

第二章 房地产企业与房地产市场

引例

2017 中国房地产 500 强测评成果盛大发布

2017 年 3 月 22 日，2017 中国房地产开发企业 500 强测评成果发布会在北京隆重举行，备受关注的“2017 中国房地产开发企业 500 强”“500 强房企首选供应商服务商品品牌”等系列测评榜单最终揭晓。

据悉，由中国房地产业协会、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心共同主持的“中国房地产开发企业 500 强”测评工作已连续开展九年，其测评成果已成为全面评判房地产开发企业综合实力及行业地位的重要标准。发布会吸引了房地产开发企业、服务商、供应商以及媒体代表等近 500 人出席。活动官方网站中房网(www.fangchan.com，微信号：zhongfangwang)对此进行了全程报道。

大会发布的房地产 500 强测评报告指出，2016 年，行业集中程度进一步提升，同时房地产开发投资增速连续两年低至个位数，行业平均利润率下行趋势未改，表明行业高速增长时代已经结束。在新的发展阶段里，大型房企通过并购加速获取资源，中小型房企则加速转型，房地产开发企业分化进一步加剧。

恒大首次“登顶”，百强榜单换血率近六成。从本次入榜企业来看，2017 中国房地产开发企业 500 强头名位次首次易主，恒大集团凭借全年销售金额 3731 亿元、三年复合增长率 54.9%、充足的土地储备、旅游和健康产业的布局等强势表现将连续八年位居榜首的万科挤至次席。此外，碧桂园以销售金额突破 3000 亿元及领先的成本控制水平首次跻身三强位置。绿地、保利、中海、万达、融创、华夏幸福、龙湖和富力分列四到十位。其中，多年业绩稳定、管控规范的龙湖和布局均衡、利润率领先的富力并列排名第十。

(资料来源：中房网. 2017 中国房地产 500 强测评成果盛大发布 [EB/OL]. [2017-03-22].
<http://www.fangchan.com/industry/22/2017-03-22/6249982257441083419.html>)

随着房地产业的快速发展，产业内出现了两种趋势：其一是产业的专业化程度日益提高，产业分工日益细化。房地产开发企业各自专注于某一细分产品领域，在每个细分子行业的生产和运营效率越来越高。专业化的营销策划、代理、中介服务等成为主流运作模式。其二是产业在不同层次及产业链几个或全部环节实现战略合作关系。房地产开发企业试图在项目建设设计期内就实现全产业链的整合，通过上下游的完整合作来提升项目的品质和盈利水平。

2015 年，中国楼市经历了从冷清、转晴到逐步回暖的过程。在这一年里，330 新政、



央行降准降息、全面放开二胎等一系列利好政策的出台,让购房者有信心出手买房,最终实现了年底销量的翘尾。据亿翰智库数据显示,2015年1—11月,30家典型企业中包含万科、保利、恒大、华润等15家大牌房企完成了全年业绩目标的90%。但由于库存压力巨大,其他房企业绩完成情况不甚理想。

2016年以来,各级城市住宅价格均累计上涨,房地产市场环境整体宽松,但2016年1—8月各项指标增速放缓,一线城市上半年累计上涨12.16%,深圳累计上涨最多;二线城市累计上涨6.99%,苏州、南京、厦门、合肥累计上涨最多,超过20%;三线城市累计上涨3.64%,东莞、中山、惠州涨幅居全国首冠,超过25%。

500强企业在市场压力不断上升的产业背景下,销售业绩大幅领先于全国水平,这表明500强企业在变化的市场环境中,具备更强的竞争能力,企业能根据自身特点快速应对市场变化,抵御市场风险,更好、更快、更灵活地适应环境,有效地抓住市场机遇,从而保证了企业持续有序增长。

在2017年全国“两会”上,李克强总理在《政府工作报告》中提出,要坚持住房的居住属性,加强房地产市场分类调控,因城施策去库存,加快建立和完善促进房地产市场平稳健康发展的长效机制。中国房地产业协会会长刘志峰表示,当前,我国房地产行业面临的主要任务有三项:一是贯彻落实国家宏观调控政策不动摇,促进房价合理回归,加快普通商品住房建设,扩大有效供给,促进房地产持续稳定健康发展;二是强化住房保障功能,加快保障性安居工程建设;三是转变行业发展方式,提高发展质量和效益。

第一节 房地产企业的类型和特点

一、房地产企业的类型

房地产企业是从事房地产开发、经营、管理和服务活动,并以盈利为目的进行自主经营、独立核算的经济组织。在当今市场经济条件下,房地产企业类型众多。根据房地产企业在房地产开发经营管理活动中经营管理的对象和范围不同,通常可以把房地产企业分为以下四大类。

(一)开发经营管理企业

房地产开发经营管理企业是通过市场调查、可行性研究以及其他前期工作和项目工程建设,在一个特定的地点和预期的时间内,把大额资本转换成房地产商品,然后通过预售或者销售回收投资,取得利润的企业。

(二)房地产中介组织

房地产中介就是在房地产投资策划、建设、交易、消费、物业管理等各个环节或阶段中,为当事人提供中间服务的经营活动的中介组织。房地产中介组织的运作,一般都是由当事人提出委托,中介机构受理委托并提供特定的服务,最后由委托人依约支付报酬。所以房地产中介从事的是一种有偿服务性的经营活动。

(三)物业管理企业

物业管理是受物业所有人的委托,依据《物业管理委托合同》,对物业的房屋建筑及其设备、市政公用设施、绿化、卫生、交通、治安和环境容貌等管理项目进行维护、修缮和整治,并向物业所有人和使用人提供综合性的有偿服务。房地产商品的价值不仅直接取决于建造过程中的设计、原材料、设备和装修等的成本费用,还受到使用、维修、地理位置和环境等因素的影响。物业公司的管理不仅能延长房地产商品的自然寿命,提高使用的经济寿命使房地产保值增值,而且能给使用者提供各种服务,满足房地产所有人和使用人的需要。因此,随着现代城乡文明建设的发展,物业公司和物业管理企业也在迅速发展。

(四)房地产金融企业

由于房地产商品投资大、周期长,需要银行、信用社等金融机构资金的支持,且房地产又是一种能够增值和保值的商品,因此银行等金融机构也愿意把资本投向房地产行业,进行风险投资。房地产金融市场是指房地产资金供求双方运用金融工具进行各类房地产资金交易的总和。它可以有一个固定的场所,也可以是无形的交易方式。鉴于房地产和金融关系十分密切,所以房地产开发商与银行等金融机构有良好的合作关系是房地产投资者有巨大经济和经营实力的重要标志。学科上,我们把各种金融机构中专门从事房地产信贷的机构和住宅银行称作房地产金融企业。

目前,根据金融机构的经营范围,通常将其划分为专业性房地产金融机构和非专业性房地产金融机构。早先,我国专业性房地产金融机构只有烟台和蚌埠两家住房储蓄银行。但是,随着金融的创新和发展,各商业银行都开办了房地产金融业务,并且大都是以房地产信贷部的形式出现。

另外,还可以根据其他标准,把房地产企业分为不同的类型。

根据房地产企业经营管理的对象不同可以把房地产开发企业分为:专门从事土地和城市基础设施开发的企业、专门从事地上建筑物和构筑物开发建设的房地产开发企业、对房产和地产进行综合开发的房地产开发企业。

按照房地产企业所有制的性质不同,房地产开发经营企业可以分为三类:公有经济的房地产开发企业、合资形式的房地产开发经营企业、各类合作和合资的房地产企业。如住宅合作社形式的房地产开发企业就属于合作和合资的房地产企业。

互动话题

你知道你们学校所在城市或者所在省市的几家房地产公司吗?试列举。

二、房地产开发经营企业的特点

由于所经营的产品和服务具有特殊性,同其他行业的企业相比较,房地产企业具有以下特征。



(一)经营对象的不可移动性

不管是房地产开发企业、中介服务企业还是物业管理企业,它们的主要经营对象都是不动产,具有位置固定性和不可移动性。经营对象的不可移动性使房地产企业的经营活动受周围环境的影响较大,经营绩效与所处城乡区位状况关系密切。因为动产商品具有实体的流动性,可以随时在地区之间,甚至是不同国家之间进行流动,因而通常面对的市场竞争范围比较大,通过物流策划可以改变其竞争态势。而对于房地产企业来说,住房为不动产,其相关的房地产服务也附着于固定的房地产上面,因此其面对的主要是本地市场,其竞争态势不可能通过物流策划来加以改变。

(二)业务形态的服务性

在房地产开发企业从事经营活动过程中,即征地、拆迁、土地开发、土地出让转让、城市规划、建筑设计、房屋开发、装饰装修、房屋出售、出租、转租、房地产抵押以及房地产建设过程中必然产生大量谈判、协调、筹划等劳务以及相应的法律事务,这些是房地产开发企业经营活动的主要内容。对于房地产中介服务和物业管理企业来说,其日常工作就是服务,是为人民服务、为业主服务。房地产中介企业就是围绕房地产产品而进行一系列咨询、筹划、代理和服务活动,沟通与房地产产品相关的各类信息,撮合买卖双方,节约交易各方的交易成本,并从节约的成本中获取佣金。物业管理企业实际上就是对房地产物业及其设施和周边环境进行管理并提供各种保安、保洁、绿化、维修和保养服务的企业。这些特性决定了房地产企业采取什么样的服务态度和提供什么样的服务质量至关重要。

(三)经营活动的资金和人才密集性

房地产企业在经营管理过程中专业性极强,建筑和装修需要自然科学和社会科学的紧密融合,房地产企业中需要大量的资金和专业人才。

房地产开发企业的每个经营项目都需要大量资金的运筹,是一种资金密集型企业。仅房地产开发前期的安置补偿费用、前期工作中的勘察设计费用、可行性研究费、建筑安装工程费、财务费用、销售费用等,少则百万,多则上亿。所以一个完整的房地产项目的资金完全依靠自有资金进行房地产开发,通常难以满足,往往需要依赖各种金融工具和金融手段。房地产业与金融业的密切联系会带来以下问题:一方面,房地产企业大量资金需求为银行等金融机构提供了一种优良的投资渠道;另一方面,房地产业与金融业二者结合会使整体经济的抗风险能力下降,一旦房地产价格下跌或者房地产企业经营不善,可能会造成金融体系动荡,进而危及整个国民经济的安全。

所谓人才密集型是指在房地产开发、中介咨询、代理、物业管理过程中,需要大量的各种各样的专业人才,如建筑工程类、工程监理类、经济分析类、金融类等。房地产开发企业在实际经营活动中既涉及建筑安装方面的技术知识,也涉及市场调研、项目管理、各专业领域协调等知识和技能,往往只有借助各类专业人员的协同合作才能完成房地产开发。对于普通房地产需求者而言,消费者或者不从事房地产行业的公司企业无法在短时间内掌握与房地产相关的专业知识,通常在交易过程中要依赖这些专业人士的协助,这样就为专业化的中介服务企业提供了经营空间。

(四)经营活动过程的行业限制性

在房地产企业经营管理活动过程中，行业特征对其影响明显，表现在以下几方面。一是行业的市场规模较大，对企业发展起到十分巨大的推动作用。二是行业的竞争范围主要是本地市场，是面向区域的，全国及世界性的竞争主要来源于资金流动。三是目前房地产行业竞争者的数量较大，但有较强实力的企业数量则较少，市场竞争激烈，企业经营过程中面临的不确定性较大。四是房地产用户的数量较多，相比各领域具有较为广阔的市场。房地产用户主要包括一般的住房消费者及其他需要房地产产品的集团购买者。五是房地产业进入障碍比较大：一方面，由于进入房地产业需要较大的启动资本，所以存在较高的进入壁垒障碍；另一方面，房地产的固定性也决定了退出房地产业的转移成本也相当高。六是房地产企业由于其资金量投入大、风险高，若企业经营得当，其盈利水平也会高一些，这种较高水平的盈利是对其承担的高风险的补偿。这也是吸引其他行业资金进入房地产业的主要因素。

小阅读

中国十大房地产品牌榜中榜，房地产企业十强(2017)

1. 中国恒大集团，十大房地产开发商之一，中国精品地产的领先者。
2. 万科企业股份有限公司，国内大型专业住宅开发企业，上市公司。
3. 碧桂园控股有限公司，房地产行业大盘开发模式的倡导者。
4. 绿地控股集团有限公司，以房地产为主业的国有控股特大型企业集团。
5. 保利房地产(集团)股份有限公司，成立于1992年，国家一级房地产开发资质企业。
6. 中国海外发展有限公司，中国建筑工程总公司在香港的控股子公司，荣获多项殊荣。
7. 大连万达商业地产股份有限公司，万达商业是全球规模最大的商业地产企业。
8. 融创中国控股有限公司，产品涵盖高端住宅、别墅、商业、写字楼等多种物业类型。
9. 华夏幸福基业股份有限公司，是中国领先的产业新城运营商。目前，公司资产规模超1860亿元。
10. 龙湖地产有限公司，业务领域涉及地产开发、商业运营和物业服务三大板块。
11. 广州富力地产股份有限公司，集房地产设计、开发、工程监理、销售、物业管理、房地产中介等业务为一体，拥有国家建设部颁发的一级开发资质、甲级设计资质、甲级工程监理资质、一级物业管理资质及一级房地产中介资质，是中国综合实力最强的房地产企业之一。

(资料来源：中房网. 中国十大房地产品牌榜中榜，房地产企业十强[EB/OL].[2017-03-22].
<http://www.fangchan.com/industry/22/2017-03-22/6249997684145722151.html>)



第二节 房地产开发经营企业的机构设置

一、房地产开发经营企业组织的类型

房地产企业设置组织结构, 需要选择适当的组织结构形式。不同的组织结构形式有不同的特点, 不可能用统一的固定模式。各企业在进行组织结构设计时, 可以参考已有的组织结构形式。常见的组织结构的基本类型有直线制、职能制、直线职能制、事业部制、矩阵制等。这些组织结构形式从前到后越来越复杂, 适用的企业规模越来越大。像恒大、万科、碧桂园这样的大企业通常都采用事业部制或者矩阵制。

二、房地产开发经营企业的常规机构设置

(1) 总经办和办公室。总经办负责总经理所需文字材料的起草、党委会记录、会议纪要整理、会议安排、来客接待及其他相关工作。办公室负责协调公司的各项工作, 监督各项规章制度的落实, 负责各项会议的通知、记录, 印章使用管理、食堂管理, 机关的绿化美化, 车辆使用, 公司会议组织准备, 档案管理等工作。

(2) 人力资源部。人力资源部负责人事管理方面的制度制定、政策宣传, 办理职工招聘、调动、辞职、辞退手续; 办理各项社会保险、住房公积金相关手续; 干部、职工档案管理, 工资及各种福利费发放, 继续教育及在职职工培训, 各类报表上报等工作。

(3) 财务部。财务部负责参与公司生产经营、合同制定、信贷、结算、资金管理, 公司的账务处理及会计资料保管、税费缴纳、资金收取等工作。

(4) 开发部。开发部负责公司各类项目和工程的报批及各类手续的办理, 协调施工方、开发商及地方之间的关系等工作。

(5) 企管部。企管部负责二级公司的用人管理、资产管理、安全生产、报表统计及二级公司职工培训等各方面工作。

(6) 工程部。工程部负责公司各工程项目及其全面配套设施的规划设计、施工、管理、竣工验收, 工程预、决算及施工档案的管理等其他相关工作。

(7) 销售部。销售部负责了解房地产开发相关信息, 及时向领导汇报与销售有关的情况, 办理房屋销售的相关手续, 负责房屋拖欠款的催收等工作。

(8) 安监办。安监办负责辖区内企事业单位、施工单位的安全生产监督、隐患排查、法律法规宣传, 特殊时期的安全监督检查及劳动监察等工作。

(9) 招商部。招商部负责开发区、产业园的招商引资, 入区企业的注册、审批、包装、申报手续的办理, 展会信息的收集、整理及相关文件、表格的上报等工作。

(10) 统计审计部。统计审计部负责公司所属企业和村办企业的财务监督管理工作, 对企业经营活动、财务收支、经济效益等进行内部审计监督等工作。

(11) 环境办。环境办负责辖区内环境整治、外围运行服务保障工作的协调组织、督促检查工作, 完成公司领导、区里相关部门布置的其他工作。

另外, 还要设置总务科、工会、团委、信访办、政工部和保卫科等后勤服务部门。

三、房地产开发经营企业的企业制度

在市场经济条件下，房地产企业要正常运行，除了建立科学的组织结构外，还必须通过改革，建立现代企业制度。现代企业制度是指以公司制度为主要表现形式，体现企业是法人实体和市场竞争主体要求的企业体制，是适应社会化大生产和市场经济要求的产权明晰、责权明确、政企分开、管理科学的企业制度。现代企业管理制度一般包括下列四个方面的内容。

(1) 建立和完善企业的组织运营系统。

(2) 建立科学的劳动用工制度和灵活有效的激励机制。

(3) 建立现代企业财务会计制度。

(4) 坚持以人为本的企业管理，培育优秀的企业文化和团队精神，加强人力资源的开发和管理等。

根据这一根本制度的要求，还必须设计与房地产企业的基本特征相适应的具体管理制度。根据房地产企业运行的特点，其具体管理制度的主要内容如下。

(1) 开发经营管理制度。这是房地产开发企业的主要制度，主要内容有：房地产开发工作管理制度；项目前期工作管理办法；房屋营销工作管理制度；材料管理工作制度；计划工作管理制度；计量工作监督制度；合作开发商品房管理制度；拆迁补偿工作管理制度等。

(2) 工程技术管理制度。这是有关工程技术方面的制度，主要内容有：规划、设计和报建工作制度；图纸审核管理制度；工程质量管理；设计招标制度；工程项目管理制度；配套工作管理制度；安全生产责任制度；图纸、技术资料管理制度等。

(3) 经济核算管理制度。这是有关财务、资金使用方面的制度，主要内容有：财务工作管理制度；成本工作管理制度；会计核算工作管理制度；经济活动分析工作管理制度；审计工作管理制度；现金管理制度及差旅费报销制度等。

(4) 行政人事管理制度。这是公司有关行政人事方面的管理制度，主要内容有：秘书工作管理制度；文印、文件工作管理制度；档案管理制度；人事工作管理制度；职工考勤管理制度；办公用品管理制度；机动车辆管理制度；公司用工制度；干部与技术人员考核晋升制度；职工食堂等后勤方面的管理制度等。

(5) 物业管理制度。这是有关物业管理、售后服务、租赁等方面的管理制度，主要内容有：商品房售后管理制度；住宅小区管理制度；房产管理制度；房产租金管理制度；房屋维修管理制度等。

小阅读

2016年7月5日，国务院办公厅印发《关于加快推进“五证合一、一照一码”登记制度改革的通知》。从10月1日起，总理力推的“五证合一、一照一码”登记制度改革在全国范围内全面实施。

“五证合一、一照一码”，即营业执照的注册号、组织机构代码证号、税务登记证号、统计证号及社保登记证号统一为一个登记码，标注在营业执照上。

2016年9月20日至2017年12月31日为改革过渡期，原发营业执照继续有效，2018年1月1日后一律使用加载统一代码的营业执照，未加载统一代码的营业执照不再有效。



第三节 房地产市场

一、房地产市场结构

从宏观上说,房地产市场结构包括总量结构、区域结构、产品结构、供求结构和投资结构。要实现房地产市场总量基本平衡、结构基本合理、价格基本稳定的市场目标,保持房地产业与社会经济及相关产业协调发展,必须准确把握房地产市场上的这些主要结构关系。

(1) 总量结构:从房地产市场整体出发,分析开发和销售之间的数量结构关系,考察房地产供求之间的总量差距。

(2) 区域结构:分析在全国不同地区之间,房地产市场发育情况的差异和特点,考察不同区域或城市之间,房地产市场的开发规模、主要物业类型、房价水平和政策措施的差异。

(3) 产品结构:从经济发展阶段出发,考察房地产市场中住宅、写字楼和商业用房等不同物业类型之间的投资比例关系,分析其产品结构布局的合理程度。

(4) 供求结构:针对某一物业类型,分析其市场内部不同档次物业的供求关系;并从市场发展的实际情况出发,判别供给档次和需求水平之间是否处于错位的状态。

(5) 投资结构:根据投资者参与市场的不同投资目的和投资方式,具体分析不同投资方式的适用空间,以及彼此之间的动态协调关系。

二、房地产市场细分

从识别和把握房地产宏观市场环境的角度出发,我们可以按照地域范围、房地产用途、存量增量、交易形式、目标市场等标准,对房地产市场进行细分。

(一)按地域范围细分

房地产的不可移动性,表明其对地区性需求的依赖程度很大,这便决定了房地产市场是地区性市场,人们认识和把握房地产市场的状况,也多从地域概念开始,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。

地域所包括的范围可大可小,由于房地产市场主要集中在城市化地区,所以最常见的是按城市划分,如北京市房地产市场、上海市房地产市场、北海市房地产市场等。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,如上海浦东新区房地产市场、北京亚运村地区房地产市场、深圳市罗湖区房地产市场等。从把握某一更大范围房地产市场状况的角度,除按城市划分外,还可以按省或自治区所辖的地域划分,如海南省房地产市场、山东省房地产市场等。当然我们还可以说中国华北地区房地产市场、美国房地产市场、东南亚地区房地产市场、亚洲房地产市场、世界房地产市场等。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。

(二)按房地产用途细分

由于不同类型房地产在投资决策、规划设计、工程建设、产品功能、面向客户的类型等方面均存在较大差异,因此需要按照房地产的用途,将其分解为若干子市场,如居住物业市场(含普通住宅、别墅、公寓市场等)、商业物业市场(写字楼、零售商场或店铺、休闲旅游设施、酒店市场等)、工业物业市场(如标准工业厂房、高新技术产业用房、研究与发展用房、工业写字楼、仓储用房等)、特殊物业市场、土地市场等。

(三)按存量增量细分

通常将房地产市场划分为三级市场:一级市场(土地使用权出让市场)、二级市场(土地转让、新建商品房租售市场)、三级市场(存量房地产交易市场)。而更加清晰的划分是按照增量存量的方式,将土地划分为一级土地市场和二级土地市场,将房屋划分为一级房屋市场(增量市场或一手房市场)和二级房屋市场(存量市场或二手房市场)。房地产增量和存量市场之间是一种互动关系,存量市场的活跃,不仅有利于存量房地产资源的有效配置,而且由于房地产市场中存在的“过滤”现象,还能促进增量市场的发展。

(四)按交易形式细分

按照《中华人民共和国城市房地产管理法》的规定,房地产交易包括房地产买卖、租赁和抵押。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均有其明显的特殊性,因此依不同房地产交易形式对市场进行划分也就成为必然。土地的交易包括土地买卖、租赁和抵押等子市场,由于我国城市土地所有权属于国家,因此土地交易实质上是土地使用权的交易;新建成的房地产产品交易,存在着销售(含预售)、租赁(含预租)和抵押等子市场;面向存量房屋的交易,则存在着租赁、转让、抵押、保险等子市场。

(五)按目标市场细分

从市场营销的角度出发,可以将房地产市场按照市场营销过程中的目标市场来细分。通常情况下,可以将某种物业类型按其建造标准或价格水平,细分为低档、中低档、中档、中高档和高档物业市场,如甲级写字楼市场、高档住宅市场、普通住宅市场等;也可以按照目标市场的群体特征进行细分,如老年住宅市场、青年公寓市场等。

上述五种划分方法是相互独立的,不同的市场参与者通常关注不同的子市场。根据研究或投资决策的需要,可以将五种划分方式叠加在一起,以得到更细的子市场。如北京市写字楼出售市场、深圳罗湖土地拍卖市场、南京市二手房转让市场、上海市甲级写字楼租赁市场等。

小阅读

2017年1—7月份,全国房地产开发投资59761亿元,同比名义增长7.9%,增速比1—6月份回落0.6个百分点。其中,住宅投资40683亿元,增长10.0%,增速回落0.2个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为68.1%。

1—7月份,东部地区房地产开发投资32069亿元,同比增长8.5%,增速比1—6月份提高0.1个百分点;中部地区投资12612亿元,增长13.8%,增速回落2.2个百分点;西部



地区投资 12 901 亿元, 增长 5.1%, 增速回落 1.7 个百分点; 东北地区投资 2179 亿元, 下降 11.3%, 降幅收窄 2.7 个百分点。

1—7 月份, 房地产开发企业房屋施工面积 707 313 万平方米, 同比增长 3.2%, 增速比 1—6 月份回落 0.2 个百分点, 其中, 住宅施工面积 483 145 万平方米, 增长 2.8%。房屋新开工面积 100 371 万平方米, 增长 8.0%, 增速回落 2.6 个百分点, 其中, 住宅新开工面积 71 746 万平方米, 增长 11.9%。房屋竣工面积 47 021 万平方米, 增长 2.4%, 增速回落 2.6 个百分点, 其中, 住宅竣工面积 33 543 万平方米, 下降 0.7%。

1—7 月份, 房地产开发企业土地购置面积 12 410 万平方米, 同比增长 11.1%, 增速比 1—6 月份提高 2.3 个百分点; 土地成交价款 5 428 亿元, 增长 41.0%, 增速提高 2.5 个百分点。

(资料来源: 国家统计局. 2017 年 1—7 月份全国房地产开发投资和销售情况 [EB/OL]. [2017-08-14].

http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201708/t20170814_1522787.html)

三、房地产产品市场定位

一个楼盘的建造, 有规模之分, 有产品档次之分, 购买层次更是不一样。因而, 产品的定位显得尤为重要, 必须在消费群体或买方市场中树立起楼盘的特殊形象。

(一) 楼盘产品定位的意义和特点

楼盘产品定位, 说起来容易, 做起来却很难, 这完全是由楼盘产品的特殊性所决定的。因为做楼盘不同于做一般商品, 它存在销售周期较长的问题。这就要求在楼盘开发过程中对产品本身的设计需有一定超前性, 不因为市场的变化使产品变得过时或滞销。

产品定位对开发商而言, 与其所要获取的利润或回报有着不可分割的关系。从通常意义上来说, 产品定位市场涉及面较广, 但定位的选择性却有限。这主要是因为定位受硬件和软件两大因素的影响: 硬件一般包括规划指标, 如控高、容积率、密度、绿化率、停车位比例等全部由政府规划所决定, 具有不可更改性; 软件包括资金、材料、工期、技术、施工等因素。

从市场营销学来讲, 楼盘产品的定位本身就是一个前期营销策略的演变过程。产品的定位, 是在其选择和确立产品潜在目标客户基础上, 通过前期营销策略的调整和深化过程, 在相应固定目标客户中对楼盘的亮点予以全面发掘, 并将最为突显的亮点予以全力推广或宣传, 让客户对所开发楼盘留下一个良好的印象, 并对楼盘产生一种“我选的就是它”的美好记忆, 使楼盘在开发和营销初期就让买方产生一个相当深刻的印象或是特色独到的主体形象。

产品定位, 有着一般商品的共性, 但房地产楼盘产品的定位, 有着其他商品无可比拟的特性和个性。相对而言, 楼盘产品定位的需求面完全是因项目的档次、价格、区域、品质等综合性价比因素而异。楼盘开发, 由于投资大, 又存在相应风险和市场不确定因素, 使得开发商小心翼翼, 因而对楼盘产品定位显得较为慎重, 他们希望有一个正确的、内心踏实的产品定位。

(二) 经济环境变化时的产品定位

(1) 通货膨胀压力大时的产品定位。在经济景气循环的情况下, 难免会因为景气热旺、

游资充裕，过多的资金追逐过少的物品，而导致物价上涨，从而引发通货膨胀的压力。要判别通货膨胀是否存在，仅须观察物价上涨率是否持续一段时期且都在5%以上，若是，就可以断定正面临通货膨胀的压力。此时由于货币不断地贬值，物价不断地上涨，商品一旦售出，要想以原先成本再行补货，已不太可能，所以通货膨胀时持物待价而沽，已成为一般商品所有者普遍的心态。

不动产市场受通货膨胀的影响尤其明显，因为不动产除了自住用外，还具有保值、增值的特性，所以在通货膨胀时期，不动产往往成为投资人的首选。就开发商而言，在预售时如果房屋已售出，其可收入的金额已固定，而其营建成本却尚未发生，虽然发包给承建商，营建成本也已固定，但是在营建合约中往往有明确规定，即物价上涨一定成数以上时，营建成本也要跟着调整，使得开发商的营建成本，在通货膨胀时期，增加的机会大为提高。为避免这种收入固定而成本却持续上涨的不利局面，开发商在通货膨胀时期应慎选产品。选择产品时，应注意下列事项：产品的施工期限不宜过长；产品要以能克服余屋销售压力的设计为主；针对投资人的保值心理设计产品。

除非拆掉建筑物重新再建，否则其数量会越来越来少，在稀少性及不可再生性的特性下，不动产产品就越发珍贵，特别是在通货膨胀时期，更应慎选产品，以免暴殄天物。

(2) 市场不景气时的产品定位。不动产交易虽受政治、经济、法令规章等因素的影响，但对于从事投资兴建的开发商及拥有土地使用权的地产主而言，其最为关注的还是市场交易的热络程度，也就是一般俗称的“回春”。除了某些个案或由于地点特殊，或由于定位成功，而能创造销售佳绩之外，大多数的开发商及地产主都不免对这股挥之难去的不景气阴霾大感头痛。

面对这种现象，有些人把精力放在发掘影响市场景气的因素即寻找“为什么市场不景气”的答案上，想因此获得突破不景气的方法。这种方法可能其理论意义大于实际效用，而且因为影响景气因素的复杂性，还可能使依赖这种方法的人多走些弯路。以下则打算从另一个角度，探讨如何通过产品定位以回应市场不景气，也就是接受不景气这个事实，并尽可能掌握其现象，以归纳出在实务上可供参考的产品定位原则。

一般而言，买卖双方对景气的看法越分歧，则市场越活跃，这种现象在股票、不动产等投资性的产品市场尤其明显。唯有对未来的预期有人乐观、有人悲观，市场才容易活络。

因此面临不景气时，首先需找出何人有购买意愿，也就是发掘潜在的目标市场。除了因为越是不景气，销售风险越高之外，潜在购买者渐趋保守与理性，也使得目标市场的界定显得更为必要。一旦确定了目标市场，就可以进一步分析何种因素可以强化目标市场客户的购买意愿：是具竞争力的低价格，是产品的独特设计，还是诉求工期长的轻松付款条件？尤其需要特别留意的是目标市场的核心需求，也就是客户真正的需求是什么，根据这个基础，才能开发突破不景气市场的适当产品。

事实上，没有一种产品是无往不利的市场灵丹妙药，但是下面这些原则，却有助于消极地避免不景气的冲击，甚而可能积极地透过产品定位创造市场佳绩。

① 产品要有明确的竞争条件或特色，才能脱颖而出，也才能刺激客户的购买意愿。

② 要结合销售、规划及财务等功能，以强化产品定位的竞争空间。例如有些公司的产品力求缩短工期，增加价格竞争的条件；有些规划工程或高层建筑应配合轻松的付款条件，以吸引投资性客户等，这些都是结合多元功能为一体的例子。



③ 不要受限于销售及短期获利的目的,也就是说在市场条件不佳或不景气的情况下,有必要慎重评估销售的意义及条件。尤其不要盲目售出,落得“赚了销售率,赔了报酬率”的窘态。事实上,由于土地资源的日益昂贵稀有,采取只租不售、整体经营,甚至避开景气低迷的养地等方式,也不失为适应不景气的明智之举。

④ 产品应保留调整的弹性。尤其是在景气低迷时,销售速度慢、阻力大,任何一种产品定位都可能遭遇市场阻力,因此应预留调整的弹性。如小单元面积分隔或合并的弹性、商业或住宅用途转换的弹性以及选择性销售(如分栋、分期销售)的弹性等。

(3) 财务压力大时的产品定位。除非是划拨土地,否则只要是出让土地,土地成本往往较高,积压在土地上的资金大,即使有银行贷款,其每月的利息负担也很重,因此土地只要晚一天开发,对开发商而言,都是一笔沉重的资金负担;即使是合建情况下,因为要支付给供地方相当大额的履约保证金及兴建时的拆迁补偿费、房租补贴等,所以同样要面临资金积压的问题,只是程度稍微比购地轻微。至于开始兴建后,每期的工程款都要于固定期间支付,虽有建筑融资可供应部分工程款,但是建筑融资核拨与否,须视销售情况而定。一般而言,销售成数在5~7成以下,建筑融资较难取得。至于资金来源,则大多仰赖预售时的销售收入,但因预售市场的一般付款条款为分期付款,而不动产投资需要巨额资金,因此资金不充裕的开发商,在土地买进到竣工交房这一段期间,一直要承受资金压力,尤其在销售成绩不理想的情况下,更是要大费周折,才能渡过资金周转的难关。所以对于财务压力大的开发商而言,在进行产品定位时,应注意下列事项。

① 产品规划以顺销产品为主。

② 产品设计以简单楼房为主。

③ 产品定位要能克服景气低迷及余屋销售的压力。套房产品在成为余屋时及大单元面积产品在不景气时,其销售都会有难度,所以在财务压力大的情况下,应特别注意规避此类产品的设计,以避免产品无法销售,造成资金积压。

④ 对于需长期开发的产品,要审慎评估,不宜贸然投资。

很少有一种产品能像房地产一样,闲置一段时间后,不但未损及价值,反而可借景气、需求及投资风气之机,而有大幅度的增值。所以有很多开发商对于只租不售的产品才会那么热衷,然而其前提是现金流量要足够,才能在损失收入的情况下,独自负担所有的土地及营建成本,然后静待增值,伺机出售再获利脱手。而如果有财务压力的话,则宜诉求周转性快的产品,通过高周转性的产品,一来可灵活资金的应用,二来可提高投资报酬率。

四、政府对房地产市场的调控

自2005年3月下旬开始,国家出台了一系列稳定房价,遏制房地产过热的措施。2005年推行“国八条”,2006年推行“国六条”。2008年在全球金融危机的影响下,国务院出台扩大内需十项措施,增加千亿元投资,即后来大家简称的“国十条”。

自2009年12月份进一步调控楼市以来,政策又经历了六次升级,分别是2010年1月的“国十一条”、4月的“新国十条”、9月的“9.29新政”,2011年1月的“新国八条”,2013年2月20日出台“国五条”,2013年3月1日出台“新国六条”是第六次调控升级。

2010年1月,国办发出的《关于促进房地产市场平稳健康发展的通知》指出,要严格二套房购房贷款管理,抑制投资投机性购房需求。二套房贷款首付款比例不得低于40%。

该通知分五个方面共十一条，因此被简称为调控房地产市场的“国十一条”。

2010年4月17日，国务院发出《关于坚决遏制部分城市房价过快上涨的通知》(以下简称《通知》)，提出十条举措，简称为房地产“新国十条”。《通知》要求，商品住房价格过高、上涨过快、供应紧张的地区，商业银行可根据风险状况，暂停发放购买第三套及以上住房贷款。对不能提供1年以上当地纳税证明或社会保险缴纳证明的非本地居民暂停发放购买住房贷款。地方人民政府可根据实际情况，采取临时性措施，在一定时期内限定购房套数。

2010年9月29日，国家出台巩固楼市调控成果措施。

2011年1月26日，国务院常务会议再度推出八条房地产市场调控措施(下称“新国八条”)，要求强化差别化住房信贷政策，对贷款购买第二套住房的家庭，首付款比例不低于60%，贷款利率不低于基准利率的1.1倍。

“新国八条”的八条政策反映了政府对房地产市场调控的政策意愿，其内容如下。

一是强化规划调控，改善商品房结构。

二是加大土地供应调控力度，严格土地管理。

三是加强对普通商品住房和经济适用住房价格的调控，保证中低价位、中小户型住房的有效供应。

四是完善城镇廉租住房制度，保障最低收入家庭基本住房需求。

五是运用税收等经济手段调控房地产市场，特别要加大对房地产交易行为的调节力度。

六是加强金融监管。

七是切实整顿和规范市场秩序。强化法治，严肃查处违法违规销售行为。

八是加强市场监测，完善市场信息披露制度。加强舆论引导，增强政策透明度。

“国五条”是指在2013年2月20日国务院常务会议确定的五项加强房地产市场调控的政策措施。国务院常务会议出台五项调控政策措施，要求各直辖市、计划单列市和除拉萨外的省会城市要按照保持房价基本稳定的原则，制定并公布年度新建商品住房价格控制目标，建立健全稳定房价工作的考核问责制度。严格执行商品住房限购措施，已实施限购措施的直辖市、计划单列市和省会城市要在限购区域、限购住房类型、购房资格审查等方面，按统一要求完善限购措施。

国务院常务会议明确了“国五条”的具体政策措施如下。

一是完善稳定房价工作责任制。各直辖市、计划单列市和除拉萨外的省会城市要按照保持房价基本稳定的原则，制定并公布年度新建商品住房价格控制目标。建立健全稳定房价工作的考核问责制度。

二是坚决抑制投机投资性购房。严格执行商品住房限购措施，严格实施差别化住房信贷政策。扩大个人住房房产税改革试点范围。

三是增加普通商品住房及用地供应。2013年住房用地供应总量原则上不低于过去五年平均实际供应量。

四是加快保障性安居工程规划建设。配套设施要与保障性安居工程项目同步规划、同期建设、同时交付使用。完善并严格执行准入退出制度，确保公平分配。2013年底前，地级以上城市要把符合条件的外来务工人员纳入当地住房保障范围。

五是加强市场监管。加强商品房预售管理，严格执行商品房销售明码标价规定。强化



企业信用管理,严肃查处中介机构违法违规行为。推进城镇个人住房信息系统建设,加强市场监测和信息发布管理。

2013年3月1日,国务院公布房地产调控“国五条”实施细则,业内称“新国六条”,具体措施如下。

1. 完善稳定房价工作责任制

要按照保持房价基本稳定的原则,制定本地区年度新建商品住房(不含保障性住房,下同)价格控制目标,并于一季度向社会公布。对存在住房供过于求等情况的城市,也应指导其采取有效措施保持市场稳定。要建立健全稳定房价工作的考核问责制度,加强对所辖城市的督查、考核和问责工作。

2. 坚决抑制投机投资性购房

继续严格执行商品住房限购措施。限购区域应覆盖城市全部行政区域;限购住房类型应包括所有新建商品住房和二手住房;购房资格审查环节应前移至签订购房合同(认购)前;对拥有1套及以上住房的非当地户籍居民家庭、无法连续提供一定年限当地纳税证明或社会保险缴纳证明的非当地户籍居民家庭,要暂停在本行政区域内向其售房。

要严肃查处限购措施执行中的违法违规行为,对存在规避住房限购措施行为的项目,要责令房地产开发企业整改;购房人不具备购房资格的,企业要与购房人解除合同;对教唆、协助购房人伪造证明材料、骗取购房资格的中介机构,要责令其停业整顿,并严肃处理相关责任人;情节严重的,要追究当事人的法律责任。

继续严格实施差别化住房信贷政策。银行业金融机构要进一步落实好对首套房贷款的首付款比例和贷款利率政策,严格执行第二套(及以上)住房信贷政策。要强化借款人资格审查,严格按规定调查家庭住房登记记录和借款人征信记录,不得向不符合信贷政策的借款人违规发放贷款。银行业监管部门要加强对银行业金融机构执行差别化住房信贷政策的日常管理和专项检查,对违反政策规定的,要及时制止、纠正。对房价上涨过快的城市,人民银行当地分支机构可根据城市人民政府新建商品住房价格控制目标和政策要求,进一步提高第二套住房贷款的首付款比例和贷款利率。

充分发挥税收政策的调节作用。税务、住房城乡建设部门要密切配合,对出售自有住房按规定应征收的个人所得税,通过税收征管、房屋登记等历史信息能核实房屋原值的,应依法严格按转让所得的20%计征。总结个人住房房产税改革试点城市经验,加快推进扩大试点工作,引导住房合理消费。税务部门要继续推进应用房地产价格评估方法加强存量房交易税收征管工作。

3. 增加普通商品住房及用地供应

原则上2013年住房用地供应总量应不低于过去五年平均实际供应量。加大土地市场信息公开力度,市、县人民政府应于一季度公布年度住房用地供应计划,稳定土地市场预期。各地区住房城乡建设部门要提出商品住房项目的住宅建设套数、套型建筑面积、设施条件、开工时间等要求,作为土地出让的依据,并纳入出让合同。

加快中小套型普通商品住房项目的供地、建设和上市,尽快形成有效供应。对中小套型住房套数达到项目开发建设总套数70%以上的普通商品住房建设项目,银行业金融机构

要在符合信贷条件的前提下优先支持其开发贷款需求。

4. 加快保障性安居工程规划建设

全面落实 2013 年城镇保障性安居工程基本建成 470 万套、新开工 630 万套的任务。做到配套设施与保障性安居工程项目同步规划、同期建设、同时交付使用，确保竣工项目及早投入使用。加强分配管理。要继续探索创新保障性住房建设和管理机制，完善保障性住房申请家庭经济状况审核机制，严格准入退出，确保公平分配。

5. 加强市场监管和预期管理

2013 年起，各地区要提高商品房预售门槛，引导房地产开发企业理性定价，稳步推进商品房预售制度改革。各地区要大力推进城镇个人住房信息系统建设，完善管理制度，到“十二五”期末，所有地级以上城市原则上要实现联网。对存在闲置土地和炒地、捂盘惜售、哄抬房价等违法违规行为的房地产开发企业，有关部门要建立联动机制，加大查处力度。对涉及房地产市场的不实信息，要及时、主动澄清。对诱导购房者违反限购、限贷等政策措施，造谣、传谣以及炒作不实信息误导消费者的企业、机构、媒体和个人，要进行严肃处理。

6. 加快建立和完善引导房地产市场健康发展的长效机制

各有关部门要加强基础性工作，加快研究提出完善住房供应体系、健全房地产市场运行和监管机制的工作思路和政策框架，推进房地产税制改革，完善住房金融体系和住房用地供应机制，推进住宅产业化，促进房地产市场持续平稳健康发展。

2017 年一季度，两会《政府工作报告》提出“坚持住房的居住属性，落实地方政府主体责任。加强房地产市场分类调控，房价上涨压力大的城市要合理增加住宅用地，规范开发、销售、中介等行为，遏制热点城市房价过快上涨”。随后，全国新一轮房地产调控重磅来袭，楼市调控政策密集出台、区域联动性增强。其中北京 10 天九次出台房地产相关政策，广州、珠海、厦门等 30 余个城市也密集出台收紧政策，热点城市进入严厉打击房价过快上涨的阶段。其中无论是限购、限贷，还是两年内部分房源不允许上市交易等措施，都是为了打击房产的“投资投机”属性，恢复其“居住”属性。自 2016 年中央经济工作会议提出加快研究建立符合国情、适应市场规律的基础性制度和长效机制，中央各部委加快房地产长效机制建设，中央财经领导小组第十五次会议上，习近平主席强调深入研究短期和长期相结合的长效机制和基础性制度安排。住建部在国新办新闻发布会上提出，现在具备了建立房地产的基础性制度和长效机制的条件，明确要加快房地产税立法，并适时推进改革，相关部门正在按照中央要求开展工作。

从政策影响来看，继“限购”“限贷”后，“限售”也升级为楼市调控的关键词。2017 年 3 月 24 日，二线城市中房价最高的厦门发布楼市调控新规，“新购住房需取得产权证后满 2 年方可上市交易”。在厦门之后，先后有福州、青岛、杭州、广州、惠州、常州等城市加入到限售队伍行列。除了“限售”外，近期出台调控政策的城市在不同层面上弥补了之前的政策短板，体现了“因城施策”的特征，例如一、二线城市诸如北京、广州等地实行“认房又认贷”“商住房”限购、“离婚一年内买房为二套”等，重在弥补政策的短板；而热点二三线城市和一线城市的周边城市则是加强社保年限和提高首付比例，为楼市降温



并进一步遏制投资性需求。在此背景下,受2016年同期高基数及政策调控影响,一季度新房成交量同比小幅下调,价格累计涨幅持续收窄。其中,一、二线热点城市新房价格涨幅明显收窄,成交量同比降幅显著,但二手房市场价格涨幅明显高于新房。同时,因去库存政策效应及核心城市外溢影响,部分三、四线城市量价保持了稳步增长。在调控持续收紧情况下,预计未来一、二线城市的成交仍难见起色,价格整体将趋向平稳。

从未来政策走向来看,可以预期的是,2017年城市分化态势仍将持续,短期房地产过热城市的楼市调控政策将持续发力。政策将侧重于通过各类措施稳定市场环境,差别化信贷政策将继续发挥重要作用,限购等行政手段也将延续,强化市场监管,整顿规范市场秩序,以促进市场平稳发展。供应紧张、房价上涨压力较大的城市继续合理增加住宅用地供应,特别是部分商办库存较大而住宅供求矛盾突出的城市,也将推动商办库存转化,在去商办库存的同时也增加部分住宅供应。

互动话题

2016年11月,国家发展改革委与住房城乡建设部联合印发《关于开展商品房销售明码标价专项检查的通知》,在全国范围内开展商品房销售明码标价专项检查。检查发现,部分房地产企业未严格遵守《商品房销售明码标价规定》,侵害了消费者的合法权益。

其中,海南万宁润发房地产开发有限公司“石梅山庄”楼盘等7个案例未明码标价,四川万霖房产开发公司“凤凰城”楼盘等3个案例未在醒目位置明码标价,苏州恒力置业有限公司“苏州湾景苑”7~9#(东区)楼盘等2个案例未按规定实行“一套一标”,和美(上海)房地产开发有限公司“融信置鼎雅苑”等3个案例未按规定标示销售状态,深圳市华佳业房地产开发有限公司“华业玫瑰四季二期馨园”楼盘等7个案例明码标价信息不全,广西中泰商贸有限公司销售的“广源·鲁班壹号”楼盘在检查中不提供价格监督检查所需资料。

专项检查还查处了四川链家房地产经纪有限公司麓山大道一段分公司未公示收费项目名称及标准等3个涉及房地产中介公司的案例。

你对商品房销售明码标价专项检查怎么看?

(资料来源:中国政府网.部分房地产企业违反明码标价规定受查处[EB/OL].[2017-05-03].

http://www.gov.cn/xinwen/2017-05-03/content_5190629.htm)

课后阅读

房地产开发企业的设立和资质

一、房地产开发企业的设立条件

设立房地产开发企业,应当具备下列条件。

(1) 有自己的名称和组织机构。

(2) 有固定的经营场所。

(3) 有符合国务院规定的注册资本。房地产开发企业是资金密集型企业,对其注册资金的要求高于一般经营性、劳务性、中介性的企业。目前建设部按房地产开发企业的资质

等级不同规定了不同的注册资本要求。这有助于扼制房地产开发领域过于严重的投机态势，降低房地产投资风险，保障交易安全。

(4) 有足够的专业技术人员。房地产开发是一项专业性很强的经营活动。开发商拥有足够的专业技术人员是保障开发项目产品的安全及开发中其他社会效益和环境效益实现的必要条件。目前，建设部按房地产开发企业的资质等级不同规定了不同的专业技术人员要求。

(5) 法律、行政法规规定的其他条件。

二、设立房地产开发企业的程序

设立房地产开发企业应经过以下程序。

(1) 应当向工商行政管理部门申请设立登记，工商行政管理部门对不符合上述条件的，不予登记。

(2) 房地产开发企业在领取营业执照后的 30 日内，应当到登记所在地的县级以上地方人民政府规定的部门备案。

上述规定主要为协调企业设立中，一般行政管理(工商行政管理)与特殊行政管理(房地产开发行业管理)的关系。

三、新设立的房地产开发企业应当自领取营业执照之日起 30 日内，持下列文件到房地产开发主管部门备案

(1) 营业执照复印件。

(2) 企业章程。

(3) 验资证明。

(4) 企业法定代表人的身份证明。

(5) 专业技术人员的资格证书和劳动合同。

(6) 房地产开发主管部门认为需要出示的其他文件。

房地产开发主管部门应当在收到备案申请后 30 日内向符合条件的企业核发《暂定资质证书》，有效期 1 年。房地产开发主管部门可以视企业经营情况延长《暂定资质证书》的有效期，但延长期限不得超过两年。自领取《暂定资质证书》之日起 1 年内无开发项目的，《暂定资质证书》有效期不得延长。

房地产开发企业应当在《暂定资质证书》有效期期满前 1 个月内向房地产开发主管部门申请核定资质等级。房地产开发主管部门应当根据其开发经营业绩核定相应的资质等级。

申请《暂定资质证书》的条件不得低于四级资质企业的条件。临时聘用或者兼职的管理、技术人员不得计入企业管理、技术人员总数。

四、房地产开发企业资质管理规定

为了加强房地产开发企业资质管理，规范房地产开发企业经营行为，房地产开发企业应当按照规定申请核定企业资质等级。未取得房地产开发资质等级证书(以下简称资质证书)的企业，不得从事房地产开发经营业务。

申请核定资质等级的房地产开发企业，应当提交下列证明文件。

(1) 企业资质等级申报表。

(2) 房地产开发企业资质证书(正、副本)。



- (3) 企业资产负债表和验资报告。
- (4) 企业法定代表人和经济、技术、财务负责人的职称证件。
- (5) 已开发经营项目的有关证明材料。
- (6) 房地产开发项目手册及《住宅质量保证书》《住宅使用说明书》执行情况报告。
- (7) 其他有关文件、证明。

国务院建设行政主管部门负责全国房地产开发企业的资质管理工作；县级以上地方人民政府房地产开发主管部门负责本行政区域内房地产开发企业的资质管理工作。房地产开发企业按照企业条件分为四个资质等级。一级资质由省、自治区、直辖市人民政府建设行政主管部门初审，报国务院建设行政主管部门审批。二级资质及二级资质以下企业的审批办法由省、自治区、直辖市人民政府建设行政主管部门制定。经资质审查合格的企业，由资质审批部门发给相应等级的资质证书。各资质等级企业的条件如下。

(一)一级资质

注册资本不低于 5000 万元；从事房地产开发经营 5 年以上；近 3 年房屋建筑面积累计竣工 30 万平方米以上，或者累计完成与此相当的房地产开发投资额；连续 5 年建筑工程质量合格率达 100%；上一年房屋建筑施工面积 15 万平方米以上，或者完成与此相当的房地产开发投资额；有职称的建筑、结构、财务、房地产及有关经济类的专业管理人员不少于 40 人，其中具有中级以上职称的管理人员不少于 20 人，持有资格证书的专职会计人员不少于 4 人；工程技术、财务、统计等业务负责人具有相应专业中级以上职称；具有完善的质量保证体系，商品住宅销售中实行了《住宅质量保证书》和《住宅使用说明书》制度；未发生过重大工程质量事故。

(二)二级资质

注册资本不低于 2000 万元；从事房地产开发经营 3 年以上；近 3 年房屋建筑面积累计竣工 15 万平方米以上，或者累计完成与此相当的房地产开发投资额；连续 3 年建筑工程质量合格率达 100%；上一年房屋建筑施工面积 10 万平方米以上，或者完成与此相当的房地产开发投资额；有职称的建筑、结构、财务、房地产及有关经济类的专业管理人员不少于 20 人，其中具有中级以上职称的管理人员不少于 10 人，持有资格证书的专职会计人员不少于 3 人；工程技术、财务、统计等业务负责人具有相应专业中级以上职称；具有完善的质量保证体系，商品住宅销售中实行了《住宅质量保证书》和《住宅使用说明书》制度；未发生过重大工程质量事故。

(三)三级资质

注册资本不低于 800 万元；从事房地产开发经营 2 年以上；房屋建筑面积累计竣工 5 万平方米以上，或者累计完成与此相当的房地产开发投资额；连续 2 年建筑工程质量合格率达 100%；有职称的建筑、结构、财务、房地产及有关经济类的专业管理人员不少于 10 人，其中具有中级以上职称的管理人员不少于 5 人，持有资格证书的专职会计人员不少于 2 人；工程技术、财务等业务负责人具有相应专业中级以上职称，统计等其他业务负责人具有相应专业初级以上职称；具有完善的质量保证体系，商品住宅销售中实行了《住宅质量保证书》和《住宅使用说明书》制度；未发生过重大工程质量事故。

(四)四级资质

注册资本不低于 100 万元；从事房地产开发经营 1 年以上；已竣工的建筑工程质量合格率达 100%；有职称的建筑、结构、财务、房地产及有关经济类的专业管理人员不少于 5 人，持有资格证书的专职会计人员不少于 2 人；工程技术负责人具有相应专业中级以上职称，财务负责人具有相应专业初级以上职称，配有专业统计人员；商品住宅销售中实行了《住宅质量保证书》和《住宅使用说明书》制度；未发生过重大工程质量事故。

(资料来源：《城市房地产开发经营管理条例》和《房地产开发企业资质管理规定》)

思考与练习

1. 简述房地产企业的类型。
2. 房地产开发经营企业应设置哪些机构？
3. 简述房地产开发经营企业的企业制度。
4. 如何分析房地产市场结构类型？
5. 如何进行房地产市场细分？
6. 如何进行房地产产品市场定位？
7. 简述“新国六条”。