

(网络版)

出品：上海易居房地产研究院

综合研究部 院长办公室

主编：回建强 周建成 msn:huijq2004@163.com 021-60868892

第 48 期

2010 年 1 月 11 日

摘要

每周话题

房地产业再遭政策“空袭”

一方面要保持刚性需求的释放，鼓励自住购房消费，加强住房保障；另一方面，对于投资投机性需求的肆无忌惮，国家不再选择“隐忍”，而是日趋明确了态度，要“限制”和“打击”。政府调控房地产业的想法是可以理解的，但通过这种频繁地、前后不一的政策是否能够真正地控制住房价，是否真的能够切实保证房地产业的健康发展，恐怕还需要时间来验证……

政策解读

严控新开工项目贷款对楼市影响不大

随着房地产投资信托基金等投资渠道的开通，未来房地产业对银行贷款的依赖也将逐步减小，银行渠道信贷变严，对房地产的影响也将变小……

热点跟踪

海南国际旅游岛建设，机遇与挑战并存

房企跨入 600 亿时代，挑战大于机遇

2010 年房地产业“国进民退”或将收敛

企业策略

产业链战略协同已成为房地产业发展的重要趋势

发展老年公寓，关注市场“长尾”

数据透视

楼市年头低迷不代表全年大跌

备注：《每周房产评论》是上海房地产研究研究人员及相关内业人士对房地产问题的研究笔记或感想，每周集结一册，供同行和相关部门参考，如果需要有关问题进行深入了解，请及时联系我们。

每周话题**房地产业再遭政策“空袭”**

2010年1月10日，国务院再次发布新的房地产调控政策，正式下发了《关于促进房地产市场平稳健康发展的通知》（简称“国11条”）。这是近一个月内国务院第五次出台房地产调控政策，国务院针对同一个行业如此密集地出台调控措施是非常罕见的，这在一定程度上说明国家有关部门已经认为房地产业的发展存在较大的问题，需要进行调控和变化。

从“国11条”整体行文看，这次的文字表达明显严厉了很多，“严格”、“不得”、“查处”等词汇大量出现在公文中。如果说中央经济工作会议的公报对房地产业还“春风和煦”，“国四条”进而变得“阴晴不定”，那么本次出台的“国11条”就带有明显的“风雨交加”了。政策一次比一次表述严格，这也代表国务院对房地产业进行调控的决心越来越大。

内容上，“国11条”的重心落在对第二套房的购买要实行差别化的信贷利率政策。这可以看作是对“国四条”的细化措施，即在落实营业税、土地出让金新政后，房地产调控的重头戏——信贷政策终于出炉。二套房贷款首付要40%以上，利率则要求银行严格按照风险定价。值得注意的是，房贷新政并没有提及“改善型”住房消费能享受房贷优惠，而是采取了“一刀切”的形式，按照“家庭”来确认是首次贷款购房还是再次贷款购房。没有了“改善型购房需求”的表述，“国11条”的信贷政策口径实际上回归到了两年前的所谓“9·27”新政。内容除了对应“国四条”的几个部分外，本次政策条文还增加了第五大条，“落实地方各级政府责任”，把房地产业的稳定发展及住房民生问题的解决与地方政策的工作评价直接挂钩，即“工作责任制”。这是一个重要的动向，将有利于督促地方政府将更多的精力关注住房民生问题，避免在发展房地产业的跑偏路上，甚至“本末倒置”。

这次国务院再次出台房地产调控新政，既在预期之中，又有点出乎意料。所谓“预期之中”是指，“国四条”发布后，相关政策需要具体落实，特别是信贷政策要出台更加详细的措施，本次“国11条”给出了部分答案。所谓“出乎意料”是指，国务院两次出台的政策调控口径有较大的差异，变化很快，这让消费者、房地产开发企业，甚至地方政府都有措手不及。如上海、南京、杭州等已经

率先出台了地方细则，而且是按照中央经济工作会议以及“国四条”的口径。更加紧缩的“国 11 条”的出现则让一些地方政府显得非常尴尬。

总体而言，在宏观经济日益稳定，并且通货膨胀迹象显现的时刻，房地产业的发展面临分化，一方面要保持刚性需求的释放，鼓励自住购房消费，加强住房保障；另一方面，对于投资投机性需求的肆无忌惮，国家不再选择“隐忍”，而是日趋明确了态度，要“限制”和“打击”。政府调控房地产业的想法是可以理解的，但通过这种频繁地、前后不一的政策是否能够真正地控制住房价，是否真的能够切实保证房地产业的健康发展，恐怕还需要时间来验证。（回建强）

政策解读

严控新开工项目贷款对楼市影响不大

1 月 5 日至 6 日中国人民银行工作会议召开，为今年货币政策定调。除继续强调实施适度宽松的货币政策，保持宏观经济政策的连续性和稳定性外，会议还着重提出要防范信贷风险和系统性金融风险。其中包括，密切关注房地产市场变化，严格执行有关房地产信贷政策。与此同时，引导信贷资金主要用于在建、续建项目，严格控制新开工项目的贷款投放被纳入 2010 年的主要工作措施之中。

易居分析：对于严格控制新开工项目贷款，有银行人士认为，政策严格控制新开工项目贷款，短期内可能会给楼价施压，中期来说，会造成供给不足，从而导致楼价再度上扬。对此，笔者有不同意见。

首先，从央行工作会议内容来看，严控新开工项目贷款并非针对房地产业。12 月初召开的中央经济工作会议虽然没有提出控制新开工项目贷款，但也提出“保持投资适度增长，重点用于完成在建项目，严格控制新上项目”。央行此次例会只是在信贷政策方面对中央经济工作会议严控新上项目的落实，意在通过控制新上项目，减轻信贷投放压力，从而保证 2010 年信贷回到适度增长，减少过度信贷投放对物价的压力。另外，按照央行“引导信贷资金主要用于在建、续建项目”的提法，在建项目资金并不会受到太多制约，2010 年楼市供应将基本不受影响。

其次，从房地产业现状来看，当前的房地产企业“不差钱”。各房企发布的公告显示，2009年房地产企业业绩几乎全线飘红。万科634.2亿元的销售额更是引领着房地产企业跨入600亿元时代。随着经济增长，企业盈利好转，许多项目的后续资金可以通过自有资金等方式解决。与此同时，随着房地产投资信托基金等投资渠道的开通，未来房地产业对银行贷款的依赖也将逐步减小，银行渠道信贷变严，对房地产的影响也将变小。预计，当前严控新开工项目贷款对房地产开发影响并不大。（张秀琴）

热点跟踪

海南国际旅游岛建设，机遇与挑战并存

国务院发布《关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》，这意味着海南国际旅游岛的建设上升为国家战略，被称为海南建省办经济特区以来第二次重大历史发展机遇。海南热土再度沸腾，国际国内资本暗流涌动。海南省通盘谋划，将国际旅游岛建设定为今年工作重中之重。海南如何将美好蓝图逐步变为现实，这是海南面临的挑战和考验。

中央政策大力支持，海南迎来历史发展新机遇

国家明确了海南国际旅游岛的六大战略定位，即成为我国旅游业改革创新试验区、世界一流的海岛休闲度假旅游目的地、全国生态文明建设示范区、国际经济合作和文化交流的重要平台、南海资源开发和服务基地、国家热带现代农业基地；力挺海南转型，并赋予海南西部大开发政策，提供投融资、土地、行业开放等诸多政策支持；支持符合条件的旅游企业发行企业债券，设立旅游产业投资基金；为促进旅游业的进一步开放，海南将在免签证、免税、航权开放、博彩业等领域开始新一轮试水，经济特区再一次拥有了诸多优惠政策。海南将实施更加便利的出入境管理措施，增加芬兰、丹麦、挪威、乌克兰、哈萨克斯坦五国为入境免签证国家，至此海南免签证国家达26个。

在中央政策的大力支持下，海南发展迎来新机遇。海南旅游岛规划使四大行业直接受益：其一为房地产业，房地产方面未来将积极引导和发展与旅游业相适应的房地产业，条件成熟时，在海南开展房地产投资信托基金试点；其二为旅游彩票业行业，国家投入建立相关旅游产业基金将会促进旅游产业更为快速的发

展,而开放的旅游政策以及完善的旅游概念体系和相关的配套设施将会吸引更多的旅游观光客,延长游客旅游时间,增加相关客流量;其三为交通运输业,未来国家将在海南基础建设方面加快投入,并且从航空、公路、机场、港口全方位完善,从而配套海南岛相关旅游设施的建设,保障客流运输的流畅;其四为零售业,积极发展大型购物商场、专业商品市场、品牌折扣店和特色商业街区,建设和经营好免税店,完善旅游城镇和休闲度假区的商业配套设施,逐步将海南建设成为国际购物中心。

低起点高定位, 考验海南的建设能力

但在在狂热之余,我们也要看到海南国际旅游岛建设上升为国家战略仅仅只是一个开始,未来还有很漫长的路要走,要面对的难题仍很多。

问题一: 如何优化投资环境, 吸引社会资本?

问题二, 如何优化海南的旅游环境与形象?

问题三, 如何防止成为房产岛?

问题四, 如何全面协调, 统筹发展? 等等。

国际旅游岛建设是一个新生事物,海南可以突破常规,但国际旅游岛不是喊口号喊出来的,而是来自于实践,来自于外界的认同,海南到底啥时候能真正建成国际旅游岛,我们拭目以待。(王美飞)

房企跨入 600 亿时代, 挑战大于机遇

1月6日,我国房地产龙头企业万科发布销售情况公告称,2009年全年,万科共实现销售额634.2亿元,销售面积663.6万平方米,同比分别上升32.5%和19.1%。万科也因此成为国内第一家年销售额突破600亿的房地产企业,并极有可能继2008年之后,第二次成为全球住宅企业的销售冠军。

同时,其他公司发布的公告也显示,2009年房地产企业业绩基本上全线飘红。去年全年绿城累计销售额实现531.5亿元,远超全年380亿元的合同目标;中海地产实现房地产销售额477.9亿元,同比增长79.6%;碧桂园全年合同销售金额约232亿元,超过原定190亿元目标的22%;富力2009年累计销售收入约为241.97亿元,同比增长50%。房企百亿俱乐部时代已经悄然过去,一个新的600亿时代迎面而来。

然而,以万科为例,600亿时代的到来似乎挑战大于机遇。经历了2005年

-2007年这三年的高速发展后，近年万科前进的脚步明显慢了下来。2009年，不论是销售金额还是销售面积万科均创造历史新高，但其市场份额却明显下降，预计其销售面积占全国商品住宅面积的比例将由1%降至0.9%，销售金额占全国商品住宅销售金额比例将由2.3%降至1.6%左右。与此同时，在净利润率、股东回报等指标上，万科的表现也不尽如人意。去年前三季度的净利润排行榜中，万科更是位于“万保招金”四大内地房企最后一位。规模化后企业如何持续增长成为万科不得不思考的问题。

对此，万科总裁郁亮也曾一再强调，万科要从关注规模、速度的增长，转变为质量和效益的增长。同时，伴随着关注点的转移，万科战略也开始发生变化。去年11月16日，在深圳大梅沙的新总部万科中心，郁亮首次对外公布了万科的新战略：未来万科将加大持有型物业的储备，并在近期内陆续推出养老物业、酒店及商业配套等多种物业类型。未来万科住宅产品将占据80%比重，其余20%则为持有型物业。万科进军商业地产的号角已经吹响。

从9年前，万科将万佳百货等一干业务转让，转而成为专注住宅开发的专业化房地产公司，至今万科再次将商业地产拥入怀中，这一系列变化正好佐证了万科的困惑与发展。将关注点从规模转向效益，能否引领万科持续增长，我们拭目以待。（张秀琴）

2010年房地产业“国进民退”或将收敛

2009年国企挟巨资高歌猛进，制造了一个又一个的“地王”，惹来一番热闹非凡的“国进民退”大讨论，但作为大管家的国资委却态度暧昧。而今风向似乎有所转向。在1月7日举行的央企负责人经营业绩考核工作会议上，国资委副主任黄淑和特别强调，央企要慎重进入股市、房地产和期货等高风险领域，已经进入这些领域的，要规范程序，严格考核。同时，从2010年开始，国资委也将开始在中央企业全面推行经济增加值考核，并大力推行全员业绩考核。就此，国资委将推出四项政策，其中第四条就是限制非主业投资，对非经常性收益按减半计算。

易居分析：早在2004年，国资委下发《关于中央企业房地产业重组有关事项的通报》，就拉开了央企房地产业务整合的序幕。国资委先后公布的央企主业

名单中，华润集团、中粮集团等 16 家央企房地产业务被列为主业。按照国资委的意图，这 16 家企业将完成对百家央企房地产业务的整合，而非“16 家”央企则必须尽快剥离旗下房地产业务。

然而事与愿违，到 2008 年国资委再次高调、主动推进房地产央企重组为止，央企房地产业务重组启动 4 年，几乎停滞 4 年。同时，随着经济危机深入，“保增长”的要求在房地产行业率先体现，国资委对于房地产央企重组的热情也再次被浇灭，紧随着房地产市场回暖的是房地产业的“国进民退”。根据有关媒体报道，当前国资委分管的 129 家央企中，超过 70% 的央企涉足房地产业，其中，主营业务和房地产关系不大的多达 80 多家，分布在钢铁、冶金、医药、农业、化工等各个行业。

时至今日，国资委再次特别强调央企要慎重进入股市、房地产和期货等高风险领域，笔者认为主要有以下两个方面原因。一方面，当前我国经济已经基本企稳，未来房地产之于经济增长的作用料将被弱化，为国资委对非房地产主业央企涉足房地产业态度的日益明朗提供了良好的外围环境。另一方面，伴随着 2009 年房地产市场的异常火爆，房价、地价的一路飙升，房地产泡沫再次泛起。在美国著名杂志《福布斯》近日评选的全球七大金融泡沫中，中国房地产就位居第二。房地产业风险日渐加大，也使得国资委不得不对非房地产主业央企涉足房地产业提高警惕。随着考核“指挥棒”的转向，预计非房地产主业央企在房地产业的高歌猛进将有效收敛。（张秀琴）

企业策略

产业链战略协同已成为房地产业发展的主要趋势

企业战略涉及到一家企业在当前对其未来的发展趋向预先设定的路径，是企业做“正确的事”的必要条件，战略领域的失误、迟滞或懵懂往往会造成企业整体发展缺乏后劲，会在激烈的市场竞争中遭受淘汰的命运。中国房地产测评中心研究中发现，目前在整个房地产产业链上进行战略协同和整合已经成为业内企业关注的核心之一。

从具体表现形式上看，目前主要出现了水平产业链整合、垂直产业链整合以

及混合产业链整合三种形式。水平产业链整合是房地产开发企业、营销代理企业、中介经纪企业跨越区域和具体客户群体实现联合，共享一定的资源，共同实现运营目标。垂直产业链整合是房地产开发企业向前与建材、家居、与住宅消费密切相关的电器产品等建立战略合作关系，向后与营销代理企业、广告企划企业、房地产信息服务企业联系起来，形成产业链上的合作共享战略。混合产业链整合则是兼具上述水平和垂直两种形式的部分特征，尤其是将各类利益密切相关的子产业联合起来，实现信息共享、运营协同的目标。

通过产业链战略协同整合，相关企业能够获得协同带来的巨大的利益，这种利益主要表现在节约客户搜寻成本、节约商务谈判成本、减少商务活动中沟通时间、稳定业务流。

例如，营销代理企业与开发企业建立战略协同关系后，能够将该开发企业的一个项目代理活动中得到的经验迅速移植到该开发商的其他项目，节省了熟悉开发商的过程，可以在相关开发商的开发理念、产品特征、产品诉求点、主要客户群特征更深入理解的基础上提供代理服务。反过来，开发商通过与代理商的长期合作也易于熟悉代理商的操作思路、擅长领域、达成目标的路径和效果。同时，协同还能够带来品牌叠加效应，为客户提供品牌方面的双重担保，即开发商的品牌和代理商的品牌为客户提供了双重的依赖感和认同感。这种协同效益在目前一些主要开发商和代理商的业务中已经明显地体现出来。

不过，产业链战略协同也面临着一些重大的问题。首先表现在战略协同初期合作方之间的磨合方面，各自的经营理念、企业文化、人员关系、对流程的理解等的差异可能会造成合作方的巨大冲突，有时这种冲突可能使协同效益受到侵蚀。其次，某些战略协同参与方在短期内可能无法获得明显的利益，对战略协同会产生较大的疑虑，从而影响整个战略群体进一步协同的意愿。再次，协同过程中可能会出现其中一个或几个参与方争夺主导权的倾向，毕竟战略协同除了涉及提升总体利益外，还会产生分配既定利益的问题，如果某一方获得了战略主导权，那么势必能够从中获取更大的份额。最后，产业链上地位的不对等可能会侵犯其中一些弱势产业的利益，例如，房地产开发商往往在产业链战略协同方面居于优势地位，对相关服务供应商造成一定的挤压。

虽然存在上述这些较为困难的问题，实际商务活动表明，那些能够坚持不懈

地进行战略协同、善于从整体角度考虑利益分配的房地产企业从中受益良多，也是这些企业竞争力日益提高的重要原因。（孙斌艺）

发展老年公寓，关注市场“长尾”

在当今世界，文化和经济中心正在加速转移，从需求曲线头部的少数大热门（主流产品的市场）转向需求曲线尾部的大量利基产品。尽管“二八定律”被奉为商业成功的“金科玉律”，在市场营销中，为了提高效率，厂商们习惯于把精力放在那些有 80% 客户去购买的 20% 的主流商品上，着力维护购买其 80% 商品的 20% 的主流客户。但在一个发展瓶颈越来越小的时代，面向特定小群体的产品和服务可以和主流热点具有同样的经济吸引力。因此，在当大多数人将眼光聚焦于一些热门产品时，对于市场的新进入者而言或许可以调整眼光，在市场需求曲线的尾部去寻找一个还在被人漠视但却蕴含无限商机的领域，进而勇敢进入获得自身成长。

长期以来，在房地产市场被提及最多的产品是商品住宅、写字楼、酒店商铺等，而几乎所有的房地产企业也几乎是流连于这几大热门产品之中。作为市场的需求最广的大热门，吸引着绝大多数开发商的全情投入，从而也造成了在这个市场的激烈竞争。尽管有大量需求的支撑，但对于后来者而言，这样的激烈竞争并不会为其带来“鹤蚌相争，渔翁得利”的效益，反而会由于缺乏资本、缺乏关系、缺乏品牌、缺乏技术、缺乏市场地位而在竞争中败下阵来，房地产的“马太效应”丝毫不比其他行业要弱。因此，在这样的竞争格局之下，对于部分企业而言，与其在主流产品的竞争中不断败下阵来，不如干脆调整思路，去迎合非主流的需求，避开大规模竞争、寻找并开发一些非主流、非大众的产品，创造新的利基市场未尝不是一种更好的选择。

放眼而望，中国非主流的房地产需求有哪些？老年公寓需求是为一种。在现今如今的房地产市场，开发商关注最多是商品住宅、商铺等主流产品及购买力最为旺盛的中青年消费群体，如果用正态分布曲线来描绘，他们只关注曲线的“头部”，而将处于曲线“尾部”、需要更多的精力和成本才能关注到的老年人及其老年人的住宅需求所忽略。老年公寓是介于“家”和“养老院”之间的一个适合老年人居住的场所，它是老年住宅和养老服务的复合产品。老年公寓不仅仅是一个为老年人提供住所的小区，更是一个老年住宅和养老服务的复合产品，老年公

寓的经营是服务行业中是新的专门针对老年人的产业，通过探索“居住文化”方式，改善老年人生活质量和居住条件，提供专业化个性化服务，满足不同层次老年人的养老需求，达到“老有所养、老有所医、老有所乐、老有所学、老有所为”之意，符合老年人的利益。

自古以来，我国遵循家庭养老模式。随着社会的发展与生活观念的不断更新，社会养老模式正在逐步取代家庭养老模式。在欧洲与北美国家，社会养老模式更是为社会所普遍接受。在此背景下，则衍生发展起了一种新的房地产产品——老年公寓。老年公寓兴起于北欧一些国家，20世纪90年代在美国的一些城市得到了较快地发展，并已形成新型的老年服务产业，其佛罗里达州的“太阳城”入住的老年家庭已有1.2万多户，是世界级的老年公寓群。美国兴建老年公寓的理念、人文关怀等的表现等已被许多国家建设和发展老年住宅时所借鉴。

近几年来，随着我国经济的持续发展和生活水平的不断提高，人们的养老观念也在发生变化，对老年公寓的需求逐步显现，一些大中城市相继建成了老年公寓，例如北京的“太阳城国际老年公寓”、天津的“夕阳红国际老年公寓”、上海的“上海假日老年公寓”等等，但总体来说供应量偏少，而真正意义上的老年公寓更是少之又少。以最早进入老龄型城市的上海为例，已经供应的挂牌老年公寓的养老机构只有数十家，数量不多，而且大多数都不符合成套独用的要求，经营管理服务都雷同于社会福利院，正在建造的真正意义上的老年公寓屈指可数。

与供应稀缺相对应的是，随着老年人的生活方式、养老观念日趋国际化及其支付能力的不断加强，老年公寓的市场需求正日渐形成。尽管从总量意义上而言，老年公寓是房地产市场一个相对“冷门”产品，但从独特性而言，它目标针对明显，需求明确，且蕴含着无限的市场规模。截止2007年，我国60岁及以上老年人口达到1.53亿，占总人口的11.6%，其中65岁以上的老年人为1.06亿，占总人口的8.1%。根据国际标准，60岁以上的老年人占总人口的10%以上或者65岁以上的老年人占总人口的7%以上，社会就进入了老龄化，根据这一标准，我国已经进入老年型社会。可见，发展老年公寓，满足于老年型社会的新型养老需求，对于一些正在发展转型、寻找利基市场的房地产企业而言，或许是一个值得尝试与发展的新方向。（廖资衡）

数据透视**楼市年头低迷不代表全年大跌**

楼市自进入 2010 年以来，房地产市场似乎被“当头棒喝”，各地频传低迷消息。元旦小长假，四个一线城市的商品住宅日成交量剧降，不仅无法比肩 12 月，甚至比楼市冰点的 2009 年元旦还要糟糕。其它全国多数主要城市年初第一周的楼市成交量，都不同程度的出现回落。以上海为例，数据显示上周上海楼市成交面积为 27.23 万平方米，成交量环比减少 25%，成交均价为 15713 元/平方米，环比下跌 6%。其中商品房成交面积 21.78 万平方米，环比减少 25%，成交均价 15713 元/平方米，环比下跌 6%；商品住宅成交面积 17.09 万平方米，环比减少 16%，成交均价 17802 元/平方米，环比下跌 16%。

这是否意味着本轮宏观调控已经立竿见影，今年全年房地产市场再次“过冬”？看空派的声音突然大了起来，顽固的看多者亦变得小心翼翼，另有观点认为上半年和下半年分别将是“一半火焰”和“一半海水”的形态。笔者认为，对年头的市场忽冷，不必大悲，亦难大喜。

2009 年房价大幅上涨的直接原因，是商品住宅供不应求。2008 年全国房地产开发用地出让面积下降，同时部分项目或停工或缓建，导致 2009 年全国商品住宅供不应求，一线城市尤其如此。值得关注的是，这一问题依然存在。2009 年 1-11 月，全国房地产开发企业完成土地购置面积依然同比下降 15.4%；房屋新开工面积去年 1-10 月才由负增长转为正增长。这就意味着，2010 年上半年的供应依然偏紧，预计下半年才会明显增加。

至于需求，其弹性大于供给。由于政策不欢迎，今年投资投机需求比去年将有所萎缩，通胀是一个重要变量，如果今年出现显著的通胀，比如 CPI 攀升至 5%，则依然会有长线投资需求入市，以求资产保值；在政策鼓励下，结婚、动拆迁这类住房刚需，基本不受影响，符合“改善需求”标准的二次置业者，仍会保持一定活跃度；影响今年需求量的关键因素是其它改善或兼顾投资的需求，这类需求弹性较大，容易随波逐流，如果大量投资投机需求撤退，也会影响此类需求入市。

这就意味着，今年商品住宅的供求关系将有所改善，但不太会出现明显的供大于求——这将制约房价下跌的幅度。当然，市场有自己的逻辑，一只“无形之

手”在主导着市场走向，不见得时时保持理性，但至少能在中长期内，调节市场节奏，主要表现是价格围绕价值上下波动。2009年商品住宅成交量和价格再创历史新高，一线城市很多楼盘价格上涨40-60%，已经出现泡沫，这点基本被社会所共识。那么，2010年成交量适度回度，价格涨幅收窄，少数城市房价出现小幅下跌，应被视作市场合理的调整行为。总而言之，今年楼市形态将以盘整为主，大家应以平常心待之。（杨红旭）

免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，本机构对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考。

本报告版权仅为本机构所有，未经许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为上海易居房地产研究院，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

上海易居房地产研究院

地址：上海市广延路383号文武大楼五楼

电话：021-60868892

网址：www.yiju.org

承接房地产咨询和研究业务：

上海易居房地产研究院是全国一流的房地产专业研究机构，致力于推动房地产业产学研一体化的发展，具有理论结合实践的强大研究能力。在政策趋势研究、产业发展研究、市场趋势研究、区域发展规划研究、企业战略研究、重大项目研究等领域具有领先于业内的核心优势。经常为各级政府相关部门、行业协会组织、房地产开发企业、金融机构等提供各种咨询和课题研究服务。希望能有机会为贵单位提供服务，与您一起洞察和分析房地产大政、大局、大势。

联系人：张秀琴 电话：60868890 手机：15921403229 传真：60868811

邮箱：co.research@ehousechina.com 上海广延路383号文武大楼五楼