# 中国房地产业ＳＣＰ范式初探

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2025-04-19

*【摘 要】文章以 中国 房地产业为 研究 对象，运用“哈佛学派”的“结构—行为—绩效”框架（即SCP框架）进行实证 分析 。分析表明我国房地产业属于区域性寡头垄断行业，房地产投资结构不尽合理， 经济 适用房投资比例偏小。建议政府提高中低收入...*

【摘 要】文章以 中国 房地产业为 研究 对象，运用“哈佛学派”的“结构—行为—绩效”框架（即SCP框架）进行实证 分析 。分析表明我国房地产业属于区域性寡头垄断行业，房地产投资结构不尽合理， 经济 适用房投资比例偏小。建议政府提高中低收入者福利，继续推进和完善经济适用房制度政策和进行必要的宏观调控以促进房地产市场的健康 发展 。

【关键词】房地产业；市场结构；竞争行为；经营绩效

2003年，我国房地产投资在固定资产投资总额中占了18.4%，而且据我国官方报纸预测，今后5年内，我国内地房地产开发投资将达到3580亿元人民币。伴随着政府政策的陆续出台，尚处于初期发展阶段的我国房地产业正在向通往成熟化和健康化的道路上艰难前进。

一、市场结构

（一）市场集中度

房地产业的产品有其特性，即在空间上具有不可移动性，所以一个项目一旦完成，它就确定了自己所属的市场区域。虽然消费者可以在全国范围内选择产品进行消费（这种可能性也因为消费者的家庭或工作等 社会 原因而无法实现），但是产品不具有在全国性范围内流动的特性，这使得市场集中度这一全国性范围的指标便失去了意义。就算 计算 区域集中度，也会因为区域划分的困难和区域内部的不均衡而无法进行。

在中国的各大城市和中小城市，一般情况下是有一个或几个颇有市场势力的房地产 企业 控制着本地的主要市场份额，而多数的小企业则在较小的份额中竞争分羹。因此，总体来说，我国房地产市场是区域性的市场。而各片区作为居住的物质载体，有着不可移植的区域特点，因此在某种程度上形成了居住的垄断性。这种区位上的垄断性与住宅产品的垄断性，使片区住宅结构处于寡头垄断之中。

（二）产品差别化 产品质量一直是消费者最为关心的 问题 。由于房地产产品市场上存在着严重信息不对称，所以消费者要区别不同开发商所提供产品的质量，除了请专门的购房顾问陪同购买外，往往还会倾向于购买知名度较高的房地产企业所提供的住宅。而知名度高的房地产企业由于消费者对其品牌的信赖，从而也获得了较高的市场势力。如万科集团在北京的房地产项目比同地区其他项目售价平均高出约1000元/平方米，在其他城市，其售价也平均高出周边项目的20％左右。

但由于我国房地产业属于区域性寡头垄断市场，区域内具有垄断地位的房地产企业一般有很大的市场势力，其不作过多的产品差别的努力便能获得很高的经济利润，因而在提高产品质量方面也缺乏压力和动力。这其中包括所谓的名牌企业，在质量方面也会存在着欺骗消费者的行为。据统计，2002年在180多起工程质量问题的投诉中，140起左右是住宅质量问题，约占80％。

（三）进入壁垒

从技术角度来看，我国房地产企业基本上不存在进入壁垒。因为住宅产品的可模仿性极强，所以一个项目的技术优势也只是短期的；再加上房地产企业本身具有的资源整合功能，只要新进入企业能把项目分包给技术高的施工队伍就能够解决产品在技术层面的问题。

我国房地产业存在的进入壁垒主要是政策性的，这也是由于我国房地产业过于分散，缺乏竞争，政府从而采取一些措施使然。

土地和资本是进行房地产开发必不可少的两个先决条件。为了整顿房地产市场，提高房地产业的准入门槛，政府出台了一系列土地政策和 金融 政策。

一方面，长期以来，我国经营性用地协议出让比例居高不下。截至2003年，仅以开发圈名义圈占的土地就达到了3万多平方公里。早在2002年5月9日，国土资源部就签发了11号文件《招标、拍卖、挂牌出让国有土地使用权规定》，文件叫停了沿用多年的土地协议出让方式，要求各类经营性用地，必须以招标、拍卖或挂牌方式进行公开交易。虽然之后仍然存在一些土地转让暗箱操作的问题，但这无疑给一些市场势力不够、拿不到土地的小企业和长期靠寻租拿地的大中型企业设置了瓶颈，提高了生存难度和进入门槛。

另一方面，我国开发企业过度依赖银行贷款。2003年房地产开发企业资金来源中，银行贷款占23.8％。鉴于此，政府出台了一系列的政策，具体来看，比如规定开发商的自有资金必须有30％；商行的房地产贷款余额与总贷款余额不得超过30％；个人住房贷款月供不能超过家庭收入的50％。这样一来，不但房地产企业的资金来源会受到 影响 ，居民的住房消费也会产生相应的影响，从而影响房地产企业的经营绩效。

二、企业竞争行为

（一）价格行为

不同的楼层按不同的价格出售，这已是房地产市场上公认且流行的一种价格歧视方式。因为不同楼层的价格差别并不能体现出它们的成本差别，而完全是由房地产企业根据消费者偏好而订立的一个价格体系。

近几年来，房价持续不断地攀升，而且还有继续上涨的趋势。一方面，住房需求的增加导致了房价的急剧上涨，房价的上涨又拉动了投资性购房的大规模增长，从而给房价上涨带来双重拉动效应。

另一方面，从供给来看，土地需求旺盛，以至于土地价格持续高涨，进而带动房价上涨；另外2003年的“非典”，“信贷紧缩”以及建材涨价等原因，房地产企业必然要将成本转嫁到消费者头上；再加上开发商无视消费者利益，为了追求高额利润大量供应高档商品房而中低档住宅却供不应求，必定要从总体上大大的拉高房价；更有些城市的房地产企业公开或不公开地进行价格合谋，垄断定价。至2005年2月，上海的房价收入比已达13倍，已严重透支了未来。而根据世界银行的衡量标准，3~6倍才是一个国家居民经济能力可以承受的范围。

(二）广告行为

随着房地产业竞争的加剧，我国房地产企业的广告支出不断增加。这在提供必要信息减少消费者搜寻成本的同时，也进一步强化了房地产产品的主观差别化程度，有利于提升品牌的知名度和美誉度，进而又影响了我国房地产业的绩效。但同时，我国房地产业虚假广告问题也较为突出。2002年，我国关于房屋建材的投诉中，仅虚假广告一项就达888件。到2004年，仍然有377件。可见，为了追逐利润，我国房地产企业一方面纷纷通过加强广告的投放量来移动消费者的需求曲线；另一方面，也进行着严重的刻意误导或欺骗消费者的不正当竞争行为。

数据来源：根据《中国统计年鉴2004》、《中国广告年鉴2004》整理

（三）并购行为

2004年以来，政府出台了一系列宏观调控政策，改变了房地产业的就现有格局，行业门槛陡然增高。在此背景下，一方面，大型房地产 企业 纷纷开始寻求规模化 发展 的道路。如2005年3月3日，万科集团以总计18.58亿元人民币并购了南都地产。这样，万科不仅可以直接吸收南都的内部资源，还包括许多 社会 资源，如其在所属区域的品牌知名度、人脉、对市场的熟识度等等。另一方面，许多中小企业由于 金融 紧缩政策和土地稀缺等原因遭遇了生存或发展瓶颈，也纷纷接受大型房地产企业，特别是制造类企业的并购。因为比之于专业房地产企业，大型制造企业具有资金雄厚，融资渠道广，经营多样性从而抗风险能力强等优势。这样，房地产企业间的并购行为已成为开发商们十分重要的行为。走规模化的发展道路将会进一步提高其竞争能力，行业内的并购行为还会进一步加剧。

三、经营绩效

10多年来，不管房地产业形势如何，房地产企业经营税金一直呈稳步增长趋势。2003年达到494亿元，比上年同期增长了33％，比1991年增长了23倍。

从消费者福利来看，近年来，很多地方出现商品房供应结构失衡现象，普通商品房特别是 经济 适用住房供应不足，不能满足中低层消费者的住房需求。

数据来源：《CEi 中国 行业发展报告.房地产业》

注：L1表示经济适用房占商品住宅比例

L2表示经济适用房销售占商品住宅销售比例

四、结论与政策建议

1.与资金实力雄厚占有相当的市场份额的国际知名房地产开发企业相比，我国房地产企业数量众多，普遍存在规模偏小、竞争实力较弱的 问题 。且筹资渠道单一，严重依赖于银行资金，金融风险较大。因此，政府要加大宏观调控的力度，引导大中小房地产企业通过重组、兼并、合股等多种方式扩大企业规模，走规模化发展的道路。

2.我国的房地产市场属于区域性的寡头垄断市场，房地产企业间的竞争大多局限于各自所属的片区或邻近区域内。而区域内开发商对待陌生的开发商的介入又往往采取联合抵制的态度。另一方面，对于势力强大的房地产企业而言，区域性的发展空间越来越小，势必要力图走出区域，掀起异地开发浪潮。因而政府应对区域合谋进行合理规制，创造一个公平竞争的市场环境，以推进房地产业一体化的步伐。

数据来源：《CEI中国行业发展报告.房地产业》

注：L表示营业利润 S表示经营税金及附加

3.我国的房价收入比偏高，许多大中城市已超出当地居民收入所能承受的范围。与此同时，却又存在着房屋空置率较高，高档、高价的商品房供过于求，而价格相对较低的中低档住宅却供不应求的状况。开发商的这种为了追求利润而无视住宅消费结构的行为，在很大程度上造成了我国富者多次置业，而穷者无其屋的局面。鉴于此，政府应继续推进和完善经济适用房政策，以促进公平，尽可能地增进大部分消费者的福利。

[ 参考 文献 ] [2]陈伯庚.经济 理论 与房地产 研究 论文集[C].上海：上海人民出版社，2003.

[3]夏大慰.竞争与规制.上海：上海财经大学出版社，2002.

[4]苗天青.我国房地产业：结构、行为与绩效[M].北京：经济 科学 出版社，2004.

[5]张洪力.房地产经济学[M].北京：机械 工业 出版社，2004.

[6]朱宪辰，等.经济适用房“共有产权制度”的制度缺陷 分析 [J].中国房地信息，2005，

(3).

[7]陈军，等.中国汽车产业：SCP范式的分析[J].产业经济研究，2004，

(6).

[8]文林峰.增加中低价位商品住宅供应量的政策建议[J].中国房地产，2005，

（2）.

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn