速增长。1992年全国实现房地产投资总量732亿元，比上年增长117%。其中海南省增长211%，福建、山东等省区增长率超过或接近100%。② 房地产开发公司和各类开发区纷纷成立。1992年底，全国各种形式的房地产开发公司达1200多家，各种类型的开发区近2000个。房地产交易额大幅度增长，1992年仅商品房销售面积就达4288万平方米，销售额440亿元，比1991年分别增长40%和80%。1992年全年出让土地2.2万公顷，实际开发2.3万公顷，分别是上年的11倍和1.8倍。房地产开发也呈现多元化趋势，住宅、办公楼、商住楼、厂房、酒店、购物中心等得到大量发展。1993年，我国房地产市场继续保持快速发展。房地产开发企业增加近2万家，市场重心也由珠江三角洲向北移动，形成沿海、沿江、沿边到内陆开放城市的多元化区域的市场态势。以上海为龙头的苏、浙、皖等长江中下游地区，以京、津、辽、鲁为主的环渤海湾地区，苏州、武汉、大连、青岛、烟台、宜昌等城市房地产市场迅速发展，成为新的房地产投资热点。

这一阶段的快速发展，对房地产市场的发展起到了极大的推动作用。但也带来了许多亟待解决的问题，如房地产投资结构不合理，土地供应总量失控，开发规模失控，市场行为不规范，收益分配失衡等。1993年7月以后，随着《城市房地产管理法》等法规的制定和宏观调控政策的出台，使房地产市场进入理性发展时期，主要表现为：① 房地产法规体系逐步完善。

《中华人民共和国城市房地产管理法》及一系列配套法规的相继颁布，有效地规范了房地产市场行为。② 投资结构趋于合理。新开和竣工的项目中，普通住宅的比例明显上升，达到80%以上，而高档宾馆、高级公寓、花园别墅、度假村等项目明显压缩。③ 房地产投资速度有所减缓，市场交易量有所下降，市场价格合理回落，房地产炒家减少，房地产市场的泡沫成分得到一定程度消除。④ 收回了2000多万亩不能按期开发的土地，内陆省份撤回了投入沿海地区房地产市场的大部分巨额资金。⑤ 经过合理调控，全国1/3的房地产开发公

司关门, 1/3 的房地产开发公司缩小规模, 1/3 的开发区停办。

房地产市场经过这次调整步入了理性发展阶段, 土地二级市场日趋活跃, 土地使用权的转让、出租、抵押的规模越来越大, 交易结构也发生了很大变化。房地产交易管理制度基本建立, 法律法规不断完善。房地产中介服务体系逐渐发展, 房地产市场体系初步形成。

1.3.2 当前中国房地产市场存在的问题

近年来, 我国房地产业得到快速发展。1998~2005 年, 房地产投资占全社会固定资产投资的比重逐年上升, 房地产投资对经济增长的年均贡献率约 15%, 年均直接拉动 GDP 增长约 1.2 个百分点。同时, 房地产业的快速发展也不同程度地带动了建筑、装潢、家电、汽车等 20 多个行业的发展, 为我国经济持续快速增长做出了积极的贡献。目前, 我国房地产投资与销售基本协调, 总体供需两旺, 态势良好, 但随着市场经济的发展和各项改革的深入, 房地产市场在发展中也存在不少问题。

1.3.2.1 结构性供需矛盾加剧, 房价较高

产品结构与市场需求失衡, 是企业经营失败或发展受阻的重要症结。目前, 我国大部分地区的房屋开发中, 高档房屋比重过高, 低价位经济适用房屋的开发量不足。一些大中城市在房地产开发中忽视了供需关系, 房地产开发企业为了追求高利润, 热衷于高档商品房的发展, 造成了高档商品房供过于求, 价格虚高。

同时, 市场上低价位房屋供不应求, 导致出现了经济适用房销售违规操作和市场炒作现象。从市场的发展看, 供给结构严重地背离需求结构, 在供应总量不足的情况下, 就会产生结构性泡沫。

1.3.2.2 投资增速较快, 企业资产负债率高, 经营风险加大

目前, 我国房地产业相对其他行业是“暴利行业”, 加之近几年房地产市场价格持续走高, 社会资金“逐利而来”。从房地产开发资金组成看: 1998~2002 年, 总金额、国内贷款、自筹资金和其他资金分别年均增长 21.5%、19.8%、23.8% 和 25.8%, 到 2002 年已分别达到 9 541 亿元、2 149 亿元、2 720 亿元和 4 501 亿元, 分别是 1997 年资金额的 2.5 倍、2.4 倍、2.8 倍和 2.7 倍。5 年累计房地产投资开发完成额 26 781.5 亿元, 年均增长 21.1%, 到 2002 年商品房竣工面积已达 3.25 亿平方米, 比商品房销售面积 (2.49 亿平方米) 多三成。1998~2002 年, 全国房地产企业年均资产负债率约 75%, 远远高于国际上 50% 的警戒线。

1.3.2.3 市场监控力度不够, 消费需求对投资的拉动作用小

目前, 国家有关部门对有关房地产政策的贯彻落实和房地产市场开发经营管理的监控力度不够, 政策本身也不全面和不完善, 如经济适用房“价高质低”、销售违规, 土地出让出现“天价”等现象, 就是问题表现的一个侧面。从市场销售看, 一方面, 商品房的存量增加, 房屋空置率增高。另一方面, 出现了部分楼盘开盘前就已售空或排队、摇号认购的情况, 部分地区还出现了期房销售火爆、楼市炒作和市场冷热不均等现象。这说明, 房地产市场供需结构严重失衡, 市场消费需求对投资开发拉动没有发挥作用或作用很小。

1.3.2.4 房屋价格构成不透明, 市场信息不对称

目前, 房地产开发项目收费缺乏统一的管理, 定价没有统一的标准, 相应的销售管理监控工作也未跟上。当前房屋开发存在的十几项收费, 出自不同部门, 存在一些不合理因素。追求高利润的开发商, 把这些收费追加到房价中, 使房价居高不下。消费者只知道房价高, 却不知房价的构成及价高的原因, 无法维护自己的权益。

1.3.3 当前中国房地产市场要解决的主要问题

分析房地产市场的现状, 根据市场经济发展的规律, 未来我国房地产业的发展应改革创新, 开拓新思路, 采取新举措。

1.3.3.1 建立统一的符合市场经济运行规律的市场管理和监控体制

国家应加强对房地产市场发展的管理和监控, 加快房屋建设的产业化进程, 使整个市场一盘

棋,发展规划与投资开发相协调,市场供需比例适度、结构合理。使规划者、投资开发者和消费者之间信息透明、互通,能根据市场的发展变化做出正确的总体规划、投资决策和适时消费。

1.3.3.2 充分利用政策的约束、引导和经济杠杆作用,加强对房地产市场的宏观调控

政府可以通过土地出让和规划来控制房地产投资开发的规模;通过金融手段来控制投资开发速度;采用科学的定价方法制定土地、建筑材料、社区配套服务等限价标准,使房价构成更趋合理;通过制定不同的税收等收费标准来控制房价;通过政策的约束、引导和经济杠杆的综合作用,使土地供应量、投资开发量、市场准入量、销售量、消费者的需求释放和消费质量等相互协调、相互平衡。

1.3.3.3 建立统一规范的房地产开发经营新秩序和标准统一的市场竞争新环境

我国房地产业要建立房地产开发经营新秩序,使土地出让、融资、开发、市场准入、销售和社区服务等整个房地产投资开发经营过程,在同一个科学有序的管理和统一标准的监控之中进行。使房地产市场价格构成透明,销售操作规范,信息渠道畅通,消费维权简便易行,且有据可依。

1.3.3.4 深化住房改革,规范房屋一级市场,加速开放房屋二、三级市场,积极发展房屋租赁业

我国的房地产业正处在起步和加速阶段,面临良好的机遇和严峻的挑战,政府和业务主管部门要深入研究房地产市场的变化,按照小康社会的居住和房屋使用标准,分析需求结构,深化住房改革。要在规范一级市场的同时,使二、三级市场联动并积极发展房屋租赁业,使消费者可以选择购买存量房或增量房,也可以选择租赁。

1.3.3.5 采取有效措施引导和调控消费购房与投资购房

市场的发展初期应以消费需求为主要拉动力。如投资购房占房地产市场比重较大,市场监管不力,就会出现投机或炒作,使市场升温过快,后劲不足,出现价格虚高甚至泡沫。政府和有关主管部门要制订有效措施,采用经济手段,鼓励房屋消费需求释放,有效拉动内需,同时要适度控制投资购房。

1.3.3.6 加强多样化交易方式的立法建设与监督管理

房地产市场已出现多样化的交易方式,但有的交易方式缺乏法制化、规范化、程序化管理,同时亟待发展、完善新的交易方式。土地出让有拍卖、招标等方式,土地使用权转让及房产租售已很普遍,房地产抵押已是新的热点,甚至典当这种古老的方式也重新出现。多样化的交易方式使房地产的使用价值及潜在价值在多级化的市场体系中有了多种实现方式,有利于活跃市场、盘活房地产资金。但有些交易方式缺乏法律约束,交易缺乏公正、公平。例如,房地产抵押这一在国外非常普遍的融资方式,在我国则出现了不履行抵押程序,不办理抵押登记、多头抵押、重复抵押,甚至利用伪造产权证诈骗贷款等问题。因此,加强抵押、租赁、典当等交易方式的立法建设与监督管理是当务之急。

案 例 讲求邻里生活的“高层四合院”

满堂红家苑开发商邀请了规划、施工、监理、测量等部门人员,还特别邀请了满堂红家苑的业主对房屋实施“预验收”。据介绍,这家将提前向业主交房的楼盘最独到之处是其改变了一般商品房业主不相往来的建筑格局,推动了极富创意的“高层四合院”,每一层的走廊两端各设置了一个35平方米的空中花园平台。邻居们可在花园平台的绿阴花草中小坐品茗或聊天打麻将等,这为人们恢复传统的邻里生活、创造良好的睦邻关系提供了条件。此外,在每户的窗外还设有一个3.9米长、0.5米高的花池,公共花园平台与花池均由开发商免费提供。

现代人的生活水平越来越高,可是邻里关系却是越来越淡薄。一些楼盘的住户,虽说大家“熟口熟面”,但彼此间就是没有任何交往,形同陌路。

传统的邻里关系被瓦解，其中原因很多，比如现代人的生活节奏快、电视节目丰富、互联网让人流连忘返等。但其实更重要的是我们的居住条件改变了，大多数的多层或高层住宅，根本就没有邻里之间交流的地方——胡乱串门有不尊重别人隐私之嫌，不串门哪里有地方说话呢？大家总不能站在昏暗狭窄、充满回音的过道上侃一通吧？满堂红家苑的高明之处，是发现了人们心底里的需要，知道很多人——特别是中老年人都怀念那种“有事情大家聊一聊，有空闲大家乐一乐，有困难互相帮一帮”的亲切的邻里关系，并在住宅设计上充分体现出来。请你用本章所学的知识分析案例，并说明给你的启示。

思考题

1. 如何从营销的角度认识市场？
2. 简述房地产的特征。
3. 为什么说房地产市场是不完全竞争市场？
4. 简述房地产市场的特征。
5. 试述当前中国房地产市场存在的主要问题。

实训题

1. 收集反映当地房地产市场发展状况的有关资料（供给、需求状况）。
2. 分组实训：每组选择当地某一楼盘作为以后学习研究的样板楼盘，收集该楼盘的相关资料。