



# 围剿高房价

本报记者 马晓鹏

关注房地产行业发展的人都在高度审视中央政府连出的调控重拳。高房价正在遭遇围剿。

## 症结所在：让地方政府负总责

2009年12月9日，国务院常务会议决定，个人住房转让营业税征免时限由2年恢复到5年。2009年12月14日，中央经济工作会议指出，要增加普通商品住房供给，支持居民自住和改善性购房需求。2009年12月14日，国务院常务会议就促进房地产市场健康发展提出增加供给、抑制投资投机、加强监管、推进保障房建设等四大举措。2009年12月17日，国家五部委通知：开发商拿地首付至少50%。2010年1月10日，国务院发布《关于促进房地产市场平稳健康发展的通知》。今年的1月18日开始提高银行存款准备金。

如此密集的调控对楼市和房价将起到何种影响。总体感觉这次调控有点撕破脸皮的意思，新政中最大的亮点就是省级政府对楼市负总责。

往年数次调控，都被地方政府的“化功大法”消除于无形，更多时候是投机取巧钻了空子，促成了房价越调越涨的局面。这也是任志强为何屡次放言房价要进一步上涨的原因了。

## 招拍挂制度：具有推动价格上涨的天然属性

高房价不仅引起了普通民众的强烈不满和各方面的高度关注，同时也引起了国际社会的热议。最近《福布斯》把中国房地产列为世界第二大泡沫，美国《新闻周

刊》也把中国将因房产泡沫破裂而陷入经济崩溃置于该刊“2010年十大世界预测”的第二位。中国房价过高已成为大多数人的共识，那么这么高的房价是谁造成的呢？

位居第一的应该是招拍挂制度。在一个资源稀缺的市场，比如艺术品市场最常用的制度就是拍卖。只要是优质稀缺资源的拍卖必然是价高者得，这是解决需求物品稀缺问题的最好解决办法。所以就制度安排来说，招拍挂制度是没错的。但是招拍挂的确是房价推高的主要原因之一，因为拍卖制度本身就意味着制造了未来10~20年的泡沫，比如青花《鬼谷子下山》一个多亿的成交价体现的是未来100年的价值。房价的问题的本身不是招拍挂所能解决的。

在招拍挂模式下，房价有不断向上的内在动力：一方面，地方政府有利益动机推高地价和房价，从而获得更高的收入；另一方面，必须允许房地产开发商通过更高的房价来消化增高的成本，以吸引房地产投资。由此形成的高房价及高房价预期不仅吸引了大量企业从事房地产开发，带动上游成本上升，而且吸引大量投资投机者，进一步推高房价。这就是为什么不仅仅在京津沪深等一线城市面临高房价，而且在很多二线甚至三线城市也面临高房价的原因。

## 股市和国情：房价上涨的助推器

2009年快速增长的信贷推高的股市价

格，股市上涨在相当程度上刺激了房地产的需求。股市的繁荣对楼市的作用表现在增加了市场对楼市的需求，当投资者账面财富迅速增加时，其中的一部分财富会转化为楼市的需求。因此，股市的繁荣会刺激楼市，股市最火爆的时候往往也是楼市最火爆的时候。

在2009年，股票流通市值增加了6万多亿元，总市值增加了10余万亿元，这其中有一部分财富会成为房地产的购买力。另外，股市的繁荣为房地产类上市公司融资提供了便利。在最近几年的股市行情中，房地产一直是被热炒的板块，房地产类上市公司通过增发股票融资非常受欢迎。这些上市公司通过高价发行股票得到巨额的融资，然后再用这些钱去买地，因此，股市上涨会推高地价，而地价上涨又推高房价。

还有，我国的住房消费人群中相当一部分人属于被动型消费。

有的人可以通过租房来解决住房问题的，也硬着头皮加入购房者的行列，有的人纯粹是为了子女的教育而购房，有的人仅为了能够做一个真正的都市人而购房。还有的人住小房子的人看到周围的人都换成了大房子，看到周围的人购买的房子都不断升值了，自己不是量力而行，而是恐慌性地生怕房价再涨永远买不起房，想尽一切办法让自己的住房也来一次脱胎换骨的变化。

更为奇怪的是，不知从何时起，拥有一套像样的住房，似乎成了人们身份的象征，为一个能遮风挡雨的住所不懈努力奋斗，

异化的市场需求为今天的房市推波助澜。

## 专家：已经到了无法容忍的时刻

知名的“空头”例如时寒冰、牛刀、易宪容现在应该感到欣慰，他们的阵营终于在政策日益明朗后突然壮大了。

进入2010年，经济学家几乎一边倒地提出要控制房价。

对于老百姓非常关心的抑制房价的问题，全国人大财经委副主任吴晓灵强调，房价的上涨，货币政策应该给予更多的关注，但不能将压力都放在货币政策上。

清华大学金融系主任李稻葵也表示，中国的房地产业“已经到了非改不可的境地，虽然过去十几年，表面上看，数据上看发展得不错，房价在涨，对国民经济的推动力很强，成为一个支柱产业，但是必须看到，这个产业已经蕴藏着巨大的矛盾”。

吴晓灵指出，要解决房价上涨过快的问题，必须建设好3个制度：第一是住房制度，在国家保障房、一般商品房和高端商品房中，政府应该关注的是前两个层次；第二是土地供应制度，针对不同的人群有不同的土地供应制度；第三即金融制度，“为各个不同层次的人获得住房，以及开发商为不同层次的人来提供住房的时候，满足他们融通资金的需要”。

她认为，应该把房地产当作一个满足人民基本生活所需的产业来发展。“如果从这个角度来看，我们只要能够把80%、90%的老百姓的基本生活安排好就行，高端房可以完全交给市场。”

## 楼市资讯

### 郑东新区首块住宅用地挂牌出让

本报讯(记者 马晓鹏)1月18日，记者从市国土资源局获悉，郑东新区一宗16.84亩国有土地使用权将于2月11日挂牌出让，挂牌起始价为2660万元。这也是今年郑东新区挂牌出让的第一块土地。

该地块位于七里河南路南、中周路东，用途是城镇住宅。有意竞买者，可在2月2日~11日12时前，到郑东新区管委会土地规划局提交书面申请，竞买保证金为500万元。

### 新村路南、同庆路东等两块地将建经适房

本报讯(记者 马晓鹏)近日，记者从市规划局了解到，新村路南、同庆路东和京广路西、环翠路北将各选址建设一处经济适用房项目。根据选址方案，河南博宇置业有限公司在位于新村路南、同庆路东选址建设用地面积24000平方米的经济适用房项目；河南超越置业有限公司在位于京广路西、环翠路北选址建设用地面积78502平方米的经济适用房项目。

## 行业看点

### 做中国最大最好的广告市场

——写在河南中力国际广告市场开业两周年之际



在2010年辞旧迎新之际，我们迎来了河南中力国际广告市场成立两周年的大喜日子。今天的河南中力国际广告市场，经历了两年的发展，市场主力经营业态包括吸塑、雕刻、写真喷绘、展示器材、灯箱、标牌、LED等广告材料设备及制作。

经历了2008年、2009年两年的市场培育，河南中力国际广告市场现已发展成为经营种类齐全、市场规模全国最大及辐射范围最广的中国最大最好的广告市场，市场发展潜力不可挡，市场专业龙头地位更加巩固。

为打开市场知名度并为搞活运营，市场加大力度进行全方位的宣传，并积极组织商户参加了2009年第15届绿城南宁全国广告节、2010年第16届碧云天(河北)中国广告博览会等，一方面加速与全国广告行业的交流，另一方面不断地传播市场在全国的市场知名度。经过几个月的奔走招商，带动了郑州本地散客商户的人驻，近600个店铺爆满。 张子静 刘国防

## 超凡装修课堂

### 精装修房 验收四注意



#### ● 空气检测

首先，业主必须确定开发商购买的材料符合国家标准，有害物质不超标；其次，根据国家标准，工程竣工以后，开发商要请权威机构进行室内环境检测，并且必须向购房者出具检测报告。专家提醒，需要注意的是，只有带有“CMA”标识的报告才是国家认可的经权威检测机构检测的报告，否则是无效的。消费者买到房子，若开发商或物业不能提供合格的报告，视为房屋质量不合格，站在维权的角度，业主是可以退房的。

#### ● 隐蔽工程

业主对隐蔽工程使用的材料，水路的布管、电路的走向，还有功能性插座的位置等等可能不太了解，因为交房之后这些工程都埋在墙体里了。鉴于隐蔽工程对专业的要求比较高，如果消费者自己不太了解的话，建议请了解相关知识的朋友或专业人士陪同看房。

#### ● 水路

普通的楼盘水路通常是三种，自来水、热水和中水。中水是非饮用水，是收集利用的雨水、一般用来冲马桶或浇花。消费者需要知道热水和中水是否具备，以及是否接错管道。还要检查水表的位置，应该在厨房或卫生间的出入口。另外，水管的材料与生活直接相关，要确定是国家指定的合格材料。如果水管材料太差，后期很容易漏水。

#### ● 电路

电路是指插座的位置和匹配，电线的型号和最大耗电设备的容量。这需要消费者向所在小区的物业管理公司或开发商索要基本的水、电等隐蔽工程布局的竣工图纸。在今后的使用过程中，如果出现短路、断水的情况，可以根据图纸的标注由专业人员进行检查。另外，还要注意观察配电箱的漏电保护开关是否有照明；普通插座、大功率插座等有明确的分路，面板开关的安装是否平整，同时，还要测试开关是否有效。 超凡装饰 熊从辉 提供

# 中原家居

栏目责编 冯成刚 电话 13633810755 E-mail: f10755@163.com

## “奋斗2009”系列报道 之实创篇

本周一，实创装饰2009年度总结表彰大会上，郑州公司总经理刘鑫高调宣布：2009年实创装饰郑州公司的产值再次实现两位数增长，实创已经深深扎根中原大地，以套餐为标志的实创装饰模式已经被越来越多的中原家居消费者所认可。

# 实创式努力 Sitrust 式增长

### 面对危机 我们一直在努力

“去年3月刚来郑州时，我的心情非常忐忑，世界范围的经济危机背景下，我能把郑州公司带好吗？”刘鑫说，“我当时就一个念头，那就是努力，努力，再努力，一定要把郑州公司做好。”

当时，实创装饰全面完成了集团化升级，企业的中文名称由北京实创装饰工程有限公司正式变更为北京实创装饰集团，英文名称也从“Strong”变成了“Sitrust”。郑州公司随即启用了全新企业标志，这也标志着实创装饰站上了一个全新的起点。紧接着实创又推出了“居室标杆工程”“决绝游击队”“反对家装被环保”等一系列营销活动。

2009年9月实创装饰集团郑州分公司与苏宁电器联合举行新闻发布会，宣布异业合作。这不仅拓宽了装饰行业的发展道路，同时也充分地展现了实创装饰集团装饰行业内不同反响的影响力和魄力，使得中原地区的消费者能够享受到更加便捷的一站式服务。

同年12月，实创家具店进驻郑州，至此，实创装饰在郑州已经形成了一体化的精装、家电、家具一条龙服务产业链，使得中原的消费者真正享受到60天

轻松拎包入住的“五星级”服务。五星级包括：省心，放心，安心，贴心，舒心。

### “家文化”实创式亲情服务

从2009年初，实创的营销核心理念便是“实创家”文化。人们对“家”的特别亲情作为实创所有营销活动的出发点和落脚点。

刘鑫介绍，实创装饰一直以来提倡的是“实创家”文化：客户之家，客户来访，实创即为家；实创爱家，只有爱家，方全力筑家；实创筑家，一家至亲，筑完美之家。“实创家”不仅仅是把实创装饰的客户团结在一起，也令实创的团队紧紧地联系在一起，相亲相爱，为广大客户送上最真诚的服务。实创认为，每个人都各有所长，关键是融入到一个团队之后，这个团队能否把员工放到合适的位置上，释放出每个员工最大的能量。同时，实创文化里也深刻地反映了实创的营销宗旨，实创先后提出了“省时、省心、省力、省钱”的服务理念，后来经过对上下游行业的不断地整合，现在已经发展为“五星级”服务。实创装饰的目标是，为每位客户送去他们最无微不至的服务。



实创家装课堂活动现场

“其实，实创家文化不仅是企业营销活动的指导思想，也在很大程度上凝聚了人心，团结了力量，整合了资源，可以说，实创家文化就是我们企业文化的核心。”刘鑫进一步解释说。

### 整合 让消费者得到更多实惠

“两年来，我们感受到河南正在以前

所未有的速度发展，而中原的家居市场潜力非常巨大。随着消费者越来越重视品牌，我们也将更加努力，来赢得中原家居市场的未来。而且实创装饰还会不断地完善自己的服务，充分发挥自己对社会资源的整合能力，让中原消费者在新的一年里享受到更多更大的实惠。”刘鑫最后提出了公司新的目标。 刘文旭 黄晓娟

## 品牌故事



正当中国观众为《阿凡达》的大创意心诚服买单时，家居行业洋巨头却为中国家居行业买单。百安居、家得宝等洋巨头纷纷缩减门店，而红星美凯龙、居然之家等民族品牌逆市扩张，扬帆远进。就像阿凡达实现着人类拯救地球的梦想，中国家居行业也正书写着一场民族品牌在危机下的绝地反攻。

## 创新二十载 民族立意强品牌

——中国家居业“美凯龙”式的领航(上)

### “围城”二十载

在中国，曾几何时，几个木匠师傅搭棚而建的临时作坊，成为寻常百姓购买家具的唯一选择。如今，木匠师傅变身企业家，临时作坊成为情景式的时尚Shopping Mall，在二十多年的风雨征程中，中国家居业伴随着中国城市与人居生活的发展，突破洋巨头的重重围困，走出了一条卡梅隆式的创新之路。

作为中国家居流通第一品牌红星美凯龙的掌门人建新，就是这个行列中的杰出代表。600元做起人生第一笔家具生意，车建新在打造中国家居流通第一品牌的24年中，从卖家具到颠覆卖家具；从开创商业模式，到颠覆传统模式；从第一代商场，到7次颠覆后的第八代商场……技术的创新、思想

的创新、模式的创新，车建新带领的红星美凯龙始终扮演着行业发展进程中的“终结者”，不断终结“自己的过去”，也带领行业终结“行业的过去”，创造性地融合了中西方理念，开创了家居领域的“中国模式”。在自我超越的同时，也不断突破外来巨头的重重围困，车式商业哲学和卡梅隆式自我超越可谓异曲同工。

### 升级“风云”变

行业第一品牌红星美凯龙是行业进步使命的践行者。从租赁厂房改造的第一代商场起步，到第二代买地自建商场，再到第三代商场，实施“品牌捆绑式”经营；后又借鉴肯德基的连锁模式，创建第四代连锁品

牌商场；第五代商场，在全国率先推出“所有售出商品由红星美凯龙负责”；第六代环保型商场，在卖场里引进江南园林，构建绿色生态购物环境；第七代“情景体验家居MALL”，以情景化的布展、体验式的购物，引领“从买家居到逛家居、从卖商品到卖生活方式”的建材、家居MALL时代。红星美凯龙前进的每一步，都引领着行业向更先进的商业模式发展。

正如HCG和成卫浴市场负责人的评价：“由于消费者越来越倾向于逛类似红星美凯龙这样的体验式、多元化大型家居卖场，今年企业将会加强和大型家居卖场的合作，希望通过这样一个非常好的平台，打造自己的品牌。”

冯成刚