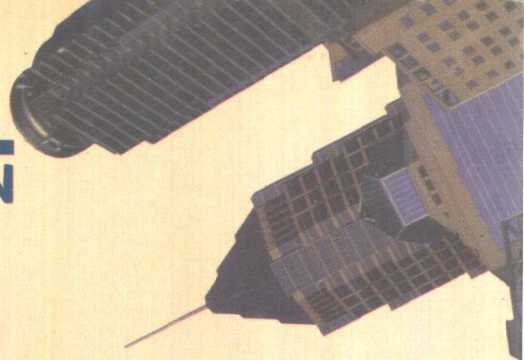




FANGDICHAN
SHICHANG
YU
JINRONG

房地产市场与金融

主 编 潘耀明 孙明章

副主编 郭芝海 马 瑜

上海财经大学出版社



房地产市场与金融

FANGDICHAN SHICHANG YU JINRONG

主 编 潘耀明 孙明章

副主编 郭芝海 马 瑜

上海财经大学出版社

房地产市场与金融

FANGDICHAN SHICHANG YU JINRONG

主编 潘耀明 孙明章

责任编辑 张小忠

封面设计 周卫民

出版	上海财经大学出版社	(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)
发行	上海第二教育学院印刷厂	
印刷	上海浦江装订厂	
装订	850mm×1168mm	1/32
开本	11.25	
印张	292 千	
字数	1998 年 9 月第 1 版	1998 年 9 月第 1 次印刷
版次	1—1 500	
印数	ISBN 7-81049-238-1/F·188	
书号	18.50 元	
定价		

序

我国古代著名的政治家、思想家管子曾经说过：“地者，政之本也。故地可以正政也。地不平调和，则政不可正也。政不正则事不可理也。”由此可见，房地产是为政之本，也是经济之本，土地房屋问题得不到妥善的解决，社会就不可能稳定，经济也不可能持续繁荣。现代经济理论与市场经济实践一再证明：土地、资金、劳动力是三大基本的要素市场，任何一个国家或地区经济的发展和腾飞，都离不开这个基础。发达国家的实践和我国的香港、台湾，以及东南亚国家的成败都证明了这一点。我国社会主义市场经济的健康发展，也离不开健全的房地产市场和金融市场。

目前，我国已经确定把住宅建设作为新一轮国民经济的增长点之一，为确保这一目标的实现，国家相应出台了一系列政策和法规，其中最重要的有两点：一是从今年起切断实物分房，全面推行货币化分房；二是放开个人住房抵押贷款业务，鼓励各大商业银行竞争经营。故国内外媒体均称今年是“中国住房消费年”和“中国住房金融年”。

正是在这一背景下，上海财经大学不动产研究所本着促进房地产金融与房地产市场理论和实务交流研究的目的，组织研讨和撰写了此本论文集，确属可喜可贺。本书的内容涉及房地产金融、房地产市场、房地产中介和房地产估价等方面，多数论文资料丰富、立论有据、结构严谨、观点新颖，具有相当的理论深度和较高的实践价值。本书的作者大多是近年来活跃在上海金融、房地产经济、证券投资和资产评估等研究和实践领域的青年学者，他们勤奋

好学,充满活力,善于思考,勇于开拓且治学严谨、认真。鉴此,我们有理由相信他们今后能够在这—研究领域作出更新更多的探索,为建设有中国特色的房地产金融制度和房地产市场制度作出更大贡献。

储敏伟

1998年7月

目 录

加快培育房地产市场 促进国民经济全面发展	(1)
住房建设——国民经济新的增长点	(9)
关于住宅业要成为新的经济增长点的若干思考	(13)
正确认识房地产业作为国民经济新增长点问题	(17)
住宅消费要成为消费热点还有一个过程	(25)
房地产业发展的若干设想	(30)
从利率调低谈房地产发展新契机	(36)
浅议发展房地产市场	(41)
拉动住房消费还要搬走三块大石	(45)
浅谈影响房地产市场的几个因素	(48)
启动住宅商品房市场的对策	(52)
上海房地产市场扫描	(57)
上海房地产市场现状和对策	(62)
上海市空置商品房现状及消化对策	(67)
浅论房地产商品化	(73)
如何推进住房商品化	(79)
对“货币化分房”若干问题的思考	(84)
职工住房公积金筹集问题再探讨	(91)
住房补贴刍议	(96)
以家庭收入为基础确立供房新体制	(103)
略论我国房地产经纪人制度的完善	(107)
浅谈当前物业管理存在的主要问题	(111)

浅析上海张江高科技园区的房地产业及其功能定位·····	(115)
城市旧区改造和新区开发的效益比较·····	(121)
苏北农村房地产业初探·····	(126)
香港房地产市场概述·····	(131)
我国房地产金融市场建设初探·····	(139)
发展房地产金融 活跃房地产市场·····	(147)
以金融配套服务推进住房市场发展·····	(153)
房地产与住宅金融·····	(157)
房地产金融风险及防范·····	(164)
我国住房金融发展中的主要问题和几点建议·····	(171)
对发展房地产金融的思考·····	(179)
发展个人住房消费信贷的若干思考·····	(184)
上海房地产业的发展与金融支持·····	(191)
我国住房按揭的现状与对策选择·····	(195)
住房按揭贷款的现状分析及对策·····	(201)
住房抵押贷款现状分析·····	(207)
推广住房抵押贷款 促进房产业发展·····	(211)
发展上海住房金融的若干思考·····	(216)
浅析房地产融资的风险和规避·····	(221)
房地产投资风险规避·····	(227)
论不动产风险价格·····	(235)
日本“住专”金融案的警示·····	(242)
试论我国不动产股份化问题·····	(247)
试论房地产证券化·····	(252)
房地产证券化探析·····	(258)
我国不动产信托业务发展展望·····	(268)
试论房地产金融产权·····	(275)
不动产金融概念界定·····	(282)

目 录

不动产典当、不动产抵押和不动产按揭辨析	(286)
上海土地有偿使用改革与城市规划	(291)
城镇土地定级估价中存在的问题	(297)
关于假设开发法的运用	(304)
土地投机行为的表现形式及危害	(309)
浅述海外不动产评估	(314)
美国住宅抵押市场主要类型与运行机制	(319)
浅谈美国房产抵押贷款保险	(324)
美国联邦政府对住宅业的金融支持政策	(328)
美国的土地国有化运动与美国土地制度	(333)
浅议房地产经济学的学科地位、研究方法和现实意义	(338)
房地产经济学定义及其主要特征分析	(344)

加快培育房地产市场 促进国民经济全面发展

张 军

一

房地产业在我国属于新兴产业,“八五”期间,我国住宅建设与房地产业发展较快,但与经济与社会发展的需要相比,总体上讲还很不适应,需要加快发展。“九五”期间,我国住宅建设将面临新的发展高潮,平均增长速度在15%以上,将由1995年的人均居住面积7.5平方米提高到9平方米,人均使用面积达12~14平方米,共需新建住宅12亿平方米,平均每年建成住宅规模不低于2.5亿平方米。

社会、经济的发展要求住宅和房地产业保持一定的增长速度,为社会、经济的发展提供必要的物质条件。住房问题是当前城镇居民最关心的问题之一,住房需求将在长时期里保持高位增长。大力发展住宅产业,坚持住房商品化,是缓解通胀、增加市场商品有效供给、带动相关产业发展形成新的消费热点的一条有效途径。确定合适的政策措施,及时转换机制,住宅建设完全有可能、有条件成为一个新的经济增长点。

1. 住宅发展能带动相关产业的发展。住宅建设的生产和消费与建筑业、建材、冶金、纺织、化工、机械、仪表、森工等 50 多个物质生产部门紧密相关,并直接影响到家用电器、家具、装饰产品及金融业、旅游、园林、运输业、商业、服务业的发展。据初步分析,每平方米住宅耗用钢材 180~220 公斤,耗用水泥 300 公斤,“九五”期间每年住宅建设可增加钢材需求量 360 万~440 万吨和水泥 600 万吨。按一套 50 平方米的住宅装修费大约为 1.5 万~2 万元计算,“九五”期间装修产值达 30 亿~40 亿元。按国外常用的住宅产业带动系数 1.34 计算,可带动社会消费品零售总额 52.4 亿元,相当于 1995 年全社会消费品零售总额的 10% 以上。

2. 住宅发展的材料供给基本有保证。目前,建筑钢材、水泥、玻璃等产品是我国的长线产品,库存量已相当大。化学建材是我国需要重点发展、拓展市场的产品,而住宅是它的主要用户。住宅的发展既有利于长线产品的消化,又有利于新产品的发展。

3. 住宅发展的配套投入较小。与其他产品比较,发展住房建设不需要增加太多的投入。我国各类产业的技术含量并不很高,又有大量的就业问题需要解决,而住宅这一传统产业的发展正可以与这特定的条件相适应,所以在当前我国的经济发展阶段,发展城镇住房符合我国国情。

4. 住宅的发展有利于个人消费资金的回笼和消费结构的调整。1995 年,个人购买商品房的销售额为 560.5 亿元,其中 470 亿元为个人购买商品住宅的销售额。城镇家庭每户花费在住房装修上的资金平均约 1 万元,按城镇每年竣工 400 万套住宅计算,每年的城镇住房装修消费就达 400 亿元。现在,银行的个人存款已达 4 万多亿元,只要政策引导得好,完全有可能将个人的消费资金引导到住房消费上来。

住宅具有巨大的需求市场,对整体经济发展的联动效应又比较大,因此,加快住宅建设,加速培育房地产市场,完全有可能形成

新的经济增长点。

二

但是,我国近年来房地产市场出现了整体性疲软的状况,究其原因,主要有以下几点:

1. 宏观导向不力。近几年房地产市场出现的“虚热”现象,如土地供应量偏大,房地产产品结构失当,布局、选址不合理,基础设施不配套等,均不同程度地与宏观调控不力、导向不明有密切关系,再加上投机因素的推波助澜,更使这种“虚热”火上添油,好像越燃越旺,其实十分虚空。

2. 房地产市场机制及相关的法规政策不完善、不配套,导致各主体行为呈现非理性、非规范性,既增加了社会资源成本和管理成本,又使微观企业因失去了硬性的约束而表现出经营管理上的盲目性和无序性。

3. 相关产业协作不力。由于宏观导向不力,财税政策的不完善,利益的驱动,加上人人把房地产企业当成“唐僧肉”而乱收费,使房地产开发成本剧增,开发进度放慢。

4. 房地产企业素质不高。房地产业属于高风险行业,建设周期长,资金投入多,较之其他企业更需要良好的自身素质,包括资金、人才和各种开发经营管理手段。然而,目前企业普遍在这方面显得脆弱,从经营决策、设计施工到售后物业管理等均缺乏完备的、良好的保证体系,其结果使不少企业难以适应复杂多变的社会经济形势,经不起风浪和竞争而处于不利的处境。

三

在完善宏观调控机制方面,政府部门要为房地产业创造一个

宽松而有序的环境：

1. 根据社会经济发展,尤其是城市经济发展及变动趋势,编制土地供给计划。土地供给计划可分为年度计划,3~5 年中期计划和长期计划。通过土地供应计划的编制,灵活性和原则性相结合,把握土地适度供给,以此来调控市场走向,避免因供求失衡而盲目开发和投机因素的发生。在这个前提下,放开、搞活二、三级市场,形成统一、开放、竞争、有序的房地产市场体系。已出售的公房及时作为商品进入流通领域,可以上市出售或出租给他人,销售收入按产权比例进行分配。要鼓励个人在市场上出售或选购新旧住宅,国家要降低个人购买住房的有关税率,在税收上给予优惠。孤立地看,国家减少了收入,但综合地看,住房消费发展了,住宅建设发展了,税源反而扩大了,更重要的是促进了住房供应体制的转换,减少了国家在住宅建设上的直接投入。税收政策不仅仅是税负轻重的问题,而且还反映了国家对住宅生产和消费的政策取向。

2. 建立和完善简明、科学的财税体制,确立合理的利益分配机制。认真清理来自于行政管理部门、垄断性行业的超标准收费、变相收费等,并作出明确、统一的收费标准,这样,一方面有利于减轻企业负担,另一方面也有利于企业进行投资效益的测算和控制。为此,国家政府部门已迈出了实质性的一步,国家计委、财政部发出《关于取消部分建设项目收费,进一步加强建设项目收费管理的通知》,公布取消了 48 项未按规定程序批准,明显不合理的住宅建设收费,就是为了减轻开发企业的不合理负担,控制商品房价格上涨,促进住宅建设及住宅市场的持续而稳定地发展。

3. 培育房地产金融市场,发展住房金融。金融业与房地产业之间的适度融合是房地产业稳定健康发展的必要条件。就目前而言,有几点是可以考虑的,金融业在以支持开发微利房为重点的前提下,应将房地产投资纳入商业银行贷款范围,根据还款能力放宽对房地产投资贷款的限制,开发银行应给予低息贷款,要推进房地

产投资的证券化,发展股份公司,大力发展住宅银行和住宅建设储蓄银行,低存低贷,为居民购建住房筹资,提供互助金作融资渠道,采用扩大“按揭”的方式在流通和消费领域支持居民个人购房。

住房抵押贷款资金量大,使用期长,风险多,没有相应的法律作保障就难以真正展开。我国银行法律中,城市房地产管理法和担保法对住房抵押都有所涉及,但仅限于一般的原则性规定,缺少实施细则。当借款人无力还贷时没有对房屋的处置权,这必然使银行要采取措施以保证它在贷款时把自己的损失减到最低,由此而限制了住房抵押贷款业务的开展。

迄今为止,我国的住房金融还仅注重于封闭系统的设立,即政策性住房金融的运作,住房金融难以真正为住房发展提供全方位服务,住房金融自身的发展也受到束缚。现在的政策性住房金融即政策性住房资金的运用与融通,地方政府发行住房建设债券筹集的资金以及国际金融组织为地方政府提供的住房信贷资金,这几类资金目前的划转、归集量并不乐观,而随着现代企业制度的建立、工资制度与用工制度的改革,企业用于职工住房的资金必将逐步转入工资。住房租赁保证金也将随公房出售而减少,城市住房基金由于财政困难也很难扩大,住房建设债券要在银行信贷政策控制下发行,国际金融组织贷款的申请难度更是很大,实际上可以持续增加的只有住房公积金。然而,住房公积金由于归集量少,对于支持居民购建住房力不从心。

发展住房金融,应把发展个人购房抵押贷款业务的工作放到重要位置上,信贷对住宅建设的支持应逐步从单纯支持投资转向支持住房消费与支持住房建设投入并重,并逐步加大支持住房消费的比重。据中国人民银行调查,在住房的信贷中,直接贷给居民用于购房的贷款坏帐比贷给房地产企业投入开发的坏帐小得多,这也可以从一个方面看出,对银行来说,住房的消费贷款更安全。

4. 改变传统的福利分房制度,加大住房制度改革力度,建立

新的住房供应体制。信贷建设能否真正带动其他产业的发展,关键是住房消费热点的形成,重点应该是鼓励居民的住房消费,通过居民的住房消费去带动住宅的建设。现在实行的住房制度改革其核心是要解决城镇住房供应体制的问题,将住房制度改革与工资改革、劳动制度改革通盘考虑,合理调整公有住房租金,缩小租金与售价的比差。我们的住房租金不可能在短期内提到成本租金,所以应通过鼓励居民买房加快住房机制的转换。但城市住房消费的主要形式应该是租房,在发达国家的城市,尤其是大中城市,住房消费有60%~70%是租房,这是由城市生活方式的特点所决定的。从长远来说,我们要逐步提高住宅的租金,使住房租金能满足住房简单再生产的要求,在此基础上发展住房的租赁市场。

要逐步建立以住房商品化为主要发展方向,政府主要解决公务员住房和低收入者住房,社会住房主要通过市场来提供。政府以政策来推动住房业的发展,把政府直接提供住房控制在适当范围内,通过税收、土地、金融等优惠政策鼓励建设居民住房,同时通过价格调控保护消费者的利益。对不同收入的家庭住房供应实行不同的价格政策,对中低收入者和公务员供应的普通住房可通过减免地价、减免税费和合理的成本核算以微利价或成本价提供。

四

房地产业需要政府提供以房地产资源管理为主体的良好宏观生长环境,同时,还需要从横向上完善协调性支撑结构,以实现房地产业及其相关产业的协调发展,另一方面需要从微观上完善企业自身支撑结构,提高企业自身素质,为此:

(一)应把握好企业的市场定位

企业市场定位对企业的生存发展具有决定性因素,从目前到一个相当长时期内,房地产企业应将开发微利房作为企业经营发

展方向。理由是：(1)普通住宅需求量大。以上海为例，根据有关部门 1993 年测算，到 2000 年各类房地产品需求量分别为普通住房 6 416 万平方米，其他内销房（主要是外省市在沪企业和办事处所需中档办公楼）需求约为 250 万平方米，外销公寓、别墅约为 440 万平方米，外销办公楼需求 500 万平方米，通用厂房需求约为 225 万平方米。可见内销房，尤其是普通居民住宅具有极大的潜在需求。(2)开发微利房符合中国国情。鉴于当前城市居民，尤其大多数工薪族收入还不高，大多数企业并不富裕，加上住房福利分配制度预计 5 年内难以有大的突破，此外，在一个较长时期内大多数居民还难以接受住宅投资观念，因此，房地产品市场化在居民住宅这一领域是一个渐进过程。

总而言之，在不排斥其他产品开发的情况下开发微利房应是企业的主要市场定位。

(二)要以拓开销路，降低成本为核心，完善、强化企业内部管理机制

要重视营销手段的创新和运用，要从现实的和潜在的角度掌握、了解客户需求及其变动趋势，在具体营销操作中，应学会运用“4P”组合策略，即产品策略、价格策略、销售渠道策略、促销策略的组合。

要重视产品的开发研究，组织力量研究房地产品更新换代的规律，正确理解“新产品”的概念，加强对新产品开发的技术经济评价，重点要放在适销性、竞争性和盈利性的研究上。

要采取措施，降低成本，重视财务风险管理，加强项目前期的可行性研究，选择最佳开发方案，并预测拟开发项目的成本与效益；加强协调和管理，利用法规政策处理好与物业开发有关的各方面经济关系，以保证项目在保质保量的前提下提前完成开发任务；还要采取灵活的租赁方式，合理运用资金，增强财务抗风险能力。

(三)重视物业管理

在市场竞争激烈的条件下,尤其是在市场疲软时期,物业管理状况常常构成了能否吸引顾客的一个重要因素。从某种意义上说,房地产企业的正常利润相当一部分来自良好的物业管理,房地产企业应当引进“全过程”管理思想,在规划设计阶段时,要充分考虑物业的使用和管理的需要,考虑到社会经济发展和居住水平逐步提高的需要,设计要有前瞻性,推行“物业管理早期介入制度”,在立项后即可选择并落实首期管理单位,在物业销售时标明物业管理的有关文件,让购房者明白和放心。

启动住宅市场,并作为将来相当长一段时间内带动经济增长的一项重要选择,已逐步成为各方面的共识。随着宏观调控的深入,房地产市场运营机制的完善以及微观企业经营管理的改善,我国房地产业必将在不久的将来呈现出良好的发展趋势。

住房建设——国民经济新的增长点

李银生

住房建设将成为我国下一轮经济发展的新的增长点。理由是：住宅建设能带动钢材、水泥、冶金等相关产业的发展，住宅的发展有利于增加家具、家用电器、装饰装修等市场消费，住宅的发展有利于个人消费资金的回笼和消费结构的调整。那么，住宅建设究竟能否真正形成新的增长点，能否能正带动其他相关产业的发展，这里的关键是住宅消费热点的形成。

安居乐业，历来是人们孜孜以求的人生目标。随着我国城乡居民收入水平的不断提高和新的住房消费热点的逐步出现，住宅商品化的供应、保障体系的建立也就成为一种必然趋势，也只有这样，通过住宅建设和住房消费来促进新一轮经济增长才能成为现实。从这个意义来讲，住宅建设能否形成新的经济增长点，带动相关产业的发展，关键在于能否实现真正的住宅商品化和社会化。

住宅建设成为国民经济新的增长点，实现住房商品化的过程中需要跨越哪些障碍呢？房改进行得彻底不彻底，房价构成是否合理，工资改革是否到位，住房是否从实物分配过渡到货币分配，住房信贷是否跟上，等等，都是目前需要仔细研究的问题。

首先，需要跨越体制障碍，加快住房制度改革步伐，逐步取消实物福利分房，同时，进行工资制度改革，把过去住房的实物分配