

Sri

# 高房价扭曲了住房消费文化与消费心理

我国居民人均住宅面积水平近年来有大幅提高,目前已经超过日本等发达地区。造成目前房价盲目上涨的原因很多,消费文化和消费心理不健全也是其中一大原因。现在已到改变传统住房消费观念的时候,要提倡理性消费、健康消费。

◎梁达

近期,高房价成为各方关注的热点。对于高房价问题,到底怎么看?有必要先了解一下,目前我国城乡居民的住房情况。因为居民已有的住房面积和设施情况,直接牵涉到对未来的需求,并对房价走向有根本影响。

## 一、我国内地居民人均住宅面积水平较高,目前已经超过我国香港地区和日本

据统计,住房制度改革以来,我国城镇人均住房面积平均每年增长约1平方米,居民住房条件明显改善,从无房、租房向有房、住好房转变。统计调查显示,城镇人均住宅建筑面积从1978年的6.7平方米逐步提高到1985年的10平方米,1995年为16.3平方米,2002年为22.8平方米,2007年约为28平方米。2008年提高到30.0平方米。

与此同时,住房市场化改革使得城镇居民自有住房拥有率大幅提高。据统计,2008年自有住房拥有率达87.8%,比1983年提高了78.4个百分点。城镇居民的居住条件大幅改善,截至2008年末,有4.5%的城镇居民家庭住上了独栋住宅;83.0%的城镇居民家庭住在单元房中;仅有12.5%的家庭还住在筒子楼及平房中。

农村居民居住条件和居住环境也得到极大改善。据国家统计局统计,2008年,农村人均居住支出为678.8元,比1978年增加666.9元,增长55.8倍,年均增长14.4%。人均住房使用面积由1978年的8.1平方米增加到2008年的32.4平方米,增长3.0倍。

我国居民的人均住宅面积水平较高,已经超过了我国香港和日本。据资料显示:我国人均住宅面积达到30多平方米,而香港城市居民住房面积是7.1平方米,日本是15.8平方米。大多数家庭住着自己

的房子,还想要买更大更好的住房,想要改善住房,但出于攀比心理,借钱也要买更大的房子。

我国住房制度改革以前,城镇住宅的自有率很低,以公房为主。前几年,由于住房信贷政策的误导,银行的超低利率及银行资金易获得性,使得国内民众住房需求出现了虚假繁荣,大量没有支付能力的民众纷纷进入房地产市场,导致房地产市场发展几年就远远超过了国外发展几百年的市场。

从英国的经验来看,经过政府近20年的政策干预,住房自有率维持在60%~70%。这对解决低收入家庭的居住问题起到了良好的调控作用,同时也降低了对新建住宅的需求。

我国在政策取向上,缺乏对租赁住房的引导,导致居民片面追求自有住房。经过房改,许多居民拥有了自己的住宅。加上“有土斯有财”的传统“柱文化”心理的影响,短短时间,住宅自有率大幅上升。据统计,我国城镇88%左右的居民已拥有自己的住房,而发达的市场经济国家个人住房拥有率,法国与德国仅30%~40%,美国仅68%,已经超过了美国。

## 二、房价盲目上涨有多种原因,而消费文化和消费心理不健全也是一大原因

了解上述情况,再来看目前的房价为什么还要盲目上涨的原因。就目前来看,推动房价节节攀升的原因是多方面的,既有刚性需求的拉动,也有投资甚至投机的推波助澜;既有政策性因素,也有体制和机制因素等,但还有一点,城乡居民的盲目攀比、买涨不买落的消费行为,也是房价居高不下的重要原因之一。

这两年攀比之风盛行,则是房价上涨的重要推手。比如,小房换大房、旧房换新房、为子女备房、二次置业等,在一些收入相对较高的人群中时常会有“集体买房大

行动”。特别是高收入家庭拥有两套住房已占一定比重,而年轻人买房也追求“一步到位”,这些都助长了房价的盲目上涨了。

买房人的盲目攀比心理,是出于好胜而产生的一种消费心理。有些消费者不考虑自己的实际情况和收入状况,盲目跟风,盲目攀比消费,你也有我也要,而且要比你的更好,你住100平方米的房子,我也要住上比你更大的房。有的买房人甚至不考虑自己的条件和需求动辄买进200~300平方米。尤其是在江苏、浙江等一些农村地区,本来一家人全在外面打工,闲置的房子几年也没人住,但是村里人盖了二三层小楼,自己也要盖一个更好的小楼。即使闲着,也不能落后于人。这样的消费心态,在城市农村都有。

此外,居民“买涨不买落”的行为也助长了房价高涨。所谓“买涨不买落”是消费者预期某种商品的价格呈下降趋势时,会推迟购买此商品,等待商品价格的进一步下跌后再买,持币观望,以期以最低的支出购买到最廉价的商品;相反,当预期商品价格呈上升趋势时,会加紧抢购,集中购买,以避免价格上涨造成更大的负担。这一消费行为对消费市场尤其是房地产市场的发展同样有明显影响。

近年来商品房销售面积和销售额增长强劲,价格大涨。导致在一些大中城市随着房价的不断攀升,居民在住房方面的花费与日俱增,房价的涨幅远远超出了大多数人的预期,一些寄希望于房价能回落的消费者尤其是持币待购者,一部分人为此多付出了几万、十几万甚至几十万的房款,另一部分人只好望房兴叹,拥有一套自己的房子的梦想破灭。房子就像一只无底的洞,大量吞下你手中有限的钞票,成为家庭支出中最大也是最难承受的巨大花费。

的确,目前在人们衣食住行中,从口袋中掏去了大把钞票的当属房子,它不仅把许多居民多年的积蓄掏一空,而且还要迫使父母或亲友承担部分的购房款;它不仅把你现在的钱掏空,还提前花去了你将来要赚到的钱,使你每天一睁眼就要向银行交去几百元大票。对此,有人称:房产商每卖出一套房子就等于消灭一个现在或将来的百万富翁。

## 三、现在已到改变传统住房观念,提倡理性消费的时候

对于消费者来说,应根据收入情况,通过租赁房屋、购买二手房等多种途径实现

和满足住房需求,切不可盲目攀比,提前消费,做房价不断上涨的推波助澜者。现在,确实已经到了改变传统住房观念的时候了,整个社会应提出倡导理性消费。

我国是个大国,但从资源看是一个相对贫乏的国家。要想国民经济持续稳健、较快发展,必须珍惜各种资源,比如:油、电、煤、水等,必须牢固树立节约的意识,勤俭建国,建设节约型社会,这是国情决定的。

国情决定我们不可能占有过多的住房。我国土地资源少而人口众多,城镇化建设更凸现了土地的紧缺。例如,我国人均耕地面积只有世界平均水平的40%左右,人均水资源拥有量只及世界平均水平的四分之一,人均森林面积只相当于世界平均水平的五分之一,人均森林蓄积量只相当于世界平均水平的八分之一,许多重要的矿产资源的人均拥有量也都远低于世界平均水平。资源相对不足已经成为经济社会发展

和实现全面建设小康社会目标的突出制约因素。然而,消费信贷从上世纪90年代兴起后,“花明天的钱圆今天的梦”的观念迅速为广大年轻人所接受。适度负债消费固然有利于拉动内需,刺激经济增长,但如今很多年轻人没养成相应的理财能力,花钱无度,高负债消费可能使年轻人过早地尝到终生负债而不能自拔的苦头。

安居才能乐业。适度的住房消费是应该提倡和鼓励的,但政府应千方百计把房价降下来,不要把消费者往高房价市场上赶,而是要保证国内绝大多数民众有能力承担相应的房价。如果房价涨到一般中低收入家庭对房子只能是“可望而不可即”,大大超出经济承受力,就容易影响扩大内需的效应,更不利于和谐社会的建立和发展。

扩大住房内需,一方面不能简单地理解为把大多数民众的存款都投放到住房消费上,要尽快改变已经出现的居民住房消费透支现象,改变因购房而挤占其他消费的问题,努力使居住开支占居民可支配收入中的比重,控制在一定的限度之内,尽量让普通居民住得更舒适一些。

另一方面要抑制房地产发展的过热势头,更不能把房地产开发作为拉动经济增长的重点,应当在不影响耕地和环境保护等关系到我国经济社会可持续发展的因素基础上,发挥住房消费对内需的适度拉动作用。

■人文-财经

## 从快递到慢递人们想要什么

◎亚夫

2009年的日历只剩下最后一天了,说点轻松的吧。近日,北京有朵花边新闻招来不少注意。在798创意园区,有家“慢递”公司受理慢递邮件。据说生意还不错,9个月收存信件两万多封。这些邮件,有的是寄给孩子的,有的是给自己的,有的是给朋友的;有的要在十年后才能收到,有的把收件时间定在2050年,等收件人金婚时才能收到。真是够慢的。

为什么有人连快递都嫌慢,还要去寄慢递呢?这种创意反映的是什么情绪和商业机会呢?值得一说。

首先,寄快递与寄慢递是两回事。寄快递的大部分是有急事,有心急火燎的事务性邮件要处理。比如,为了一笔生意、一份合同,或者为了一张表格、一份证明材料,寄件人急急忙忙要把邮件寄出去,以便让收件人尽快看到。为什么呢?因为这样做,可以趋利避害,在滚滚红尘中,求得利益最大化。

寄慢递的则不同,大部分寄出的都不是急吼吼的材料,而是自己的心情。是要把自己的心愿、情感寄托在薄薄的信中,希望在将来某一天再回首自己的情思,让收件人多一份惊奇、多一份想念、多一份回味。寄件人留在信上的是情感,是感受,是心灵的寄托,而不是纯粹的事务性材料。

这种慢递生意的出现,而且十分红火,表明人们对当下的生活是有困惑的。紧张的生活节奏,就像飞转的砂轮,毫不留情地磨掉了应有的生命韵味,使一切变得枯燥、势利。一切都只是过程,没有意义。比如,有句话叫“不要输在起跑线上”,让人从生到死就是一场拼杀,毫无意义。就这句话,现在,不知害苦了多少家长。

慢递业务的出现还反映出另外一个趋势,就是感情也可以商业化经营。在慢递业务中,大部分寄出的是一份情感。这种感情如果不用慢递的方式传递出去,也就随着人们的老去而消散了。尤其在当下,对于将来的希望和寄托,如果不用某种方式储存下来,那么到了将来是无论如何也没有办法把现在的情思完全复制出来的。

这种近乎梦幻的做法,因为出现在798这样的文化园区,所以被人称之为行为艺术。其实不然,事实上类似做法早已有之。比如,拍照片就是这样,是人们希望抓住当下的瞬间,把岁月的影子保留下来,以供日后回味与追忆。因为,不管俊丑,不管喜哀,对往后来讲,这都是一份独一无二的纪念。

延伸开去,除了感情,除了音像文字,被商业化的还有人们的感受。比如,烟草、香水、护肤品等等,都是和感觉有关的东西。现在,世界上最昂贵的产业之一,就是和人的感觉有关的产业。比如,有很多国家的GDP中,有很大一部分都是由感觉类消费品拉动的。特别是发达国家,更是这样。因此,对消费升级的中国来讲,这实际上是一个前途非常广阔的领域。

只是当人们在经营感情类、感觉类商品时,要考虑大多数人在乎什么,想喊出什么,这非常重要。这样的服务业,实际上和人文关怀有密切关系。没有内涵,或者太矫情的东西,恐怕是不合适的。

从这一点上看,北京798慢递公司的做法,虽然是一条花边新闻,但其意义一点也不花边,它反映了人们对粗犷生活的厌烦,对生活意义和品质的追求。在扩大消费的当下,有点启发意义。

本版编辑:邹民生 朱兆莹

SRI 上证研究院  
向上的精神 实证的态度  
第452期



更准确 更及时 更高效

## 大智慧金融交易终端 (机构版)

DDE决策 买卖点决策 超赢股票池  
三大系统精选强势股



送



## 十年真情 豪礼相送

买机构版软件,送“大智慧鸿运纪念金条”

大智慧金融终端历经10年考验实现了无数人的梦想。为迎接大智慧10岁生日,大智慧金融终端最新推出了DDE决策、买卖点决策、超赢股票池三大系统,奉献给投资者,享受投资,助推财富。

炒股这点事,  
交给大智慧

咨询热线: 400-800-8000

www.gw.com.cn

活动最终解释权归大智慧网络技术有限公司所有