

有多少“吓人的噱头”可以哄抬房价?

“温州炒房团”、“山西煤老板购房团”、“土地供应不足”、“流动性过剩”……每过一个阶段,社会上就会爆炒一个题材,为房价上涨提供“坚实的理由”。房价随之掀起一轮暴涨后,这些题材又像它们来的时候一样,莫名其妙地销声匿迹,被另一个题材取代。眼下,轮到“深圳炒房团”粉墨登场。究竟还有多少噱头可以吓唬公众高位入市抢购、人为助推房价飙升?

楼市如股市 炒作题材提高房价

中国股市有两大特点,一是“政策市”,二是“题材市”。炒大市,靠“政策”;炒个股,靠题材。

楼市正在效仿股市,走上另类“政策市”与“题材市”之路,在供求关系、生产成本等市场因素之外,人为地制造房价上涨的恐慌气氛,彻底摧毁市民持币待购的信心。

“政策市”:不管是政府直接针对房地产的宏观调控政策,还是其他领域、其他行业的政策或经济现象,总会有人找到它们必定会拉动房价上涨的关联性。政府要求紧缩房地产信贷,严格控制土地开发规模,有人爆炒说必定会减少住宅供应,拉动房价上涨;政府提高二手房交易税费、严格执行土地增值税政策,国际油价上升、原材料价格上涨,有人爆炒说必定会增加房地产成本,拉动房价上涨;股市大涨,有人爆炒说股民赚了钱必定会转战楼市,拉动房价上涨……

我们再来看看题材炒作。制造题材的基本规律是:题材的主体是全国公认的富裕群体,如“温州炒房团”、“山西煤老板购房团”;或者全国瞩目的房价高企城市,如“上海炒房团”、“深圳炒房团”。基本手法是绘声绘色地渲染炒房团的豪阔凶猛、炒房团所到之处房价飙升、当地中产阶层的忧虑恐慌、跟风入市。炒作目的是让你相信:你的城市现在房价很低,国内国外来抢购的有钱人很多,房价一定会立即飙升,你不赶紧买就错过了机会!



我们看看几个名气较大的题材:先是“温州炒房团”。有关“温州炒房团”宣传炒作的鼎盛时期是2004年。在媒体上,我们看到:

“全国有10万温州人在炒楼,动用的民间资金高达1000亿元。”

“温州炒房团所到之处,大批量采购,甚至整栋成片购买。”

“上海:一上午狂扫400套,房价急升40%。”

“南京:两天成交1.6亿大单。”

2005年前后,“温州炒房团”就像他们来的时候一样,莫名其妙地销声匿迹。没有人会较真:温州人赚够了全身而退了?赔了套牢了?退出江湖了?炒别的什么去了?这10万人、1000亿元哪里去了?

“温州炒房团”消失,只因这个题材已经炒烂,对楼价的刺激作用减弱了,新的题材——“山西煤老板购房团”应运而生。

媒体先是大炒山西煤老板各种奢豪之举,诸如“山西煤老板集体狂购20台悍马”、“山西煤老板800万元购宾利”。然后开始爆炒煤老板购房团:

这样的大标题出现在媒体上:“温州人走了,山西人来了。”“山西煤老板上海豪言:剩下的房子全撸下!”“以出手豪阔著称的山西煤老板,在席卷上海北京楼市之后,终于杀到重庆,一周狂扫45套房。”

“山西煤老板连房产都不看就下单,自言绝对看好重庆楼市升值潜力。”

山西煤老板跟温州商人一样,来无踪去无影。又一波题材登场:“土地供应不足”。

2006年是房地产调控年,国家出台一系列政策控制房价。媒体报道借开发商、各路“专家”之口,言之凿凿:“不增加土地供应量,房价还会继续上涨”,“本市土地,只够开发半年”。并断言楼价因“土地资源的稀缺性”将有较大的升幅。一些地方政府高调反击,公开发布数据,声明“批出的土地足够开发若干年,甚至十年以上。”

“土地短缺论”声浪渐低。2006年下半年开始,股市狂飙,奥运预期,流动性过剩相继进入公众视野。房地产商自然也没有错过这个炒作机会,类似“股市火爆引发房价暴涨”“中国房价奥运前不能跌”“流动性过剩拉升房价”的声音不绝于耳。

在这些题材成功把房价推到一个高位后,2007年“深圳炒房团”的噱头正在不断形成。类似“深圳炒房团在重庆出手阔绰,买房子就像在超市买西瓜一样,三天内签约多少套,现场签约金额几千万元。”

“深圳炒房团放出豪言:‘为了一平方米赚三百块我们根本就不会来了,我们要的至少是三千!’”

“深圳炒房团在武汉,两天半时间,成交3套独栋别墅,5套洋房、两套叠院,8套湖景房,5套中心区高档住宅,意向成交金额2600多万。”

这样的报道不断出现在公众眼前。一些媒体甚至刊登大幅照片,显示房地产商在售楼部挂出了巨幅横幅“热烈欢迎深圳购房团光临”,给公众一种“眼见为实”的真实感。

零零星星未能炒成全国性大题材的还有

“欧洲购房团”、“爱尔兰购房团”、“德国购房团”。甚至,连战访问上海,也能成为媒体吓唬公众的题材:“连战访沪掀起台商购房潮”。

楼市题材炒作 引起居民心理恐慌

炒作题材,宣传造势是企业的正常营销策略,无可厚非。但通过分析不难发现,这些炒作大多是房产商利用楼市缺乏权威信息的漏洞,向社会散发“房价一定会上涨”的信息,通过扩大居民对楼市的恐慌来助推房价上涨。

迄今为止,进入公众视野的“温州炒房团”、“山西购房团”、“深圳看房团”,从策划发动到组织“成团”,再到最后公开宣传报道,把它渲染成一股“狂风”,操办者都是媒体。其中,“深圳炒房团”的出现最能折射出目前我国楼市各种虚假信息满天飞的现状,也最能表现出媒体在推动房价上涨过程中所起的推波助澜作用。

媒体报道称,“整个珠三角开始成为深圳人买楼的大市场。根据各地开发商的相关统计,深圳人在惠州、东莞两地楼盘中的购房比例均超过了四成,很多楼盘甚至超过了半数;在珠海,深圳人购房者数量超过了与珠海毗邻的澳门,占据了其中的绝大部分。”

为了证实“深圳炒房团”的杀伤力,一些媒体不但大胆“披露”单个楼盘的抢购盛况,甚至敢发布城市整体数据。如“惠州房地产,深圳客超过50%”、“大亚湾,深圳客以75%占绝对优势”……

为了显示深圳炒房团的推动房价的“实力”,媒体还大肆报道深圳炒房团“杀向香港”:“香港某某楼盘两成房子被深圳客买走”,“某某楼盘开盘一个月价格上涨20%”,“香港中产阶级担心深圳炒客高香港房价”。

虽然,目前所有有关“温州炒房团”、“山西煤老板购房团”、“深圳看房团”狂扫楼市的数据、信息,包括“惠州市一半新房被深圳人买走”这样的地方性宏观数据,全部都是发展商和中介的一面之词、记者的一眼所见。但是,媒体通过巧妙的行文方式、富于煽动性的遣词造句,利用公众长期以来形成的对媒体的信赖,加上楼市真实权威信息奇缺,公众对这些信息难辨真假,很容易形成居民对高房价的预期,加剧恐慌心理。

目前,面对媒体报道的“深圳炒房团”大量来穗的现状,已经引起广州市民担心。一直持币等待的广州市民李小姐露出担忧,现在本地居民购买力已经难以承受广州迅速上涨的房价,在“深圳炒房团”的带动下,相对增速较低的广州楼价会不会成为第二个“深圳”?会不会如媒体所言“深圳炒房团杀入广州,广州楼价面临失控”,广州楼市是

否值得持币等待?

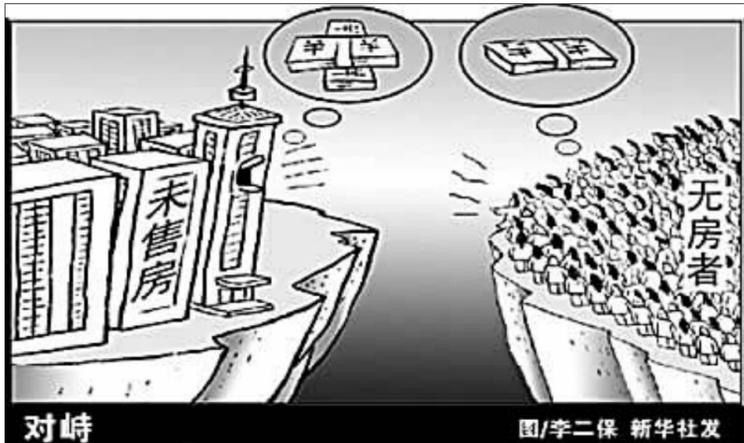
主管部门应担起责任 发布真实消息

在这种真假信息满天飞的情况下,群众亟须一个权威有力的声音出来澄清事实。然而作为唯一掌握准确信息的房产管理部门却没有及时发布信息,任由媒体大肆炒作,夸大“某某炒房团”的威胁,传播“房价还会上涨”的信息,引起群众心理恐慌。

对于“某某炒房团”,各有关部门态度颇为暧昧。据报道,惠州房产局的一位负责人表示,在现行政策下,政府对于购房者的买房行为没有约束的权力。东莞相关部门表示,现在还没有哪条法律规定不允许异地购房。广州市国土资源和房屋管理局的一位处长则坦言,对于现在究竟有多少深圳人在广州买了房,并没有一个官方的统计数字,“统计起来难度很大”。

广州房地产专家韩世同认为,目前政府不主动披露楼市信息的动因不在于统计难度大,而是因为有些管理部门出于一些特定的目的而不愿意发布数据。受访的专家也认为,作为公共利益的守护者,管理部门绝对不能“失语”。目前,楼市已如股市般在炒作,为何楼市就不能有股市般的信息披露监管机制呢?有关部门应定期披露房地产业的发展情况,这是对虚假信息最直接有效的反击。市民对楼市的恐慌也正是开发商希望看到的。所以在关键时刻,作为一个公共利益的守护者,管理部门应该以正面信息予以反击。

除了公布信息外,管理部门还应该加大对虚假信息处理。对此,暨南大学新闻与传播学院教授黎铭泽分析认为,新闻真实性问题的重新讨论,是一切向钱看的结果,意味着部分媒体已经丧失了自己的本位,是社会浮躁在新闻界的必然反映。他希望:在炒股和买房的狂热之中,媒体应和房地产企业以及经济热点保持一定距离,保持理性思考。这样才是对社会负责,对人民负责。 据新华社



对峙 图/李二保 新华社发



都是高房价带来的好处!

大学校园刮起奢侈风

“大二学生每月娱乐消费100元以上的占21%”、“城镇学生平均消费水平是农村学生的3倍”……开学伊始,河北一所高校师生向社会公布的一份大学生消费调查报告引起网民的极大关注。从这份报告中不难看出当代一些大学生扭曲的消费观,以及巨大的城乡个体差异。

大学生中刮起奢侈之风

今年5月至7月,河北经贸大学经济管理学院教师申静、张程明与学生张炳灿针对大学生消费问题展开随机问卷调查,共向河北经贸大学、河北师范大学、河北科技大学部分在校本科生发出问卷520份,收回392份,大一至大四的学生人数基本平均。

申静老师说,接受调查的大学生消费整体上是合理的,而且个体差异很大。

大一新生月均消费两极分化很大,在350元以下的最多,占到42%,绝大部分的学生来自农村。月均消费800元~1200元以及1200元以上的分别占8%和3%,这些学生都来自城市,这一消费群体虽然比例不高,但已经显现出大学新生消费的不合理性,有些城市学生的消费水平甚至相当于农村学生的3倍。

大二、大三学生的整体消费水平较高,月均消费在350元~500元、500元~800元的分别占到41%、38%,占9%、月均消费800元~1200元的学生全部来自城市。大四学生各水平的月均消费比较居中。

据了解,河北省城市最低工资标准为每月480元,所调查的大学生的消费普遍接近甚至超过这一标准。申静说,在举行座谈时有些学生反映,月消费在800元~1200元“比较自由”,在1200元以上是“跟着感觉走”。很多大学生一入校门就开始攀比着自己刚刚更新的“设备”,计划着近期的各种娱乐。

调查中还发现,“恋爱消费”也成了部分大学生一项不小的支出。37%的大学生承认在谈恋爱,其中4%的学生每个月恋爱支出在200元~400元,17%的学生支出为100元~200元。



调查显示,在京津冀地区大学生中,48.9%的大学生已拥有自己的电脑。

娱乐、人情消费 高过学习支出

申静老师说,在调查及与学生的座谈中发现,虽然现在大学生考证的比较多,但是相对于其他方面的消费,用于学习方面的支出偏低。以大二学生为例,每月娱乐消费在100元以上的居然占到21%,而每月学习方面支出在100元以上的仅占到3%,绝大部分学生学习方面支出在30元以下。

与学习方面支出不足同样相反的还有,

大学生的人情消费很高。据调查统计,90%以上的大学生过生日都要请客,请客地点从学校附近的小饭馆到洋快餐,再到比较有名气的高档酒店等,档次不同,请客费用也从50元到300元不等,有的甚至达到上千元。

此外,当学生干部也要请客,他们认为既然自己在这些方面有所获得,也应该有所“付出”,让同学们和自己一起享受快乐。而评上奖学金也要请客,96%的拿奖学金的学生都要请大家吃饭。在座谈会上有同学甚至感慨:如果遇到以上这些情况不请客很可能便被视为“不够交情”“不上路”。

在大学校园中,手机、电脑已经日益成为仅次于书本的必备之物。而申静她们在调查中了解到,近一半的学生买了电脑,这些买电脑的学生有70%承认自己买电脑的首要原因不是学习,而是看到别人买了电脑所以自己也想买,其余20%的学生是为了上网方便,只有10%的学生说买电脑是为了学习。

在座谈中还发现,有的同学为了拥有一台电脑,竟然挪用学费;有的同学为了拥有一款手机或者更新款的手机,情愿节衣缩食,甚至牺牲自己的其他必要开支。以上这些行为可以反映出一些学生不懂得量入为出,而虚荣心的驱使又使其形成了无休止的攀比心理。

申静、张程明两位老师说,部分大学生



大学校园里,像这样的学生情侣并不少见,希望他们在学习如何“恋爱”的同时,更要学会并习惯为自己所爱的人埋单,这样才有资格得到一份有质量的爱情。巢晓 摄

	学习方面消费			娱乐消费		
	月均消费(元)	30以下	30-100	100以上	30以下	30-100
大一	68%	27%	5%	44%	50%	6%
大二	48%	49%	3%	22%	57%	21%
大三	42%	48%	10%	36%	54%	10%
大四	43%	55%	2%	55%	40%	5%

图表来源:河北经贸大学

消费结构不合理、奢侈浪费、恋爱支出过度等问题,既与社会大环境的负面影响有关,也与学校、家庭教育缺乏正确引导有关。

当代大学生生活在“没有围墙”的校园里,全方位地与社会接触,受到享乐主义、拜金主义、奢侈浪费等不良社会风气的侵袭,他们视勤俭为寒酸,视浪费为慷慨,视奢侈为高雅,这些心理久而久之成为一种消费误区。

值得注意的是,有些学生虽然来自经济条件不发达的乡村或者城镇下岗职工家庭,却不顾自身经济状况,消费仍大手大脚,无任何计划性,钱不够用了就伸手向家长要,而不让家长认为子女考上了大学,为门庭光宗耀祖,宁愿自己节衣缩食也要满足子女的要求。

从调查结果可以看出,大一学生的消费最具盲目性。因此,在学校开展合理消费教育,特别是加强对大一新生的消费教育已经刻不容缓。父母的言传身教包括消费观念对孩子消费观的形成有关键的作用。家长应给孩子建立监督机制,例如可实行账本制,要求学生本人建立一个账本,自己的每一项开支都有一个账目明细。

石家庄市社会科学院梁勇教授说,学校往往重视了对孩子们在学习方面的教育,而忽略了对他们形成正确消费观念的教育。如每到开学的时候便形成学习用品“浪费周”,经济条件好的学生家长可以给孩子买各种学习用品、复读机等奢侈的“硬件”学习用品,而家境稍差的孩子只能靠一件耐用的学习用品用几个学期,由相互盲目攀比而形成的校园贫富差距,是必须正视和重视的大问题,必须采取得力措施尽快解决。

梁勇说,作为家长,面对商家所打出的“开学经济”应该保持理性的消费观念,在教育上应培养孩子形成勤俭节约的好习惯,不要给孩子过多的奢侈“装备”。要知道,这些所谓的奢侈“装备”非但不能在孩子的学习上助孩子一臂之力,还有可能成为孩子们在校内攀比成风的“道具”。而作为学校,也应出台一些限制个别学生在开学时高消费行为的措施。 据新华社