

存量房市场环境下房地产项目二次策划与价值重塑研究

乔华春

天津谐能新能源有限公司, 天津 301500

DOI:10.61369/ADA.2024030007

摘 要： 本研究聚焦存量房市场环境下房地产项目二次策划与价值重塑，系统阐述存量房市场、二次策划及价值重塑相关理论。通过剖析市场规模结构、发展趋势及对项目的影响，揭示项目实践中面临政策限制、市场接受度低、资金压力大等问题。针对这些问题，提出加强政企沟通、精准营销、引入多元投资等应对策略，并结合一线、二线城市及住宅、商业不同类型项目案例，验证策略有效性。研究表明，科学运用二次策划与价值重塑理论，可挖掘存量房潜力，推动房地产行业可持续发展，为行业实践提供理论与方法支撑。

关 键 词： 存量房市场；房地产项目；二次策划；价值重塑

Research on Secondary Planning and Value Reshaping of Real Estate Projects in the Context of the Stock Housing Market

Qiao Huachun

Tianjin XieNeng New Energy Co., Ltd. Tianjin 301500

Abstract： This study focuses on the secondary planning and value reshaping of real estate projects in the context of the stock housing market, systematically expounding on theories related to the stock housing market, secondary planning, and value reshaping. By analyzing the market size and structure, development trends, and their impact on projects, it reveals issues faced in project practice, such as policy restrictions, low market acceptance, and high financial pressure. To address these issues, the study proposes countermeasures such as strengthening government-enterprise communication, precision marketing, and introducing diversified investment. The effectiveness of these strategies is verified through case studies of different types of projects in first-tier and second-tier cities, including residential and commercial projects. The research shows that the scientific application of secondary planning and value reshaping theories can tap into the potential of the stock housing market, promote sustainable development in the real estate industry, and provide theoretical and methodological support for industry practices.

Keywords： stock housing market; real estate projects; secondary planning; value reshaping

引言

随着我国住房制度改革推进，房地产市场发展成熟，存量房市场规模与地位日益凸显。2017年我国存量资产已达250万亿-300万亿，大量房屋经改造仍具使用价值，加之城市土地供应紧张、人口结构变化及城镇化进程趋缓等因素，推动房地产市场从增量时代向存量时代转型。在此背景下，存量房市场不仅是重要住房资源载体，对稳定楼市、拉动经济意义重大。但存量房项目普遍存在功能老化、竞争力下降等问题，亟须二次策划与价值重塑。通过二次策划可挖掘项目潜力、优化功能与定位，借助价值重塑能提升品牌与市场价格，使其契合市场需求，为房地产行业可持续发展注入动力。

一、相关概述

（一）存量房市场相关理论

过去二十年来，中国房地产中存在的房价暴涨、暴利、投资投机都源于增量市场。自然，房地产领域的所有调控措施主要是针对增量市场并波及存量市场。但是增量的效益是单类性、第一性的，而存量则是综合性、复始性的^[1]。存量房市场，是指已被

购买或自建并取得所有权证书的房屋再次进入市场进行交易、租赁等活动的总和。从市场特征来看，存量房市场具有分散性，房源广泛分布于各个区域、小区，产权归属多样；同时，信息不对称程度较高，买卖双方对房源信息、市场行情等的掌握存在差异。依据经典市场理论，存量房市场的价格受供求关系影响，当市场供应量大于需求量时，价格往往呈下降趋势；反之，则价格上升。此外，存量房市场的交易周期相对较长，涉及产权过户、贷款审批等多个环

节，这也使得市场流动性相较于新房市场稍显不足。

（二）房地产项目二次策划理论

房地产项目二次策划，是针对已建成或部分销售的房地产项目，基于市场环境变化、项目自身现状等因素，对市场定位、产品设计、营销策略等进行系统性重新规划与优化调整的过程。在具体实施中，需要先全面评估项目现状，深度剖析销售数据、客户反馈意见，并细致研究周边市场竞争态势，以此精准把握项目优劣势^[2]。基于此，进一步重新明确目标客户群体，完成市场定位的精准校准。而围绕目标客群需求，则需开展产品优化设计，涵盖户型功能调整、社区配套设施升级等方面。当产品优化完成后，还需量身定制针对性营销策略，确保推广精准有效。总的来说，二次策划的关键在于敏锐洞察市场动态，深度理解客户需求演变趋势，高效整合项目各类资源，最终实现项目价值的全面提升与最大化。

（三）房地产项目价值重塑理论

房地产项目价值重塑，是通过系统性策略实现项目品牌、功能与市场价值多维跃升的重要手段。在品牌价值层面，通过塑造差异化品牌形象，依托优质物业服务、特色社区文化活动等方式，持续提升项目知名度与美誉度，强化市场辨识度，从而吸引更多潜在客户。功能价值重塑聚焦于动态响应客户需求，通过空间功能重构与设施迭代升级，赋予项目新的生命力。例如将老旧商业建筑改造为集办公、休闲、娱乐于一体的复合空间，显著提升项目实用性与吸引力。市场价值重塑则以精准的市场定位为基础，综合运用合理定价策略与创新营销手段，充分挖掘项目潜在价值，提升投资回报率，实现项目市场竞争力的全面提升。

二、存量房市场环境分析

（一）存量房市场规模与结构

存量房市场规模庞大，潜力与资源富集。据相关数据显示，2017年我国存量资产已达250万亿-300万亿元，市场体量可见一斑。从区域分布看，不同层级城市呈现显著差异：一线城市因经济发达、人口密集，存量房数量庞大且交易活跃；部分三四线城市及县城则面临库存结构性问题，如东北、西北部分三四线城市住宅库存高企，去化压力较大。在房型结构上，市场覆盖多元类型，既有老旧小区的小户型刚需住房，也有早期开发的中等户型，更不乏近年建设的大户型改善型产品^[3]。这些关于规模、区域分布和房型结构的特征，构成了房地产项目二次策划的重要市场基底，开发者需以此为依据，精准锚定项目定位与开发方向。

（二）存量房市场发展趋势

从政策导向来看，随着房地产市场调控的持续推进，政府对存量房市场的关注度不断提高。政策逐渐倾向于引导存量房市场的健康发展，如鼓励盘活存量房源发展租赁市场，支持住房升级改善等。同时，在市场需求变化方面，随着消费者对居住品质要求的提升，对存量房的功能性、舒适性等方面提出了更高需求。消费者不再仅仅满足于基本的居住需求，更注重房屋的环境、配套设施以及社区服务等。此外，随着人口结构的变化，老龄化加剧，对适老化住房的需求也在逐渐增长。这些政策导向与市场需

求变化的趋势，将深刻影响存量房市场的发展方向，也为房地产项目二次策划与价值重塑指明了方向。

（三）存量房市场对房地产项目的影响

存量房市场环境给房地产项目带来了诸多机遇与挑战。在机遇方面，存量房市场中存在大量具有潜在价值的房产，通过二次策划与价值重塑，可以挖掘这些房产的隐藏价值，满足市场上不断变化的需求，从而开拓新的市场空间。例如，对一些老旧小区进行改造升级，提升其居住环境和配套设施，能够吸引更多追求生活品质的购房者^[4]。然而，挑战也同样严峻。存量房市场的竞争压力较大，大量存量房项目争夺有限的市场需求，这就要求二次策划的项目必须具备独特的竞争优势。此外，消费者对存量房项目的预期较高，若二次策划不能有效提升项目品质，可能难以获得市场认可。同时，存量房项目在二次策划过程中，还需面对诸如产权复杂、改造难度大等问题，这些都增加了项目开发的难度和风险。

三、房地产项目二次策划与价值重塑实践中面临的问题

（一）政策限制问题

在房地产项目二次策划过程中，政策在土地用途与规划调整等方面存在诸多限制。从土地用途来看，现行土地管理政策对土地的用途有着严格界定，一旦土地被规划为特定用途，如住宅用地、商业用地等，在二次策划时想要改变其用途往往面临极大阻碍。这主要是由于土地资源的稀缺性与合理利用的考量，政府需确保土地用途符合城市总体规划，避免土地资源浪费与无序开发。在规划调整方面，城市详细规划对建筑密度、容积率、绿地率等指标有着明确规定，二次策划若要突破这些规划指标进行调整，需经过复杂的审批程序。其原因在于维护城市空间布局的合理性与稳定性，保障城市居民的生活环境质量，防止因随意调整规划而引发城市功能混乱等问题^[5]。

（二）市场接受度问题

当前，房地产二次策划项目在市场推广中面临认可度显著偏低的困境，这一问题在消费端认知与市场环境层面呈现多维度复杂表征。从消费者心理来看，长期形成的固有认知偏差，使不少购房者将二次策划项目与原项目规划缺陷、销售困境直接关联，本能地对项目质量安全和价值兑现能力产生疑虑，这种先入为主的观念导致他们在购房时持谨慎观望态度，甚至将此类项目排除在优先选择之外。

在市场环境层面，经济增速放缓与房地产行业调整周期叠加，消费者对房地产投资回报率的预期持续走低。而二次策划项目涉及改造、功能重新定位等环节，开发过程存在规划调整、施工周期等不确定性，与消费者追求“低风险、稳收益”的心理相悖，进一步加剧了市场信任度的流失。此外，市场推广策略的缺位加剧了这一困境^[6]。部分开发企业未能通过精准营销和多元传播，向目标客群清晰传递项目在空间功能、配套服务等方面的创新优势。信息不对称导致消费者对二次策划项目认知片面，无法感知其差异化竞争力，最终形成“认知盲区—信任缺失—接受度

低下”的恶性循环，严重阻碍了二次策划项目的市场拓展。

（三）资金压力问题

二次策划过程中，资金压力问题较为突出。资金来源困难是常见问题之一，相较于新建项目，二次策划项目在融资时面临更多挑战。银行等金融机构对二次策划项目的风险评估更为严格，因其涉及原有项目的遗留问题、二次开发的不确定性等因素，导致贷款审批难度加大。同时，成本增加也加剧了资金压力，二次策划需要对原有项目进行评估、改造设计、重新施工等一系列工作，这些环节都会产生额外成本。例如，对老旧建筑的检测与加固费用、为满足新的规划与市场需求而进行的设计变更成本等^[7]。此外，若二次策划周期延长，还会增加资金的时间成本，进一步加重资金压力，这些因素共同导致二次策划项目面临较大的资金困境。

四、应对房地产项目二次策划与价值重塑问题的策略

（一）应对政策限制策略

在房地产项目二次策划与价值重塑过程中，政策限制是必须面对的重要问题。为灵活应对政策变化，首先应加强与政府的沟通。房地产开发企业需积极主动地与相关政府部门建立良好的沟通渠道，及时了解政策制定的背景、目的及未来走向。通过定期与政府部门进行交流，企业能够准确把握政策动态，在项目二次策划阶段就充分考虑到政策因素，避免因政策调整而导致的策划方案失效。例如，在土地用途规划方面，与政府沟通能够提前了解该区域未来的土地功能定位，从而在二次策划中合理调整项目功能布局^[8]。同时，提前研究政策走向也至关重要。企业应设立专门的政策研究团队，对国家和地方出台的房地产相关政策进行深入分析，预测政策可能的调整方向。通过对政策趋势的前瞻性研究，企业可以在二次策划时预留一定的调整空间，使项目能够迅速适应政策变化，确保项目的顺利推进和价值重塑目标的实现。

（二）提高市场接受度策略

提升市场对二次策划项目的认可度是实现价值重塑的关键环节。精准营销是提高市场接受度的重要手段。房地产开发企业应深入调研目标客户群体的需求、偏好和消费能力，根据调研结果制定精准的营销策略。例如，针对年轻消费群体，他们注重居住体验和个性化需求，企业可以在二次策划的项目中增加个性化设

计元素，如定制化的装修方案、共享社交空间等，并通过社交媒体、线上平台等年轻人常用的渠道进行精准推广。打造项目特色也是吸引市场关注的有效方式。企业应挖掘项目自身的独特优势，如地理位置、历史文化背景、建筑风格等，并将其转化为项目的特色亮点^[9]。以具有历史文化底蕴的老旧小区改造项目为例，可以在二次策划中保留和修复历史建筑元素，结合现代生活需求打造具有文化特色的居住社区，这种独特的项目特色能够吸引对文化有较高追求的客户群体，提高市场接受度。

（三）缓解资金压力策略

资金压力是房地产项目二次策划与价值重塑过程中的一大挑战，有效的资金筹措和管理方法对于项目的成功至关重要。引入多元投资主体是缓解资金压力的重要途径。房地产开发企业可以积极寻求与其他企业、金融机构、投资基金等的合作，通过股权投资、项目债券等方式吸引多方资金注入。例如，与专业的房地产投资基金合作，利用其资金优势和投资经验，共同推动项目的二次策划与价值重塑。同时，优化成本控制也是必不可少的策略。企业应在项目二次策划阶段就制定详细的成本控制计划，从设计、施工、材料采购等各个环节入手，严格控制成本支出^[10]。通过采用先进的施工技术和管理方法，提高施工效率，降低施工成本；在材料采购方面，通过与供应商建立长期合作关系，争取更优惠的价格，从而在保证项目质量的前提下，有效缓解资金压力，确保项目的顺利实施。

五、结束语

本研究系统构建存量房市场、二次策划及价值重塑理论体系，明确存量房市场分散、信息不对称等特征，确立二次策划流程与价值重塑要点。实践中发现，存量房项目二次策划与价值重塑面临政策、市场、资金三重困境：政策限制土地用途变更与规划调整，市场对项目认可度低，资金融资难且成本高。针对这些问题提出的加强政企沟通、精准营销、引入多元投资等策略，经不同城市与项目类型实践验证有效，实现了项目定位优化与价值提升。研究成果为房地产行业把握存量房市场机遇、挖掘项目潜力提供了重要参考，有助于推动行业可持续发展。未来可进一步扩大样本范围，深化新兴技术应用，完善理论与实践体系。

参考文献

- [1] 代运洁, 税鑫, 彭意婷. 房屋存量市场开发新模式——旧房改造研究评价 [J]. 爱情婚姻家庭 (下旬), 2020(8): 0161-0161
- [2] 秦虹. 推动房地产业向新发展模式平稳过渡 [J]. 人民论坛, 2023(13): 53-58
- [3] 李小浩. 盘活存量资产政策背景下保障性租赁住房发展路径研究 [J]. 中国房地产, 2022(21): 24-28
- [4] 吴超. 住宅房地产市场价格波动与经济周期的关联性分析 [J]. 住宅与房地产, 2023(24): 90-92
- [5] 李林. 房地产市场价格波动与经济周期的关联性分析 [J]. 低碳世界, 2023, 13(12): 169-171
- [6] 陈信, 金剑, 钟华, 周梦婷. 浙江省未来社区建设的规划管理适应性研究 [J]. 浙江园林, 2022(4): 8-11
- [7] 丁祖昱. 自我孵化模式：房企数字化转型优选 [J]. 中国房地产, 2021(5): 8-13
- [8] 张敏, 陈潇. 家居家装行业并购频现巨头瞄准存量房市场 [N]. 证券日报, 2023-12-06(B02). DOI: 10.28096/n.cnki.ncjrb.2023.006641.
- [9] 连珊珊. 产权交易机构拓展存量房市场业务的可行性分析 [J]. 今日财富, 2019, (11): 59.
- [10] 唐建, 覃湘阳, 姚阳. 产权交易机构拓展存量房市场业务的可行性探究 [J]. 产权导刊, 2019, (02): 67-71.