

遍地黄金

90年代社会纪实丛书

曹志前 郝在今 杨菊芳 编

● 经济卷

- 来自房地产业的报告
- 股票交易所内部消息
- 文人下海沉浮录
- 当代中国破产风云扫描



90年代社会纪实丛书·经济卷

遍地黄金

曹志前 编

(京)新登字100号

图书在版编目(CIP)数据

遍地黄金/曹志前编. —北京:中共中央党校出版社,
1993. 12

(90年代社会纪实丛书: 经济卷/郝在今等编)

ISBN 7-5035-0864-7

I. 遍…

II. 曹…

III. 报告文学-中国-现代-选集

IV. I253

中共中央党校出版社出版发行

(北京海淀区大有庄100号)

民族印刷厂印刷 新华书店经销

1993年11月第1版 1993年11月第1次印刷

开本: 850×1168毫米 1/32 印张: 12.375

字数: 321千字 印数: 1—10000册

定价: 7.70元

责任编辑：王 君

封面设计：王 岐

版面设计：张秀翹

责任校对：王洪霞

编者的话

有一类作品，未设文学大奖，很少理论鼓吹，却在无声无息间铺满中国大地。

这就是纪实。

90年代看纪实！

社会变革剧烈，寻找真实的人选择纪实；经济飞跃发展，搜集信息的人寻求纪实；生活节奏紧张，娱乐休闲的人钟情纪实。

对这类新流行的文体，有的称为社会大特写、纪实文学，有的沿用通讯、报告文学，学术界至今没有定名。编者以为，作为新闻与文学结合的产物，这是一种具有多元特征的边缘文体，还是称“纪实”为好。尽管这种文体在形式上还有待成熟，但其生命力，将不亚于风行80年代的报告文学。

然而，当下的纪实多得使人担心“泛滥”，花哨得使人怀疑“悬乎”。纪实，似乎也需要择优汰劣，提升品位。

三位编者都是纪实队伍中的诚心写作者，自以为还熟悉情况；中央党校出版社则打算收揽纪实佳作，有魄力演出重头戏。于是，《90年代社会纪实丛书》就此问世。

这套丛书以优、新、全为宗旨，力求总揽90年代的优秀作品，以最快速度陆续推出。第一批编选中短篇文章，分经济、社会、法制、婚恋、消费、人物6卷。今后将采用开放式编排，灵活多样。

最受欢迎的纪实被喊作“火爆”。火爆的作者描写火爆的问题，火爆的报刊发表火爆的文章，一套丛书奉献四重火爆，岂不

是挡不住的诱惑？

我们力求使本丛书在纪实阵中有些“权威”架势，但是，一网打尽天下英雄实难如愿。所幸，这套丛书将繁衍于整个90年代，好作品总有机会出演。

摄下生活，透视时代，留存历史，《90年代社会纪实丛书》与90年代同步前行。

1993年8月

目 录

遍地黄金

- 来自房地产业的报告 易旭东(1)
- 股票交易所内部消息 张建伟(19)
- 企业家仇杀录 荒 原(42)
- 中国广告大世界 程 敏(73)
- 三角债的重重内幕 马役军(92)
- 文人下海沉浮录 徐列 林炜(104)
- 京城出租车 杨菊芳 田禾(113)
- 中国市场三大著名“商战” 赵强 段钢(134)
- 中国偷税抗税逆潮 丁会国 叶小平(152)
- 当代中国破产风云扫描 李明刚(175)
- 巨奖之战 黄 平(192)
- 闯海南的北京人 曹志前(203)
- 中国走向市场

- '92北京首次国际大拍卖 吕 梁(234)
- 京城房改忧喜录 魏 玲(262)
- “复关”大震荡 若 思(270)
- 媒体大战 郝在今(283)
- '92深圳股潮目击记 赵 平(297)
- 全国企业供销承包扫描 黄 颇(306)
- 失业潮：涌起在中国的地平线 宏 铭(328)
- 中国内外债透视 周俊生(340)
- 商标在中国 谈宜彦(354)

血色备忘录

- “大锅饭”、“铁饭碗”扫描……………郑家学(366)
- 九十年代看纪实(跋)……………陈 冀(381)
- 后 记……………(392)

遍地黄金

——来自房地产业的报告

易旭东



马克思曾有句名言：“致富欲望本身是一定社会发展的产物，而不是与历史相对立的必然的产物。”

房地产大亨对芸芸众生可谓充满诱惑。那么，中国大陆这批致富浪潮中的“新科状元”，何以在硝烟弥漫的商战中运筹帷幄、出奇制胜的呢？请看

率先发动“生存空间争夺战”

培育和重塑“青春发育期”

兴许是世界经济规律的“此起彼伏”，当国际房地产业“阴云密布”时，中国大陆房地产业却“阳光灿烂”。

大洋彼岸。1992年5月15日，加拿大多伦多市的一条消息震撼全球：世界最大的房地产公司奥

匹区亚和约克公司申请破产保护，不久，设在伦敦的子公司也提出破产保护。房地产“超级大国”，顷间“流水落花春去也”！

同一时期。香港房地产建筑学会会长刘绍均先生在香港《大公报》展望未来几年时认为：珠江三角洲、上海、福建、大连及天津等省市可望陆续成为较具规模的房地产市场。

短短几月，来势迅猛的房地产热潮就使刘先生的“展望”提前应验——并非仅是广州、深圳、福州、厦门等开放城市“奇葩独秀”，也非上海、天津、大连、青岛等沿海地区“鳌头独占”，几乎遍及中国大陆，一批房地产大亨正抓住时机，大显身手，搏击于浪逐潮涨之间，着意培育和重塑处于“青春发育期”的中国房地产业。

房地产业包括土地开发、房屋建设、土地使用权的有偿划拨、转让，房屋所有权的买卖、租赁，房地产的抵押、贷款和房地产市场。

地产经营，一是以城市土地使用权为对象的产权经营：出租、出让、转让、抵押等；二是以城市土地为劳动对象的开发经营：进行“三通一平”、“七通一平”，把生地变为熟地等。房产的交易形式包括出售、出租、互换、典卖、抵押等。房产出售是商品房一次性实现其价值的交换形式，是房屋所有权的全部职能或部分职能的一次性转移。

“第二次全民经商浪潮”期间，我国房地产开发、经营公司曾近6000家，“治理整顿”时，压缩到约3000家。

“惊涛拍岸，卷起千堆雪”。时间、速度、效率、利润形成了中国新一轮改革大潮的主旋律。国内外经济界对我国房地产业普遍看好。

英国《金融时报》提醒人们：“如果中国继续保持目前的发展势头，也许用不了20年，中国就可能将与美国匹敌。”美国《幸福》杂志有人撰文说：“中国今天改革的成就，预示着正在来临的‘太平洋世纪’的破晓雷声。”

似乎一夜之间，东、西、南、北、中房地产开发、经营公司，如雨后春笋涌现。有些看来似是偶然的经济现象、市场行为，背后都有一支隐匿的魔棒在那配合运作。

这“隐匿的魔棒”，就是“第三次全民经商浪潮”中涌现出的“新科状元”——房地产大亨。比起“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金”的那番劳作来，从事房地产业利润高，但风险大，一步之差甚至“鸡飞蛋打”。

香港一位资深房地产开发商的经验之谈“点中要害”：做100件房地产生意，只做对了95件，那就决定要破产；做对了98件，也可能倒闭，只有百分之百地做对了才会生存发展。国内外的成功经验表明，从事房地产要求开发者具有如下一些素质：会管理、懂经营，懂得和注重市场预测，能有资金保障，能熟练地了解、掌握、运用有关法规，决不允许出现丝毫失误。

大陆这批大亨“胸怀五洲风云，静观四海波涛”，凭借金融、价格两只“看得见的脚”，操纵市场那只“看不见的手”，率先发动了“生存空间争夺战”，为中华大地硝烟弥漫的商战另辟新战场，让富有者凭着实力再创造更多的财富，贫困者面临更多创造财富的机会。

同时，他们还把“战火”燃向海外。北京、深圳、广州、厦门等地的房地产大亨陆续进军海外。他们或独立作战，或联合外军“用人家的钱赚人家的钱”，在东南亚、拉美、欧洲等国“大施杀手锏”。他们掌握了按国际惯例经营房地产的方式、可能出现的风险和成功的诀窍，被世界房地产业誉为“不可轻视的一支新军”。

一席谈判，他们成了百万富翁。

一个决断，他们成了千万富翁。

一夜之间，他们聚集了上亿资金。

奥秘何在？难道仅仅是“上帝的恩赐”？“窥一斑而知全豹”，我们不妨破译一下房地产大亨的神机妙算，追探他们在投资与投

机的“临界点”上胜券稳操的秘诀。

“老牌公司”雄风不减当年 “新星公司”敢于“虎口夺食”

一切变化似乎都源于一种新观念的确立。市场经济不再是学者的梦想与争论的课题，而实际成为社会生活、公众生活中的一种新的经济环境。

现今的房地产开发、经营公司的组成“丰富多彩”，而房地产大亨的特点则“个性鲜明”。

最早“出道下海”的南方沿海房地产大亨有两个特点：原先大都为外行，有不少出身转业军人。这些公司创业伊始曾被贬为“皮包公司”，即使势力雄厚的，起家资金也只能“糊口”，但在短时间内资本迅速膨胀，自有资金穷则几十万、几百万，富则几千万，阔者甚至上亿元。

内地房地产大亨则“身份复杂”，决定了他们的开发、经营也“纷繁多彩”。

第一，姓“官”。他们昔日为党政机关的局长、处长、主任，主管或兼管房地产，如今“政企三脱钩”，借机“下海”，摇身一变，成为“董事长”、“总经理”。他们关系网络密集，征地容易，财大气粗，成片开发，“放长线钓大鱼”。

第二，姓“建”。他们过去多为建筑施工企业的经理、主任、科长，“房地产热”中拖出一支队伍成立“独立大队”。他们基建经验丰富，预算、成本核定精确，投入资金不多，一靠土建二靠营销，侧重于一幢幢房屋的开发，战术以“短、平、快”为主。

第三，姓“集”。他们在前两次“全民经商”中致富，既激动又不安地“追波逐浪”，像“赶集”一样，“打一枪换一个地方”，从中获取财富，逐步聚集资金。

第四，姓“民”。他们集资入股，精英荟萃，挂靠某一与政府

“脱钩”的实体，独立核算，自负盈亏，按规定上交管理费。他们文化层次高，是时代的“弄潮儿”，极为珍惜“第三次全民经商浪潮”的良机，既洞悉国外和港台房地产营销的先进经验，又熟知中国国情和善于市场预测，往往匠心独具，另辟蹊径。

房地产开发、经营公司又大体分为五类。一类是独资或合资、合作（中外）开发经营的。这类公司与省市房地产部门“脱钩”，但仍有或明或暗的联系，凭借政府的优惠政策，占有“天时地利人和”的优势。一类是从建委系统以及相关的建筑单位“裂变”出去的公司。一类是名为集体实为个体的公司。再一类是那些具有风险意识、投资意识，敢闯、敢冒的“下海精英”成立的公司。这类公司得沿海开放地区之灵气，一“曝光”就卓尔不群。

还有一类私营公司。

1992年8月中旬，海南省政府有关部门批准来自湖南的私营企业——海南君士实业贸易有限公司享有房地产开发经营权。

著名影星刘晓庆的“主战场”中途“转移”。一大举措令人瞠目结舌——她成立了以她名字命名的“刘晓庆实业发展总公司”，自任董事长，开始了她事业的“另一个黄金时代”。

除了自己投资开发经营和集资开发经营的房地产公司外，一些暂时“无立锥之地”的房地产公司，则通过参股、投资等行为参与房地产开发或参与“炒房”。房地产的利润少则20%，多则达100%，有的甚至高达200%。

一些“老牌”的房地产开发公司80年代初就“虎视眈眈”，于80年代末住房消费大饥渴时，饿虎下山，尽情地享用国家的优惠政策，占尽了当时卖方市场之便宜。以上海为例，1988年的商品房每平方米售价为800元，成本仅300元，1990年成本增至600元时，售价已高达1400元；广州市1991年商品住宅每平方米售价有的达2600元，甚至高达3000—4000元，而成本则不足1000元。

“一业兴，百业旺”，香港人将房地产市场形象而深刻地概括为：众多人买地买楼，意味着众多人开公司、办实体。进入1992

年下半年，“老牌公司”雄风不减当年，轻车熟路，继续扩大战果，“新星公司”则“初生牛犊不怕虎”，凭借智慧和胆略“虎口夺食”。龙虎相争，在商战中尽情厮杀，引得烽火四起。

顺应潮流抓住“住房缺乏期” 准确把握各类购房者心态

家，物质文明的载体之一，也是人类文明的标志之一。

居住文化，是每一历史阶段物质文明和精神文明的一个体现。那位大胡子的德国人一个世纪前在著名的《论住宅问题》里说：“当一个古老的文明国家这样从工场手工业和小生产向大工业过渡，并且这个过渡还由于情况极其顺利而加速的时期，多半就是‘住房缺乏’的时期。”

住房，中国天字第一难。按照本世纪末我国人均住房达到8平方米的计划，每年建房投资459亿元。国家多年来用于建房的数千亿资金投入，因只收取相当于维修、折旧等五项费用的1/10的房租而进入“黑洞”，有去无回。住房建设恶性循环，导致房源紧缺。据统计，到1992年底，全国城市缺房户约480万户。

房产不仅对人体提供物理性保护，而且对“治国安邦”，加强人的责任感和进取精神，也有着无法估量的作用。房地产也是财富的象征，具有保值、增殖等优点，急用时还能抵押贷款。

如今，“吃的时代”、“穿的时代”已为更高阶段的“住的时代”、“环境时代”与“旅游时代”所代替。这应该说是一种历史的进步。

中国的房地产大亨们正是吃透了“中国国情”和“国民心理”，因而颇能顺应潮流，抓住机会。广东省信托房产开发公司、北京市大成房地产综合开发公司、深圳经济特区房地产公司、成都阳光投资建设集团、福州市房地产开发总公司、珠海三灶管理区群星实业股份公司……等大亨们功不可没，他们瞅准了全国商品房

市场潜力大，境外客商购房欲旺盛的“空档”，果断出击，成了房地产业中威震四方的宿将和光芒四射的新星。

市场经济也决定了人们的住房商品意识。那么，哪些人在买房呢？

相对于内地而言，广东人有钱，也讲实惠，对“安居乐业”感受颇深。不“安居”何以“乐业”。腰缠万贯的广东人大多希望有个宽敞、舒适的居住环境。

在内地买房起“带头作用”的是个体户、私营业主、企业承包者和有侨汇资助的人士。他们大多是因为有钱又分房无望，而决定“一切全靠我们自己”。

也有部分购房者钱囊羞涩，但勒紧裤带也要“争口气”。他们深知单位论资排辈只能“望梅止渴”，几乎难有机会享受低租住房的“社会主义优越性”了，与其每月交一笔数目不小的租金，倒不如咬紧牙关“贫困”几年，造福子孙后代，“自己解放自己”。

还有的买楼是为了“移民”。不少售楼广告许诺，凡购买其楼房者可迁一户口入城郊。这对那些已发财致富又无城镇户口的“庄稼汉”来说，确为“挡不住的诱惑”。一位拥有住房又拥有城镇户口的农民说：“这是我们家几代人的心愿啊！”

还有的是“炒房者”。他们大多是精明之人，自己虽不缺房住，但预测到投资房屋定能增值。因为土地供给有限，而需求不断，房价上涨乃大势所趋，投资房地产远比投资股票保险。

此外，侨胞和外商投资买房者也日益增多。侨胞买房，为的是落叶归根；外商买房，是因为拖家带口住在饭店、宾馆，毕竟不是长久之计。据悉，港澳台同胞仅在大连居民区内零散买房申请者就已逾百家；桃园山庄外国人居住区前两期工程，早已全部出售给境外驻大连商社的外籍人士。

“无本生意”与“预售商品房” “借鸡下蛋”和“空手道大师”

机会均等，人类社会迈向现代文明和公平竞争的 第一个 驿站。中国房地产业可谓竞争激烈，而几位不同重量级的大亨，创业之初既无钱，也无地，甚至是外行。

“借鸡下蛋”、“借巢养鸡”，这些有效的经济手段，曾使许多落后地区一跃而起。大量外来资金的投入，会使一个地区经济腾飞。

“预售商品房”。房地产大亨们利用资本滚动增值原理，让建筑成本成为商品进入流通领域。

陈步忠领导的广东省信托房产开发公司，10年前仅有7人，在一间借来的简陋房里开始了“指点江山”的事业。他聘请了3个懂房地产的行家做顾问，然后到上级主管单位奔走游说，费尽口舌，求来了旧城区5块房屋年久失修，需要进行改造的地皮。而当时他们帐面上只有凑来的5万元。说它是“皮包公司”并不为过。

“借鸡下蛋”。找到地，又寻钱。陈步忠找到他的原工作单位游说：我们有地，可以帮你建职工宿舍。这家企业正为职工住房紧张头痛。双方情投意合，签订了合同：企业出200万资金，陈步忠交给企业4000平方米的宿舍用地。继而，他又“故伎重演”，同另一单位签订合同。这样共“寻”到400万资金。

陈步忠靠“借鸡下蛋”做起“无本生意”。结果，公司赚了100万元。

北京市大成房地产综合开发公司也是靠“借鸡下蛋”致富的。仅仅几年，大成公司发展为一个雄踞京华房地产业的综合型公司，先后开发了八里庄、西坝河、玉林、双秀、麦子房、会子门等小区。

创造了“阳光效应”的刘绍南，一席话 露了成都阳光投资建设集团制胜的“天机”：“机遇像一匹骏马，看你能否骑上，骑上后又能否驾驭。多抢一分钟、抢一天都是宝贵的。弄潮儿就是要敢冒风险。”

1992年初春，成都东郊的山场。一位清瘦男子站立山间，面对和煦的阳光、碧净的湖面、葱笼的山野、湛蓝的天空，联想几次考察沿海房地产业时的情景，豪情陡生：山是财，湖是财，阳光是财，空气是财，山场变山庄，中国西部将矗起一座阳光城！

这位男子叫刘绍南，当了20年兵、7年记者。在他“站立”前，也有几位“大款”多次“站立”，沉思良久，几番研究。但因这里一片荒凉，又无饮用水，被人形容为蓉城近郊的“夹皮沟”、“无人区”，投资风险太大，稍有疏漏，全军覆灭，最终知难而退。

刘绍南既有军人的坚韧，又具记者的敏锐，似乎看见了构思中的“阳明山庄”里丛丛绿林，阳光把树影投射在别墅墙上，窗外湖光山色，美不胜收。

“走最近的路，变区位优势为区位优势！”决心已下，刘绍南率领他的助手日以继夜地构思，紧锣密鼓地筹备……兴许是大自然对他执著追求的馈赠，开发区内竟然钻出了高品质、大储量的矿泉水。

4月12日，成都阳光投资建设集团公司挂牌。不到半年时光，刘绍南“点石成金”，神奇地使昔日默默无闻的荒凉山野蜚声中外，一文不值的黄土身价倍增。

同时，“阳光城”还使方圆20多平方公里的土地地价陡增，并带动了旅游开发、工贸、文化艺术开发、广告、国际高尔夫、装潢设计等相关产业的发展。

有“改革哲学家”美誉的钟华生，在主持珠海西区开发时，提出的口号——“今日借君一杯水，明日还你一桶油”，已成为影响广泛的改革名言。珠海斗门县的白藤湖曾是一片瘦水荒滩，他治