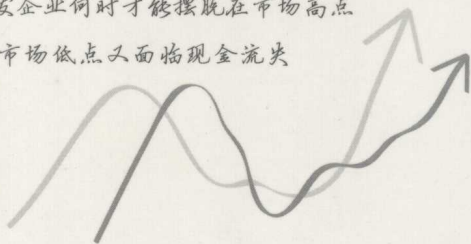


世联 观察

景气循环中的市场 2007~2009

陈劲松 等著

过去三年内，房地产的市场环境可谓“翻云覆雨”、“七上八下”，在一个处于上下动荡的行业里，我们则更多关注房地产开发企业何时才能摆脱在市场高点被迫拿地王，在市场低点又面临现金流失血的命运……



33

540



机械工业出版社
China Machine Press



景气循环中的市场

2007~2009

陈劲松 等著



机械工业出版社
China Machine Press

从2007年“9·27”银根紧缩开始，此前连续几年大热的中国房地产市场就坐上了云霄飞车，俯身下冲，低空飞行划过2008年，随后又在2009年上半年迅速攀升，重返高点。这三年多来，决定房地产市场循环的，已不仅仅是国家从“打通胀”到“保增长”的政策变化因素，还增加了一些国际因素、金融因素和市场因素。本书是作者2007~2009年期间所写就的房地产评论文章的汇集。作为观察者，同时也是房地产市场的实践者，文中的诸多观点和角度，更多地体现了作者对行业现象和行业发展规律的持续思考。

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目（CIP）数据

世联观察：景气循环中的市场2007~2009 / 陈劲松等著. —北京：机械工业出版社，2009.8

（世联地产顾问丛书）

ISBN 978-7-111-28021-7

I. 世… II. 陈… III. 房地产业—经济发展—研究—中国—2007~2009
IV. F299.233

中国版本图书馆CIP数据核字（2009）第140220号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037）

责任编辑：刘 斌 版式设计：刘永清

北京京北印刷有限公司印刷

2009年8月第1版第1次印刷

170mm × 242mm · 14印张

标准书号：ISBN 978-7-111-28021-7

定价：48.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线：（010）68326294

投稿热线：（010）88379007



华章书院俱乐部反馈卡

写书评 赢大奖

身为读者，你是不是常感到不写不快？
 无论是感同身受、热烈倾吐，还是淋漓痛批、指点文章，
 我们真诚地邀请您，将您的阅读心得与我们共享。
 您的心得，将有机会出现在我们的图书、主流媒体、各大网站上。
 同时，您还有机会挑选一本自己喜爱的华章经管好书！

书评发至：hzjg@hzbook.com

欢迎登陆www.hzbook.com了解更多信息，
 本网站会每月公布获奖信息。

华章经管博客已开通，欢迎留下宝贵意见与建议 <http://blog.sina.com.cn/hzbook>

◎ 反馈方式 ◎

网络登记：

登陆 www.hzbook.com，在网站上进行反馈卡登记。

传 真：

将此表填好后，传真到 010-68311602

邮 寄：

将填好的表邮寄到：100037 北京市西城区百万庄南街1号309室 白南 董丽华 收

个人资料（请用正楷完整填写，并附上名片）

姓名：_____ 性别：男 女 年龄：_____ 联系电话：_____ 手机：_____

E-mail：_____ 邮政编码：_____ 传真：_____

通讯地址：_____ 就职单位及部门：_____

职 务：董事长/董事 总裁/总经理 副总裁/副总经理 高级秘书/高级助理
职员 政府官员 专业人员/工程人员 其他（请注明）_____

学 历：高中 大专 本科 研究生 研究生以上

所购书籍书名：_____

现在就填写读者反馈卡，成为华章书院会员，
将有机会参加读者俱乐部活动！

所有以邮寄，传真等方式登记，并意愿加入者均可成为普通会员，并可以享受以下服务。

- ◆ 每月3次的免费电子邮件通知当月出版新书
- ◆ 共同享有读华章论坛会员交流平台
- ◆ 享受华章书院定期组织的各种活动
(包括会员联谊活动专家讲座行业精英论坛等)
- ◆ 优先得到读华章书目
- ◆ 俱乐部将从每月新增会员中抽取10名，
免费赠送当月最新出版书籍1本
- ◆ VIP会员享受全年12本最新出版精品书籍阅读

1. 您通过什么途径了解到本书？

朋友介绍 会议培训 书店广告 报刊杂志 其他

2. 您对本书整体评价为？

非常满意 满意 一般 其他，原因

3. 您的阅读方向？（类别）

4. 您对以下哪些活动形式最感兴趣？

大型联谊会 专业研讨会 专家讲座 沙龙 其他

5. 您希望华章书院俱乐部为会员提供怎样的增值服务？

6. 您是否愿意支付500元升级为VIP会员，享受全年12本最新出版精品书籍阅读？

愿意 不愿意，原因

湖南科技大学图书馆



KD00692540



读华章俱乐部反馈卡



目录

Contents

|第一章| 房地产存货不是牛奶 |

- 2 “面粉”与“面包”的价格
- 4 三波下降
——市场调整时的规律
- 8 调控的作用已经显现
- 10 过冬的智慧
- 13 火车与飞机“经济舱与商务舱”的寓言
——房地产的故事
- 16 租金上涨，廉租房来得正是时候
——保障性住房如何发挥作用
- 19 对于“小产权房”市场，不能视而不见
- 21 写字楼，市场调整时最值得注意的物业
- 23 交易量为什么是一个最重要的市场指标
- 25 淡市现象
- 28 经历三个增长期之后
——改革开放30周年记
- 32 是讨论“个人购房最佳时机”的时候了
- 35 判断城市前景的实证路线，判断城市布局的实证标准
- 38 树与森林
- 40 信心凭什么比黄金贵

- 42 为什么没有出现“百日剧变”
——谈规则的软约束
- 45 房地产存货不是牛奶
- 49 “谬误”为什么有力量

|第二章| 资产价值的“炒”与“抄”|

- 54 当市场大热的时候（一）
- 56 当市场大热的时候（二）
- 59 当市场大热的时候（三）
- 61 资产价格重估与再重估（一）
- 64 资产价格重估与再重估（二）
- 66 淡市，谁在买房
- 69 观望期第二阶段：楼市寻宝游戏开场
- 72 房地产的价格到底取决于什么因素
- 75 房地产长期问题悬而未决
——因金融海啸而引起
- 78 不做“猪坚强”
- 81 有关“金融海啸”的两则寓言
- 84 资产价值取决于参照系
——兼论“抄”与“炒”
- 86 为什么没出现断供潮

- 谈中国人的信用问题
- 89 为什么郊区房价比市区跌得多
——谈房价没有大趋势，只有小趋势
- 92 为什么复苏比预期快

| 第三章 | 客户是谁 |

- 98 概念的背后
- 101 取消VIP卡后的猜想
- 104 别墅，财富游戏与“中产之梦”
- 107 瞄准上升区
- 109 客户是谁
- 111 淡市营销，做什么与怎么做
- 114 旺市的时候，看李嘉诚怎么卖楼
——香港近期“首都”的开盘
- 116 豪宅的另一波趋势
- 119 用听得懂的语言沟通
- 121 60后的空巢期与80后的主导期
- 124 文化营销关键词之一：“超真实”的拟像逻辑
——从苏格兰情调说起
- 126 文化营销关键词之二：“杂交”文化的第三空间
——从香港茶餐厅说起

|第四章| 屠龙术和打七寸|

- 130 创业应当慎重
- 133 我所经历的几个中介发展模式
- 138 房地产经纪机构成长的烦恼与路径选择
- 144 整顿交易秩序：屠龙术和打七寸
- 147 中介代理：高房价的替罪羊
- 150 向低容积率说不
——用“紧凑型都市”取代“花园城市”
- 153 建设紧凑型都市
- 155 规范是生死线
——对近期深圳二手中介倒闭事件的回应
- 158 汶川地震对全国城市建设的一些重要启示
- 161 决策不是艺术
——房地产服务业更需要耐心和坚持
- 164 房地产中介行业的作用和价值不可替代
- 166 从“趋利”至“避害”
——汶川大地震促使房地产发展观的转变
- 169 假如“联合代理制”大行其道
- 172 建设一个具有共享价值的新城
- 175 市场如何改变建筑和规划

| 第五章 | 固本力行 |

- 184 为什么是深圳
- 188 未富先骄，与Kidult现象
——读张五常《学以无界说》有感
- 191 在香港房地产面前，我们还是小学生
——回应贺承军博士的《香港房地产是深圳的榜样吗？》
- 194 十年后的某一天
- 197 中等收入住房问题
- 200 中国人，世联人
- 202 学会在市场中游泳
——利用市场规律指导我们的经营
- 205 灾后重建，将是一个宏大的社会工程
——都江堰考察记
- 207 逆风飞扬
- 209 社会责任应回归本源
- 211 在“固本”的基础上“力行”
——世联战略再思考之一
- 214 在“固本”的基础上“力行”
——世联战略再思考之二

房地产存货不是牛奶

存货分两种：一种像牛奶这类存货，过期卖不出去就要倒掉，这叫供给弹性不足。这种存货调整就是所谓的硬调整，价格非得硬着陆不可。另外一种存货是供给弹性大，价格跌了就供应少一点，价格高了就供应多一点。房地产的存货，大家一般认为供给弹性不足，房子一旦建起来必须建完，因此普遍认为房地产的存货需要3~5年的消化期。其实中国房地产的供给弹性与大家所想象的不太一样。

“面粉”与“面包”的价格

把土地比喻为面粉，把房子比喻为面包，本身就是错的。大家知道面粉是均质的原料，而土地从来就不是均质的，否则房地产就没有“位置、位置还是位置”的价值说。

■ 陈劲松 2007-9-26

对于目前主流话语惊呼“面粉贵过面包”和地王潮涌，以及相关的房地产开发可不可持续的问题，有必要说几句。

地王潮涌问题

这里暗含着两个问题：一是楼面地价创新高，二是土地规模巨大，成交总额创新高。

楼面地价创新高，不值得大惊小怪，事实上从楼面地价的规律来看，在房地产上升期，地价升幅普遍快过房价升幅。一方面主流开发商近年来打通了融资渠道并向全国扩张，另一方面通过公开拍卖拿地的机会不是太多而是太少，造成每逢拍卖必群星云集。在这种情况下，指望拍卖创新低就完全不现实了。

最应关注的是巨额成交，动辄百亿的地块一定是面积巨大的地块，一而再地出现大幅土地出让，带来的问题是：

(1) 所谓“两年内开发”成为纸上空谈，“捂地”因巨幅地块拍卖而成为合法的必然。

(2) 开发商可以用年度开发量调控区域市场，可以用产品的先后次序来调控价格。

(3) 区域市场因大宗地块出让而使开发商集中度迅速提高，从行业整合角

度看是好事，从市场多样性竞争看是坏事。

(4) 从平抑房价来看，地块越大，单盘价格主导程度越高，每年推出量就越少，政府这样做非常不合时宜。

面粉贵过面包？

把土地比喻为面粉，把房子比喻为面包，本身就是错的。大家知道面粉是均质的原料，而土地从来就不是均质的，否则房地产就没有“位置、位置还是位置”的价值说；而将房子比喻为面包则更是对房地产缺乏认知的体现。

记得2006年，新鸿基拍得香港山顶一块低密度住宅地皮，楼面地价3万港币一平方英尺^①，当时香港山顶别墅成交价也就是2万多，是典型的“面粉贵过面包”了吧？香港媒体也惊呼山顶物业将大涨云云，事实上行内人在研究了土地条件之后都知道，它的楼面地价包含的内容是和目前的现楼不一样的——更多的车位、配套、层高和景观，而且山顶不会再有这么大的地块出让了。

目前国内并没有出现“面粉”贵过“面包”，所谓的楼面地价比楼价贵，贵在以下方面：

- 容积率低
- 地块偏大，可以造成部分容积率低
- 景观、环境并不相同

可持续发展难以为继

“地王——楼价——更高的地王——更高的楼价”的恶性循环，不只是媒体，行业内也大叫不适应。

首先，恶性循环不可能长期持续，高地价一定带来高房价并不是唯一的通路，这是成本决定房价，并被某些人利用的一种说法。当一个城市房价估值普遍偏低时，土地市场是重新估值的一个重要指标，但当普遍房价估值已然不低时，地价高反映的是开发商的竞争程度，并不构成房价的绝对上升。

其次，目前全国房地产商集中度严重偏低，几万家开发商良莠不齐，市场正在执行着优胜劣汰的基本职能。所谓难以为继，是谁难以为继应该是越来越清楚了。

① 1英尺 = 0.304 8米。

三波下降

——市场调整时的规律

房价的下降必然引发地价的下跌，地价的下降幅度通常是超过房价的。在深圳地王频出的今天，的确需要对土地市场进行一次降温以保证未来的可持续性开发。

■ 黄梓武 2007-11-19

关于此轮调整将引发的市场反应预测

此轮宏观调控对市场的影响，首先，从范围上看将从二手楼市场开始，迅速波及一手楼市场；其次，从层面上看将由抑制成交量开始，进而影响成交价格，而整个过程可能会出现三波下降。

第一波，是对市场风险最为敏感的投资客以及部分早期入市的普通购房者，或因房贷压力过大或满足于价差利润，最先开始抛售，以实现财富兑现。这主要集中在二手楼个盘，但这部分数量有限。

第二波，是市场经验丰富的理性开发商（如要完成年终财务报表的上市公司、有市场周期历练的香港公司等），出于资金回笼和战略调整的双重目的，在新开盘的楼盘中采取部分产品的策略性降价，以实现资金回流，同时意在通过降低房价而压低地价，进而大量购置土地，保证持续性开发。

第三波，是市场跟随者，在大势难以挽回的局面下，采取跟随性的无奈降价，这是市场上数量最大的一部分。

最后，从效果上看，价格很可能将最终回落至2006年年底的水平，也即把2007年上半年虚涨的部分挤压掉。

在市场进入调整的大环境下开发企业如何应对

(1) 开发商应当看清大势，以理性的心态配合政府形成一次为全民所认可的宏观调控成果，不要硬挺。

(2) 开发商应当根据市场走势及时调整自己的发展战略，快速回笼资金，通过降低房价使地价有真正的降幅，适时充实土地储备以保障可持续性开发。

(3) 对于新推楼盘，开发商应当加大对二手楼市场的关注，并以二手楼价格作为定价基准。市场规律显示，二手楼市场对一手楼市场的影响巨大，当一手楼市场价格高于二手楼5%~10%时，是符合市场真实情况的。

(4) 对后期推售楼盘，开发商应当采取多种灵活的促销手段，如送管理费、送装修等，而这时广告几乎没有效果。

配合政府形成宏观调控成果的必要性和可行性

首先，应当看到近十年来深圳宏观调控几近真空的事实，从而清楚地意识到中央政府此次调控的决心。如果此次调控又无明显成效，中央政府势必将再出重拳，市场风险将进一步加剧。

其次，深圳的房地产市场多年来一直处于相当高的利润水平，开发商单盘利润超过50%，存在较大的降价空间。在被强行征收增值税和顺应政府降价二者之间，深圳的开发企业应当明智地选择后者。

最后，房价的下降必然引发地价的下跌，地价的下降幅度通常是超过房价的。在深圳地王频出的今天，的确需要对土地市场进行一次降温以保证未来的可持续性开发。相对现在降价销售产品而言，通过后期以更低价拿地，将会对开发商形成一种价值补偿，这种补偿甚至会是一种溢价性补偿。

对不同层次购买力客户的分析

目前市场客户按其有能力购买单套房产的价值，可分为三类：

一类是当前仍有能力购买单套价值1000万元以上房产的客户。他们属于真正的财富阶层，有着理性的财富观念，房产仅是作为他们处置个人财富的一种方式，且房产在个人财富中所占的比例会有一定的限度，其购买的产品属于抗

风险能力较强的稀缺性豪宅。当市场调整时，豪宅市场的交易量通常也会随普遍住宅一起萎缩，但价格波动不大，财富阶层的购买力并不会因为受到政策调控的影响而削弱，仅是购买心态更为平稳，可挑选的余地更大。

一类是对于有能力购买单套价值在300万~1000万元房产的客户。他们的购买力受政策调控影响巨大，其人群构成和心态也最为复杂，其中投资者和炒房者的比例较高，对市场风险最为敏感。这部分客户是前一段时间深圳楼市处于快速上涨期的购买主力。

一类是购买能力处于单套价值在300万元以下的客户。这部分客户大多为刚性需求，加之所购房屋面积较小，总价较低，宏观调控对其的实质性影响并不大。

不同楼盘应对此次调整的对策

楼盘本身的档次和品质的不同，应对此次市场调整的策略也应有所不同。

1. 价值在1000万元以上的豪宅产品

根据前述对其购买客户的分析可以看出，豪宅在宏观调控下的通常反应是降量不降价。

在开发商具有较强资金实力的条件下，豪宅市场一般不需要通过价格调整即可渡过调整期。

2. 价值在600万~1000万元之间的中高档产品

能够处于这样价位的产品还是具备较好品质的。不过从当前市场成交情况来看，此类楼盘虽有成交，但也面临着两个严重的问题：一是被迫成为二手楼的兑价促销参照物，市场上出现了前期已售楼盘成为后期新开楼盘最大竞争对手的现象；二是客户信心不足。

此类楼盘也应有针对性地从两方面入手应对大局：

一是通过与相应的二手楼比较找到自身优势并传递给客户，如二手楼选择产品少、装修风格不吻合、受银行政策限制付款方式不如一手房灵活，等等。当然通常而言，新房产品本身也会比二手楼有所提升。

二是通过“放大成交效应”以树立客户信心，这方面可以参照一下香港的做法。

3. 价值在300万~600万元之间的产品

这类产品价格存在较大水分，明智的做法是通过多种灵活的方式进行变相

折价销售。

4. 价值在300万元以下的产品

在市场刚性需求的支撑下，成交情况较为平稳。

此次调整与日本、香港特区的比较

日本20世纪90年代和中国香港1997年的房地产市场调整与此次大陆房地产市场的调整有很大不同。首先，日本和香港特区的调整是基本面出现问题后而产生的结构性调整，如产业外移、人口老龄化等。然而大陆的此次调整并不存在基本面的问题，中国近年来的经济是一种实质性的增长，此次调整仅是对市场过热的一种政策性干预；其次，日本和香港特区政府对待市场的态度与大陆政府不同。日本和香港特区的房地产市场化程度较高，政府对于房地产市场的干预较少，致使当时两地的炒房行为几达疯狂的程度，而大陆政府对于炒房一直持坚决打压的态度。

调整给予我们的启示

首先，上海此前所经历的整固期维持了一年半的时间（2005年3月至2006年10月），目前处于恢复期。从上海情况来看，整固期的市场反应是，普通住宅成交量、成交价格先后出现下降，豪宅成交量下降而价格波动不大。当市场进入恢复期后，市场表现为，普通住宅量升价不升，而豪宅是价升量不升。

深圳过久的楼市旺势使部分开发商和购买者信心爆棚，加之地价屡创新高，价格需要高位支撑，市场非理性地坚持“不降价策略”。此时开发商应当明确自己的短期利益、中期利益和长期利益，并根据市场情况及时调整发展战略，以保证三种利益的结合和最终利益的实现。

预测此次调整，市场将会有20%~30%的下跌，市场也具备承受这种下跌幅度的能力。预计到相当数量的公共住房上市供应后，政府才会对调控政策有所松动。