



第三节

房地产开发流程



第三节 房地产开发流程

【本节主要内容】

- 一、投资决策与立项
- 二、前期准备
- 三、开发与建设与交付



第三节 房地产开发流程

房地产开发流程可分为**投资决策及立项、前期准备、开发与交付**三个阶段。

一、投资决策及立项

房地产开发的成败很大程度上取决于投资决策分析的科学与否。

（一）房地产市场调研★★★

房地产市场调研是指以房地产为特定的商品对象，对相关的市场信息进行系统地收集、整理、记录和分析，进而对房地产市场进行研究和预测，最终为营销决策服务的专业活动。

房地产市场调研通常需调查分析以下内容。



第三节 房地产开发流程

1. 房地产市场宏观环境状况

房地产市场调研**最重要**的任务，就是摸清房地产开发企业当前所处的**宏观环境**，为科学决策提供宏观依据。房地产市场宏观环境主要包括：**政治环境、经济环境和社会文化环境**。此外，还包括**行业环境、技术环境及城市发展概况**等。



第三节 房地产开发流程

2. 城市房地产市场状况

(1) 市场整体情况。包括城市房地产开发投资量、新开工面积、竣工面积、商品房供销量、销售金额、商品房房价等。

(2) 土地市场情况。包括城市土地供应数量及规划用途、土地供应方式、土地供应类型及其比重、土地成交量、土地价格、土地出让金收缴情况等。

(3) 商品房市场情况。包括商品房施工面积、竣工面积、销售面积、销售金额、空置面积及结构、市场区域分布、不同住宅供应比例、商品住宅平均价格等。



第三节 房地产开发流程

(4) **房地产价格走势**。包括城市内不同区域和物业类型的价格变化情况。

(5) **房地产开发企业开发销售情况**。包括开发量、竣工量、销售面积及销售金额等。

(6) **区域内三级市场交易情况**。



第三节 房地产开发流程

3. 消费者行为与市场需求容量

消费者包括房地产商品的现实购买者与潜在购买者。房地产商品的销售要满足目标消费者的需要和欲望。

(1) 消费者行为。对消费者行为的调研包括以下内容。



第三节 房地产开发流程

1) 消费者购买力水平。消费者购买力水平是影响住房消费**最重要**的因素，它直接决定了消费者的购房承受能力。消费者购买力水平的主要衡量指标是家庭年收入。

2) 消费者购买倾向。消费者购买倾向主要包括房地产类型、品牌、户型、面积、位置、预期价格、物业管理、环境景观等。

3) 消费者共同特征。消费者共同特征主要包括消费者的年龄、文化程度、家庭结构、职业、原居住地等。



第三节 房地产开发流程

(2) 市场需求容量。市场需求容量是指有支付能力的市场需求容量。只有有支付能力的需求，才是现实的市场容量。

对市场需求容量调研主要包括以下内容。

- 1) 城市人口、家庭数量及变化趋势。
- 2) 购买力，包括居民收入水平、储蓄余额、财产状况等。
- 3) 居民居住现状及改善目标，包括自有住房成套率、居住房型、人均居住面积等。
- 4) 居民日常消费水平与消费结构。
- 5) 不同社会阶层和收入水平的居民数量及其对不同类型房地产商品的数量、品质、功能、价格等的需求特点。



第三节 房地产开发流程

通过对消费者行为与市场需求容量的调查研究，**有助于进行市场细分和选择目标市场，同时描述目标市场特征和规模**，可以为项目市场定位、产品设计、营销策略提供全面准确的决策信息，是建筑设计和营销策略成功的基石。



第三节 房地产开发流程

4. 项目所在区域环境状况

区域环境调研是指对项目所在区域的城市规划、景观、交通、人口构成、就业中心、商圈、公建配套与生活服务设施等区位条件进行调查分析，从而对项目地块所具有的区位价值进行判断。具体包括以下五个方面。



第三节 房地产开发流程

- (1) **结合项目所在城市的总体规划**，分析项目的区域规划、功能定位、开发现状及未来定位。
- (2) **对区域的交通条件进行研究。**
- (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) **对区域内楼盘的总体价格水平与供求关系进行分析。**
- (5) **竞争对手调研**，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、物业管理水平、创新能力与开发新产品的动向等。



第三节 房地产开发流程

5. 项目基本情况

项目基本情况即项目所处的微观环境，项目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发展状况及开发条件，**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。**

具体包括以下两个方面。



第三节 房地产开发流程

(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。



第三节 房地产开发流程

(2) 对项目所在地的周边环境进行分析。

主要分析地块周围的物质和非物质的生活配套情况，具体包括：水、电、气等市政配套；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；空气、卫生、景观等生态环境；人口数量和素质等人文环境。

通过收集以上数据和信息，对当前整体市场状况进行分析，对未来行业趋势进行定性预测，对具体项目影响进行分析评估，**从而为房地产开发投资决策提供依据。**



小结

房地产市场宏观环境况 (最重要)	政治环境、经济环境、社会文化环境、行业环境、技术环境及城市发展概况等	
城市房地产市场状况	市场整体情况	城市房地产开发投资量、新开工面积、竣工面积、商品房供销量、销售金额、商品房房价等
	土地市场情况	城市土地供应数量及规划用途、土地供应方式、土地供应类型及其比重、土地成交量、土地价格、土地出让金收缴情况等
	商品房市场情况	商品房施工面积、竣工面积、销售面积、销售金额、空置面积及结构、市场区域分布、不同住宅供应比例、商品住宅平均价格等
	房地产价格走势	城市内不同区域和物业类型的价格变化情况等
	房地产开发企业开发销售情况	开发量、竣工量、销售面积及销售金额等
	区域内三级市场交易情况	



小结

消费者行为与市场 需求容量	消费者行为	消费者购买力水平、消费者购买倾向、消费者共同特征
	市场需求容量	1) 城市人口、家庭数量及变化趋势。 2) 购买力，包括居民收入水平、储蓄余额、财产状况等。 3) 居民居住现状及改善目标，包括自有住房成套率、居住房型、人均居住面积等。 4) 居民日常消费水平与消费结构。 5) 不同社会阶层和收入水平的居民数量及其对不同类型房地产商品的数量、品质、功能、价格等的需求特点
项目所在 区域环境 状况	结合项目所在城市的总体规划、对区域的交通条件进行研究、对影响区域发展的其他因素和条件进行研究、对区域内楼盘的总体价格水平与供求关系进行分析、竞争对手调研	
项目基本 情况	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	



第三节 房地产开发流程

（二）房地产开发投资决策★★

1. 房地产开发投资机会研究

房地产开发投资机会研究思路一般是**从宏观逐步聚焦到微观**。

首先，要从宏观角度选定投资区域。

其次，要从中观角度，确定投资地区及具体城市。

最后，在选定的投资城市中，根据所搜集的城市房地产信息，从微观层面选择投资开发的房地产类型和区位，并搜集可供开发的房地产项目和可利用的资源。



第三节 房地产开发流程

2. 房地产开发项目可行性研究

在房地产市场调研的基础上，针对具体的投资开发区位和项目，进行项目可行性研究，形成房地产开发项目可行性研究报告，为房地产开发项目决策提供依据。

3. 房地产开发项目决策

房地产开发企业结合企业发展战略、财务状况及项目可行性研究结果，对是否进行房地产项目开发做出决策。