

·建设管理与房地产·

文章编号:1006-7329(2004)01-0097-05

## 信贷调整对我国房地产企业的影响及其对策\*

徐峻, 颜哲, 祝亚辉

(重庆大学 建设管理与房地产学院, 重庆 400045)

**摘要:**结合我国房地产市场的现状,分析了信贷调整对其造成的主要影响,在此基础上,提出了房地产企业增强竞争力及抗风险能力的几点建议。最后,强调信贷调整在使企业面临巨大压力的同时,对真正有实力的房地产企业来说却是个减少竞争对手、扩张规模的大好机遇,房地产企业应抓住机遇,迎接挑战,把企业做大做强。

**关键词:**信贷调整; 结构; 品牌; 融资; 并购

中图分类号:F293.33

文献标识码:A

### Main Influences of Credit and Loan Adjustment Policy on the Real Estate Enterprises and Their Countermeasures

XU Jun, YAN Zhe, ZHU Ya-hui

(College of Construction Management & Real Estate; CU, Chongqing 400045, P.R.China)

**Abstract:** In conjunction with the current situation of the real estate market in China, the main influence caused by the credit and loan adjustment policy is analyzed. On this basis, it has proposed some suggestions on how to strengthen the competitiveness and ability to resist risk of the real estate enterprise. At the end, it is emphasized, that the credit and loan adjustment policy not only makes the enterprise under enormous pressure, but provides a great opportunity of reducing rivals and expanding its own scale to those really powerful real estate enterprises. The real estate enterprise should seize this opportunity to meet the challenge to expand and strengthen itself.

**Keywords:** credit and loan adjustment policy; structure; brand; financing; enterprise merging

为了规避信贷风险,挤压房地产泡沫,中国人民银行于6月13日正式发布了《关于进一步加强房地产信贷业务管理的通知》,对房地产企业流动资金作出了新的规定,核心内容是:

1) 房地产开发企业申请银行贷款,其自有资金(指所有者权益)应不低于开发项目总投资的30%;商业银行发放的房地产贷款,严禁跨地区使用;商业银行不得向房地产开发企业发放用于缴交土地出让金的贷款;承建房地产建设项目的建筑施工企业只能将获得的流动资金贷款用于购买施工所必需的设备,严格防止建筑施工企业使用银行贷款垫资房地产开发项目。

2) 对于个人房贷,商业银行只能对购买主体结构已封顶住房的个人发放个人住房贷款;借款人申请个人商业用房贷款的抵借比不得超过60%,贷款期限最长不得超过10年,所购商业用房为竣工验收

\* 收稿日期:2003-10-24

作者简介:徐峻(1977-),女,贵州安顺人,硕士生,主要从事房地产市场营销与策划,建筑财务会计与资本运营研究。

的房屋;购买第二套以上(含第二套)住房的,应当适当提高首付款比例,并不再执行个人住房贷款利率,而按央行公布的同期档次贷款利率执行。

## 1 信贷调整对房地产企业的主要影响

由于房地产行业是一个资金密集型的行业,开发商对银行贷款的依赖程度非常高。目前房地产开发资金来源中30%左右是银行的直接贷款,开发资金来源的另一部分——自筹资金中有很大部分是来自于个人用按揭贷款支付的购房款及占用建筑施工企业的资金,而建筑施工企业的资金也多是向银行贷款,所以,实际上,房地产项目中60%以上的资金直接和间接来自银行。因此,信贷调整对房地产业将产生较大的影响。

人行的上述新政策对供给和需求两个方面的贷款都有所收紧,一方面直接导致房地产企业资金来源受到限制,另一方面导致房地产企业资金回笼速度减慢,资本金小的房地产企业将可能面临资金链断裂的风险,从而导致房地产企业将面临巨大的资金压力,这使得习惯“空手套白狼”的房地产企业在拿不到贷款而自有资金不足或资金大量沉淀的情况下,只能把手中项目转让出去,甚至面临被市场淘汰的风险。为了避免在重新“洗牌”时被淘汰出局,房地产开发企业关键要做到加速资金周转,避免资金积压,增强企业的抗风险能力;同时,从资金来源方面着手,扩充融资渠道,改变企业单一的资金来源方式。

此外,信贷调整在对房地产企业产生巨大冲击的同时,对房地产企业的影响并非全都是不利的,对真正有实力的公司来说,新政策的实施为他们提供了一个减少竞争对手、扩张规模的大好时机。实行新的信贷政策后,开发商自有资金要求会提高,开发的资金成本也相应提高,这令项目开发增加了难度,新政策变相地抬高了房地产开发商进场的门槛,加速了房地产企业优胜劣汰的过程,房地产行业将面临重新洗牌。新的住房信贷政策将成为有实力的企业获得好项目和扩展市场的好机会。

## 2 房地产企业的对策

在巨大的资金压力下,企业要想继续生存,就不得不以市场为导向,调整企业经营策略。房地产企业可以从以下几方面调整企业经营策略:

### 2.1 针对目前市场上的潜在需求,调整开发结构

目前,我国商品房的空置不是绝对的,只是结构上的过剩,这是由于我国房地产投资结构不平衡引起的。近几年我国房地产市场60%以上的开发项目属于中高档,而市场80%以上的需求集中在中低档,市场供需结构严重失衡,一方面,中低档商品房需求得不到满足,另一方面,中高档商品房供给又相对过剩,商品房空置面积逐年上升,空置率达15%左右,大大高于国际上10%以内的正常水平,已处于危险区间。空置商品房增加,大量资金沉淀,将使房地产企业还债困难,开发商遭受巨大损失甚至破产倒闭。据国家统计局提供的数字,至2003年7月份全国空置商品房9700多万 $m^2$ ,竣工1年内待销售的住房5400多万 $m^2$ ,就是说建成1年以上未售出的商品房4000多万 $m^2$ ,而空置商品房中绝大部分属于中高档商品房。(数据来源:2003年9月19日,国际金融报,《住房空置拆迁纠纷建设部官员直面房地产热点》)

实施新的住房信贷政策后,炒房者的购买欲望受到抑制,对中高档商品房的购买能力会受到限制,高档商品房空置情况将会更加严重,这将会导致房地产企业开发中高档商品房的资金回笼速度减慢,资金压力增大。为了使有限的资金发挥最大的作用,为企业带来最大利润,开发商应根据当地居民的消费水平来解决大多数人能够适应的购买压力的问题。目前在我国,中、低收入者是房地产市场需求的主要群体,低收入家庭占城市家庭总量的60%—80%,全国约有156万个家庭缺房,我国城市中35万个家庭的人均建筑面积在 $8m^2$ 以下(数据来源:<http://www.realestate.cei.gov.cn/gg03/H021108B.HTM>),老百姓不是没有购房需求,而是市场上没有合适的供给。一旦改变开发结构,老百姓个人将成为购房的主力。

因此,开发商应该针对目前市场上的潜在需求,认真地进行产品结构的调整,把握住市场定位,确定好产品的品种和数量,不要盲目追求高档、豪华、大户型住宅,要向不同收入阶层提供不同层次商品房,构造多层次供给体系,以结构调整促进商品房开发方向的理性回归。在当前中低档商品房供给不足的情况下,适当减小中高档商品房的开发,转而开发中低档的商品房,将潜在需求变为有效需求。产品适销对路,将有效减少房地产企业的商品房空置,加速资金回笼,减少企业资金沉淀,减轻企业资金压力。

## 2.2 以市场为导向,实施品牌战略

品牌是一种无形的识别器,在消费者心目中是产品的标志,它代表着产品的品质、特色以及企业的经营特色、质量管理要求等,从而在一定程度上迎合了消费者的兴趣偏好。因此,品牌可减少消费者在选购商品时所花费的时间和精力,缩短消费者的购买过程。随着消费者自我保护意识的觉醒,品牌在消费者心目中的形象定位将会越来越清晰,品牌将直接影响消费者的选择及决策时间,从而影响企业的销售周期及资金周转时间。所以,实施品牌战略,从长远来看,可以提高企业的知名度,有效缩短销售周期,加速企业资金回笼,同时增加企业的竞争力。

由于房地产业的竞争就是客户满意度的树立与竞争,因此,房地产品牌的建立要充分展现“以人为本”的理念,满足消费者理性和感性的层面。首先一定要满足理性的层面,开发商要加强工程质量,完善内部质量管理体系,在小区规划、建设、售后服务等各个环节都充分考虑到消费者的需要,为消费者提供放心房、优质房。但是,只是满足理性的需求还不够,不能给消费者留下比较深的印象,更要注重使品牌突出,简单来说,就是要令消费者在享用产品的时候,有与别人不同的感觉,使得他们感觉这个产品是独有的,或者是少数人可以拥有的。因此,房地产企业应让其产品具有鲜明的个性,以消费者的需要为出发点,强化品牌销售渠道,使产品成为专业性、前瞻性、品位、质量、知名度合而为一的精品,从而令其产品在市场上脱颖而出,更能获得消费者的青睐。

## 2.3 加快项目开发进度

速度不仅是个效率问题,也是一个资金问题,更是一个市场问题。”新经济”的介入,使得中介信息成本大幅度下降,消费者获得的信息量剧增,商品选择空间扩大。以现在的信息传播之快、之广,一个开发商如果不能很快地造出价廉物美的房子,就会被其它开发商抢走先机,从而很容易造成自己商品房的积压。在开发实践中,不少开发商由于资金短缺导致后期投入断档或跟进速度太慢,造成工期延长,投入资金不能在可承受的时期内回笼而举步维艰;有些开发商虽然资金充裕,但产品价值的创造过程太慢,开发速度跟不上而错过了时机,质量再优也可能毫无意义;而有的开发商在产品价值的实现环节拖得过长,形成大量库存,不得不面临房子迅速贬值的窘境而损失惨重。实施新的住房信贷政策,企业面临巨大的资金压力,更要注重加快开发速度,缩短开发周期,提高企业竞争力的同时也可加速企业的资金周转,避免资金长期沉淀在未开发完工的工程上,否则,无疑将会使面临巨大资金压力的企业雪上加霜。

房地产企业为了加快建房速度,并提高建房质量,一方面,应注重增加房地产商品的科技含量,走住宅产业现代化的道路,提高住宅建造效率和功能质量。另一方面,充分借助专业化公司在短期内弥补自己在专业领域如设计、策划、营销、物管等方面的不足,实现自己的先进性,从系统的角度整合外部资源以及管理与第三方关系的能力。通过外包、嫁接、合作、联盟、资本运作等方式,迅速整合房地产价值链上的关键环节,在保证产品创造过程最优的同时,完成产品价值实现过程的最短。

## 2.4 扩充企业融资渠道

过去二十多年来,我国房地产开发企业的主要资金来源是依赖银行贷款和预售房款,融资渠道比较单一,承受资金压力的能力较弱,抗风险能力也较弱,一旦实施新的住房信贷政策后,银行信贷紧缩,企业容易面临资金链断裂的风险。因此,为了解决资金压力对企业造成的不利影响,企业不仅应相应调整经营策略,加速资金周转,充分利用资金,关键应从从加强自身实力着手,拓宽融资渠道,建立一个多元的房地产开发融资体系,增加资金来源渠道:

### 2.4.1 上市融资

对于房地产企业来说,上市是理想的融资渠道,在央行收紧房贷政策的情况下,通过资本市场融资

或再融资,房地产上市公司可以筹到数亿甚至更多的资金投入项目当中,缓解来自房地产项目资金需求方面的压力。

目前,我国证券监管部门对房地产企业上市的审核仍然是很严格的,政策面并不宽松,上市仍然有相当难度。房地产企业可以通过以下途径上市:①直接上市。这就首先要求企业从加强自身实力着手,除了储备优质的项目和土地,以保证企业未来几年的盈利成长空间之外,最重要的一点,必须建立自身稳定的现金流基础,具备常年持有和经营物业的能力,给投资者一个持续稳定盈利的印象。企业可以通过重组设立股份公司,将房地产集团中较为优质的资产整理出来,发起设立一个法律和财务都比较干净的股份公司,也可以考虑以原存续的房地产集团控股的有限责任公司为主体,整体变更设立股份有限公司,这样可以解决三年连续业绩问题。在改制过程中,还要注意股份公司与集团的关联交易和同业竞争,关联交易必须定价合理,同业竞争要规避。房地产集团直接上市必须有一个规范、培养和辅导的过程,切不可奢望一蹴而就。从目前的证券市场形势来看,从股份公司设立到上市,一般需要2年左右时间;如果是民营房地产集团新发起设立一个股份公司,则需要3年以上的时间。对有志于直接上市的房地产集团来说,改制上市是有成本的,房地产集团要把眼光放长远一点,在更高的层次上来审视上市的必要性和可行性,一旦决定之后要全力以赴,切不可半途而废;②由于政策倾斜,地产企业直接上市存在很大困难,可通过“买壳”的方式间接上市,这是目前多数房地产企业采取的有效手段。

#### 2.4.2 房地产信托产品

实施新的住房信贷政策后,房地产企业可通过信托公司解决随之而来的资金链断裂的风险。信托投资公司可以根据企业的情况和需求,灵活地设计和运作信托计划,手续简便灵活,避免了抵押物审批等手续的繁杂过程,可以在项目完成后再一次归还本息。而且,相对银行贷款而言,房地产信托计划的融资方式可以降低房地产公司整体融资成本,节约财务费用,而且期限弹性较大,有利于房地产公司持续发展,在不提高公司资产负债率的情况下可以优化公司结构。在企业面临突来的资金压力的情况下,通过房地产信托融资不失为很好的融资渠道。

#### 2.4.3 发行公司债券

目前,上市对于我国大多数房地产企业而言仍然有困难,因此,一些符合我国《公司法》规定、有资格发行公司债券的公司可通过发行融资期限较长、利率比银行贷款低的公司债券,吸收分散的资金集中用于房地产建设。

此外,随着条件成熟,房地产证券化、房地产基金等都将成为房地产企业很好的融资渠道。总之,房地产企业建立一个多元型的开发融资体系——从过去的间接融资向直接融资转变,扩大融资途径,让开发商能够从多方面获得资本进行房地产开发,从而改变企业单一的资金来源渠道,缓解企业的资金压力,避免因资金链断裂而被淘汰出局,这才是企业发展壮大的必经之路。

### 2.5 抓住机遇,迎接挑战

目前,我国房地产企业的数量众多,但高素质的企业较少,有不少公司信誉较差、资金实力弱,自有资金严重不足,靠贷款开发房地产项目,这就使得其在拿不到贷款的情况下,只能把手中项目转让出去,甚至面临被市场淘汰的风险。而对于实力强大的房地产企业来说,不仅自身拥有充足的资金支撑,还较容易得到银行的贷款支持。此外,有实力的房地产企业通过实施品牌策略,建立自己的品牌产品,通过并购为其品牌产品扩大生产、经营领域,可充分发挥其在品牌产品上的优势,提高其经济效益。因此,新的住房信贷政策将使有实力的企业获得好项目和扩展市场的好机会。有实力的房地产企业在建立自己的产品品牌后应借助这一机会,以较低的成本实施并购策略,进行资产的整合、重组,有效地扩张企业的经营规模,以规模经营、集约经营获取更大效益。

并购将有利于房地产企业的成长扩张,而且,在房地产行业面临重新“洗牌”之机,通过并购实现企业的成长扩张,企业只需花费很低的成本,这将带来更大的利益。通过并购,企业可以获得经营、财务、管理、人才等的协同效应,房地产企业的绝对规模(开发能力)和相对规模(市场占有率)都将得到扩大,控制其成本、价格、技术和资金来源的能力都得以提高,增强企业的实力,增加资金收益,企业更容易在

市场发生突变的情况下保持生存,更重要的是企业可以通过并购劣势企业从而以较小的代价获取其优越的土地资源。

总之,新的住房信贷政策实施后,对习惯“空手套白狼”的地产开发商无疑将是一记重磅炸弹,但只要企业及时调整经营策略,贴近市场,加大力度,创新服务品种,提高服务质量和效率,同时抓住行业重新洗牌这一时机,把企业做大做强,不仅不会被市场淘汰,企业反而可能趁此机遇健康发展,成为竞争力强的实力企业。

## 参考文献:

- [1] 陈伯庚.房地产业与泡沫经济—兼评当前房地产市场形势[J].中国房地产,2003,(1):23-26.
- [2] 邢巨巨.品牌是企业发展的基石[J].中国房地产,2002,(10):39-40.
- [3] 刘秋雁.房地产投资分析[M].大连:东北财经大学出版社,2003.
- [4] [美]凯文·莱恩·凯勒.战略品牌管理[M].北京:中国人民大学出版社,2003.
- [5] 吴晓求.现代金融、市场、机构、工具//资本市场评论精粹[M].北京:中国人民大学出版社,2002.

(上接第75页)

## 4 结论

基于 Mohr - Coulomb 理论的球形孔扩张问题的弹塑性解,没有考虑中间主应力的影响。因而与实际结果有误差。为此,本文利用统一强度理论建立了球形孔扩张问题的统一解形式。利用此解可以合理地得出不同材料的相应解,并且能充分发挥材料自身的承载能力,对实际工程具有重要意义。

## 参考文献:

- [1] 周小平,张永兴,王建华.考虑中间主应力影响时的圆筒形孔扩张问题的弹塑性解[J].重庆建筑大学学报,2002,24(2):35-38.
- [2] 周小平,黄煜斌,丁志诚.考虑中间主应力影响时太沙基地基极限承载力公式[J].岩石力学与工程学报,2002,21(10):1455-1457.
- [3] 周小平,王建华,张永兴.三向应力状态下条形基础极限承载力计算方法[J].重庆建筑大学学报,2002,24(3):28-32.
- [4] 张学言.岩土塑性力学[M].北京:人民交通出版社,1993.
- [5] 俞茂宏.双剪理论及其应用[M].北京:科学出版社,1998.
- [6] 许东俊,耿乃光.岩石强度随中间主应力变化规律[J].固体力学学报,1985,1(1):72-80.
- [7] 俞茂宏.岩土类材料的统一强度理论及其应用[J].岩土工程学报,1994,16(2):1-9.