

Book

房产转型:从居民“超配资产”变“标配资产”

——评《房地产大周期的金融视角》



《房地产大周期的金融视角》

巴曙松著
厦门大学出版社
2012年3月出版

◎潘启雯

在最为“赚钱”的行业——房地产业面临大调整、大变局之时，国内外不少经济学家往往总能自己归纳出一套对其历史波动和可能归宿的敏感度观察。国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松的《房地产大周期的金融视角》则以日本20世纪80年代的房地产市场泡沫及其崩溃为案例，试图分析其发生的机制与逻辑，探讨政府、企业应对泡沫崩溃的对策，从而总结教训、吸收经验，以便未来的中国房地产市场能更好地趋利避害。

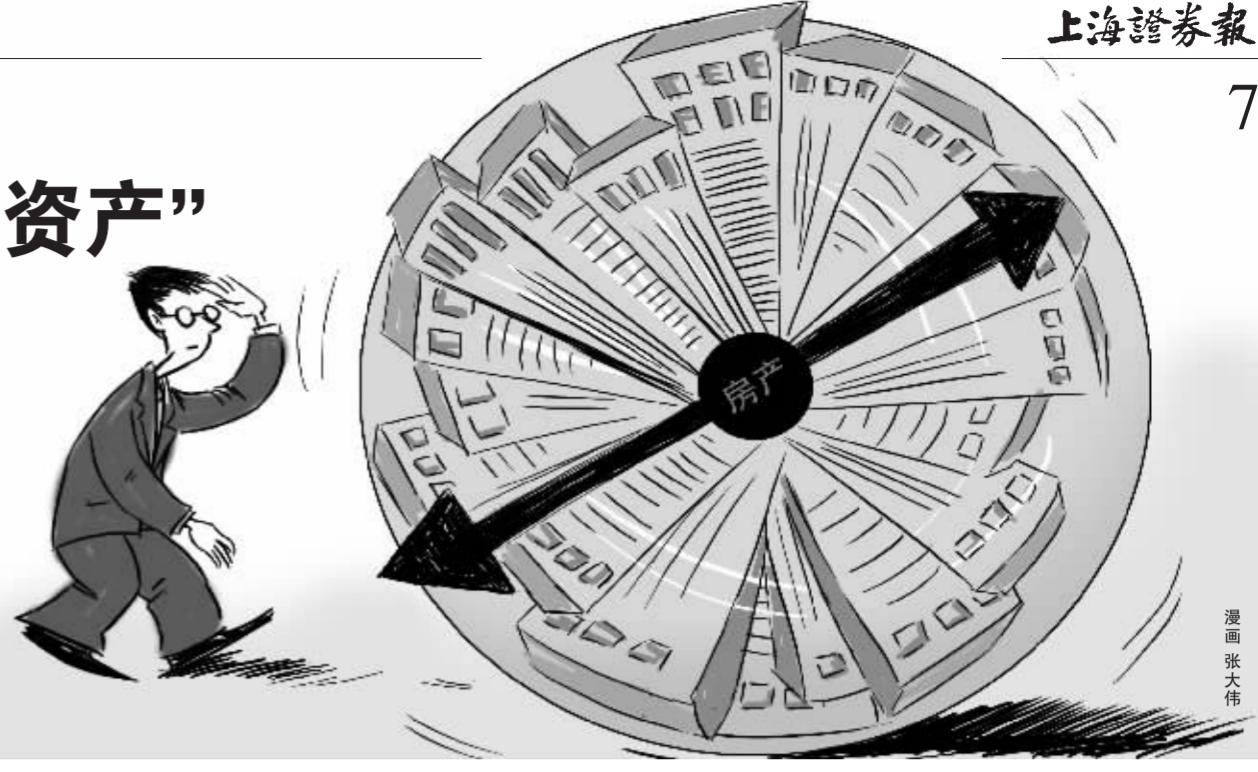
日本房地产在20世纪60年代后期至70年代前期以及80年代后期分别经历了两次周期性波动”，但无论房价调整幅度，还是调整持续的周期，两次大调整都有明显差异。前一次，房地产价格在1973年达到阶段性顶点后，在第一次石油危机的冲击下，在1974年出现小幅回落，但随即重回上涨路线。而后一次，在房地产价格急剧上涨于1990年冲到顶点后便一路下滑，此后在整个90年代一直处于长期大幅下跌的局面。日本房地产前后两次周期性波动“有如此大的差异，原因在于前一次周期性调整时，城市化与收入增长为真实住房需求提供了稳定的基本面支撑，因此房价在短暂的下调后，重返上升周期。而第二次周期性调整时，日本城市化已接近尾声，真实需求基本释放完毕，而投资性需求主导的房地产市场极易随着流动性和利率的变化而大起大落。

分析、对比促人反思。巴曙松从“大致的需求结构”角度得出的结论

是：“目前中国所处的发展阶段与日本20世纪70年代的情形大致可比。”中国的房地产市场发展仍处于上升周期，特别新一轮人口流向的新趋势是房地产转型的直接动力”。过去十年，中国经济与产业结构调整中最为典型的现象是人口从内陆向沿海转移，现在这一趋势开始逆转，重庆、沈阳、西安、贵阳、南宁、长沙、太原、成都等成为流动人口回迁的主要方向。这意味着流动人口将会在回流城市产生日益增加的租房和购房需求，且主要以廉租房、公租房、职工宿舍等保障性住房和中低端商品房为主，这将为房地产住宅开发商提供一些潜在的需求空间。与此同时，城市化速度开始放缓，一线城市的发展空间收窄，人口结构步入老龄化阶段等多重因素，“趋势因素”与“周期因素”相互作用，使得中国房地产业经过十多年的高速发展之后，进入了真正意义上的“大调整”。

历史经验反复表明，房地产的繁荣与萧条周期同步于甚至领先于经济的繁荣与萧条周期。当经济处于新一轮上升和繁荣周期时，房地产作为经济增长引擎，通过带动上、下游行业所产生的产业杠杆效应为经济上行注入强劲动力。据测算，2009年中国房地产直接投资拉动GDP增长超过1个百分点，产业杠杆拉动约3个百分点。当经济处在新一轮下行和衰退周期时，情况则恰恰相反。20世纪80年代的日本房地产泡沫、90年代的东亚金融危机，2007年的美国次贷危机，均从另一个极端证明了房地产泡沫的破灭和房地产市场崩溃对经济活动所产生的破坏性冲击。正是基于这种相关性，地产调控本身是要减少而不是增加经济波动。因此，经济周期本身不但决定了地产调控的目标和工具选择，同时也决定了调控政策的作用空间。”

当下，中国房地产开发企业正面临这个市场起步以来最为严峻的市场与政策环境，然而，仍然较强的消费性需求和相对稳健的家庭资产负债表结构，却意味着即使现阶段房地产市场在调控中的相应调整幅度也应是可控的。巴曙松因此判断，未来一年或较长时间内房地产市场的供求结构已经发生重要变化，在一系列约束政策的推动下，房地产将从居民财富配置的“超配资产”变成“标配资产”，房地产行业将一改过去十多年高速增长的趋势性增长格局……完成从地产到房产的新视角。



■ 披沙录

《舌战中国》

21世纪属于中国吗？

(美)亨利·基辛格
(中)李稻葵
(美)尼尔·弗格森
法里德·扎卡利亚 著
蒋宗强 译
中信出版社10月出版游戏的正能量：
带我们重塑人类文明

◎杨吉

怕玩物丧志、网络成瘾，于是，大人们习惯性地视网络游戏为洪水猛兽，一边极力限制孩子玩乐时间，一边不忘呼吁出台相关政策。

玩游戏，真一无是处吗，或者换个问法，玩游戏到底有什么不好？

就拿我个人经历来说，从小到大，玩过泥巴、弹珠、卡片；有段时间无聊，一群男孩子可以把空可乐瓶当足球踢上半天；后来玩电子游戏，从任天堂到小霸王再到几毛钱一个铜板的游戏机厅。家用电脑普及后，我们经历了拨号上网、高速宽带和无线wifi等阶段，与此同时，游戏也从单机时代过渡到网络时代。至今，我都能清楚地报出那些曾陪伴我成长以及打发好几个寒暑假闲暇的游戏：《金庸群侠传》、《FIFA足球》、《仙剑奇侠传》、《生化危机》、《疯狂赛车》、《球经理人》、《红色警戒》、《反恐精英CS》……我在想，如果没有这些，甚至没有游戏，不知我的少年生活又会怎样？

我并不觉得游戏误了我，相反，用哲学家伯纳德·苏茨的话来说：是游戏，让我们在无事可做时有事可做。所以我们才把游戏当成“消遣”，视为填补生活空隙的调剂，但它们远比这些重要得多。游戏，是通往未来的线索，游戏此刻辛勤培育的东西，或许正是我们日后唯一的救赎。”苏茨并没有夸大其词，在游戏中养成的策略思维、专注一致、协调能力、团队合作等，哪一个不是干好工作所需要的？实际上，很多“游戏之恶”看戏的人，不过是把过度沉溺直接等同于游戏本身了。

要给游戏正名，其实不难，难就难在能从多大程度挖掘游戏的正能量。这就好比多年前，一个叫斯蒂文·约翰逊的文化观察家在那本一反惯性偏见的《坏事变好事：大众文化让我们变得更聪明》一书中提出的，人们每天沉浸大众（通俗）文化中，在逐年变得成熟，它所带来的认知挑战正使我们的大脑变得更睿智。请注意，这可是包括游戏的。

在某种程度上，可以把简·麦戈尼格尔的《游戏改变世界》视作《坏事变好事》的姊妹篇。区别在于，麦戈尼格尔把重点聚焦在是网络游戏上，进而延续和深入当年约翰逊在游戏（大众文化的一种）在让人们变得更聪明、生活变得更美好”观点上的专题讨论。在麦戈尼格尔看来，在现实世界中，没有一个地方能比在游戏中更能活出自我的；没有一个地方能比游戏更能找到力量感、英勇无敌的目标感和团结一心的感觉；没有一个地方能比在游戏中更有成就后的振奋和创造悸动；没有一个地方能在游戏中更能找到成功和团队获胜后心跳加速的快感。同样的，现实世界没有办法像虚拟空间一样，轻轻松松就能让人获得精心设计的快乐、惊险刺激的挑战以及强而有力的社交联系，没有办法高效持续地激励人们。现实从来不是设计来最大限度发挥人们潜力的，而游戏能。因此，对于玩家和像研究游戏社会效应的专家简·麦戈尼格尔来说，难免会有这么一种感觉：和游戏相比，现实已经破碎；正因为如此，我们需要创造游戏来修复它。

现实已经破碎 “reality is broken”这个关键句，最早出自麦戈尼格尔在2008年的一天在游戏开发者大会上GDC的演讲。不曾想，这句话掀开了整个行业的共鸣。此前，她一直试图探讨该如何利用游戏的力量，重新塑造一切，包括政府、医疗保健、教育、传统媒体、市场营销、创业精神乃至世界和平，并为此写出了一份500页的博士论文；此后，她和业界同行开始尝试去针对性地设计一些“致力于个人和社会改变的游戏”、创造积极影响的游戏，她甚至大胆预测，在未来25年里，见证某个游戏开发者赢得诺贝尔和平奖，似乎并不那么遥不可及了。”

简·麦戈尼格尔同时还是著名的未来学家，在世界顶级未来趋势智库“未来研究所”任游戏研发总监，在本书中，她大量应用马丁·塞格利曼、泰勒·本-沙哈尔等积极心理学领域专家、学者的文献观点，来支撑其论据力度，为的是说明游戏对改善人的情绪，进而提高思考力、决策力、行动力等大有裨益。此外，她还参考互联网趋势大师克莱克·舍基的作品，如《为人时代》又名《未来是湿的》、《认知盈余》，数字经济观察者“杰夫·豪”的《众包》以及《鬼才畅销书作家》马尔科姆·格拉德威尔的《异类》，讨论游戏化对参与、协作、共享等这些支撑互联网发展的基本精神的助推作用。

通过对一系列游戏的逐个分析，麦戈尼格尔列出了游戏的四大决定性特征：目标、规则、反馈系统和自愿参与；游戏化的四大目标：更满意的工作、更有把握的成功、更强的社会联系和更宏大的意义；还有游戏化的运作机制和带给互联网时代的现实价值，这些被她归纳为：全情投入（参与机制）、实时反馈（激励机制），和陌生人结盟创造更强大的社群（团队机制），让幸福成为一种习惯（持续性机制），可持续的参与式经济、伟大的人生时代、认知盈余、超级合作者。

所以，游戏不会带我们走向文明的灭亡，它们会带领我们重塑人类文明。”

一位中国顶尖企业家的财富观

——读《财富之上：刘汉元和他的商业哲学》

◎叶雷

科林斯在其名著《基业长青》中总结了全球最优秀长寿公司的许多相同点：“一个企业或者组织的核心价值就是怎么能够保持这个组织长盛不衰的一些信条，它不是特定的文化内容，更不是具体的作业方式，也不是短期的盈利目标，是在赚钱之外还能够存在的理由，这个理由能够指导着企业不断创新、不断前进。”

刘汉元的通威集团，可能还算不上“基业长青”，但解剖它，依然具有重要的范本价值。早在2003年，通威科学的管理模式、独特的经销商管理体系、严格的技术革新要求、成熟的质量监控方法、简单的经营理念，就在世界500强企业的“CFO年会”上受到广泛关注。它是一个“完企业”，是中国土生土长的、开创性的领导型企业，是中国少数几个能做到“世界第一”企业，目前已是全球最大的水产饲料生产企业，已在水产饲料连续保持了19年的行业第一，从500元起家成长为400亿元的“中国顶尖企业100强”、“全球新能源企业500强”、从家门前的小河里养鱼，到创办鱼饲料加工企业，到步入IT、生物工程、新能源等的多元发展，从家乡创业，到挥师全国，再到走向世界，它的成长可以说是“梦幻的”。

赚钱，创造财富，是企业和企业家的义务，但它之于企业和企业家，到底是什么？是会遮蔽双眼的万恶之源？还是追求幸福美满生活的符号代表？如果创业者只是基于“淘金”的形而下的财富观，就难以完成从个人英雄到商业领袖的跨越，企业注定会在“数钱”中死去。在这个激烈竞争导致喧哗浮躁的年代，企业和企业家更需要的是对“财富之上”的理解，刘汉元的理解是：财富更多的是一种责任；做企业就是做未来。

刘汉元之所以将企业命名“通



《财富之上》

刘汉元和他的商业哲学
周唱等著
浙江大学出版社2012年9月出版

这种清醒尤其表现在对企业扩张的认识上，刘汉元既说“不要小富即安”，又强调要健壮，不要虚胖，他说“醒悟者生存”，要常问“我们从哪里来，要到哪里去？”内心越是有高远的理想，就越需要强大的定力”，只要潜心做到优秀，任何时候都会不惧风浪。对于企业的伦理底线，刘汉元说：如果把企业经营比作过马路，黄灯、红灯不是你不可以闯，可能你闯三次，遇到罚单，也可能闯五次，遇到一次碰车，在这种情况下，一个企业要短期获得一些超常规的利润，闯黄灯、闯红灯可能都行，但大的企业集团，没有正当合法作为前提，没有公司里从上到的一股正气，企业不可能树立良好的形象，不可能聚集一批有用的人才，不可能持久地发展”；因此，就算全世界都有腐败，也绝不能认为社会的普遍存在，我们就默认它存在，这是个非常严肃的原则问题。不管怎么样，通威永远是行业里面大家感到既可怕又值得敬重的公司。”

形而上者谓之道，形而下者谓之器”。在“年度流行语”般的管理概念渐渐让人厌倦的时候，终于有了刘汉元和通威公司创造的平衡、温润、润物细无声这样点滴渗透和感染的管理思想和商业哲学，就其内涵和张力来看，相信能经受得住时间的考验。

《邹至庄论中国经济》

作为首屈一指的华人经济学家，普林斯顿大学教授、美国经济学会美中学术交流委员会主席邹至庄，以其创建的“邹氏检验”和提出的动态经济分析方法与最优控制方法而蜚声国际，并居计量经济学领域泰斗地位。邹教授对中国经济转型也有着特殊贡献。自20世纪80年代初，他就关注中国经济改革，是最早研究中国经济问题的海外学者之一。同时，他积极推动“中国经济学教育和研究”项目，以著名的“福特班”和“邹至庄经济学留学计划”促成了一批中国经济学家接受西方经济学培训。本书收录邹教授近新发表的三十多篇论文，分经济体制、经济问题、经济政策和计量经济学研究四个主题，对当下中国经济的热点以及经济发展的未来走向有客观而深刻的评析，严谨而务实的研判。

邹至庄著
世纪出版集团
格致出版社
2012年5月出版

《博物馆与美国的智识生活》

从19世纪下半叶起，美国的博物馆业开始兴起，不少国家最著名的博物馆大致也在此时开始兴建。有纯粹知识爱好的美国人，坚信他们有能力荟萃、建构和展示整个世界的知识，从1876年到1926年这50年间，各种不同类型的博物馆在美国的兴建、兴盛，为各不同学科的发展给予了具体而有力的推动，逐渐成了帮助公众增长见识、理解世界、塑造美国智识生活的重要手段。本书作者史蒂芬·康恩通过其原创性的研究，深入探讨了自19世纪就主宰博物馆世界的“以物品为中心的认识论”，以及博物馆使不同的学术领域有了明确的界定，并在当时的美国智识生活中占据了中心地位的历史沿革，也分析并介绍了若干美国极具代表性的博物馆的兴建、发展和衰败的过程。

史蒂芬·康恩著
王宇田译
上海三联书店
2012年8月出版

《九型人格销售经》

九型人格是一套风靡美国商学院的识人方法和学问，九型人格销售经是九型人格和销售技巧结合后形成的一门高效成交技术，具有发现自身优势、能通过眼神、面貌等细节快速掌握不同性格客户思想和行为的作用。本书作者长期跟随国际九型人格权威专家海伦·帕尔默学习研究，并对九型人格销售作了创造性发展，使其更符合中国人的性格特征。本书以九型人格分析为基础，详细介绍了不同性格类型的特征、优缺点，并总结了不同性格的人的表情特点、气质类型、说话方式等，然后结合商界发展的具体需求，立足销售实际，通过丰富的案例，详细介绍了应对不同性格客户的销售方法，以及不同性格类型的销售人员应对不同性格客户的销售策略，具有非常强的实用性和可操作性。

梁成梁著
磨铁图书策划
中国华侨出版社
2012年8月出版