

- ◎ 开发商的垄断暴利从何而来?
- ◎ 什么是房地产泡沫? 房价太高就是泡沫?
- ◎ 什么是房地产的拐点? 什么导致拐点的出现?

# 房地产：第三层空间

俞坚 著

- ◎ 买房子到底买什么? 能够买什么?
- ◎ 房子很旧了, 房价为什么不断上涨?
- ◎ 地价太高是“人多地少”造成的?
- ◎ 招拍挂“人为”抬高了地价? 造成天价频出?

- ◎ 找市长? 找市场? “夹心层”如何解决住房?
- ◎ 地段指什么? 地段与买房子有什么关系?
- ◎ 中国的房价是不是比美国的高?

- ◎ 房价太高是“供不应求”造成的?
- ◎ 地价决定房价? 还是房价决定地价?
- ◎ 市区、近郊和远郊 321 的比价是不是合理?

理财周刊 全球理财丛书

# 房地产：第三层空间

俞 坚 著

上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产:第三层空间 / 俞坚著. —上海: 上海人民出版社, 2008

(《理财周刊》环球理财系列)

ISBN 978 - 7 - 208 - 08129 - 1

I. 房… II. 俞… III. 房地产-基本知识 IV. F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 145785 号

策 划 吴 申  
责任编辑 屠玮涓  
特约编辑 李 卫  
封面设计 张志全

《理财周刊》环球理财系列

房地产:第三层空间

俞 坚 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

常熟新骅印刷厂印刷

开本 720×1000 1/16 印张 18 插页 2 字数 248,000

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 208 - 08129 - 1/F · 1803

定价 32.00 元

## 感言（代序）

近几年来,许多人对京沪等地频频上升的房价感到不解,于是,各种各样说法纷至沓来。房地产开发商、房地产受众、房地产金融以及政府等方面,由于各自的地位与利益的差别,都对房地产价格发展态势作出了自己的判断。在这个过程中,俞坚的《房地产:第三层空间》一书,有其理论上的独到性。书中把买房的空间分成为私室、公地与社会空间三个层次;特别是在上海、北京、深圳等大城市的房地产,第三空间在房地产的价格占首要部分。这就解释了大城市 CBD 及其临近地区,为什么房地产价格一直居高不下,买房主要是买第三层空间的基本道理。此论述符合马克思的级差地租理论,但又使级差地租理论获得了充分的展开。这是书稿的一个最大特点。

该书的另一特点,是理论的阐述通过对一系列现实问题的关注展开。从买房子到底是买什么、房子旧了房价为什么依然上涨、地价太高是不是因地少人多而起、地价与房价究竟谁决定谁,一直到中国房价是不是比美国的贵等,作者归纳的这十三大问题,都是社会所感兴趣的问题。作者对这些问题都作出了有论有实的解释与回答。

该书的作者是一位学人，但又不是一个全职的学人，可也正是这亦商亦学或者说类似“儒商”的角色，造就了其对房地产市场的独特视角。他是在美国与中国从业与为居住而买房的实践中，感受到了房地产市场特别是其价格的运行特点及其规律性，此书也就由此而生。

书的作者是我原来的一位同事，近日示我此稿，特写出以上几点感受。

上海市经济学会会长

上海社会科学院研究员、博导

袁恩桢

2008. 8. 24

## 序

书写完了,要出版了,要写一个“序”。序的主要内容和任务,大概就是对书的写作过程做一个回顾,这既是对自己的一个总结,也是对读者的一个交待。一本书如同一个婴儿,写作的过程总是从最初几个单细胞开始,逐渐形成胎盘,形成婴儿的雏形,然后一步步发展成熟,最后十月怀胎,一朝分娩,在出版社和编辑们的帮助下,呱呱落地;接着就是怀着忐忑不安的心情,走向读者和市场。

说到写书,不得不说买房;没有买房的经历,也就没有这本书。直接写这本书花了一年半时间,从租房买房、接触房地产市场算起却有二十多年时间。写这本书绝对不是接受一个题目或者一项任务,不是命题文学,而是自由发挥,是本人买房经历和房地产实践的自然流淌与必然结果。换句话说,是本人面对当前的房地产市场,面对当前房地产市场的各种声音和问题,从骨头里和血液中冒出来的、想一吐为快的一些话和感悟。

2003年《理财周刊》采访我时,我说喜欢房子是我喜欢做房地产研究的出发点。喜欢房子最初与我的研究工作有关(尽管当时我并不研究房地产,而是研究发展经济学和比较经济学)。在大学求学和上海社科院工作期间,我看到我的导师

们,那些赫赫有名的教授、研究员在斗室里面,在孙辈们的哇哇啼哭声中,在片片尿布的悬挂之下,在不到半平方米的缝纫机桌面之上,写出了影响整个经济学界的鸿篇巨作;与陈景润在六平方米的小屋里、在床板上进行哥德巴哈猜想时的情形一样。一方面我为导师们的精神感动,另一方面我也暗暗下了决心,要努力改善自己的工作与居住条件,这是20多年前我对房子的要求和想法。现在看来,这不仅是我一个人,也是每一个人对房子的要求和想法;对居住条件的追求和向往是人之本性,住房的改善也确实最能体现社会进步和物质文明的提高。所以今天有人引经据典,说居住权是联合国规定的基本人权。

1986年我到牛津大学去做访问学者,避免了当时社会大背景下必然遭遇到的研究工作与居住条件剧烈的碰撞(现在人们要想改善居住条件仍然不是一件容易的事,但是与那时相比,至少有了努力和实现的可能),而且有机会比国内同时期的人更早接触到商品房世界,从此开始了自己房地产的实践与理论之旅。无论是牛津还是后来纽约,每到一个地方,首先就是要解决居住问题、接触和了解当地的房地产市场。由于各种原因,自己既住过联合国总部边上、哈德逊河畔最高端的酒店式公寓,看过各种各样最好的住宅,也住过纽约最差地区、月租金两百美元的地库。发达国家多样性和多元化的市场打开了我的眼界,也激发了我对房子进一步的爱好和追求。

1990年为了满足对房子的爱好和为今后买房子做准备,我利用业余时间到纽约一家房地产公司做经纪人,参加培训和资格考试。我始终认为,买房子是大多数人一生中最大的一笔投资,可能也是一次最大的冒险,所以不能临时抱佛脚,要做好“家庭作业”;准备时间越充足,买房心态越平稳,买房成功的可能性也就越高。这段并不太长的经历不仅让我一口气交易了三套房子,拿了一笔不小的佣金,而且还让我有机会考察了佛罗里达等不同的市场,更重要的是让我在实践和理论上加深了对商品房市场的了解。1991年海湾战争开战之际,我以为这是美国经济“最黑暗”的时刻,“抄底”在皇后区的“秋园”(Kew Gardens),买下了我一生中的第一套

房子。按照国内说法,这是一套“别墅”,即那种占地2—3亩、有前后花园、有车库车道、独立式的单家庭住宅。但是这种房子在美国不叫别墅(villa),而叫“豪斯”(house),两者的区别将在正文中进行分析和介绍。

1994年由于工作需要,我们全家回到了正在迅速发展和崛起之中的上海,又一次面临租房、找房和买房等问题。这是一个与西方发达国家完全不同的城市,这是一个与西方成熟市场完全不同的新兴市场。1996年道琼斯公司决定为我们(我太太当时是道琼斯上海首席代表)买房子。当时上海的房价正处于亚洲金融危机之前的最高位,我们选了当时有“上海十大新景观”之称的古北地区、一套三卧室的外销公寓,单价每平方米近1800美元,总共花了道琼斯公司26万美元。这是我们在国内的第一套商品房。

此后这两套房子的“命运”如何?纽约那套基本上空关,而且买进就跌,并没有抄到底,大约到了1996年才开始稳住,最后我们持有十年,2001年卖掉时涨了10万美元;如果坚持到2006年市场最热的时候卖掉,房价可以翻一番,达到80万美元。上海那套结果很惨,由于后来我们自己买了房子,道琼斯公司2002年卖掉这套房子时,只拿回13万美元,损失了一半。现在看来,2002年确实是上海房价要涨未涨、黎明前的那一时刻。这时候,谁买进,谁抄底,而且买进就涨,2003年之后上海以及中国主要城市的房价开始飙升。这套房子现在卖掉的话,也一定赚得个锅满瓢满,但是道琼斯公司不会炒房子,负责卖房的办事人员只是例行公事。由此可见,选择正确的卖出时间比选择正确的买进时间更重要。

按照现在的标准划分,我喜爱房子,自然属于“看涨派”。但是有过各种经历,我绝对不是那种“只涨不跌”、“永远上涨”的“看涨派”。我始终认为,“看涨派”仅仅是看长期趋势,长期趋势并不能确定短期走势;“看跌派”相反,仅仅是看短期走势,短期走势也并不能确定长期趋势。由于每个人的经历、处境、看问题的角度以及当时当地房地产市场处于位置的不同,“看涨”和“看跌”都很正常,并没有对错之分。不仅如此,争论房价是涨是跌,就像争论人会不会死一样无趣和无聊。人们需要讨



论和分析的是长期趋势与短期走势之间的关系和转变，以及为什么会形成这样的长期趋势。别人只能看到水下一尺，你能看到冰下一丈，这才是你的“核心竞争力”。

实际上，每当我满怀热情地将自己的投资理念和心得告诉亲朋好友时，总有人不信我的话。我有一位好朋友，他的名言是“钞票变砖头容易，砖头变钞票困难”。这句话放在 2000 年至 2002 年可以“抄底”的上海无疑是错的（当然这样的判断也是“马后炮”，当时谁也不知道市场后来究竟怎样，更不要说抄底了），换个时间地点保不准完全正确（比如放在 2008 年的深圳市场）。正因为市场的参与者具有不同的看法，才构成了市场的完整性和完美性，避免了一边倒、走极端；一边倒、走极端最后往往无法依靠市场自身的力量进行调节，只能采用行政手段，造成房价和房市的大起大落；而大起大落除了对极少数投机者有利外，对其他人都没有好处。如何防止大起大落，这就需要市场的参与者能够脱开局部看全部，脱开一时看长远，脱开表面看本质；一句话，在实践中提高自身的素质。

我自以为，我“幸运”的地方就是，国内外不同的买房和居住经历，让我经历了不同的市场、不同的时期，吃过药也喝过汤，所以能够看到事物正反两方面；国内大部分购房者买房的时候房价已经飙升，房价飙升造成四大坏处：一是造成买房成本不断提高；二是造成购房者心态浮躁（买房之心提到了喉咙口，随时可能从嘴巴里跳出来）；三是造成购房者对房价和房市的看法十分片面，甚至偏激，将事物的某种形态和过程，当成事物的全部形态和过程，看什么事情都是“越来越”，不是认为越来越好，便是认为越来越糟；四是造成有房和没房利益的严重对立。这种情况下，很多人采取了“一夜情”和“实用主义”态度，最好房地产理论（或者专家）能够用一句话告诉他“是涨还是跌，是买还是不买”，而且还必须合其心愿，投其所好；否则的话立即火冒三丈，不管有道理没道理，拒之门外，甚至对着干。事实证明，这样的买房心态和买房环境，让购房者经历了更多的弯路，饱尝了更多的困惑，付出了更大的代价。

2003年以后全国房价为什么如此强烈地飙升？原因是什么？说其复杂确实很复杂，说其简单也很简单。我主要是从通过国内外市场的比较中寻找答案，这本书就是我比较的结果。城市是可读的，市场也是可读的，读的目的是为了加深对事物的了解。城市(或市场)的“可读性”来自于城市(或市场)的“特殊性”，每座城市以及房地产市场都有自己的特殊性。至于你能从中读出多少东西，取决于两个因素：一是这座城市以及房地产市场本身的个性是否强烈；二是你对这座城市及房地产市场的了解、对其个性的挖掘是否深刻。

说老实话，除了爆发金融危机或经济危机，正常情况下对美国房地产市场，我读不出多少东西，尽管20多年来我一直与其保持紧密接触，原因是美国市场的个性不强。对美国市场最多我只能说，如果经济形势趋好(从需求和购买力角度)，城市不断建设(从成本和价值角度)，那么房价和房市将长期“看涨”(这个“长期”不是三五年，而是三五十年)。但是对短期形势，我无话可说，最多也是“毛估估”(这绝对不是谦虚，而是事实)，因为市场由千千万万个参与者组成，市场受到千千万万个因素的制约。上涨不能预测，下跌同样不能预测。如果不是因为房价出现不正常的暴涨，大量透支了房价上涨的能量，不是遇到了像次级贷款危机这样的金融危机或经济危机，我想没有谁能够预言房价一定下跌，更不能预言某年某月某时一定下跌多少个百分点。在绝大多数的情况下，说房价是涨是跌更像是一种赌博，赌的双方都有百分之五十的赢面；最后是输是赢，就得靠运气了。换句话说，赢了也是瞎猫撞上死耗子。

相反，对中国房地产市场我读出了很多东西，比如写了这本书，这不仅是因为十多年来我经历了整个商品房市场的发展和变化，更重要的是中国房地产市场具有极其强烈与鲜明的个性！这是一种前所未有和独一无二的强烈与鲜明的个性。所以中国房地产市场是一个很好的研究对象，就看你肯不肯下功夫去“读”。什么是理论？理论就是从特殊性中找出规律性的东西，并且用符合逻辑的方式表达出来；什么是预测？预测就是根据规律性的东西做出符合规律和逻辑的分析与判断。

有了特殊性和规律性可寻(“破案线索”),就有了深入分析和研究的基础,就有了解决问题的方法和渠道。这时候的分析和预测,就不是“毛估估”,更不是瞎猫撞上死耗子。

我将中国房地产市场极其强烈的个性和规律性称之为“中国特色”和“中国模式”。“中国特色”和“中国模式”的最大特点,就是在经济发展中通过“卖地”的形式,最大限度地发挥“后发优势”,最大限度地调度一切积极因素,发挥主观能动性。表现在城市化建设和房地产开发方面,就是在政府积极主导和参与之下,土地上极其强烈和高度集中的连续投资。说白了就是最近十几年迅速崛起、日新月异的城市,高楼大厦,现代化设施和数量极其巨大的商品房;在“雁行模式”(北京、上海)的带领下,二三线城市、四五线城市紧紧跟上,全国步调一致、整齐划一,不是条条大路通罗马,而是一条大路奔前方。“中国特色”和“中国模式”的积极意义是我们最短的时间取得最大的成果,消极意义是出现一边倒、走极端以及各种各样随之而来的问题。对房地产而言,城市面貌的日新月异,不仅仅是造了房子(第一、第二层空间),更重要的是改变了房子所在的环境(第三层空间),造成地价的迅速上涨。这就是“第三层空间”和研究第三层空间的意义。

实际上,2006年之前本书的主要观点就已经陆续发表,但是正是在这个时候,我决定暂时不写文章,专写本书(实际开始写作是2007年初);我发现单打独斗的文章,不能将我的观点和有关房地产的问题讲清楚。房地产领域不缺标语口号式的文章,不缺争奇斗艳的观点,缺的是理论和体系。重庆市委常委、常务副市长黄奇帆先生一针见血指出“房价是表面,根子是制度”、“专家学者很少讨论制度,大家的注意力都集中在价格上,实际上价格只是一个时段漂浮在表面的问题,房地产的根本问题是理论建设和制度建设”(转引自《地产》,2008年第8期)。写这本书的目的就是要力求对房地产的分析系统化和理论化,抛砖引玉,希望将房地产的研究与讨论引导到理论和制度的层面(有关“制度”的东西,本书中称之为“中国特色”和“中国模式”),希望少一点口号,多一点研究;少一点浮躁,多一点深入;少一点抛头

露面,多一点甘坐冷板凳;少一点小儿科和低层次,多一点技术含量和价值含量。

需要说明的是,本书原来的书名不是“房地产:第三层空间”,而是“房地产十三点”。原来的设想是尽可能简单,开门见山,由浅入深,一点一点讲,一共十三个问题(所以原来也没有导言)。但是出书时,有人提出以“十三点”为书名容易产生歧义。有位朋友直截了当地问我:“你们上海人嘴里‘十三点’不是不好的意思么,你怎么自己要往‘十三点’里套?”本书策划、上海《理财周刊》的副总编吴申先生在通读本书、仔细琢磨之后,提议采用现在的书名。实际上,“第三层空间”这个名字虽然少了一些幽默感,多了一些书卷气,但是确实反映了本书最核心的观点,“第三层空间”是本书的理论基石。反过来想,如果以后有人指着我的脊梁说“这个人就是‘第三层空间’作者”,总比指着我的脊梁说“这个人就是‘十三点’作者”好得多。是不是这样?

最后,衷心感谢上海人民出版社的顾兆敏先生和本书责任编辑屠玮涓女士,他们冒着炎日酷暑,加快工作进程,使这本书能够早日面世。同时,衷心感谢袁恩楨和张永岳两位老师,他们不仅仔细审阅了全部文稿,而且为本书写了宝贵的评语。

作者

2008年8月

## 目 录

感言(代序)/001

序/001

导言/001

1. 买房子到底买什么? 能够买什么?/013
2. 房子很旧了,房价为什么不断上涨?/031
3. 地价太高是“人多地少”造成的?/043
4. 招拍挂“人为”抬高了地价? 造成天价频出?/063
5. 房价太高是“供不应求”造成的?/079
6. 地价决定房价,还是房价决定地价?/099
7. 市区、近郊和远郊 321 的比价是不是合理?/117
8. 开发商的垄断暴利从何而来?/137
9. 什么是房地产泡沫? 房价太高就是泡沫?/155
10. 什么是房地产的拐点? 什么导致拐点的出现?/185
11. 找市长? 找市场? “夹心层”如何解决住房?/211
12. 地段指什么? 地段与买房子有什么关系?/237
13. 中国的房价是不是比美国的贵?/253

## 导言

房地产市场有没有自己独特的经济规律和理论？从目前情况看，大多数人的答复是否定的。所以专家们在分析房价上涨和房地产问题的时候，除了供需规律（尽管有的从经济增长、收入提高、改善居住的角度；有的从城市化建设、农村人口进城、人多地少的角度；还有的从人民币升值、国际热钱、流通性过剩的角度；实际上只是变换了供求关系的不同角度），拿不出具有针对性的、独一无二的、非“放之四海而皆准”的分析方法和工具。普通百姓也认为买房子和买小菜没啥两样，用“常识”来看待房地产问题，提出了买小菜能讨价还价，买房子为什么不能讨价还价？猪肉价格上涨了，供应增加或者政府采取相应措施之后，价格会降下来，为什么房价、地价上涨之后，即便供应增加，政府采取接二连三的宏观调控政策，价格却仍然逆流而上？家电、汽车的生产随着科技进步和产量扩大，价格会大幅度下降；房子的生产却并不受科技进步和规模效应的影响，价格为什么不是具有向下、而是向上的趋势等一系列的疑问。由于用一般的经济理论代替独特的经济理论，房地产市场出现了“专家不专家”、“人人是专家”、专家“不敌”和“不如”普通百姓这样奇怪和尴尬的现象。

最近几年房地产的大量实践已经证明，如果专家们只用一般经济规律来分析房价和房地产市场，不仅不能得到圆满的结果，而且最终“出师未捷身先死，常使英雄泪满襟”，事与愿违，落得个失语和道歉的下场；急切需要专家指点迷津的普通百姓也无法凭借“常识”在千头万绪中理出个正确的答案和明确的认识。房地产市场目前似乎有着许许多多解释和解决问题的方法，实际上大多数似是而非，模棱两可，并没有“射人射马，擒贼擒王”这样实质性的作用和效果；房价问题、房市问题、暴利问题这些经济问题，最后不得不泛政治化、泛社会化，甚至思想意识、道德品质化。有人认为房价有一百个上涨的理由，与此针锋相对，有人就认为房价有九十九个下跌的理由；当一个问题不得不从一百个方面来解释，事情也就早已不知去向，不知所云。

实际上，最近几年的大量实践已经证明，买房子和买小菜是不一样的，商品房的经济规律和一般商品的经济规律是不一样的；如果一样，人们今天看到的房价和房市问题早已不存在了。正因为人们还没有看到和找到买房子和买小菜、商品房和一般商品不一样的地方，一方面房地产市场继续以前所未有的速度和规模向前发展，另一方面人们在认识之路上越走越窄，四面碰壁。因此，找到买房子和买小菜不一样、找到商品房与其他商品世界不一样的地方，找到商品房和房地产市场独特的经济规律和理论，人们才能找到解释和解决房地产问题的金钥匙。本书的目的就是试图完成这项工作。当然，除了受到独特的经济规律和理论的支配和影响，房地产市场仍然受到一般的、“放之四海而皆准”的经济规律和理论的支配与影响，这是并不矛盾的两件事。

事情就从买房子说起。买房子在房地产的各种问题中，是一个简单到了不能再简单的问题。买房子到底要买什么？想买什么？能买什么？不了解房子和房地产市场的特殊性，人们就无法回答这个最简单的问题。不要看房子和青菜都是“长”在泥土上，两者截然不同。众所周知，房子是不动产，青菜虽然也是“长”在地上，但是一拔而起（一名菜农一天可以收割 100 公斤的青菜），所以仍然是动产。除

了落地生根的房子是不能移动之外,世界上所有的其他东西都是可以移动的,所以房子归一边,其他东西归另外一边。既然房子与其他商品有着如此巨大的差异,难道作为不动产的商品房竟然没有自己独特的经济规律?大家知道,买其他东西只需看地上,看商品本身,唯独买房子不能只看地上,还要看地下;不能只看房子,还要看位置。房子相同,位置不同,价格相差千千万万!“地段、地段,还是地段”,这句至理名言早已说明位置在房子中至高无上的地位。只看房子,不看位置,花钱买了房子,拿走的是芝麻,留下的是西瓜,因小失大,受骗上当。地产或者不动产就是房地产的本质特征,就是房地产与众不同的地方!

买其他商品买一层空间(商品本身),最多二层空间(商品包装),买房子买三层空间,这是动产与不动产的最大区别和不同。房子的第一层空间叫“单元”,第二层空间叫“小区”或者叫“大楼”(如果没有小区的话),第三层空间是第一、第二层空间之外“一切的一切”。第一和第二层空间合起来叫房产,第三层空间叫地产。房产的概念就是钢筋水泥、门窗水管电线、马桶浴缸等诸如此类的概念,凝固不变的概念,所以一点不稀奇;地产的概念就是位置的概念,环境的概念,可享用资源和设施的概念,土地上含金量和土地增值的概念,千变万化的概念,所以稀奇真稀奇。买商品房实际上是买三层空间,买了房产和地产的总和,虽然很多人以为自己只买了两层空间。第三层空间是房地产特有的空间,因此也就成为我们分析房地产市场的出发点和归结点,第三层空间的规律和理论也就构成了房地产独特的经济规律和理论。这样一来,第三层空间理论抓住了房地产的本质特征,因此分析和解决问题时一针见血、一剑封喉。

被称为房产的第一、第二层空间是有形的和有限的,所以是“一件东西”;被称为地产的第三层空间是无形的和无限的,不可度量、不可测算,所以就不能称为“一件东西”,只能称为“一个空间”。买其他商品都是买东西,唯独买商品房不只是买东西,而是既买东西又买空间;既买了合同中规定的内容,又买了合同中无法规定的内容;既买了看得到、摸得到、数得清的东西,又买了看不到、摸不到、数不清的东



西,买了东西和空间的总和与整体。

商品房具有居住性和投资性这样两重性,其他商品绝大多数都只有一重性,都只有消费性没有投资性;股票、债券这些投资品却又倒过来,只有投资性没有消费性,这也就是商品房特殊的地方。显而易见,居住性是从房产上“长”出来的,投资性却绝对不是从第一、第二层空间,从钢筋水泥、马桶浴缸上“长”出来的。因为构成房产的仍然是一些普通商品,唯独地产才是特殊商品。商品房的投资性是从第三层空间上“长”出来的,没有第三层空间也就没有商品房的投资性,这是商品房与其他商品最大的不同之处。但是不要误会,地产并不是指土地或者泥土,土地或者泥土是可以搬运的,所以仍然是动产;是普通商品,是“一件东西”,并不能产生投资性。地产是指一种位置和空间关系,房子造完之后,这种位置和空间关系(比如东经  $116^{\circ}05'$ ,北纬  $39^{\circ}14'$ )也就固定不变了。位置和空间关系的固定,就与周围变化着的世界有了固定的关系;反之,位置和空间关系的不固定(动产),就与周围变化着的世界不搭界!不动产,不动产,不动就惨。不动产依赖的就是周围不断变化着的世界!中国的不动产与之相连的周围世界变化快,所以第三层空间的功能和特征极其明显。其他国家包括美国的不动产与之相连的周围世界变化慢,所以第三层空间的功能和特征就极其不明显。

房地产、房地产,千百年来人们合着一起叫,叫得麻木不堪、晕头转向,实际上房地产是一个名字,两个世界;房产是房产,地产是地产;东西是东西,空间是空间。房产带出了居住性,地产带出了投资性,各司其职,各显神通,桥是桥来路是路。买房子的故事,以及房地产的故事也就由此开始,买房子和房地产的复杂性和独特性也就由此产生。

为什么房地产开发商能够获得垄断暴利?为什么房地产的投资性如此强烈?为什么目前房地产的价格居高不下,只差一点点就是只涨不跌?为什么房地产的需求刚了又刚,烈了又烈?为什么房地产市场错综复杂,宏观调控一波三折?“十万个为什么”的根子都是出在第三层空间,不是出在第一、第二层空间;都是出在地