

图书基本信息

书名：<<住房革命--个人住房投资与房地产市场>>

13位ISBN编号：9787218028347

10位ISBN编号：7218028349

出版时间：1998-11

出版时间：广东人民出版社

作者：王先庆

版权说明：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：<http://www.tushu007.com>

书籍目录

目录

前言

第一章 住房危机：严重短缺与空置并存

第一节 危机根源：传统体制下的实物分房

一、实物分房：传统计划体制的支柱

二、住宅短缺与传统建房体制

三、传统实物分房：六大弊端

四、低工资下的住房需求抑制

五、传统福利分房阻碍房型进步

附录1 1 1：废除实物分房 市场经济的胜利

第二节 走出危机：住房商品化过程

一、体制松动：房地产开发的缓慢市场化

二、安居房与商品房

三、安居工程：体制如何完善

四、公有住房向商品房的转化

附录1 2 1：住房商品化过程中的寻租行为

第二章 住房革命：从实物到货币

第一节 住房改革：背景与内容

一、住房改革：基本内容和措施

二 房改核心：住房分配制度

三、房改深化：时机与背景

附录2 1 1：旧房改政策的困境与对策

第二节 质变：分房制度的变革

一、货币化分房：势在必行

二、货币分房：含义与实质

三、货币分房：意义与限制条件

四、货币分房应处理好五大关系

五 货币分房：政策走向和建议

第三章 货币分房：形式与标准

第一节 货币分房：形式与途径

一、货币分房：政策大框架

二、货币分房：方法与思路

三、货币分房的两种形式

四、货币分房：方式选择

第二节 住房公积金：内容与作用

一、住房公积金：产生与内容

附录3 2 1：住房公积金如何集中管理

二、住房公积金：作用与意义

三、住房公积金管理运作中的监督机制

附录3 2 2：住房公积金的支取

附录3 2 3：能否再建公积金：几种特例的处理

附录3 2 4：住房公积金抵押贷款和商业性住房

抵押贷款有何不同

第三节 工资补贴：标准与方案

一、广东：三市一县货币分房的试行方案

二、山东省职工住房货币化分配办法

附录3 3 1: 广州市的货币分房方案

第四章 住房消费与个人住房投资

第一节 货币买房: 程序与产权

一、两难选择: 货币化后买什么房

二、如何买到拥有合法产权的商品房

三、购买房改住房与购买一般住宅商品房的区别

四、购房: 现房与期房的优劣比较

附录4 1 1: 产权、所有权和使用权

附录4 1 2: 买一套商品房到底需要多少钱

附录4 1 3: 个人购房怎样办理房屋所有权证

附录4 1 4: 购买商品房的步骤

第二节 住房消费: 质量与选择

一、住房质量: 安居之本

二、选一个好位置: 商品房选购策略

三、擦亮眼睛: 慎重对待房地产广告

附录4 2 1: 购房者如何辨识不实房地产广告

中的误导

四、个人购买的住房如何维修

第三节 个人房地产投资利润与风险

一、房地产的定义与范围

二、什么是住宅

三、房地产的特征

四、投资房地产有哪些好处

五、个人投资房地产前要作好哪些准备

六、投资房地产要承担哪些风险

附录4 3 1: 开发商所售每套住宅的建筑面积的计算方法

附录4 3 2: 建筑容积率 建筑密度和绿化率

第五章 房地产开发: 成长与竞争

第一节 中国房地产开发: 成长过程

一、商品性房地产开发的启动

二、第一轮房地产开发热潮

三、房地产开发: 连锁反应与宏观调控

附录5 1 1: 中国房地产开发的三个阶段

第二节 房地产业: 竞争与误区

一、一个极端理性的行业

二、房地产业: 不是冒险家的乐园

三、房地产开发与政府行为

四、误区: 舆论及理论的错误导向

附录5 2 1: 警惕房地产经济泡沫

附录5 2 2: 银行要向开发商“逼债”

第六章 房地产市场: 盘活与对策

第一节 房地产市场: 交易与中介

一、房地产市场的内涵

二、房地产交易及其分类

附录6 1 1: 房地产交易中如何办理公证

附录6 1 2: 差价换房

三、房地产中介与经纪

附录6 1 3: 如何选择房地产经纪人

附录6 1 4: 北京市房地产中介的收费规定

第二节 公房: 上市与流通

一、公房上市: 当务之急

二、公房上市: 意义与困境

三、存量公房: 上市与流通

附录6 2 1: 北京市已售公房出售问题研究

附录6 2 2: 公房的售后再交易

第三节 激活房市: 对策与措施

一、住房消费: 为何热不起来

二、商品房空置: 探源

三、消化空置房: 对策

附录6 3 1: 盘活房市的一种思路: 商品房与房改房  
市场联动

附录6 3 2: 房地产分流: 启动房市的新对策

第七章 物业管理: 售后服务与定位

第一节 物业管理: 服务与承诺

一、物业管理的内涵

二、物业管理: 服务的具体对象与内容

三、物业管理: 营销与承诺

四、物业管理: 社区协调和安全保障

五、物业管理品牌效应

第二节 物业管理: 定位与定价

一、物业管理: 如何定位

二、是入住后才开始服务吗

三、物业管理的合理收费

四、物业管理: 服务质量与定价

第三节 现代物业的管理技巧

一、物业管理的本质: 多服务少管理

二、物业管理: 细致与周到

三、物业管理的误区: 保安和收费

四、物业管理员的素质

五、物业管理中的有偿服务

六、小事不小: 电梯运转

第八章 房价: 构成与变动

第一节 房价: 构成与变动

一、商品住宅: 价格构成

二、北京: 现行商品房价格构成

附录8 1 1: 北京房地产开发税费一览表

三、房地产价格的影响因素

附录8 1 2: 住房租金与售价的函数关系

第二节 房价过高: 现状与原因

一、房价过高: 无奈的现实

二、商品房能否降价: 从取消48项收费谈起

三、高房价与高消费 一议房价为何降不下

四、“愿打”与“愿挨” 二议房价为何降不下

五、“旧瓶”与“新酒” 三议房价为何降不下

六、房价过高：四重奏

附录8 2 1：目前商品房价格中的不合理因素有哪些

七、房价太高谁之过：另一种说法

第三节 如何降价：对策与思路

一、理顺商品住宅价格体系：关键

二、房地分价：降价新思路

三 强行压价限价：行政措施

第九章 房地产：投机与炒作策略

第一节 房地产投机的形式与功能

一、房地产投机与投资的区别

二、房地产投机的形式

三、房地产投机的经济功能

四、房地产投机的特点

第二节 房地产投机的基本策略

一、房地产投机的位置策略

二、房地产投机的时机策略

三、房地产投机的质量策略

四、房地产投机的策略体系

第三节 中外房产投机技巧

一、利用房产财货特性进行炒作

二、根据房产市场特性进行炒作

三、利用相关法令政策的漏洞进行炒作

第四节 房地产投机误区及管理

一、产生房地产投机活动的原因

二、房地产投机的消极作用

三、中国金融机构在房地产投机中的误区

四、房地产投机活动的管理

第十章 房地产营销：策略与技巧

第一节 影响房地产营销的因素

一、影响房地产市场及营销的主要因素

二、宏观经济形势变化对房地产市场及营销的影响

三、区域经济发展对房地产市场的潜在影响

四、目标城市的房地产供求现状与房地产营销

五、政府行政行为与房地产市场营销

六、街区环境与房地产营销

七、投资商的自身条件对营销的影响

八、房地产项目的类型与市场营销

第二节 成功的房地产营销：策略与技巧

一、失败的房地产营销的主要表现

二、漫谈房地产营销的策略与技巧

三、制定正确的操作程序

第十一章 房地产：担保、抵押与融资

第一节 住房信贷：走向中国百姓

一、住房信贷：政策与市场环境

二、住房信贷：优良的信贷产品

三、中国住房信贷：现状与问题

四、发展住房信贷：对策与建议

附录11 1 1：老百姓：为何离住房信贷那么远

第二节 商业性个人住房贷款：方法与途径

一、申请个人住房担保贷款：条件

二、申请资料

三、贷款额度与期限

四、贷款担保方式：选择与权衡

第三节 政策性担保贷款：如何用公积金买房

一、申请阶段

二、审核阶段

三、贷款调查与实施阶段

第四节 楼宇按揭贷款：鼓励与限制

一、楼宇按揭：定义与要素

二、按揭贷款：程序与手续

三、小心按揭陷阱

四、楼宇按揭与保险

附录11 4 1：楼宇按揭：限制政策

版权说明

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:<http://www.tushu007.com>