

王先庆 著

住房革命

——个人住房投资与房地产市场

我们必须把现行的福利分房政策改为货币化、商品化的住房政策，让人民群众自己买房子。

——国务院总理
朱镕基

降低地价，减少税费，降低工程成本，提高住房质量，让老百姓愿意买和能够买得起房。

——建设部部长
俞正声

广东人民出版社

住房革命

——个人住房投资与房地产市场

王先庆 著

广东人民出版社

住 房 革 命

——个人住房投资与房地产市场

王先庆 著

广东人民出版社出版发行

广东省新华书店经销

广东新华印刷厂印刷

(厂址：永福路44号)

850×1168毫米 32开本 13.75印张 300,000字

1998年11月第1版 1998年11月第1次印刷

印数 1—5,000册

ISBN 7—218—02834—9/F·424

定价：21.80元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

前 言

一

住房，这个困扰中华民族几千年的话题，自 1998 年起，将变得不再那么心酸、含糊和充满梦幻了。“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”，杜甫的这句在九州大地回应了漫漫千年而不绝于耳的慨叹，也将随着中国房改进程的加快而逐步消失于苍茫的历史中。

1998 年 3 月，国务院总理朱镕基在九届全国人大一次会议举行的记者招待会上通过无数只麦克风传出这样一种声音：“我们必须把现行的福利分房政策改为货币化、商品化的住房政策，让人民群众自己买房子。”“我们准备今年下半年出台新的政策，停止福利分房，住房分配一律改为商品化。”

随着货币分房的降临，代表着中国传统的计划经济体制和行政体制的“样板”——实物分房体制将走进历史，中国住房史将翻开新的一页。

二

根据马斯洛的需要层次论，住和吃、穿一起，是人类的最低需要层次——生存的需要。可见，如果住的问题没解决，其他的需要如安全、自尊、自我实现等高层次的需要就无从谈起。

中国人口世界上最多，无疑，需要的住房也应是世界上最多的，因而，在中国解决住房问题也可能是世界上最难的。实际上，近 20 年来，世界上住房增长速度最快、面积最多的就是中

国。不管怎样，从少房到多房、从低房到高房、从差房到好房，中国的住房建设一年一个样。这些，都是大家有目共睹的。

尽管中国的住房建设取得了令人瞩目的成就，然而，它现在却成了制约中国经济增长的最大难题之一，这不仅是因为我国现在积压房产面积达 7000 多万平方米，空置率达 14%，超过了世界公认的 10% 的警戒线，占压了 1000 多亿元资金，而且还因为住房分配体制的改革是否成功直接关系到中国市场经济建设的进程。因为，如果住房分配制度没解决，则工资、劳动力流动、社会保障、国企改革、市场等一系列最核心的问题都将受阻，可以说牵一发动全身。因此，住房体制改革现在成为中国最热点的经济问题就不以为怪。

而且，中国的住房改革，牵涉的人口达 3.5 亿，可谓空前绝后，正是由于它牵涉到这么多人的利益，因此，改革的难度也空前绝后。

由于中国住房市场的发育还相当滞后，居民的住房消费意识也大多停留在计划经济时代，同时，有关住房问题的研究起步太晚，因此，中国的住房问题还有大量的谜值得探索和分析。显然，为了推进中国的住房体制改革，理论界有责任对一系列亟待研究的问题进行超前研究。

本书就是抱着这样一种动机来写作的。

三

本书以计划体制下的实物分房引发当今中国的住房危机作为研究起点，以住房商品化过程为主线，按照住房体制改革——货币分房——货币买房及房地产市场消费与需求——房地产开发与供给竞争——物业管理——房价——房地产投机——房地产营销——房地产金融的思路展开，基本上涉及到当前住房分配体制改革的各个重大问题。本书的主题是如何通过货币分房的改革，刺

激中国住房的消费与投资，达到推动住房市场的发育与成长，进而推动中国经济进一步稳定增长的目的。

由于住房分配体制改革既是一个重大的理论问题，又是一个广大老百姓关心的问题，这样，在写作上我们既要照顾老百姓的需要，又要注意理论上的系统性和深度，因此，给本书的写作带来了一定的难度。不过，笔者尽可能兼顾这两种需要，也希望没有使读者失望。

本书的写作起因于 1995 年笔者主持编写的个人投资理财丛书。当时，笔者将个人住房投资作为个人理财的一个重要部分，对此进行了大量研究。此后，笔者在进行上市板块变动的跟踪分析时，一直将房地产板块作为主要的跟踪对象。直至 1998 年 3 月初，当广州市公布了货币分房方案而笔者不断接到有关房地产问题的咨询后，在朋友们的鼓励下，遂开始进行写作。初稿于 4 月底完成，后来又多次征询有关专家的意见，其间笔者还要为《信息时报》房地产版的“自由论坛”专栏撰写系列评论，从而得到更多的信息反馈，这样，又二易其稿。

笔者对房地产的兴趣，始于 1993 年，当时笔者在内地的一家企业工作，并有幸参与了多个房地产项目的策划与投资，也多次进行过住房的交易活动。后来，尽管笔者退出了实业，从而也退出了房地产领域，然而当时所感受到的房地产的残酷竞争及房地产界的种种“厚黑学”至今历历在目，难以忘怀。因此，今天接触理论与实务性都很强的课题时，一方面是有感而发，另一方面觉得十分有必要弄清其中的一些问题。尽管现在有了一个初步的结果，但不知匆忙间是否令各方面都满意。

本书的写作得到广东商学院投资系、厦门大学财金系和经济系以及首都经贸大学经济研究所的大力支持。广东商学院图书馆情报部的张为华、段丹两位女士在资料收集方面做了大量工作。广东省《信息时报》、《南方房地产》杂志等信息部门在资料上也

给予了不少帮助。此外，广东商学院彭雷清女士在资料的处理等方面做了大量具体工作，在此一并表示感谢。

尤其要说明的是，本书写作过程中，使用了大量的文献资料，如果没有这些宝贵的资料本书难以付梓。笔者对这些资料的主人们表示感谢。一般情况下，笔者都注明了资料来源，如果在运用过程中，仍有不当的地方，还希望广大读者和原文作者原谅。

本书创作受到作者水平、时间和资料等多方面的限制，难免有各种失误，特别希望广大读者指正。

王先庆

1998年6月4日

目 录

前言	1
第一章 住房危机：严重短缺与空置并存	1
第一节 危机根源：传统体制下的实物分房	2
一、实物分房：传统计划体制的支柱	2
二、住宅短缺与传统建房体制	5
三、传统实物分房：六大弊端	8
四、低工资下的住房需求抑制	16
五、传统福利分房阻碍房型进步	18
附录 1-1-1：废除实物分房——市场经济的胜利	19
第二节 走出危机：住房商品化过程	23
一、体制松动：房地产开发的缓慢市场化	23
二、安居房与商品房	26
三、安居工程：体制如何完善	33
四、公有住房向商品房的转化	35
附录 1-2-1：住房商品化过程中的寻租行为	41
第二章 住房革命：从实物到货币	45
第一节 住房改革：背景与内容	45
一、住房改革：基本内容和措施	46
二、房改核心：住房分配制度	49

三、房改深化：时机与背景	51
附录 2-1-1：旧房改政策的困境与对策	54
第二节 质变：分房制度的变革	57
一、货币化分房：势在必行	58
二、货币分房：含义与实质	60
三、货币分房：意义与限制条件	65
四、货币分房应处理好五大关系	69
五、货币分房：政策走向和建议	74
第三章 货币分房：形式与标准	77
第一节 货币分房：形式与途径	77
一、货币分房：政策大框架	77
二、货币分房：方法与思路	78
三、货币分房的两种形式	79
四、货币分房：方式选择	80
第二节 住房公积金：内容与作用	82
一、住房公积金：产生与内容	82
附录 3-2-1：住房公积金如何集中管理	89
二、住房公积金：作用与意义	90
三、住房公积金管理运作中的监督机制	93
附录 3-2-2：住房公积金的支取	95
附录 3-2-3：能否再建公积金：几种特例的处理	98
附录 3-2-4：住房公积金抵押贷款和商业性住房 抵押贷款有何不同	99
第三节 工资补贴：标准与方案	101
一、广东：三市一县货币分房的试行方案	101
二、山东省职工住房货币化分配办法	104
附录 3-3-1：广州市的货币分房方案	105

第四章 住房消费与个人住房投资	113
第一节 货币买房：程序与产权	114
一、两难选择：货币化后买什么房.....	114
二、如何买到拥有合法产权的商品房.....	115
三、购买房改住房与购买一般住宅商品房的区别.....	118
四、购房：现房与期房的优劣比较.....	119
附录 4-1-1：产权、所有权和使用权	121
附录 4-1-2：买一套商品房到底需要多少钱	123
附录 4-1-3：个人购房怎样办理房屋所有权证	125
附录 4-1-4：购买商品房的步骤	127
第二节 住房消费：质量与选择	130
一、住房质量：安居之本.....	130
二、选一个好位置：商品房选购策略.....	132
三、擦亮眼睛：慎重对待房地产广告.....	139
附录 4-2-1：购房者如何辨识不实房地产广告 中的误导	142
四、个人购买的住房如何维修.....	145
第三节 个人房地产投资利润与风险	147
一、房地产的定义与范围.....	147
二、什么是住宅.....	149
三、房地产的特征.....	150
四、投资房地产有哪些好处.....	152
五、个人投资房地产前要作好哪些准备.....	154
六、投资房地产要承担哪些风险.....	156
附录 4-3-1：开发商所售每套住宅的建筑面积 的计算方法	159
附录 4-3-2：建筑容积率、建筑密度和绿化率	160

第五章 房地产开发：成长与竞争	161
第一节 中国房地产开发：成长过程.....	162
一、商品性房地产开发的启动.....	162
二、第一轮房地产开发热潮.....	165
三、房地产开发：连锁反应与宏观调控.....	169
附录 5-1-1：中国房地产开发的三个阶段	171
第二节 房地产业：竞争与误区.....	175
一、一个极端理性的行业.....	175
二、房地产业：不是冒险家的乐园.....	178
三、房地产开发与政府行为.....	182
四、误区：舆论及理论的错误导向.....	185
附录 5-2-1：警惕房地产经济泡沫	190
附录 5-2-2：银行要向开发商“逼债”	192
第六章 房地产市场：盘活与对策	193
第一节 房地产市场：交易与中介.....	193
一、房地产市场的内涵.....	193
二、房地产交易及其分类.....	196
附录 6-1-1：房地产交易中如何办理公证	203
附录 6-1-2：差价换房	205
三、房地产中介与经纪.....	206
附录 6-1-3：如何选择房地产经纪人的	208
附录 6-1-4：北京市房地产中介的收费规定	210
第二节 公房：上市与流通.....	214
一、公房上市：当务之急.....	214
二、公房上市：意义与困境.....	218
三、存量公房：上市与流通.....	224
附录 6-2-1：北京市已售公房出售问题研究	228

附录 6-2-2: 公房的售后再交易	233
第三节 激活房市: 对策与措施	235
一、住房消费: 为何热不起来	235
二、商品房空置: 探源	240
三、消化空置房: 对策	247
附录 6-3-1: 盘活房市的一种思路: 商品房与房改房 市场联动	251
附录 6-3-2: 房地产分流通: 启动房市的新对策	255
第七章 物业管理: 售后服务与定位	261
第一节 物业管理: 服务与承诺	261
一、物业管理的内涵	262
二、物业管理: 服务的具体对象与内容	263
三、物业管理: 营销与承诺	264
四、物业管理: 社区协调和安全保障	265
五、物业管理品牌效应	266
第二节 物业管理: 定位与定价	267
一、物业管理: 如何定位	267
二、是入住后才开始服务吗	268
三、物业管理的合理收费	269
四、物业管理: 服务质量与定价	272
第三节 现代物业的管理技巧	273
一、物业管理的本质: 多服务少管理	273
二、物业管理: 细致与周到	274
三、物业管理的误区: 保安和收费	276
四、物业管理员的素质	278
五、物业管理中的有偿服务	279
六、小事不小: 电梯运转	279

第八章 房价：构成与变动	281
第一节 房价：构成与变动.....	282
一、商品住宅：价格构成.....	282
二、北京：现行商品房价格构成.....	283
附录 8-1-1：北京房地产开发税费一览表	285
三、房地产价格的影响因素.....	292
附录 8-1-2：住房租金与售价的函数关系	294
第二节 房价过高：现状与原因.....	296
一、房价过高：无奈的现实.....	296
二、商品房能否降价：从取消 48 项收费谈起	298
三、高房价与高消费——一议房价为何降不下.....	304
四、“愿打”与“愿挨”——二议房价为何降不下	306
五、“旧瓶”与“新酒”——三议房价为何降不下	308
六、房价过高：四重奏.....	310
附录 8-2-1：目前商品房价格中的不合理因素有 哪些	312
七、房价太高谁之过：另一种说法.....	314
第三节 如何降价：对策与思路.....	317
一、理顺商品住宅价格体系：关键.....	318
二、房地分价：降价新思路.....	321
三、强行压价限价：行政措施.....	323
第九章 房地产：投机与炒作策略	325
第一节 房地产投机的形式与功能.....	326
一、房地产投机与投资的区别.....	326
二、房地产投机的形式.....	327
三、房地产投机的经济功能.....	328
四、房地产投机的特点.....	329

第二节 房地产投机的基本策略·····	331
一、房地产投机的位置策略·····	332
二、房地产投机的时机策略·····	336
三、房地产投机的质量策略·····	339
四、房地产投机的策略体系·····	341
第三节 中外房产投机技巧·····	344
一、利用房产财货特性进行炒作·····	345
二、根据房产市场特性进行炒作·····	346
三、利用相关法令政策的漏洞进行炒作·····	347
第四节 房地产投机误区及管理·····	351
一、产生房地产投机活动的原因·····	351
二、房地产投机的消极作用·····	352
三、中国金融机构在房地产投机中的误区·····	352
四、房地产投机活动的管理·····	357
 第十章 房地产营销：策略与技巧·····	 361
第一节 影响房地产营销的因素·····	361
一、影响房地产市场及营销的主要因素·····	362
二、宏观经济形势变化对房地产市场及营销的影响·····	364
三、区域经济发展对房地产市场的潜在影响·····	368
四、目标城市的房地产供求现状与房地产营销·····	370
五、政府行政行为与房地产市场营销·····	371
六、街区环境与房地产营销·····	374
七、投资商的自身条件对营销的影响·····	375
八、房地产项目的类型与市场营销·····	376
第二节 成功的房地产营销：策略与技巧·····	376
一、失败的房地产营销的主要表现·····	376
二、漫谈房地产营销的策略与技巧·····	380

三、制定正确的操作程序·····	383
第十一章 房地产：担保、抵押与融资 ·····	387
第一节 住房信贷：走向中国百姓·····	389
一、住房信贷：政策与市场环境·····	389
二、住房信贷：优良的信贷产品·····	392
三、中国住房信贷：现状与问题·····	394
四、发展住房信贷：对策与建议·····	399
附录 11-1-1：老百姓：为何离住房信贷那么远 ·····	402
第二节 商业性个人住房贷款：方法与途径·····	404
一、申请个人住房担保贷款：条件·····	404
二、申请资料·····	406
三、贷款额度与期限·····	407
四、贷款担保方式：选择与权衡·····	409
第三节 政策性担保贷款：如何用公积金买房·····	411
一、申请阶段·····	411
二、审核阶段·····	414
三、贷款调查与实施阶段·····	415
第四节 楼宇按揭贷款：鼓励与限制·····	415
一、楼宇按揭：定义与要素·····	416
二、按揭贷款：程序与手续·····	417
三、小心按揭陷阱·····	419
四、楼宇按揭与保险·····	420
附录 11-4-1：楼宇按揭：限制政策 ·····	421

第一章

住房危机： 严重短缺与空置并存

进入 20 世纪 90 年代末期，中华人民共和国的住房问题突然严重起来，一方面，全国住宅空置面积达到 7000 多万平方米，积压资金达数千亿元，成为拖累经济增长的主要阻碍因素；另一方面，全国数千万城镇居民住房困难，人均居住面积不足 4 平方米的家庭达 400 多万户。这就是说，一面是住房供给的相对严重过剩，一面是住宅有效需求的严重不足，如此极端不平衡的住宅供求关系，已对国民经济的增长构成了严重的威胁，因此，无论从哪方面看，中国住房建设和市场发育充满危机。

第一节 危机根源：传统体制下的实物分房

计划经济体制存在的最基本条件就是核心的经济要素不能流动，因为这些要素一旦流动，就受市场力量所左右，而计划则无能为力。由于劳动力是一切经济活动中最核心的要素，因此，对人的流动的强行控制就成为计划经济生存的基本保障，显然，如果人能到处流动，所谓的“计划”绝对是空谈。那么，如何控制人的流动呢？一般而言，除了户籍等制度因素外，最关键的物质条件就是将其居住条件管起来，这样，住房的实物化、福利化分配就成为计划经济存在的支柱性力量之一。

一、实物分房：传统计划体制的支柱

所谓实物分房，是指由系统或单位建房直接分配给职工居住，名义上是租给职工使用，实际上租金低微到可以忽略不计的地步，连房屋维修费用都不够。职工一旦获得了住房使用权，不但自己可长期居住，而且子孙后代也可以居住。这是一种典型的无偿实物分配制度，这种实物分房制度是和传统的计划经济体制相适应的。^①

在计划经济体制下，全社会最重要的经济权利都高度集中于政府手中。举凡企业生产什么和生产多少，甚至居民消费什么和消费多少，都是由政府决定或控制的。在这种体制下，城镇住宅

^① 专家指出，将实物分房等同于福利分房，会使人们对我国当前住房制度改革产生误解，因此，有必要把实物分房和福利分房加以科学界定，把二者区别开来，详见尹伯成的《福利分房不等于实物分房》，载于《房地产报》，1998年4月3日。该文被全国数十家报纸转载或摘登。