

基于价值工程理论的房地产项目定价研究

陈其权

(金华市凯宝土地房地产评估测绘有限公司, 浙江 金华 321013)

摘 要: 房地产市场处于买方市场, 为提高产品竞争力, 合理确定房地产项目销售价格, 基于价值工程理论, 建立影响房地产项目售价的功能指标体系, 采用层次分析法确定功能指标系数, 并建立房地产项目价值模型, 经过修正模型来满足计算房地产项目价值的绝对值法和相对值法, 最后通过案例进行分析说明。

关键词: 价值工程; 房地产项目; 销售价格

中图分类号: F293.3

文献标识码: A

文章编号: 1672-0105(2015)02-0066-04

The Research on the Price of Real Estate Project Based on the Theory of the Value Engineering

CHEN Qi-quan

(Jinhua KaiBao Land Real Estate Appraisal Surveying and Mapping Co., Ltd, Jinhua, Zhejiang, 321013, China)

Abstract: The real estate market is in a buyer's market. To enhance the competitiveness of the product and price the real estate project reasonably, we set up the function index system which influences the real estate project based on value engineering theory. We use the analytic hierarchy process to determine the function index coefficient and establish the value model of real estate project. Though correcting the model, we meet the requirements on calculating the value of real estate project by absolute value method and relative value method. Finally we analyze the project pricing through a case.

Key words: value engineering; real estate project; the sales price

据多家房企年报, 2014 年房地产企业利润率下降已成为市场关注的焦点。截至目前, 库存数据创下历史新高, 楼市急需“泄洪”, 房地产企业倍感压力。面对 2015 年依然严峻的市场环境, 开发商纷纷调低增长目标, 房地产市场进入一个低增速、低利润的“新常态”。可见, 目前房地产市场处于买方市场, 抓住客户是房地产企业营销楼盘的关键点。营销楼盘的重点之一是合理确定楼盘项目销售价格。可以利用价值工程原理提高房地产项目价值, 合理确定楼盘售价, 提高楼盘销售竞争力。

为了提高项目的竞争力, 去除库存压力, 应充分利用价值工程原理应用到房地产项目营销中。以日新月异的消费者需求为导向, 改善和提高产品的功能, 提高房地产项目价值, 并合理确定销售价格, 让客户购买房屋感觉性价比, 物有所值。

1 价值工程概述

价值工程(Value Engineering 简称 VE) 即价值分析(Value Analysis, VA), 起源于上世纪 40 年代美国, 创始人麦尔斯(L·D·Miles)。它是指通过相关领域的协作, 对所研究对象的功能与费用进行系统分析, 不断创新, 旨在提高所研究对象价值的思想方法和管理技术^[1]。价值是产品功能与成本的比值, 即单位成本实现的功能^[2]。价值越高, 资源利用程度越好; 价值越低, 资源有效利用越差, 应设法改进提高。

价值工程最初运用在制造业中, 在降低成本, 改善功能方面发挥了巨大的作用。然而在房地产方面应用较为零散, 在国内房地产项目价值工程的应用远远落后于制造业^[3]。

收稿日期: 2015-05-01

作者简介: 陈其权, 硕士, 项目经理, 工程师、经济师、注册房地产估价师、注册土地估价师, 研究方向: 房地产估价、房地产可行性研究。

2 运用价值工程确定房地产项目定价

2.1 建立项目功能指标体系并确定系数

房地产项目功能指标体系建立和系数确定是运用价值工程进行房地产项目定价的关键所在。影响房地产项目定价的功能指标较多。通过查阅相关文献资料,房地产市场调查以及采用德尔菲法(DELPHI)向专家调查研究,确定影响房地产项目定价的功能指标 $F=(F_1, F_2, F_3, \dots, F_n)^{[4]}$ 。

由评价专家结合评价准则和评价指标相对重要性的判断,对影响房地产项目定价功能指标体系采用层次分析法 (Analytics Hierarchy Process, AHP) 构造比较判断矩阵,即 F 上的模糊加权子集 ψ , $\psi=(\psi_1, \psi_2, \dots, \psi_n)$,其中 ψ_i 为评价功能指标集 F 第 i 个指标 F_i 的权重系数,且有 $\sum_{i=1}^n \psi_i=1$; $0 < \psi_i < 1^{[5]}$ 。最后得到各评价指标系数,如图1所示。

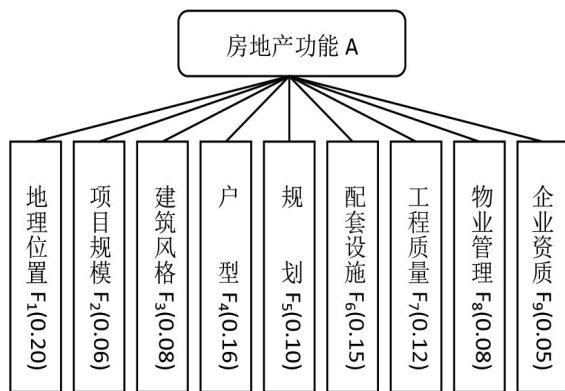


图1 房地产项目功能指标体系及系数

2.2 建立房地产项目价值模型

房地产项目价值工程是发挥房地产企业集体智慧和有组织的活动,对其对象房地产项目进行价值分析,着重功能分析,使之以最低的成本,可靠地实现必要房地产项目功能,从而提高房地产的价值,是一种技术经济分析方法。“价值”是功能和实现这个功能所耗费用的比值,基本公式为 $V=F/C$ 。式中: V 为值; F 为功能; C 为成本^[6]。

从房地产企业角度,把销售价格 P 作为成本 C ,因此可以引用价值工程模型作为房地产项目价值模型。表达式为 $V=F/P$ 。式中: V 为房地产项目价值; F 为房地产项目功能; P 为房地产项目销售价格。

通过模型得知,为了提高房地产项目价值,必须从房地产项目功能和售价着手。当前房地产市场

不景气,市场销售价格空间不大,房地产企业可以从房地产项目功能下功夫,也是房地产发展的方向。

2.3 修正房地产项目价值模型

根据价值工程原理,计算房地产项目功能价值 V 的方法有绝对值法和相对值法。无论采用绝对值法还是相对值法,均应对房地产本身项目及周边楼盘项目调研,从影响房地产项目定价的房地产功能指标进行评分 A ,确定周边的竞争楼盘项目的销售均价 P ,并且合理假定本项目的销售均价 $P_{\text{设}}$ 。

当采用相对值法时,应先确定无量纲的房地产项目功能指数 F ,再确定无量纲的房地产项目销售价格指数 P ,最终确定无量纲的房地产价值指数 V 。其中功能指数 $F=\psi_i E_i / \sum \psi_i E_i$, ψ_i 为功能指标系数, E_i 为房地产项目各个功能评分值,销售价格指数 $P=P_i / \sum P_i$, P_i 为房地产项目销售价格。

当采用绝对值法时,先假定100分制中房地产项目功能的满分市场理想售价为 P_0 ,是一个有量纲的量,其量纲为元/ m^2 。每一个房地产项目的功能综合得分值为 A ,是一个无量纲的量。经过对价值工程基本公式的修正,得到房地产功能评价价值 $F=P_0 [A/100]$,功能评价价值 F 成为一个有量纲的量,其量纲为元/ m^2 ; P 是房地产项目销售价格,其量纲为元/ m^2 。故,房地产项目价值系数 $V=F/P=P_0 [A/100]/P$,式中,房地产项目价值系数 V 就是一个无量纲的量,其数值大小有下列三种情况:

当 $V < 1$ 时,表明房地产项目销售价格大于功能价值,房地产企业定价偏高,楼盘价格竞争能力差。消费者购买该楼盘房子感觉没占到便宜,物所不值。

当 $V=1$ 时,表明房地产项目销售价格等于功能价值,从房地产企业来说定价适中,楼盘价格竞争能力一般。消费者购买的房子没占到便宜,也不亏本,物有所值。

当 $V > 1$ 时,表明房地产项目销售价格小于功能价值,从房地产企业来说定价偏低,楼盘项目极具价格竞争能力。消费者购买的房子感觉很划算,物所超值^[7]。

通过修正后的模型,比较容易地将房地产项目价值量化,并由比值高低判断优劣,从而为房地产企业营销楼盘做出价格决策,同时也为购买者在购房时的提供参考依据^[8]。

3 案例分析

某一房地产项目位于金华市开发区湖海塘区块,东临八一南街城市主干道,西至开发区规划道路,南临二环南路,北至新330国道。占地面积为110 524平方米,容积率为2.0,绿地率为30%,项目周边配套完善、成熟。项目集住宅、商业于一体,总建筑面积约23万平方米,建筑设计融汇中西精髓,并结合多元协调的建筑风格,整体稳重大气,精致高贵。现要求评估该项目高层住宅销售价格,即销售均价。

通过调查研究该项目及周边具有竞争性的楼盘项目,选取三个均为高层住宅的典型楼盘项目作为案例,从影响房地产项目定价的房地产功能指标角度进行评分,并确定各个楼盘销售价格。经过调查取证分析,初步设定该项目高层售价 $P_{\text{设}}$ 为10 800

元/ m^2 。

(1)分析各个楼盘项目基本情况,进行评价,满足影响房地产项目定价的功能指标得分见表1。

(2)各个楼盘项目功能价值的确定。如下采用相对值法表2,绝对值法表3。

(3)分析小结。通过相对值法和绝对值法得出本项目的价值指数(系数)最高,表明按照设定的销售价格10 800元/ m^2 ,具有一定的竞争性。如果预测房地产市场行情不景气,房地产企业可以再适当降低销售价格;若房地产市场行情走俏,可以适当提高销售价格。而项目二的价格指数(系数)是最低的,其主要原因是销售价格最高。实际上项目二是品牌房地产企业开发建设,也是2014年金华十佳人居经典楼盘之一,具有一定的优势,楼盘销售价格较高。项目三、四的价值指数(系数)处于中间,楼盘项目价格竞争力处于中等。

表1 房地产项目功能评价分数及售价情况

项目	地理位置/ F_1	项目规模/ F_2	建筑风格/ F_3	户型/ F_4	规划/ F_5	配套设施/ F_6	工程质量/ F_7	物业管理/ F_8	企业资质/ F_9	综合得分/ A	售价 P_i /(元· m^{-2})
系数	0.2	0.06	0.08	0.16	0.1	0.15	0.12	0.08	0.05	1	
本项目	85	85	85	80	85	90	85	85	90	85.2	10 800
项目二	95	90	90	90	90	90	85	90	95	90.65	11 800
项目三	85	85	85	90	85	85	85	85	85	85.8	11 000
项目四	90	90	90	95	90	90	85	85	85	89.55	11 500

表2 相对值法计算各项目价值

项目	功能指数/ F	价格指数/ P	价值指数/ V
本项目	0.242 6	0.239 5	1.01
项目二	0.258 1	0.261 6	0.99
项目三	0.244 3	0.243 9	1
项目四	0.255 0	0.255 0	1

4 结论

由此可见,充分利用价值工程原理,建立房地产项目定价模型,可以把复杂又难以确定的房地产项目价格计算出来。不仅为房地产企业做出正确的售价策略提供依据,同时为广大购房者购房时提供了一个可靠的衡量工具。如今三四线城市房地产市场不太景气时,库存压力大,楼盘项目市场价格空间不大,房地产企业应该分析开发项目的优势和劣势,

表3 绝对值法计算各项目价值

评价项目	理想售价 P_0 /(元· m^{-2})	项目功能得分/ A	功能评价价值/ F	楼盘售价/ P	价值系数/ V	改善幅度/ Δ
公式		①	② = $P_0 \times [A/100]$	③	④ = F/P	⑤ = $P - F$
本项目	13000	85.20	11 076	10 800	1.03	-276
项目二		90.65	11 785	11 800	1.00	15
项目三		85.80	11 154	11 000	1.01	-154
项目四		89.55	11 642	11 500	1.01	-142

发挥优势,改善劣势,提高楼盘项目的整体价值。从房地产项目功能价值着手,合理确定售价,提高楼盘项目价值,促使楼盘项目价值指数提高,进而提高楼盘项目市场竞争力。

参考文献:

- [1] 全国造价工程师执业资格考试培训教材编审委员会.建设工程造价管理[M].北京:中国计划出版社, 2013.
- [2] 时思,刑彦茹,郝家龙,等.工程经济学(第二版)[M].北京:科学出版社,2011.
- [3] 张金兰,纪鹏飞,董纪昌.基于价值工程的房地产项目管理应用研究[J].数学的实践与认识,2011(9):76-84.
- [4] 向鹏成,钟韵,任宏.基于价值工程理论的房地产性价比确定[J].价值工程,2004(1):74-76.
- [5] 肖燕.层次分析法在房地产项目销售定价中的运用[J].城市建设理论研究,2013(2):22-25.
- [6] 王乃静,刘庆尚,赵耀文.价值工程概论[M].北京:经济科学出版社,2006.
- [7] 李广影.价值工程在建筑项目管理中的应用研究[D].黑龙江:哈尔滨工程大学,2011.
- [8] 林毅宏,方遒.价值工程在房地产中的应用[J].价值工程,2011(5):24.

(责任编辑:汪焰)

职业教育的“趋同”与“不同”之辩

邱开金教授在《光明日报》(5月5日)就“中等职教是‘趋同’好还是‘不同’好?”这一问题进行了精辟地辩解,认为其个中问题较复杂,不能简单地否定或肯定。首先,要正确认识“趋同化”的两面性。一方面是中高等职教必须要有一定的“趋同”。作为区别于普通教育的职业教育是“一类教育”,是由内在的教育规律及共同性所决定。我国学校型职业教育多推行学业与职业并轨的“双业”教育制,均要在学制内完成相应的学业教育和职前教育,这是类教育的“大同”。另一方面是中高等职教体制内部也必须有“不同”。表现在办学层次的不同、人才培养有专业方向的不同、培养过程有因校因地制宜的不同等。因“不同”彰显学校办学的特色和个性,“不同”承载的是创新创意的因子和动力。其次,善于在“趋同”的规则下定制“不同”。依据“趋同”定制“不同”,这是学校的大事,纵观当下,学校发展的博弈中“不同”的个性往往是决定性的因素。即原则上“趋同”的

个性化定制就是职业性方向不丢,个性化教育不缺。再次,“趋同”与“不同”的不可替代性。在职业教育实践中,试图通过类教育的功能和性质而以某一层次去兼或替代另一层次教育的观点和做法是不可取的,也是不可能的。原因在于:一方面社会产业化的流程中生产多极和技术多样,必然要求人才多层次;另一方面,从职业教育内部看,学制内受时空所限,学生不可能成全才。专业过度集中的大一统培养,除造成教育资源的浪费外,学生因无法胜任具体的职业岗位使专业发展受碍,用人单位也会由此对学校教育产生不满。总之,产业链和人才链的衔接有着非人为改变的内生机理,中、高、本的不同层次办学正是社会技能型人才需求多样化的反应,合理的产业结构与人才结构密切相关,不可能用此替彼。可见,我国的职业教育发展要在“趋同”的规则下定制“不同”,以特色化个性化“不同”办学方式赢得更好地发展才是王道。

(摘编自《光明日报》2015年5月5日)