

房地产估价市场法的运用

于新颖

(辽宁金融职业学院 沈阳 110122)

【摘要】运用市场法对房地产进行估价,需要搜集交易实例、选取可比实例、建立比较基准等,市场法是科学性与估价经验要求较高的一种房地产估价方法,本文对运用市场法进行房地产估价的步骤作了简单介绍。

【关键词】市场法 交易实例 可比实例 比较基准 因素调整

市场法是将估价对象与在估价时点近期交易的类似房地产进行比较,对类似房地产的成交价格做适当的修正和调整,以此求取估价对象的客观合理价值的方法。

有人认为市场法是最简单、最容易操作的一种方法。很多估价公司都有标准的市场法估价报告格式范本,即所谓的报告模板,一些估价人员在评估时走捷径,对报告模板进行简单的增加和删改后就能快速地完成一宗报告的撰写。这种做法严重违背了市场法的科学性,也损坏了评估的信誉。事实上,市场法的运用需要注重可比实例的质量,需要建立比较基准,需要比较多种价值影响因素,所以市场法是房地产估价三大基本方法中难度最大的一种。运用市场法估价,通常包括以下步骤:搜集交易实例→选取比准实例→建立价格比较修正的基础→交易情况修正→交易日期修正→房地产状况修正→综合求取比准价格。评估时每个步骤都要认真细致,这样才能得出客观合理的估价结果。

一、搜集交易实例

运用市场法估价需要拥有大量的交易实例,只有这样才能把握正常的市场价格行情,选择出符合要求的可比实例,保障根据可比实例评估出的估价对象价值精准合理。因此,估价人员应当尽力搜集较多的交易实例。需要搜集的内容一般包括:交易实例房地产的基本状况、成交价格、成交日期、付款方式、交易时的状态、交易双方及交易目的。上述内容应针对不同房地产的类型,制作成统一的房地产交易实例调查表,避免重要事项的重复和遗漏。

二、选取可比实例

虽然交易实例可能较多,但针对某一具体的估价对象、估价目的和估价时点,有些交易实例并不适用,需要从中加以选择,作为可比实例。

可比实例选取得恰当与否,直接影响到市场法评估出的价格的准确性,应特别慎重。

选取可比实例的基本要求是:可比实例应是已经发生了交易的真实的房地产;可比实例应是与估价对象的类似房地产;可比实例的成交日期应与估价时点接近;可比实例的交易类型应与估价目的吻合;可比实例的成交价格应为正常价格

或能够修正为正常价格。

选择中要注意几种不可比的情况:不同地域;成交价格调整幅度超过了30%;用途不同;交易时间超过2年;权利性质不同;规模档次不相当;交易类型与估价目的不吻合。

可比实例的数量不是越多越好,一般应在3个以上(含3个)10个以下(含10个)。

三、建立可比基准

选取可比实例后,应对可比实例的成交价格进行换算处理,使它们与估价对象之间的口径一致、相互可比,并统一到估价对象的价值内涵上来,为后续的成交价格修正与调整建立一个共同的比较基础。建立价格可比基础包括:统一房地产范围,统一为现房价格,统一付款方式,统一采用单价,统一币种和货币单位,统一面积内涵,统一面积单位。

一些估价人员不进行比较基准的建立,他们对各可比实例不认真细致地查勘、分析、比较,随意对各种因素进行修正(调整),因此估价作业“效率”高,但同时也加大了评估风险。目前估价实务中建立比较基准的关键点在于统一房地产范围和统一为现房价格。

1. 统一房地产范围。某些估价对象,有时难以直接选取到与其范围完全相同的房地产的交易实例,只能选择“主干”相同的房地产的交易实例。这种情况在实际估价中有以下三类:一是房地产实物范围不同;二是含有非房地产成份;三是带有债权债务的房地产。第一种情况下,要将可比实例房地产范围统一到估价对象房地产范围,补充可比实例房地产缺少的范围,扣除可比实例房地产多出的范围,相应地对可比实例的价格进行加减。第二种情况下,要将可比实例房地产范围统一到“纯粹”的房地产范围,将含有非房地产成份的房地产价格减去非房地产成份的价格即为房地产价格。若估价对象含有非房地产成份,在市场法最后步骤求出了不含非房地产成份的房地产价值后,再加上非房地产成份的价值,就可得到估价对象的价值。第三种情况下,要将可比实例房地产范围统一到“干净”的房地产范围,将带债权债务的房地产价格减去债权加上债务就是房地产的价格。如果是估价对象带有债权债务的,在市场法最后步骤求出了不带债权债务的房地产价值

后,再加上债权减去债务,就可得到估价对象的价值。

2. 统一为现房价格。一手房成交时大多为现房。如果用此作为可比实例,必须将其期房单价换算成现房单价。在期房与现房同品质下,期房价低于现房价。主要原因是现房可以立即出租、有租金收益以及无买期房存在的风险。期房价与现房价之间的关系是:

现房价格=期房价格+出租的净收益的折现值(预计从期房达到现房期间)+风险补偿

需要注意的是,出租的年净收益问题要视租金是年初或年中或年末取得而区别对待,而且风险补偿问题是比较复杂的,主要包括资金及质量风险,质量又包括所在楼宇单体质量、小区品质及配套设施。这些风险取决于开发商、建筑商、监理单位的资信与能力以及成交日至交房时间的长短等因素。

3. 统一采用单价。在统一采用单价方面,通常为单位面积上的价格。房屋及建筑物通常为单位建筑面积、单位套内建筑面积或者单位使用面积上的价格;土地除了单位土地面积上的价格,还可为单位建筑面积上的价格——楼面地价。在这些情况下,单位面积是一个比较单位。根据估价对象的具体情况,还可以有其他的比较单位。

4. 统一币种和货币单位。若可比实例与估价对象的币种不同,则需要统一。不同币种的价格之间的换算,应采用该价格所对应的日期时的汇率,在通常情况下,是采用成交日期的汇率。但如果先按照原币种的价格进行交易日期调整,那么对进行了交易日期调整后的价格就应采用估价时点的汇率进行换算。

在统一货币单位方面,按照使用习惯,人民币、美元、港币等,通常都采用“元”。

5. 统一面积内涵。在现实的房地产交易中,既有按建筑面积、套内建筑面积计价的,也有按使用面积计价的,若可比实例与估价对象的面积内涵不同,则需统一。它们之间的换算公式为:建筑面积下的价格=套内建筑面积下的价格×套内建筑面积÷建筑面积;建筑面积下的价格=使用面积下的价格×使用面积÷建筑面积;套内建筑面积下的价格=使用面积下的价格×使用面积÷套内建筑面积。

6. 统一面积单位。在面积单位方面,我国内地通常采用平方米。

四、交易情况、交易日期和房地产状况的调整与修正

在选取了可比实例、建立了比较基础后,需要进行各种因素的调整修正。这些调整修正不仅要定性正确,还要定量合理。

1. 交易情况修正。可比实例的成交价格可能是正常的,也可能是不正常的。由于要求评估的估价对象价值是客观合理的,所以如果可比实例的成交价格是不正常的,则应将其修正为正常的,如此才可以作为估价对象的价值。

房地产成交价格容易受一些特殊因素的影响而偏离正常的市场价格,如利害关系人之间的交易、急于出售或急于购买、交易双方或某一方对市场行情缺乏了解、交易双方或某一方有特别动机或偏好、拍卖、招标、哄抬或抛售等特殊交易方式、交易税费非正常负担、相邻房地产的合并、受债权债务关

系影响的交易等都会影响房地产的交易价格。

若可比实例存在上述状况,则需对其进行修正调整。

2. 交易日期调整。可比实例的成交价格是其成交日期的价格,而估价对象的价值是估价时点的价值,如果成交日期与估价时点不同,即使两宗完全相同的房地产,在两个不同的时点价格也会有所不同。因此,应将可比实例在其成交日期的价格调整为估价时点的价格,即进行交易日期调整。

在进行交易日期调整时,需要注意以下几点:一是这一时间段内当地的类似房地产价格变化是否一致,如果不一致应该分时间段进行调整;二是价格变化所采用的参数必须是合理的,而且是有依据的,决不能按需而随意求取;三是日期调整的方法与市场背景分析的口径要一致;四是同一估价机构对于同区位的同类房地产的日期调整幅度要大致相同。

3. 房地产状况调整。房地产自身状况的好坏关系到其价格高低,如果可比实例房地产与估价对象房地产状况之间有差异,则应进行房地产状况调整。

房地产状况可以分为区位状况、权益状况和实物状况,所以房地产状况调整可以分为区位状况调整、权益状况调整和实物状况调整。每一种状况还可以细分为若干因素。由于构成房地产状况的因素多而复杂,房地产状况调整是市场法的一个难点和关键。

房地产状况调整总的思路是:如果可比实例房地产状况好于估价对象房地产状况,则应对可比实例价格做减价调整;反之,则应做增价调整。

在房地产状况调整中应注意以下问题:①可比实例房地产状况,无论是区位状况、权益状况还是实物状况,都应是其成交时点所对应或反映的房地产状况,而不是在估价时点或其他时候的状况。②不同使用性质的房地产,影响其价格的区位和实物因素不同,即使某些因素相同,但其对价格的影响方向和程度也不一定相同。因此,在进行区位状况和实物状况的比较调整时,具体比较调整的内容及权重应有所不同。③在房地产状况调整中,可以根据每个因素的具体情况而分别予以调整。

经过对交易情况、交易日期和房地产状况的修正调整之后,就可将可比实例实际而可能是不正常的成交价格调整为正常市场价格,将可比实例在其成交日期的价格变成了估价时点的价格,将可比实例在其房地产状况下的价格变成了在估价对象房地产状况下的价格。

综上所述,在采用市场法估价时对可比实例的质量、比较基准的建立、各种修正调整值等方面都有很高的要求和很多的约束条件,只有做好了这些方面,估价结果才会客观、合理。

主要参考文献

1. 中国房地产估价师与房地产经纪人协会. 房地产估价案例与分析. 北京:中国建筑出版社,2005
2. 中国房地产估价师与房地产经纪人协会. 房地产估价理论与方法. 北京:中国建筑出版社,2007
3. 俞明轩. 房地产评估方法与管理. 北京:中国经济出版社,1999